

# VIDEOCONFERÊNCIA RESULTADOS 2T26



# DISCLAIMER

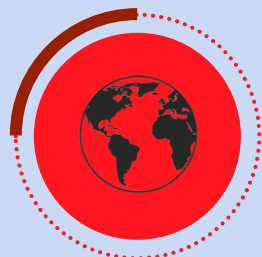
Essa apresentação inclui projeções, declarações a respeito de eventos ou circunstâncias ainda não ocorridas ou estimativas. Essas projeções e estimativas têm por embasamento, em grande parte, as expectativas atuais da Companhia, projeções sobre os eventos futuros e tendências financeiras que afetam o negócio. Essas estimativas estão sujeitas a riscos, incertezas e suposições, que incluem, entre outras: condições gerais econômicas, políticas comerciais no Brasil e nos mercados onde a Alpargatas atua; expectativas de tendências para a indústria; planos de investimento; capacidade de desenvolvimento e entrega de produtos nas datas previamente acordadas; e regulamentações governamentais existentes e futuras.

As palavras: acredita, pode, poderá, estima, continua, antecipa, pretende, espera, e termos similares, têm por objetivo identificar expectativas. A Alpargatas não se sente obrigada a publicar atualizações ou revisar quaisquer estimativas em decorrência de novas informações, eventos futuros ou quaisquer outros acontecimentos. Em vista dos riscos e incertezas, as estimativas, eventos e circunstâncias sobre o futuro podem não ocorrer. Os resultados reais da Companhia podem diferir substancialmente daqueles mencionados nessas expectativas.

# ALPARGATAS – PRINCIPAIS INDICADORES DE DESEMPENHO 2T26



## MODELO DE CRESCIMENTO NO BRASIL



## MODELO DE CRESCIMENTO INTERNACIONAL



## MARKETING & PORTFÓLIO



## ALOCÇÃO DE CAPITAL

### PRIORIDADES 2026

- Vencer no canal Especializado
- Acelerar a expansão do canal Alimentar Moderno
- Mitigar o declínio do canal Alimentar Tradicional

- **Europa:** acelerar o crescimento e aumentar o reconhecimento da marca nos mercados prioritários
- **EUA:** acompanhar a evolução do novo modelo de negócios e suportar o crescimento
- **MDI:** priorizar os países da estratégia “Accelerate” e crescer com níveis saudáveis de estoque

- Dar continuidade à implementação das novas ocasiões de uso (“From the beaches to the cities”)
- Implementar o Calendário Global

- Manter disciplina de Capex e alinhamento com a evolução de volumes
- Sustentar a disciplina de SG&A
- Liberar caixa do capital de giro da Companhia e ampliar a geração de caixa
- Melhorar o ROIC (Retorno sobre o Capital Investido)

### PRINCIPAIS INDICADORES 2T26

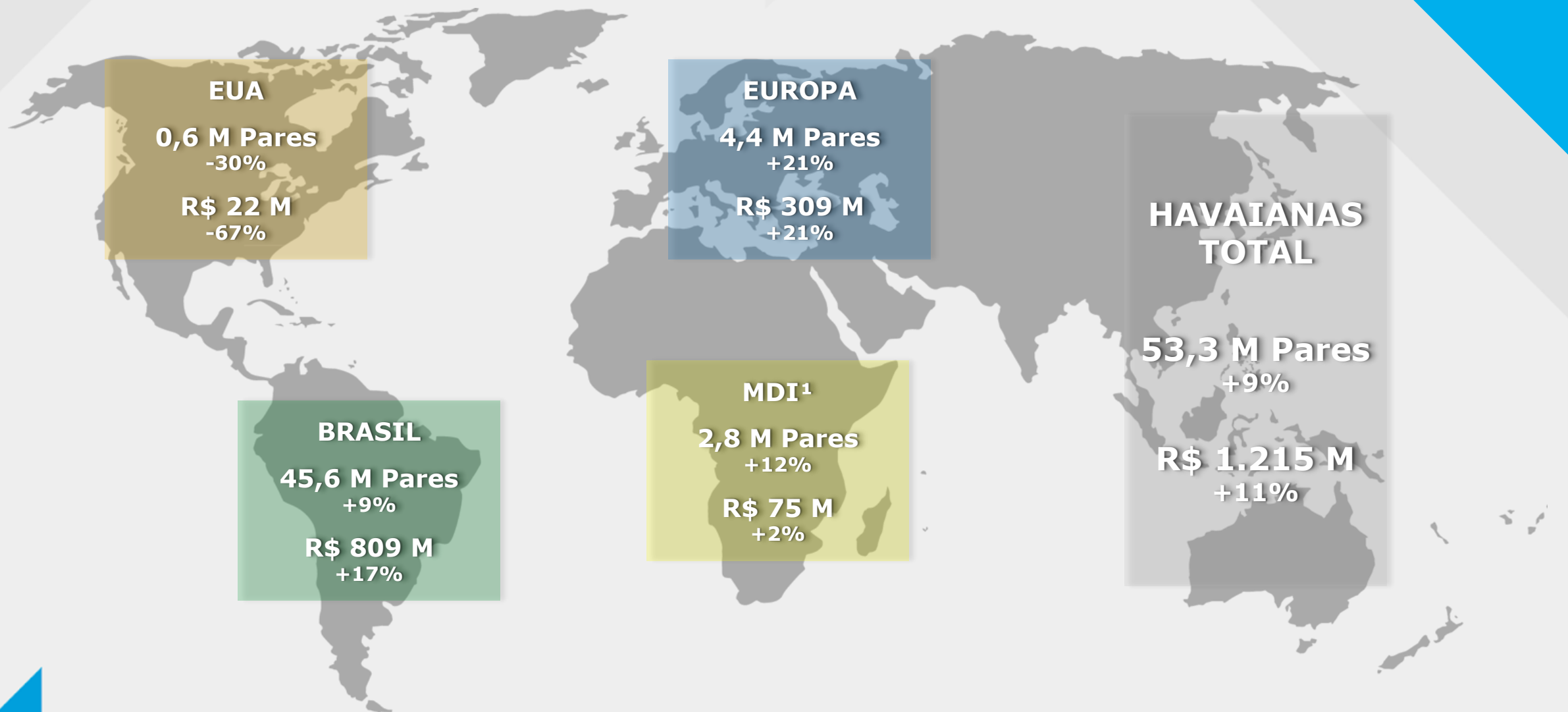
- **Melhoria consistente nos níveis de serviço (OTIF), atingindo 83,5%**, acompanhada pelo crescimento do sell-out nos canais DTC (+17%) e Especializado (+5%).
- Ganhos de market share em todos os canais, com **Alimentar atingindo 80%, alta de 2,1 p.p. versus junho de 2025.**

- **Europa:** Forte desempenho durante a alta temporada, com **crescimento de 21% no sell-in.**
- **EUA:** Mudanças na sazonalidade em função da nova operação de distribuição, **ritmo encorajador de abertura de portas**, resultando em **crescimento de 40% a/a no sell-in no 1S26.**
- **IDM:** **Recuperação de volumes, com crescimento de 12% no sell-in**, impulsionado pela América Latina e Ásia.

- Trimestre marcado por importantes iniciativas de marketing alinhadas ao calendário global, com **ações de engajamento da marca durante a Copa do Mundo da FIFA**, tanto no Brasil quanto nos mercados internacionais.
- **Continuidade da expansão da categoria Kids**, ainda com baixa penetração, registrando **crescimento de 29% em volume** na comparação anual.

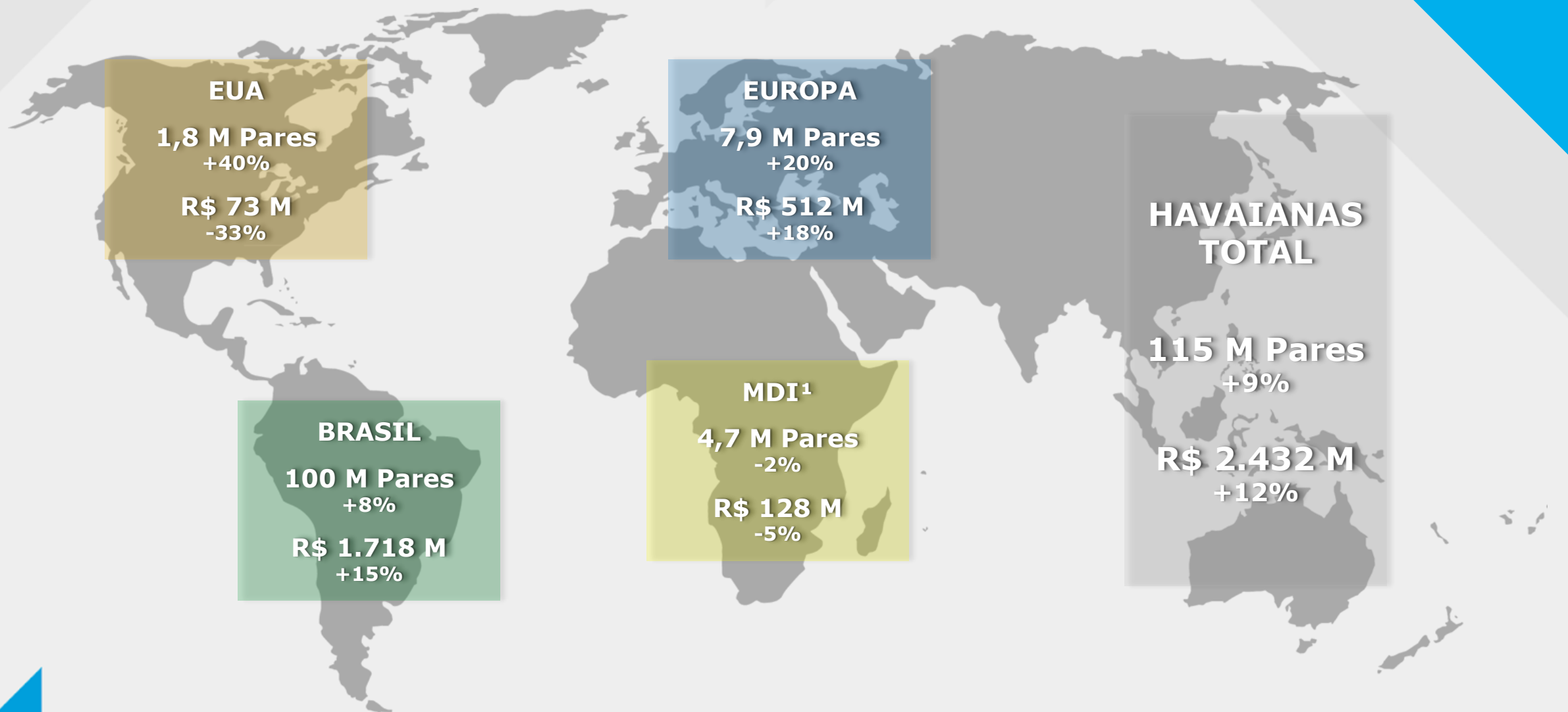
- **Ganhos de alavancagem operacional**, com redução de 1,3% das despesas operacionais na comparação anual.
- Composição saudável de estoques, suportada por políticas comerciais consolidadas, **evolução dos níveis de serviço e um processo eficiente de S&OP.**
- **ROIC de 18%**, mantendo trajetória consistente de evolução desde 2023.

## HAVAIANAS – VOLUME E RECEITA LÍQUIDA – 2T26 vs. 2T25



1. MDI = Mercados Distribuidores Internacionais, composto por todos os países atendidos indiretamente por distribuidores na América Latina (Ex-Brasil), África, Ásia, Oriente Médio e Oceania

## HAVAIANAS – VOLUME E RECEITA LÍQUIDA – 1S26 vs. 1S25



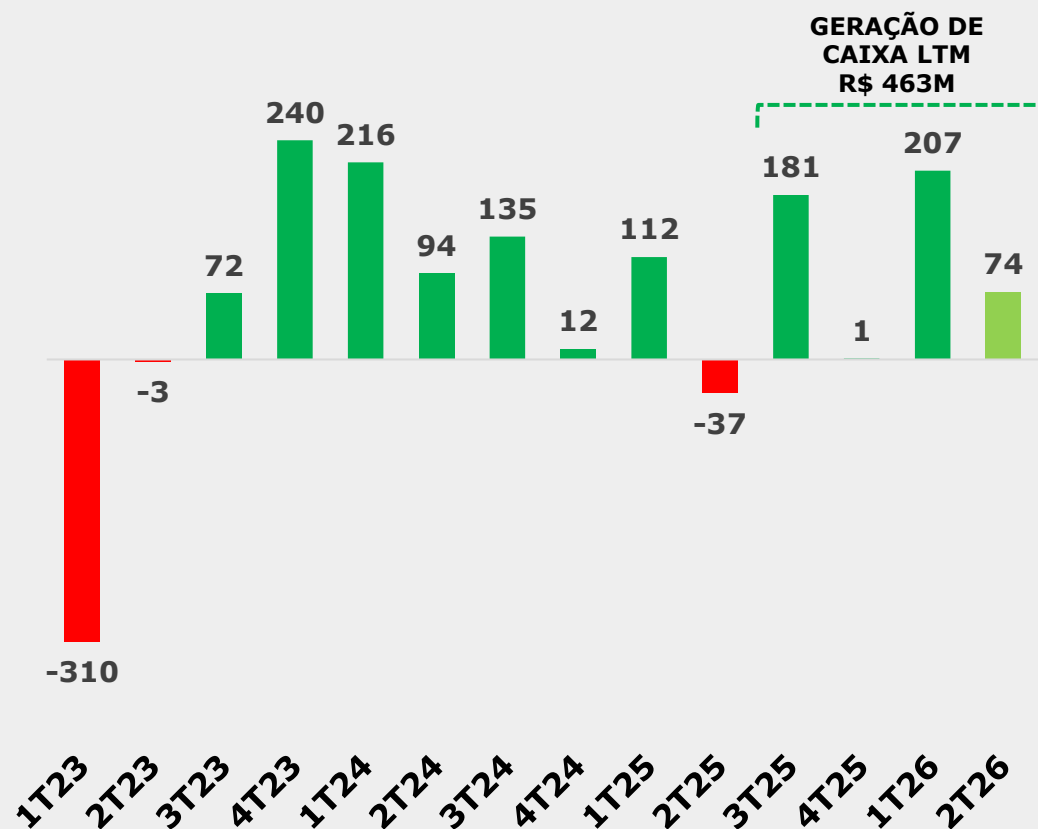
1. MDI = Mercados Distribuidores Internacionais, composto por todos os países atendidos indiretamente por distribuidores na América Latina (Ex-Brasil), África, Ásia, Oriente Médio e Oceania

# ALPARGATAS – DISCIPLINA DE CAIXA

## FLUXO DE CAIXA LIVRE PARA O ACIONISTA

(R\$ milhões)

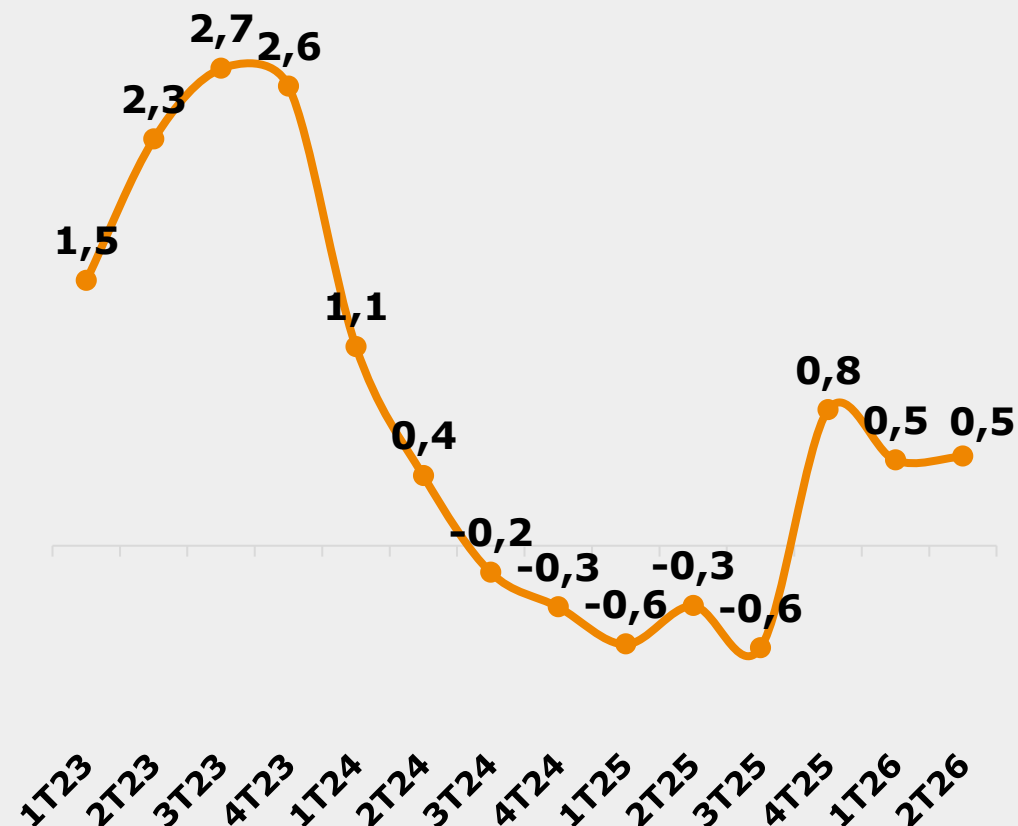
**+R\$ 74M (vs. -R\$ 37M no 2T25)**



## ALAVANCAGEM

DIV. LÍQ. / EBITDA LTM

**ALAVANCAGEM DE 0,5x (vs. -0,3x no 2T25)**

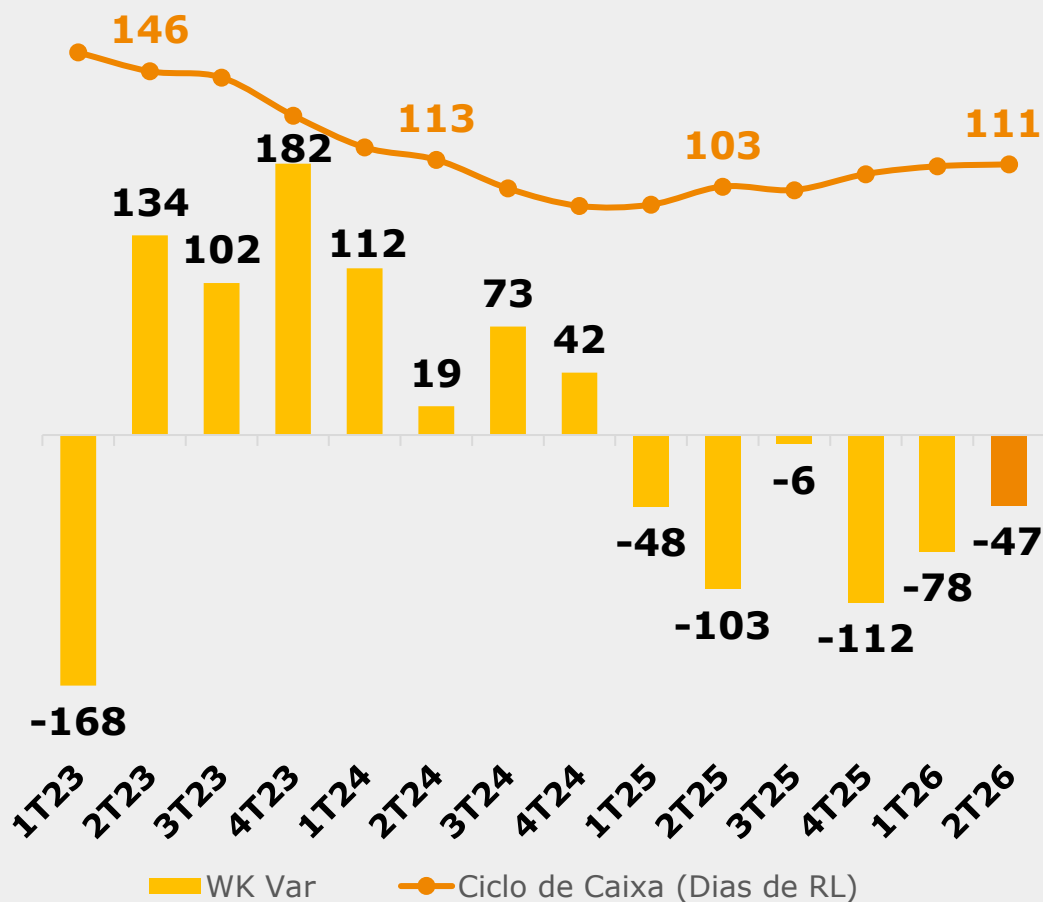


# ALPARGATAS – DISCIPLINA DE CAIXA

## VARIAÇÃO DE CAPITAL DE GIRO

(R\$ milhões)

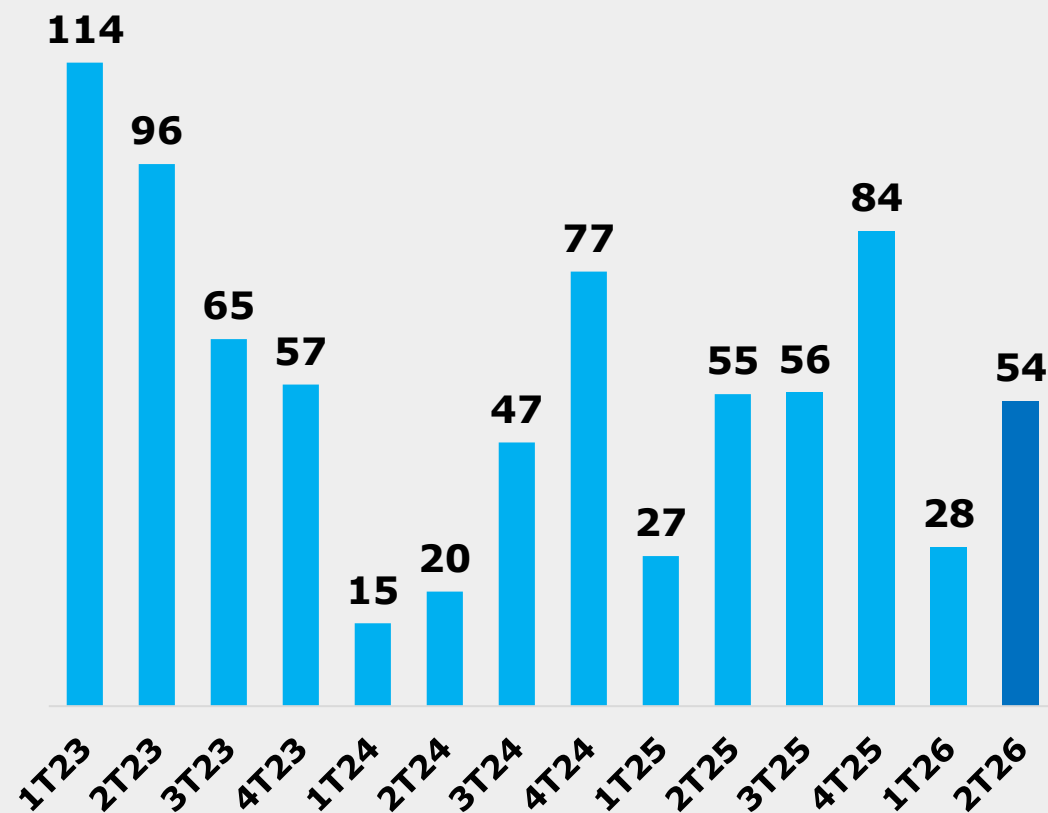
Variação de -R\$ 47M (vs. -R\$ 103M no 2T25)



## CAPEX

(R\$ milhões)

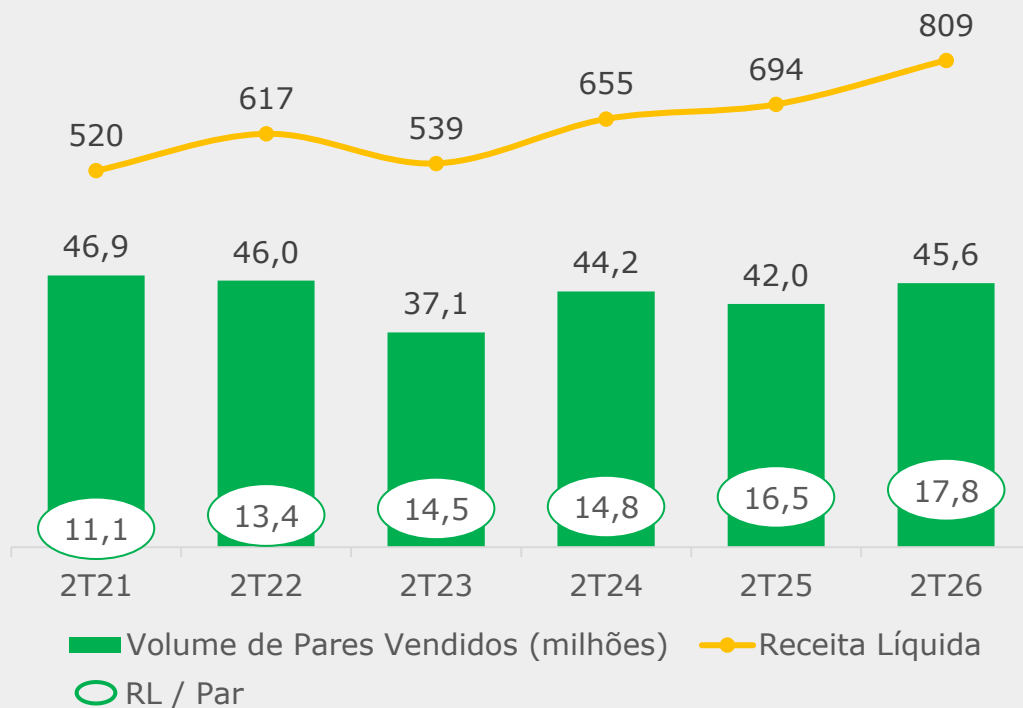
Capex de R\$ 54M (vs. R\$ 55M no 2T25)



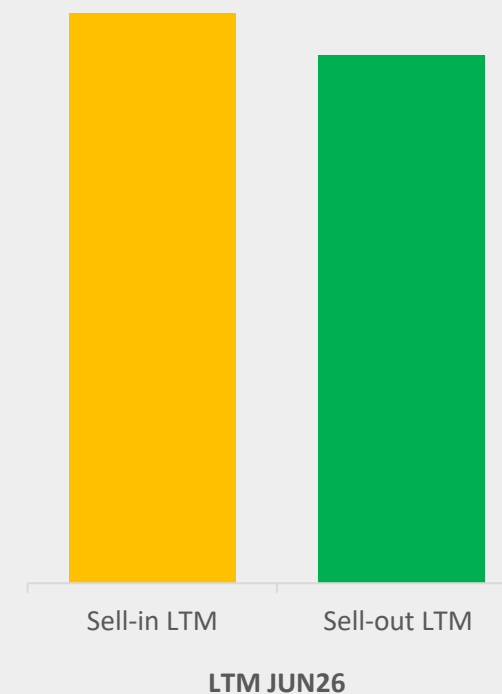
## HAVAIANAS BRASIL – 2T26 vs. 2T25

havaianas® BRASIL

(R\$ milhões)

**+13%**  
**SELL-OUT****+9%**  
**VOLUME****+7%**  
**RECEITA/  
PAR****+17%**  
**RECEITA  
LÍQUIDA**

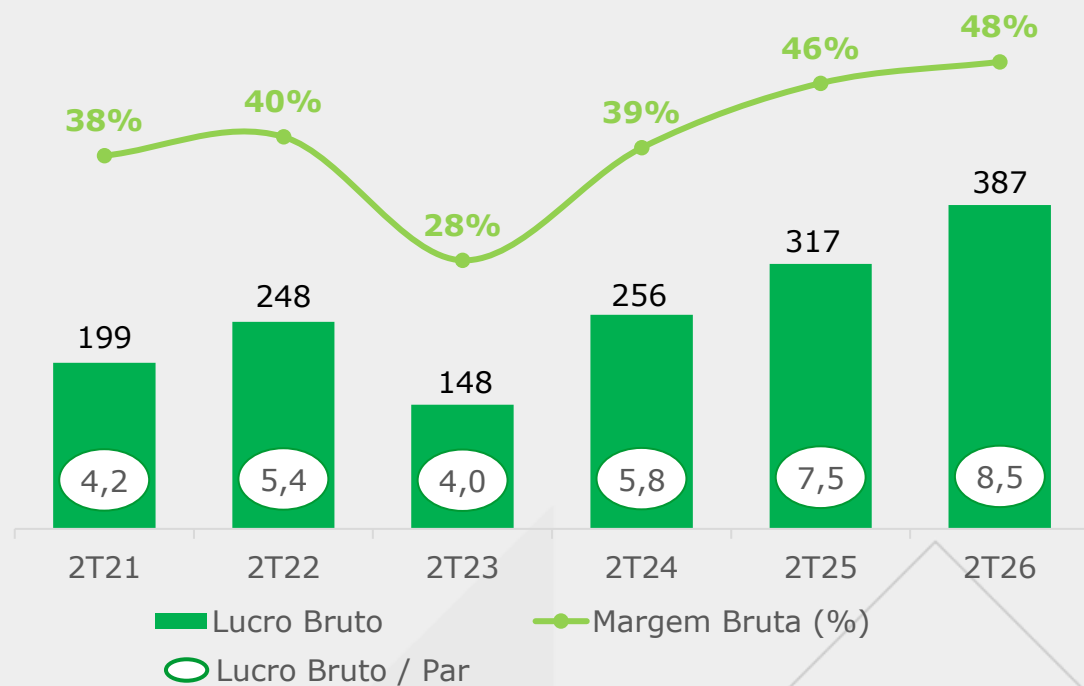
(Volume em pares)

**-2,6M 2T26**  
**VARIAÇÃO DE SELL-IN VS.**  
**SELL-OUT****+2,4M LTM**  
**VARIAÇÃO DE SELL-IN VS.**  
**SELL-OUT**

## HAVAIANAS BRASIL

## LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

(R\$ milhões)

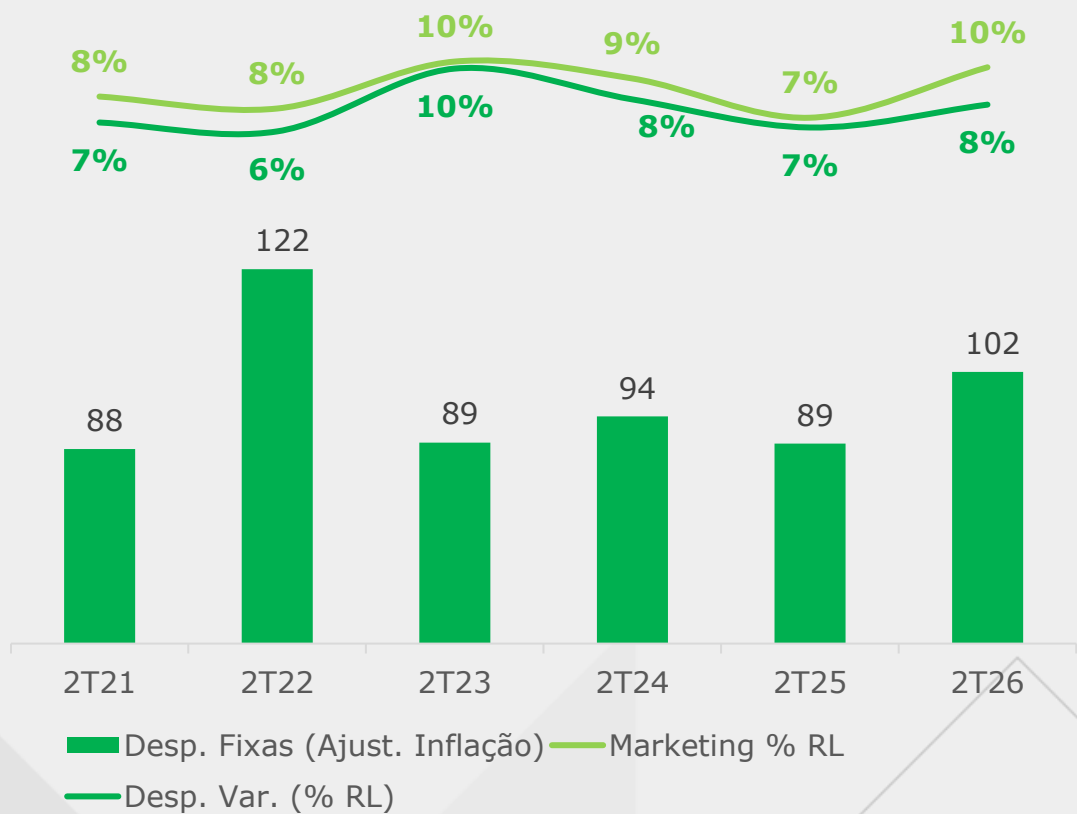
**+22%**  
**LUCRO**  
**BRUTO****+2pp**  
**MARGEM**  
**BRUTA****+13%**  
**LUCRO**  
**BRUTO/PAR**

# HAVAIANAS BRASIL

## SG&A

(R\$ milhões)

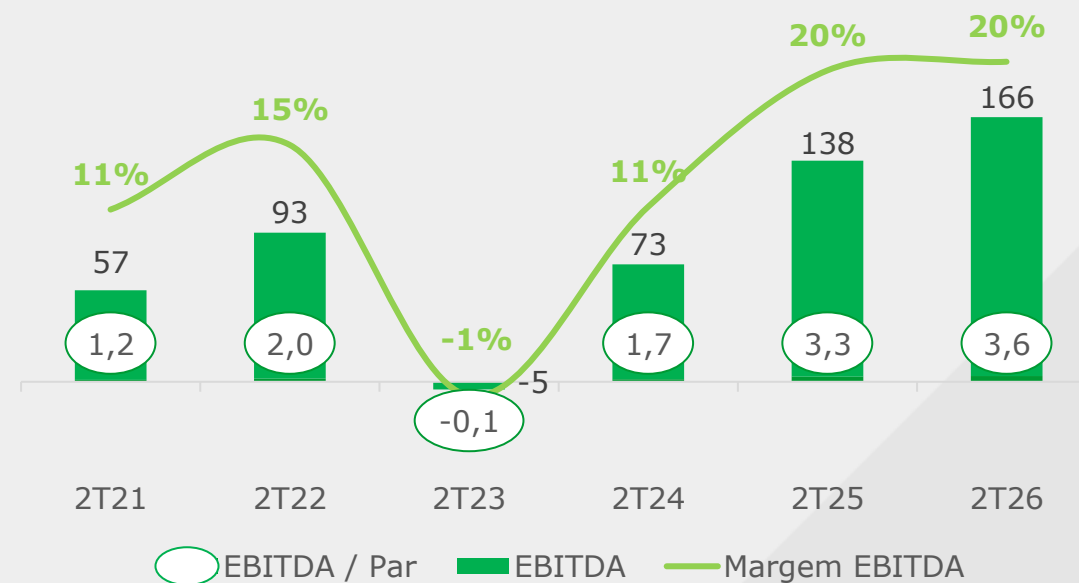
**+3pp** MARKETING % RL  
**8%** MARKETING LTM % RL  
**+1pp** DESPESAS VARIÁVEIS % RL  
**+16%** DESPESAS FIXAS



## EBITDA E MARGEM EBITDA

(R\$ milhões)

**+20%** EBITDA  
**+0.6pp** MARGEM EBITDA  
**+10%** EBITDA/PAR



## HAVAIANAS INTERNACIONAL – 2T26 vs. 2T25

## havaianas® INTERNACIONAL

(R\$ milhões)

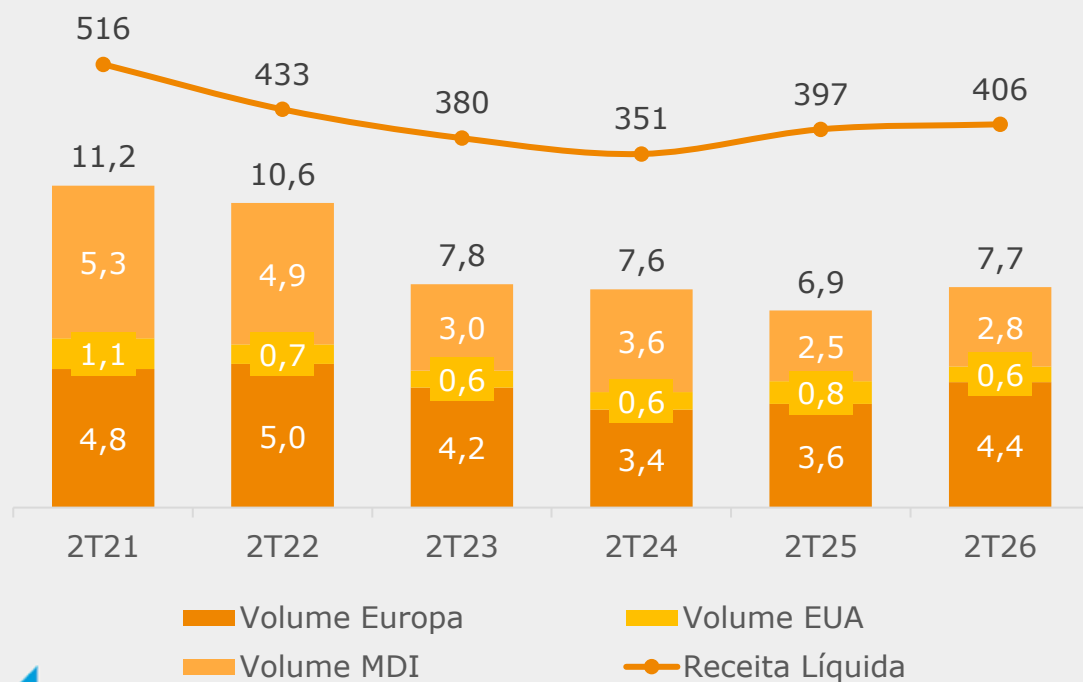
**+12%**  
VOLUME

**+2%**  
RECEITA  
LÍQUIDA

**+15%**  
RECEITA  
LÍQUIDA\*

**-9%**  
RECEITA/  
PAR

**+3%**  
RECEITA/  
PAR\*



## EUROPA

**+21%**  
VOLUME

**+21%**  
RECEITA  
LÍQUIDA

**-0%**  
RECEITA/  
PAR

**+12%**  
RECEITA/  
PAR\*

## EUA

**-30%**  
VOLUME

**-67%**  
RECEITA  
LÍQUIDA

**-53%**  
RECEITA/  
PAR

**-47%**  
RECEITA/  
PAR\*

## MDI

**+12%**  
VOLUME

**+2%**  
RECEITA  
LÍQUIDA

**-9%**  
RECEITA/  
PAR

**+2%**  
RECEITA/  
PAR\*

(\*) Moeda constante.

# HAVAIANAS INTERNACIONAL

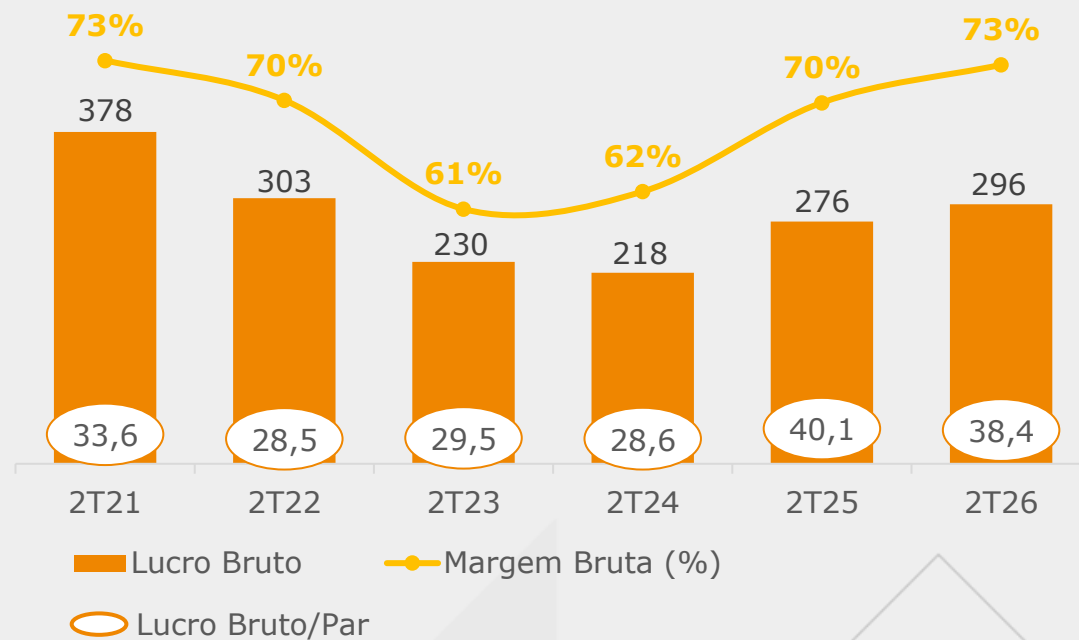
## LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

(R\$ milhões)

**+7%**  
**LUCRO**  
**BRUTO**

**+3pp**  
**MARGEM**  
**BRUTA**

**-4%**  
**LUCRO**  
**BRUTO/PAR**



# HAVAIANAS INTERNACIONAL

## SG&A

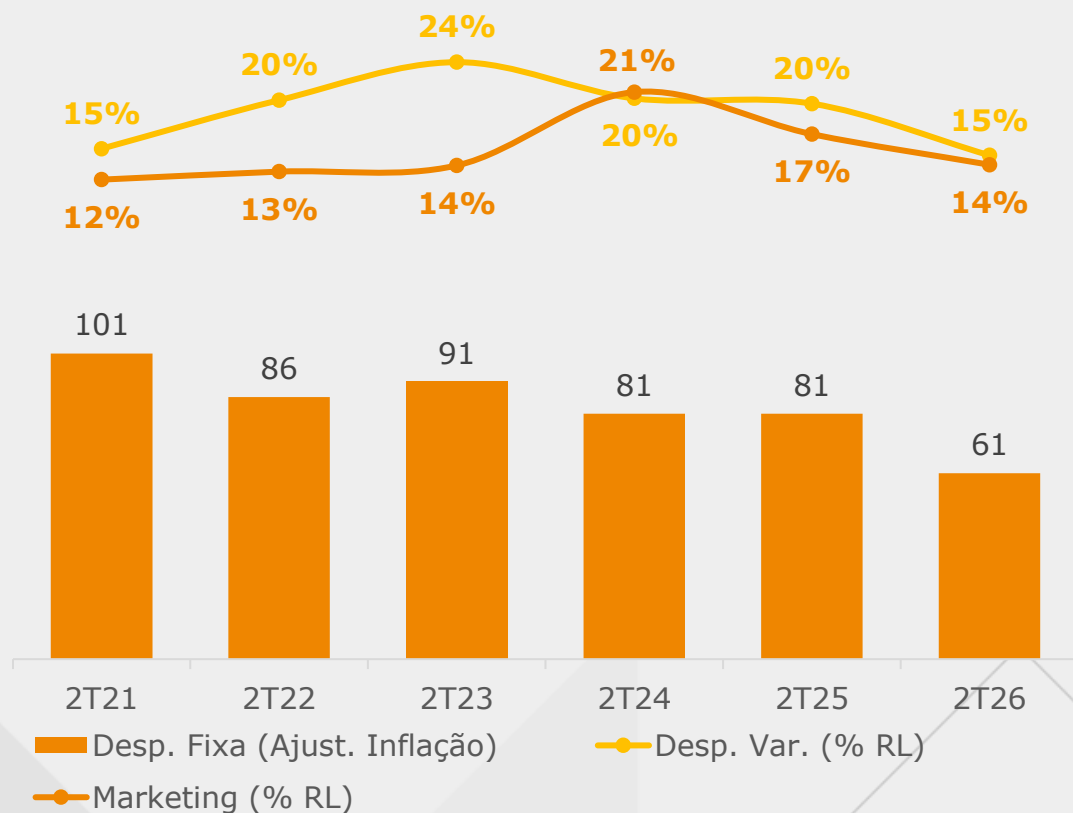
(R\$ milhões)

**-3pp**  
**MARKETING**  
**% RL**

**11%**  
**MARKETING**  
**LTM % RL**

**-5pp**  
**DESPESAS**  
**VARIÁVEIS % RL**

**-24%**  
**DESPESAS**  
**FIXAS**



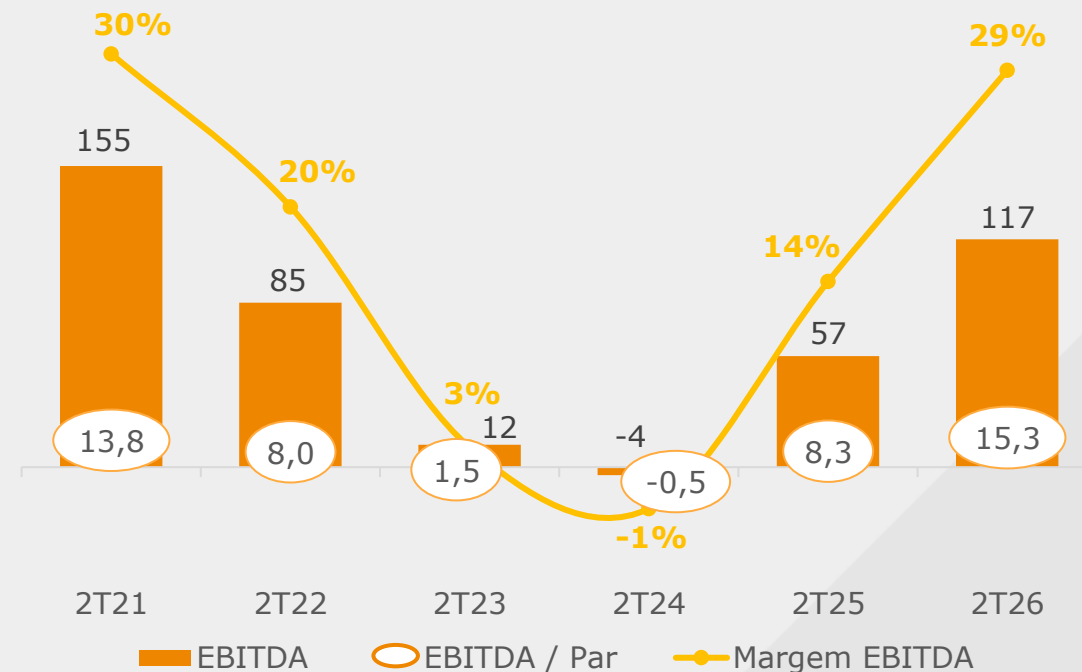
## EBITDA E MARGEM EBITDA

(R\$ milhões)

**+105%**  
**EBITDA**

**+15pp**  
**MARGEM**  
**EBITDA**

**+83%**  
**EBITDA/**  
**PAR**



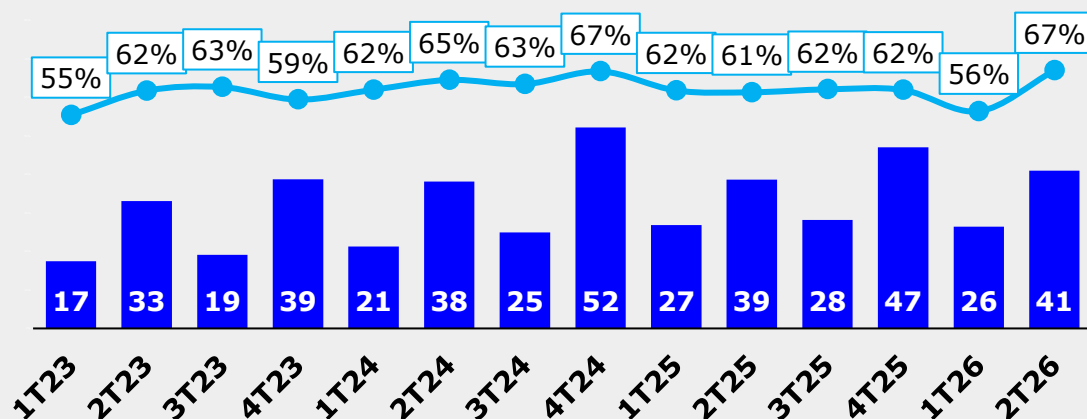
## ROTHY'S

RECEITA LÍQUIDA  
**USD 61M**  
(-3% vs. 2T25)

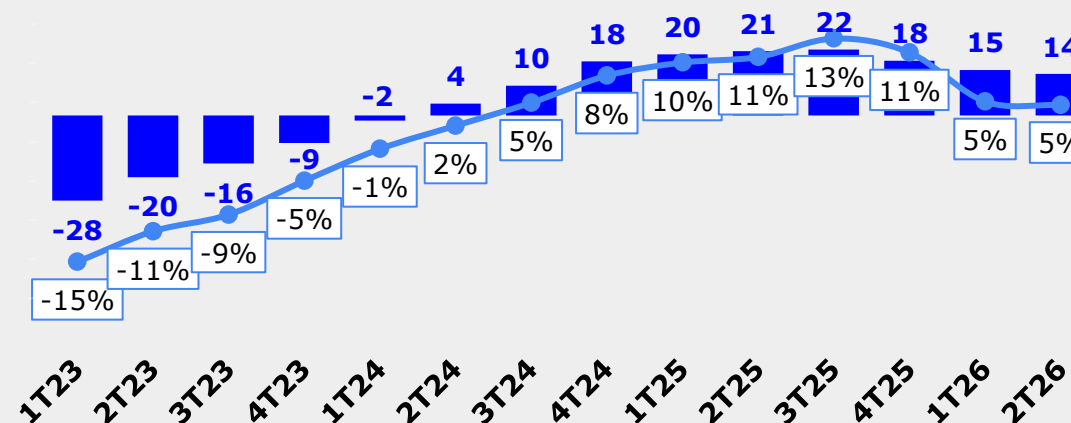
EBITDA  
**USD 6,5M**  
(-17% vs. 2T25)

LUCRO LÍQUIDO  
**USD 2,9M**  
(-52% vs. 2T25)

**EVOLUÇÃO DE LUCRO BRUTO E  
MARGEM BRUTA**  
(USD milhões e %RL)



**EVOLUÇÃO DE EBITDA E  
MARGEM EBITDA LTM**  
(USD milhões e %RL)



**Receita Líquida**

- Redução explicada por menor volume no e-commerce no período e redução do indicador de vendas em mesmas lojas no varejo.

**Margem Bruta**

- Impacto positivo de reembolso de tarifas de importação (+4,9 p.p.) e maior penetração de vendas de preço cheio no período.

**SG&A**

- Aumento de despesas operacionais devido à expansão de lojas (39 vs. 29 a/a) e ao maior volume de custos fixos, majoritariamente explicado por incremento de despesas com pessoal.

**Lucro Líquido**

- Resultado positivo no trimestre apesar de performance negativa na comparação anual.

## DESTAQUES FINANCEIROS CONSOLIDADOS | ALPARGATAS

| (milhões pares)                        | 2T26           | 2T25           | 2T26 vs. 2T25        | 1S26             | 1S25             | 1S26 vs. 1S25        |
|----------------------------------------|----------------|----------------|----------------------|------------------|------------------|----------------------|
| <b>Volume</b>                          | <b>53,3</b>    | <b>48,8</b>    | 9,0%                 | <b>114,7</b>     | <b>105,6</b>     | +8,7%                |
| Brasil                                 | 45,6           | 42,0           | +8,6%                | 100,4            | 92,9             | +8,1%                |
| Internacional                          | 7,7            | 6,9            | 11,9%                | 14,3             | 12,7             | 13,2%                |
| Europa                                 | 4,4            | 3,6            | +20,9%               | 7,9              | 6,6              | +19,6%               |
| EUA                                    | 0,6            | 0,8            | -30,0%               | 1,8              | 1,2              | +40,2%               |
| MDI                                    | 2,8            | 2,5            | +12,1%               | 4,7              | 4,8              | -2,3%                |
| <b>(R\$ milhões)</b>                   | <b>2T26</b>    | <b>2T25</b>    | <b>2T26 vs. 2T25</b> | <b>1S26</b>      | <b>1S25</b>      | <b>1S26 vs. 1S25</b> |
| <b>(=) Receita operacional líquida</b> | <b>1.226,4</b> | <b>1.101,4</b> | <b>+11,3%</b>        | <b>2.455,8</b>   | <b>2.193,8</b>   | <b>+11,9%</b>        |
| Receita Havaianas                      | 1.215,0        | 1.090,3        | +11,4%               | 2.431,7          | 2.172,2          | +11,9%               |
| Outras Receitas                        | 11,3           | 11,0           | +2,5%                | 24,1             | 21,7             | +11,4%               |
| <b>(-) Custo dos produtos vendidos</b> | <b>(535,5)</b> | <b>(498,6)</b> | <b>+7,4%</b>         | <b>(1.118,1)</b> | <b>(1.030,6)</b> | <b>+8,5%</b>         |
| Custo Havaianas                        | (532,2)        | (497,4)        | +7,0%                | (1.145,0)        | (1.026,7)        | +11,5%               |
| Outros Custos                          | (3,3)          | (1,2)          | +185,1%              | 26,9             | (3,9)            | -791,4%              |
| <b>(=) Lucro Bruto</b>                 | <b>690,8</b>   | <b>602,8</b>   | <b>+14,6%</b>        | <b>1.337,7</b>   | <b>1.163,3</b>   | <b>+15,0%</b>        |
| Lucro Bruto Havaianas                  | 682,9          | 592,9          | +15,2%               | 1.286,7          | 1.145,5          | +12,3%               |
| Outros Lucro Bruto                     | 8,0            | 9,9            | -19,1%               | 51,0             | 17,8             | +186,9%              |
| Margem Bruta (%)                       | 56,3%          | 54,7%          | +1,6pp               | 54,5%            | 53,0%            | +1,4pp               |
| Margem Bruta Havaianas (%)             | 56,2%          | 54,4%          | +1,8pp               | 52,9%            | 52,7%            | +0,2pp               |
| Outros Margem Bruta (%)                | 70,5%          | 89,4%          | -18,9pp              | 211,4%           | 82,1%            | +129,3pp             |
| <b>(=) EBITDA</b>                      | <b>269,1</b>   | <b>174,7</b>   | <b>+54,1%</b>        | <b>555,4</b>     | <b>369,0</b>     | <b>+50,5%</b>        |
| Havaianas                              | 283,1          | 195,4          | +44,9%               | 546,5            | 402,3            | +35,9%               |
| Outros                                 | (14,1)         | (20,8)         | -32,2%               | 8,8              | (33,3)           | -126,5%              |
| Margem EBITDA (%)                      | 21,9%          | 15,9%          | +6,1pp               | 22,6%            | 16,8%            | +5,8pp               |
| Margem EBITDA Havaianas (%)            | 23,3%          | 17,9%          | +5,4pp               | 22,5%            | 18,5%            | +4,0pp               |
| Outros Margem EBITDA (%)               | -124,4%        | -188,3%        | +63,9pp              | 36,5%            | -153,6%          | +190,2pp             |
| <b>(+) Itens Extraordinários</b>       | <b>16,9</b>    | <b>17,9</b>    | <b>-5,7%</b>         | <b>30,2</b>      | <b>29,6</b>      | <b>+1,9%</b>         |
| <b>(=) EBITDA Ajustado</b>             | <b>286,0</b>   | <b>192,6</b>   | <b>+48,5%</b>        | <b>585,5</b>     | <b>398,6</b>     | <b>+46,9%</b>        |
| Margem EBITDA Ajustada(%)              | 23,3%          | 17,5%          | +5,8pp               | 23,8%            | 18,2%            | +5,7pp               |
| <b>(=) Lucro Líquido</b>               | <b>169,7</b>   | <b>87,0</b>    | <b>+95,1%</b>        | <b>332,5</b>     | <b>199,4</b>     | <b>+66,8%</b>        |
| Margem Líquida (%)                     | 13,8%          | 7,9%           | +5,9pp               | 13,5%            | 9,1%             | +4,5pp               |

INSPIRADOS PELAS PESSOAS  
INSPIRADOS PELAS PESSOAS  
INSPIRADOS PELAS PESSOAS



# ALPARGATAS

**RELAÇÕES COM INVESTIDORES**  
[ri@alpargatas.com](mailto:ri@alpargatas.com)

