ALPARGATAS

INSPIRADOS PELAS PESSOAS · INSPIRADOS PELAS PESSOAS ·

VIDEOCONFERÊNCIA RESULTADOS 3T26



ALPARGATAS

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

ALPARGATAS – PRINCIPAIS INDICADORES DE DESEMPENHO 3T26



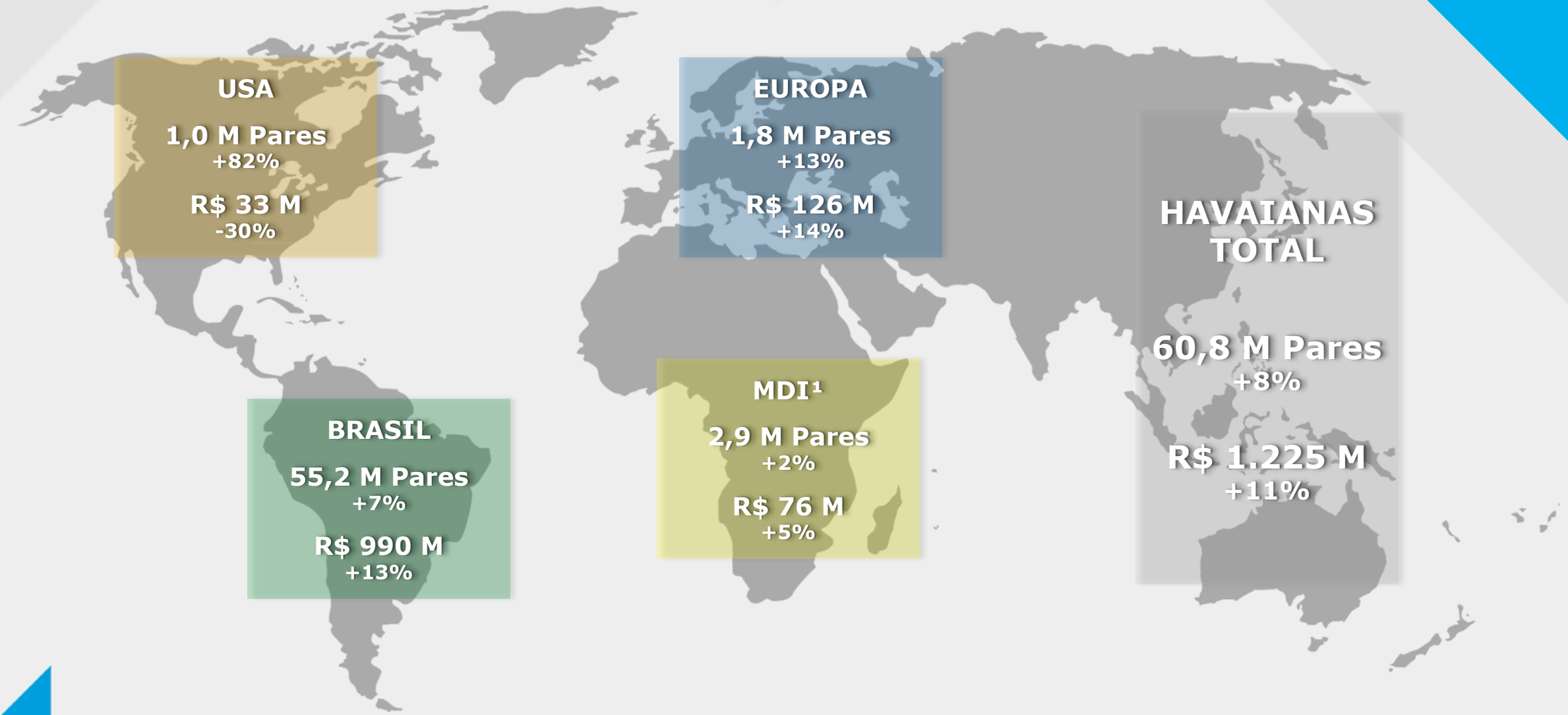






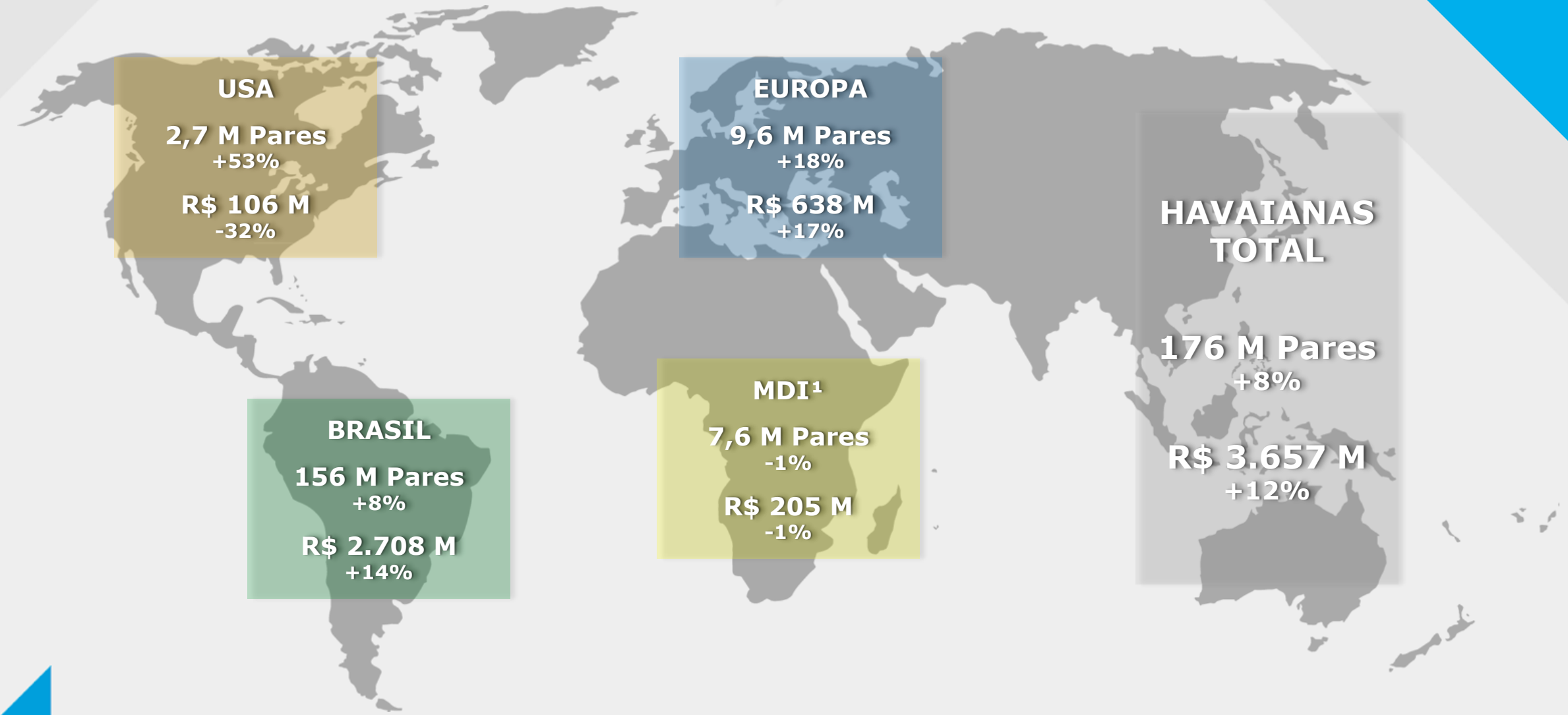
	MODELO DE CRESCIMENTO NO BRASIL	MODELO DE CRESCIMENTO INTERNACIONAL	MARKETING & PORTFOLIO	ALOCAÇÃO DE CAPITAL
PRIORIDADES 2026	▪ Vencer no canal Especializado ▪ Acelerar a expansão do canal Alimentar Moderno ▪ Mitigar o declínio do canal Alimentar Tradicional	▪ **Europa:** acelerar o crescimento e aumentar 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 3T26	▪ **Melhoria consistente nos níveis de serviço (OTIF), atingindo 84,4%**, acompanhada pelo crescimento do sell-out nos canais alimentar (+13,5) e DTC (+10%). ▪ Ganhos de market share no **Alimentar em 80%, alta de 2,7 p.p. versus setembro de 2025.**	▪ **Europe:** performance sólida após o pico de sazonalidade – **sell-in de 17%** no 9M26 com melhor mix de canal. ▪ **US:** ultrapassou volume histórico annual – **2,7MM pares vendidos em 9M26** com sell-in de **+82% a/a no 3T26.** ▪ **IDM: crescimento de +2% sell-in** impulsionado por vendas em LATAM e Asia.	▪ Trimestre importante para **visibilidade da marca**, com campanhas no Brasil e presença em Fashion Weeks na Europa, reforçando **a relevância da marca em ambientes de tendência e influência.** ▪ Crescimento sustentável em categorias menos penetradas com **Kids sell-in +20% a/a e masculino +11% a/a**.	▪ **Ganhos de alavancagem operacional**, com redução de 0,4% das despesas operacionais como percentual da receita. ▪ **Geração de Caixa** consistente nos últimos tris, combinada à substituição de **debentures em termos mais favoráveis.** ▪ **ROIC atingiu 19%** em melhoria consistente desde 2023.

HAVAIANAS – VOLUME E RECEITA LÍQUIDA – 3T26 vs. 3T25



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 – 9M26 vs. 9M25



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

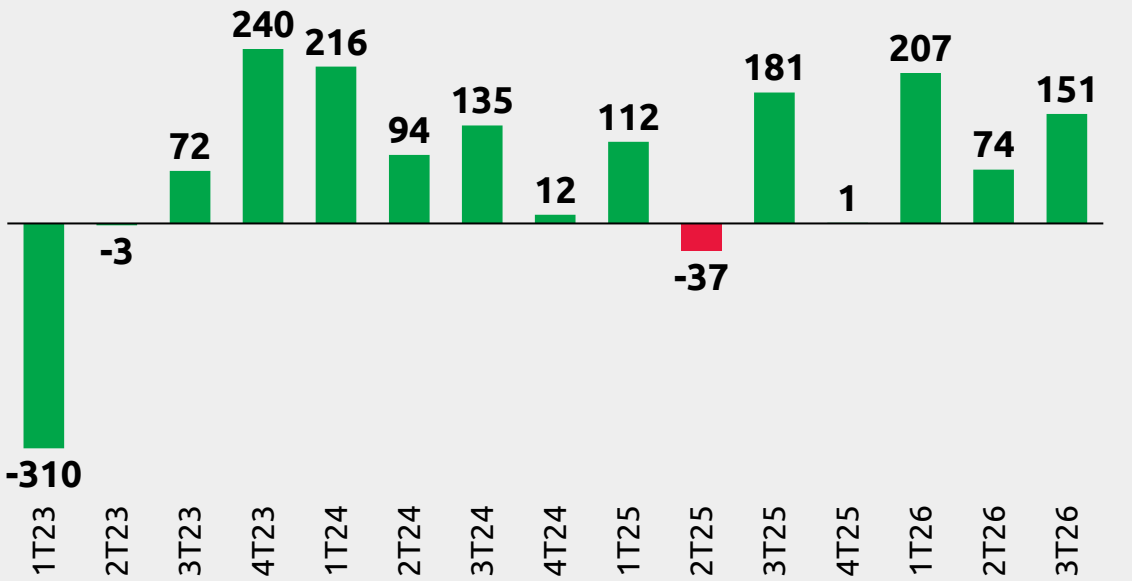
ALPARGATAS – DISCIPLINA DE CAIXA

FLUXO DE CAIXA LIVRE PARA O ACIONISTA

(R$ milhões)

+R$ 151M (vs. R$ 181M no 3T25)

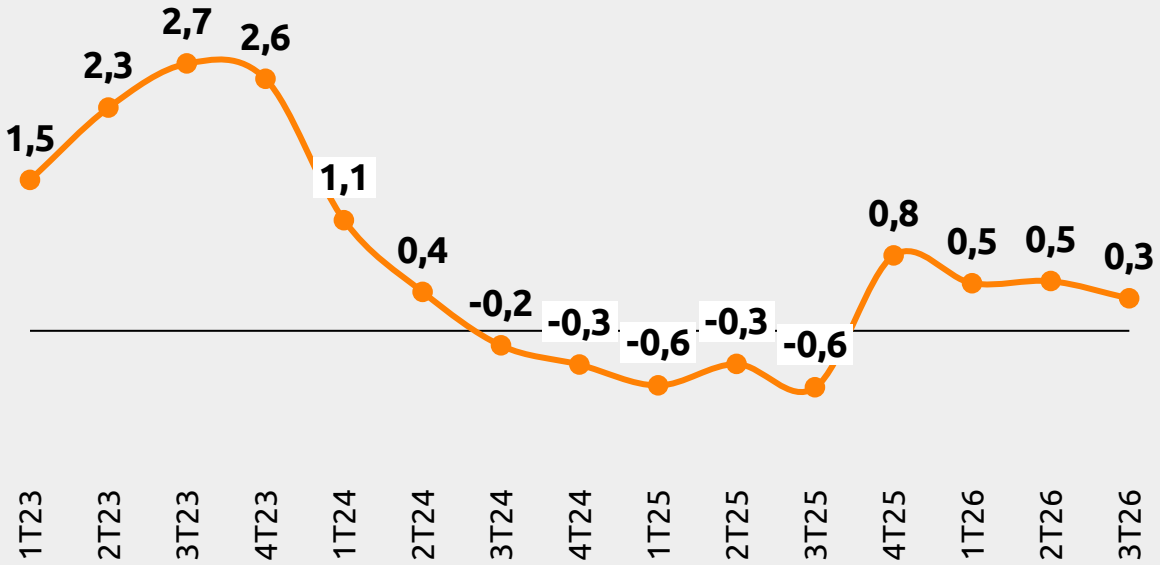
GERAÇÃO DE CAIXA LTM R$ 433M



ALAVANCAGEM

DIV. LÍQ. / EBITDA LTM

ALAVANCAGEM DE 0,3x (vs. -0,6x no 3T25)

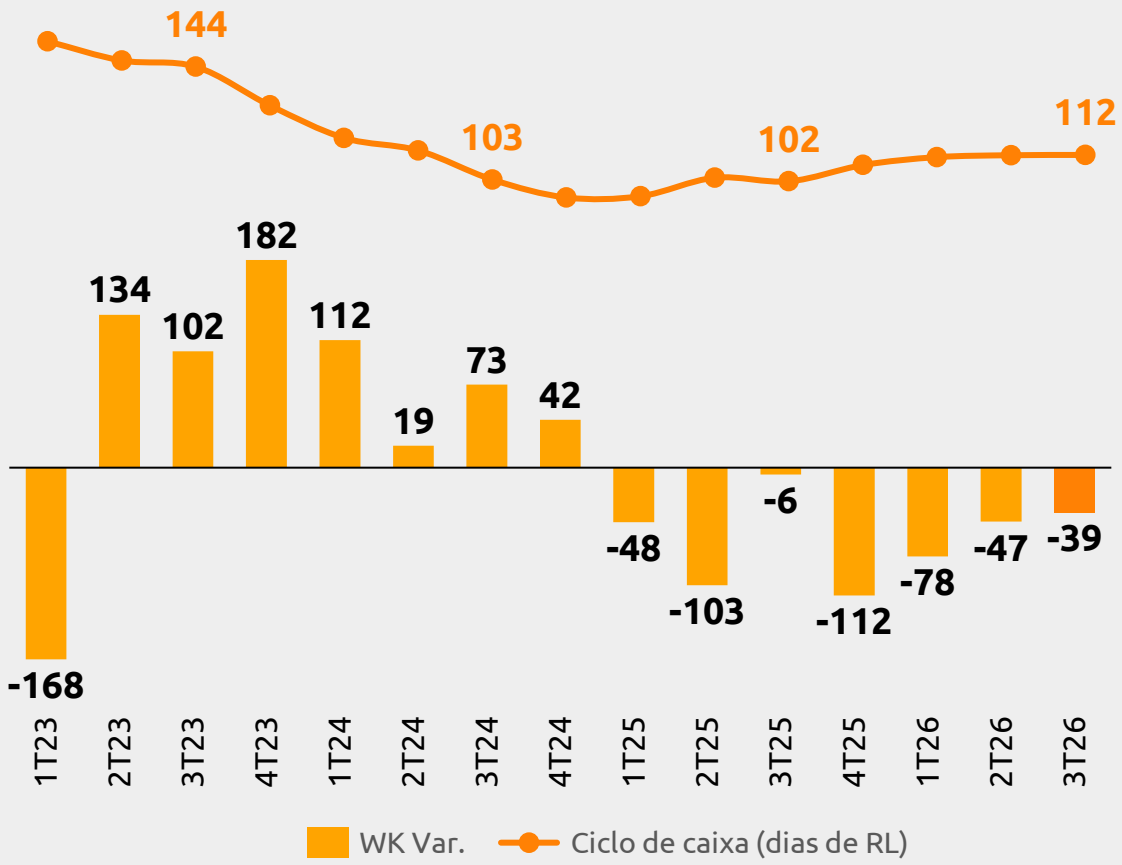


ALPARGATAS – DISCIPLINA DE CAIXA

VARIAÇÃO DE CAPITAL DE GIRO

(R$ milhões)

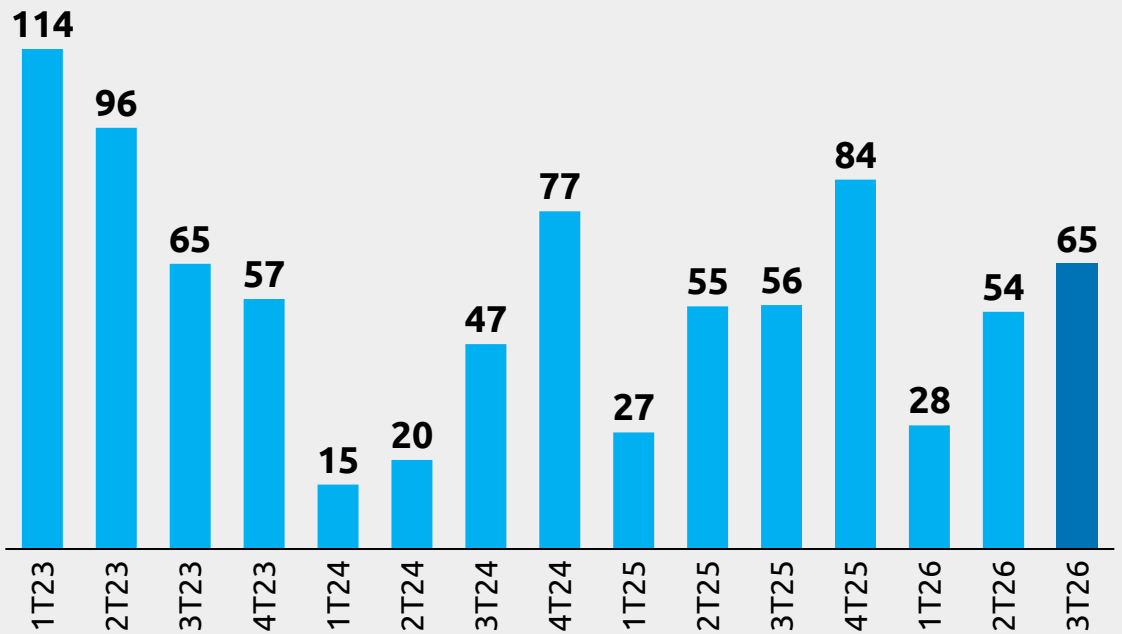
Variação de -R$ 39M (vs. -R$ 6M no 3T25)



CAPEX

(R$ milhões)

Capex de R$ 65M (vs. R$ 56M no 3T25)



HAVAIANAS BRASIL – 3T26 vs. 3T25

havaianas® BRASIL

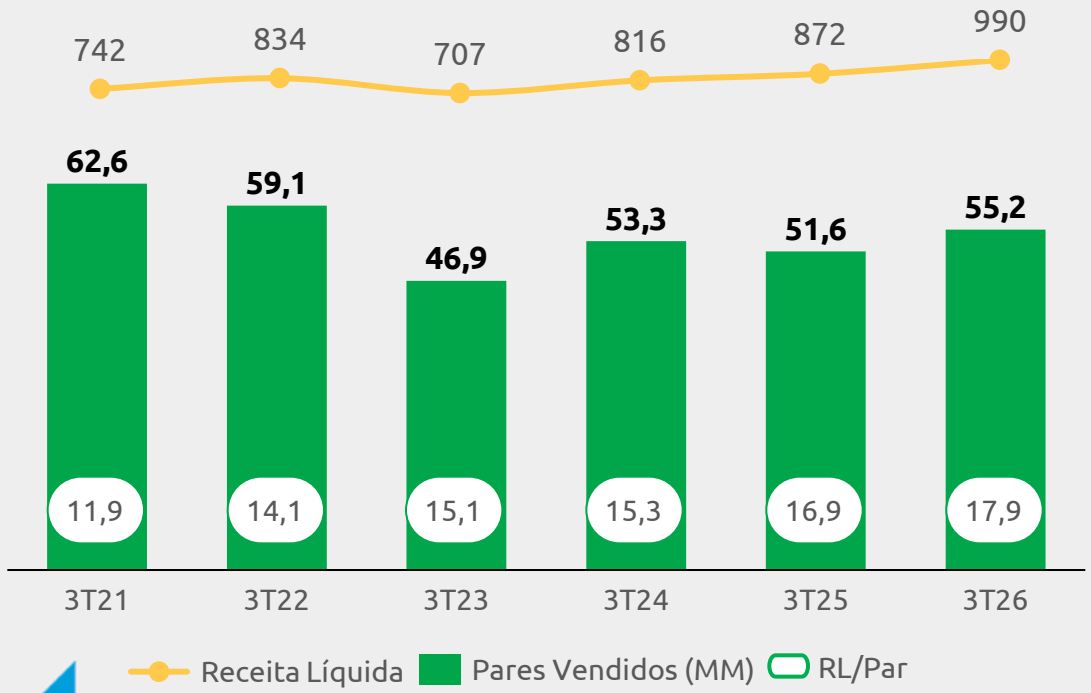
(R$ milhões)

+8% SELL-OUT

+7% VOLUME

+6% RECEITA/ PAR

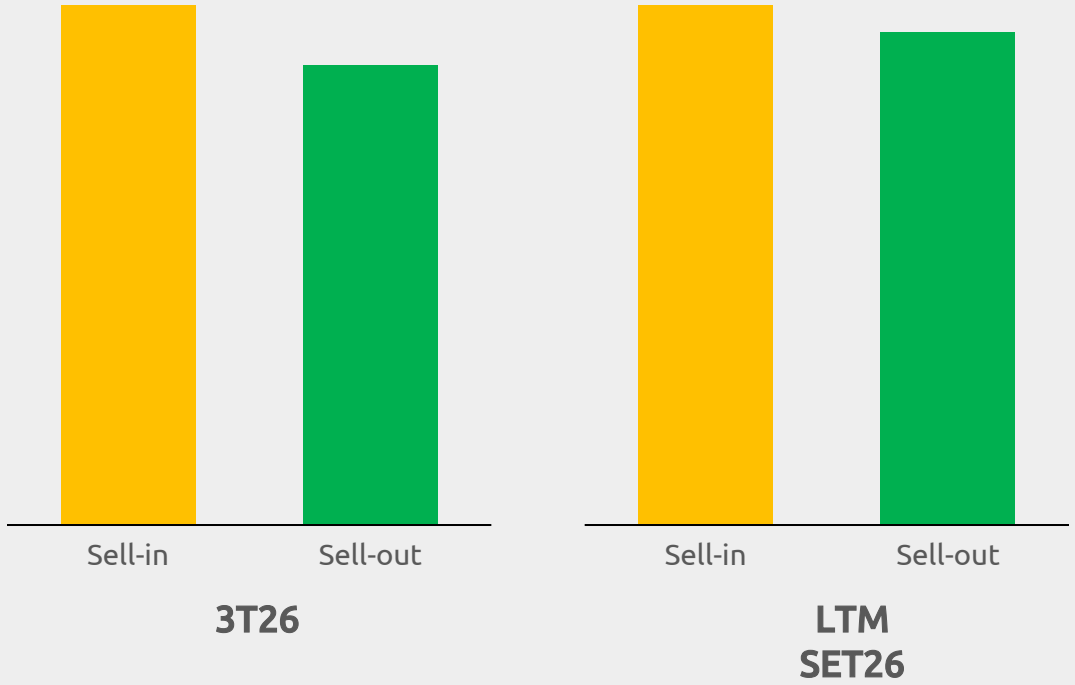
+13% RECEITA LÍQUIDA



(Volume em pares)

+4,7 3Q26
VARIAÇÃO DE SELL-IN VS. SELL-OUT

+1,9 LTM
VARIAÇÃO DE SELL-IN VS. SELL-OUT (~1% DO SELL-IN)



HAVAIANAS BRASIL – 3T26 vs. 3T25

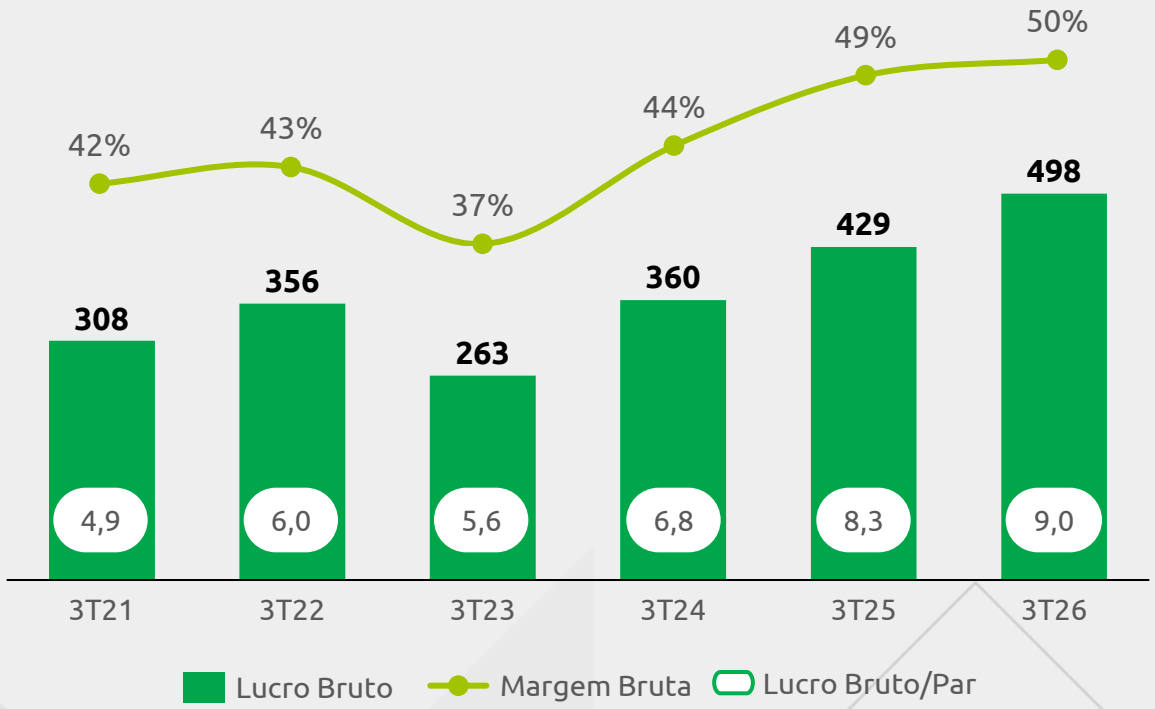
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

(R$ milhões)

+16% LUCRO BRUTO

+1pp MARGEM BRUTA

+9% LUCRO BRUTO/PAR





HAVAIANAS BRASIL – 3T26 vs. 3T25

SG&A

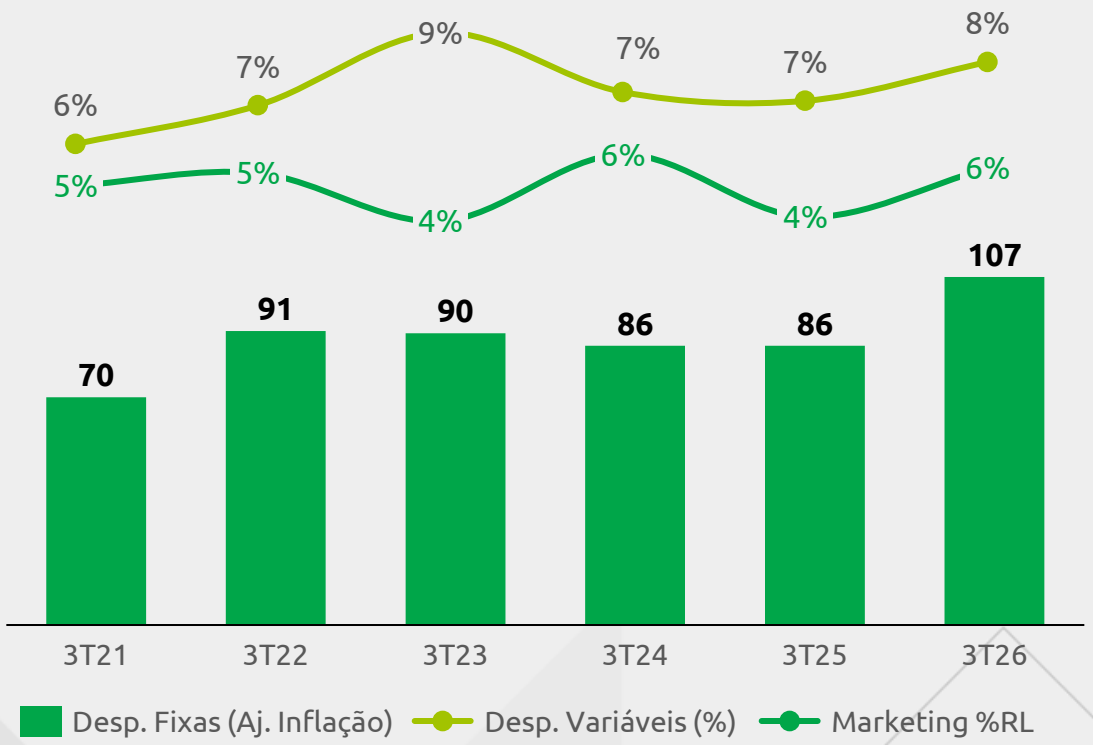
(R$ milhões)

+1pp MARKETING % RL

8% MARKETING LTM % RL

+1pp DESPESAS VARIÁVEIS % RL

+25% DESPESAS FIXAS



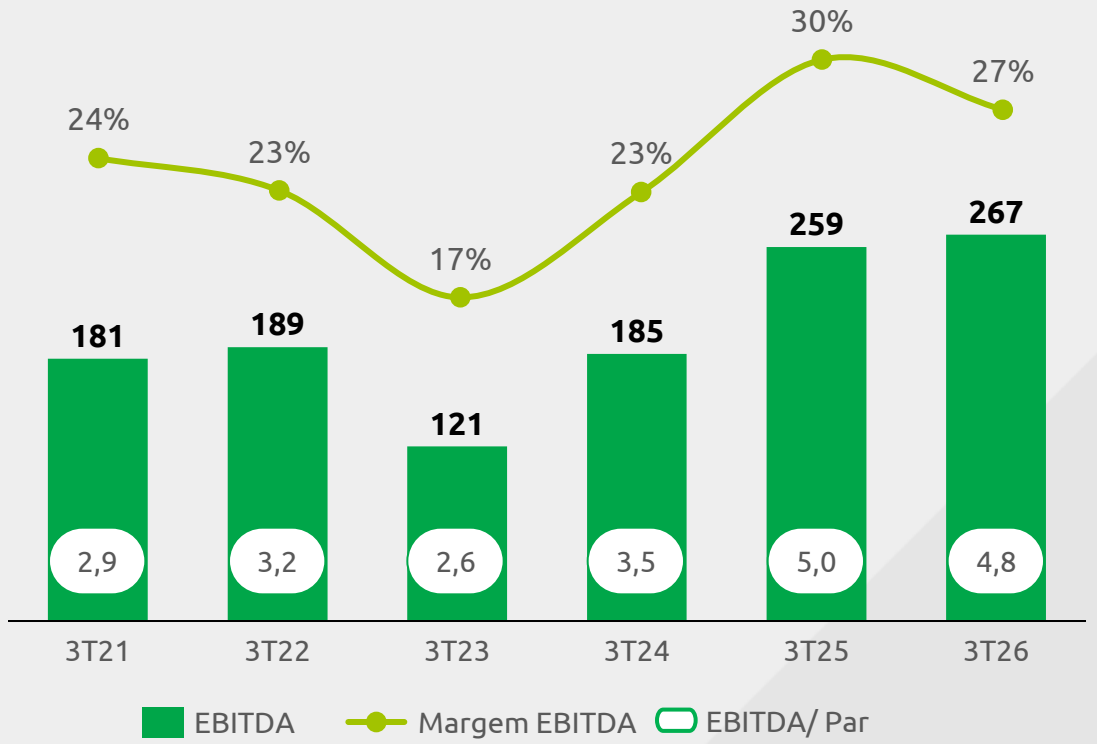
EBITDA E MARGEM EBITDA

(R$ milhões)

+3% EBITDA

-2,6pp MARGEM EBITDA

-3% EBITDA/PAR

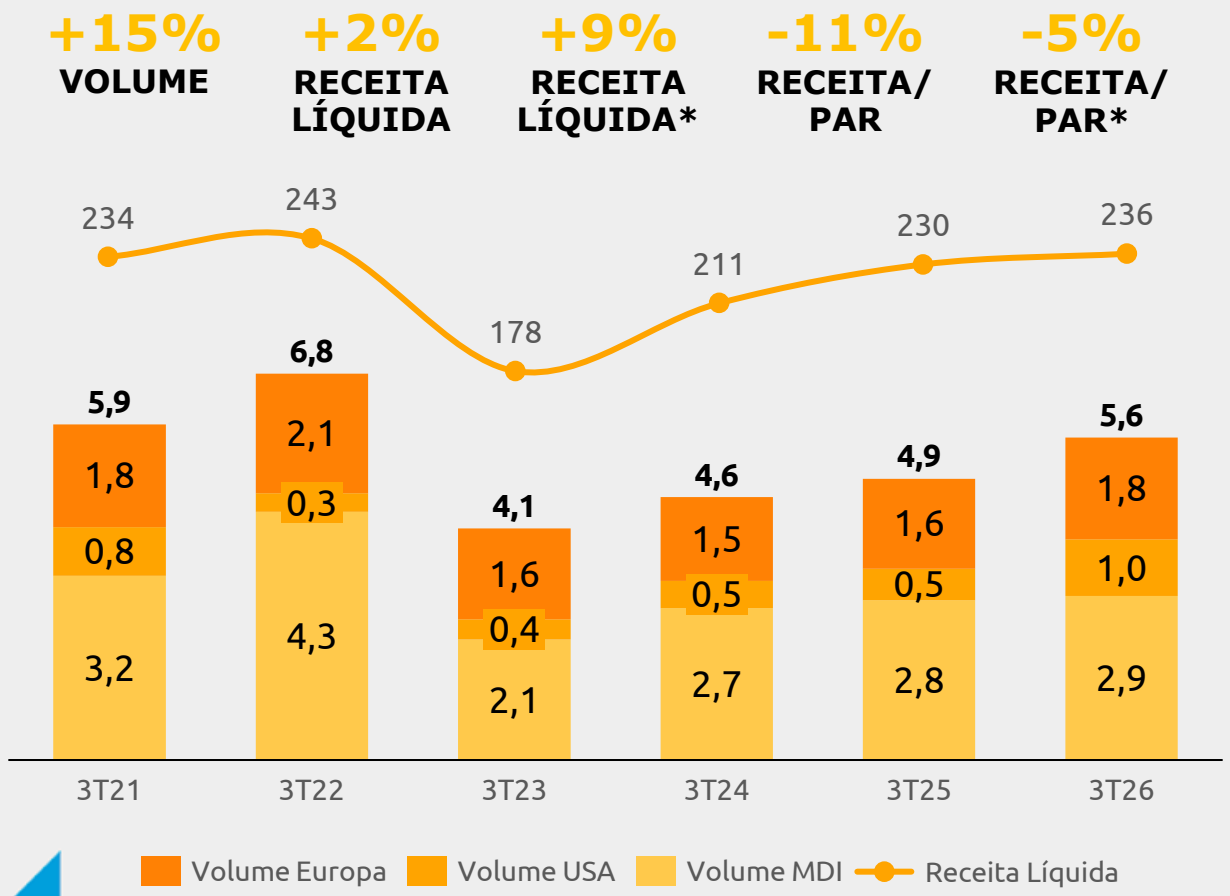


SG&A exclui bonus, D&A e IFRS16

HAVAIANAS INTERNACIONAL – 3T26 vs. 3T25

havaianas® INTERNACIONAL

(R$ million)



EUROPA

+13%	+14%	+1%	+8%
VOLUME	RECEITA LÍQUIDA	RECEITA/ PAR	RECEITA/ PAR*

USA

+82%	-30%	-61%	-59%
VOLUME	RECEITA LÍQUIDA	RECEITA/ PAR	RECEITA/ PAR*

MDI

+2%	+5%	+3%	+9%
VOLUME	RECEITA LÍQUIDA	RECEITA/ PAR	RECEITA/ PAR*

(*) Moeda constante.

HAVAIANAS INTERNACIONAL– 3T26 vs. 3T25

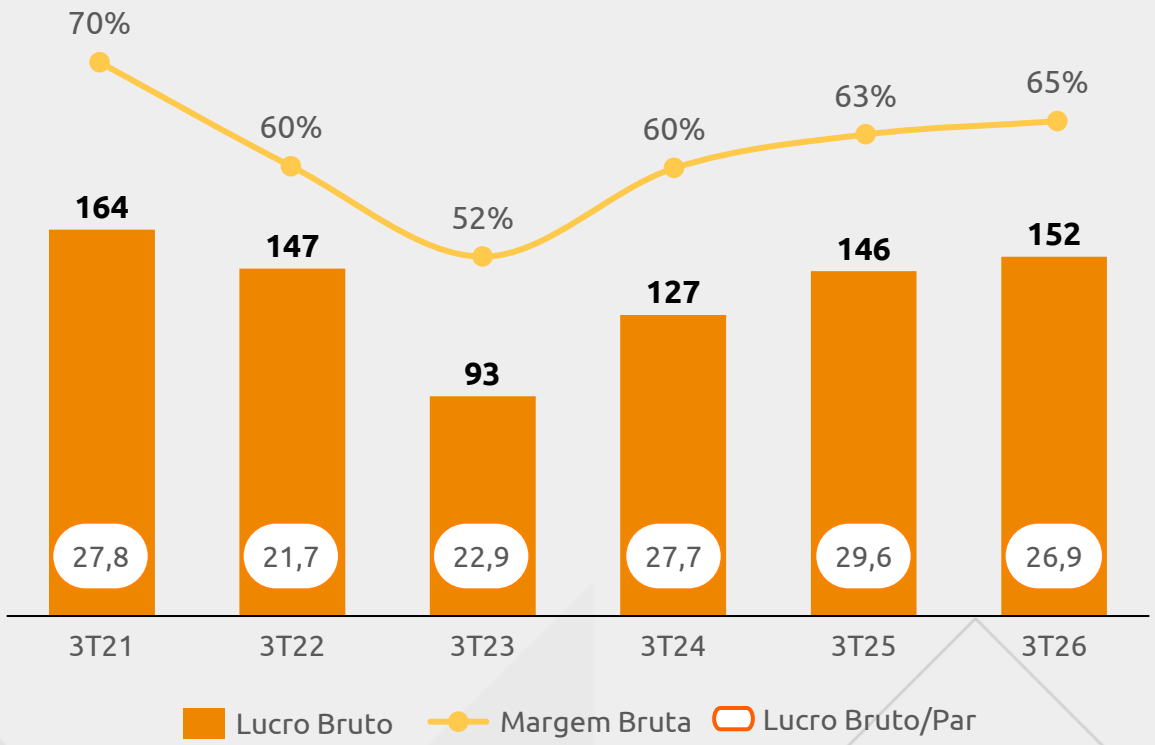
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

(R$ milhões)

+4% LUCRO BRUTO

+1pp MARGEM BRUTA

-9% LUCRO BRUTO/PAR





HAVAIANAS INTERNACIONAL– 3T26 vs. 3T25

SG&A

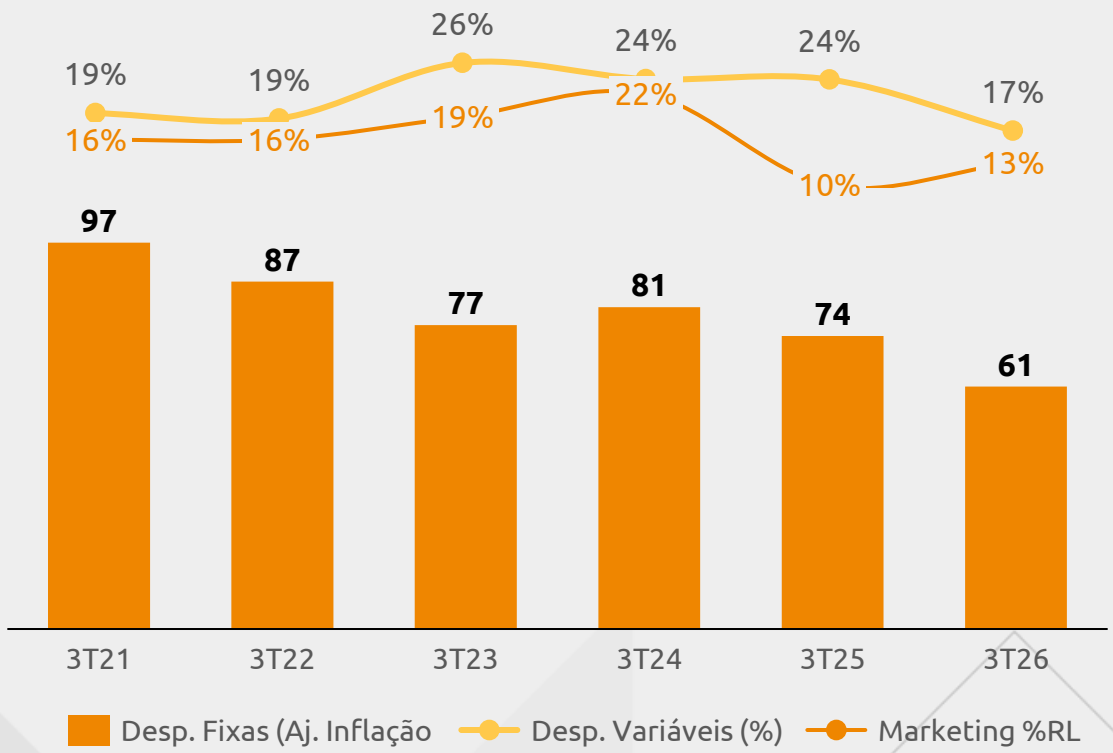
(R$ milhões)

+3pp MARKETING % RL

11% MARKETING LTM % RL

-7pp DESPESAS VARIÁVEIS % RL

-17% DESPESAS FIXAS



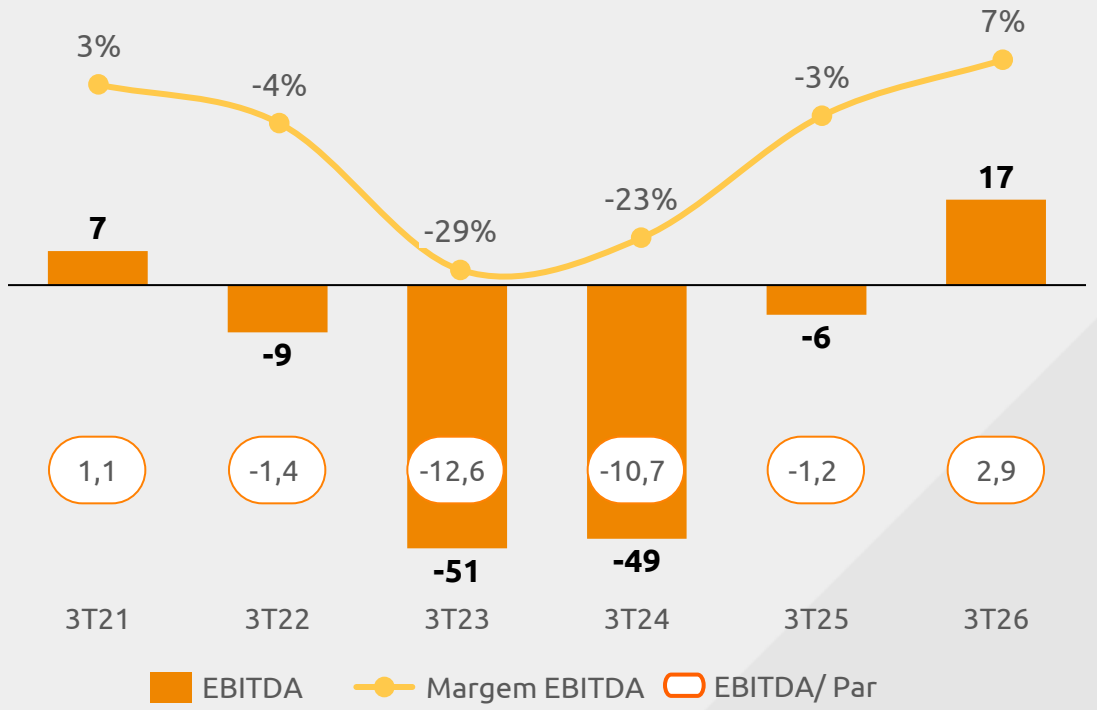
EBITDA E MARGEM EBITDA

(R$ milhões)

+3x EBITDA

+10pp MARGEM EBITDA

+4,0x EBITDA/PAR



SG &A exclui bonus, D&A e IFRS16

ROTHY'S

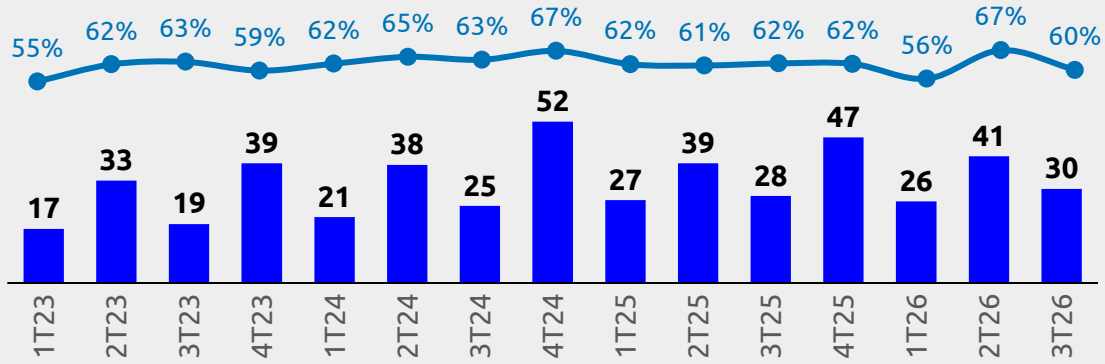
RECEITA LÍQUIDA
USD 51M
(+12% vs. 3T25)

EBITDA
USD -2,2M
(vs. 0,2M em 3T25)

LUCRO LÍQUIDO
USD -2,6M
(vs. -0,7M em 3T25)

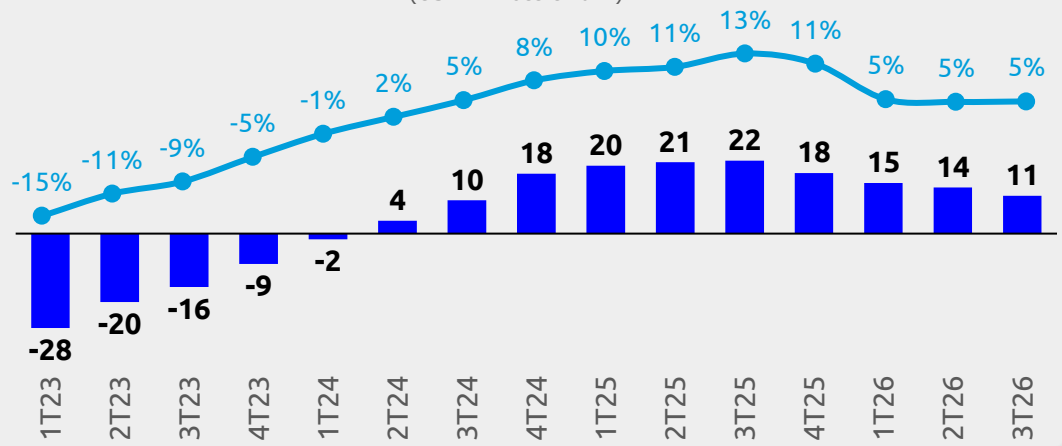
EVOLUÇÃO DE LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

(USD milhões e %RL)



EVOLUÇÃO DE EBITDA E MARGEM EBITDA LTM

(USD milhões e %RL)



Receita Líquida
- Crescimento explicado pelo aumento de *footprint* no período, explicado por abertura de lojas e portas no varejo

Margem Bruta
- Redução explicada por aumento em custo de frete no período

SG&A
- Crescimento de OPEX explicado pela expansão de lojas (40 vs. 33 LY) e aumento de despesas de marketing relacionadas à campanha de outono

Lucro Líquido
- Resultado negative explicado por pressão de custos e despesas no período

ALPARGATAS – DESTAQUES FINANCEIROS CONSOLIDADOS

(pares milhões)	3T26	3T25	3T26 vs. 3T25	9M26	9M25	9M26 vs. 9M25
Volume	**60,8**	**56,6**	*7,6%*	**175,6**	**162,1**	*8,3%*
Brasil	55,2	51,6	*6,9%*	155,6	144,6	*7,6%*
Internacional	5,6	4,9	*14,6%*	20,0	17,6	*13,6%*
Europa	1,8	1,6	*12,8%*	9,6	8,1	*18,3%*
USA	1,0	0,5	*82,0%*	2,7	1,8	*52,9%*
MDI	2,9	2,8	*2,5%*	7,6	7,6	*-0,6%*
(R$ milhões)	**3T26**	**3T25**	**3T26 vs. 3T25**	**9M26**	**9M25**	**9M26 vs. 9M25**
Receita operacional líquida	**1.239,7**	**1.115,8**	***11,1%***	**3.695,5**	**3.309,6**	***11,7%***
Receita Havaianas	1.225,3	1.102,5	*11,1%*	3.657,0	3.274,6	*11,7%*
Outras Receitas	14,4	13,3	*7,7%*	38,5	35,0	*10,0%*
(-) Custo dos produtos vendidos	**-586,5**	**-530,1**	***10,6%***	**-1.704,6**	**-1.560,7**	***9,2%***
Custo Havaianas	-575,6	-527,7	*9,1%*	-1.684,4	-1.554,4	*8,4%*
Outros Custos	-10,9	-2,42	*350,3%*	-20,2	-6,3	*220,7%*
(=) Lucro Bruto	**653,2**	**585,72**	***11,5%***	**1.990,9**	**1.749,0**	***13,8%***
Lucro Bruto Havaianas	649,7	574,80	*13,0%*	1.972,6	1.720,3	*14,7%*
Outros Lucro Bruto	3,5	10,92	*-68,1%*	18,3	28,7	*-36,3%*
Margem Bruta (%)	*52,7%*	*52,5%*	*+0,2pp*	*53,9%*	*52,8%*	*+1,0pp*
Margem Bruta Havaianas (%)	*53,0%*	*52,1%*	*+0,9pp*	*53,9%*	*52,5%*	*+1,4pp*
Outros Margem Bruta (%)	*24,3%*	*81,9%*	*-57,6pp*	*47,5%*	*82,0%*	*-34,5pp*
(=) EBITDA	**279,0**	**261,5**	*6,7%*	**834,3**	**630,5**	*32,3%*
Havaianas	283,9	252,8	*12,3%*	866,6	655,1	*32,3%*
Outros	-4,9	8,7	*-156,0%*	-32,3	-24,6	*31,3%*
Margem EBITDA (%)	*22,5%*	*23,4%*	*-0,9pp*	*22,6%*	*19,1%*	*+3,5pp*
Margem EBITDA Havaianas (%)	*23,2%*	*22,9%*	*+0,2pp*	*23,7%*	*20,0%*	*+3,7pp*
Outros Margem EBITDA (%)	*-34,0%*	*65,3%*	*-99,3pp*	*-83,8%*	*-70,2%*	*-13,6pp*
(+) Itens Extraordinários	**4,6**	**-5,8**	***-178,4%***	**34,7**	**23,8**	***45,9%***
(=) EBITDA Ajustado	***283,5***	**255,7**	***10,9%***	***869,0***	**654,3**	***32,8%***
Margem EBITDA Ajustada(%)	*22,9%*	*22,9%*	*0,0pp*	*23,5%*	*19,8%*	*+3,7pp*
(=) Lucro Líquido	**175,5**	**171,3**	***2,4%***	**508,0**	**370,7**	***37,0%***
Margem Líquida (%)	*14,2%*	*15,4%*	*-1,2pp*	*13,7%*	*11,2%*	*+2,5pp*

ALPARGATAS

INSPIRADOS PELAS PESSOAS · INSPIRADOS PELAS PESSOAS ·

ALPARGATAS

RELAÇÕES COM INVESTIDORES
ri@alpargatas.com

