



**ALPARGATAS**



# **Divulgação de Resultados – 1T25**

**VIDEOCONFERÊNCIA**  
09 de maio de 2025 | Sexta-feira

**Português**  
09:00 (BRT) | 07:00 (EST)  
Tradução simultânea para inglês

[Acesso ao Zoom](#)

# Mensagem da Administração

## ***Allegro ma non troppo***

Ao nomear um andamento para o primeiro movimento de sua nona sinfonia, Beethoven escolheu um que expressava a ideia de uma execução rápida, mas não demais. Esta escolha sugeria uma interpretação com energia, mas sem exagero. Ao observarmos nosso negócio, temos uma perspectiva comparável. Acreditamos que o sucesso de nossa obra não será função da presteza de nossos movimentos, mas de sermos capazes de conduzi-la em um andamento compatível com uma execução bem feita e disciplinada ao longo de muito, muito tempo. Entendemos este momento como importante para consolidarmos as práticas e o modelo de gestão que vêm nos trazendo de volta ao andamento que desejamos, sem deixarmos que os ajustes implementados até aqui se percam pelo caminho. Continuaremos aguerridos com foco em nossa estratégia, consolidando ganhos em competitividade, eficiência e criação de valor. Nas palavras do próprio compositor: “somente o buscar aguerrido é infinito”.

Ao observarmos nossos resultados do 1T25, alcançamos crescimento de cerca de 10% em nossos volumes de vendas em relação ao 1T24. Mas achamos importante ressaltar que grande parte deste crescimento está relacionada a uma decisão tática de aceleração de vendas no Brasil, com objetivo de abastecermos adequadamente o canal em preparação para a virada de coleção, que acontece no segundo trimestre, buscando com isto evitarmos as usuais perdas de mercado que historicamente verificamos nesse período. Com isto, nossos volumes de *sell-in* momentaneamente se aceleraram frente ao *sell-out*, mas sem, com isto, mudar nossa perspectiva para a trajetória de crescimento esperada para o ano. Desta forma, ao mesmo tempo que celebramos o crescimento de nossos resultados, também temos a cautela de não tomarmos como base os níveis de crescimento verificados neste trimestre. *Allegro ma non troppo!*

Seguimos acreditando na manutenção do *sell-in*, em média, alinhado ao *sell-out*, tendo sempre como principal foco das ações comerciais a estimulação do consumo na ponta. Portanto, cremos que o crescimento de nossos volumes será, em média, norteado pela performance de *sell-out*, que, neste trimestre, avançou cerca de 2% em relação ao 1T24. Ao longo do ano, focaremos a gestão do nosso *sell-in* de modo a buscar sua convergência para o desempenho que estivermos observando na ponta.

Temos dedicado grande parte de nossa atenção a implementar nossa agenda de melhorias operacionais no Brasil. Temos visto uma gradual evolução em nossos *capabilities* operacionais, com nosso nível de serviço no Brasil, medido pelo OTIF, tendo atingido 73% nos 3 primeiros meses do ano. Além disso, temos conseguido melhor efetividade de nosso processo de S&OP, o que nos dá maior flexibilidade para atuar taticamente no abastecimento dos diferentes canais, com melhor sincronização entre produção, distribuição e ações comerciais e de marketing.

No que tange a disciplina na alocação de capital, temos mantido a atenção à geração de caixa livre, tendo gerado R\$ 128 milhões no trimestre e R\$ 439 milhões nos últimos 12 meses. Na dinâmica de capital de giro, tivemos pelo primeiro trimestre desde o 2T23, consumo de R\$ 48 milhões, principalmente pelo aumento na conta de clientes, refletindo a referida venda mais acentuada do período, e a recomposição do nível de estoque, tanto de matérias primas, quanto de produtos acabados. Tradicionalmente, os primeiros trimestres apresentam liberação de capital de giro pelo recebimento das vendas do quarto trimestre, consumo de caixa pela recomposição de estoque e mais pagamento de fornecedores. No 1T25, em que pese esse movimento seja diferente do histórico, ele está diretamente conectado à antecipação de venda feita no Brasil.

Mantivemos a cadência de implantação de nossos projetos prioritários, investindo R\$ 27 milhões no período, em linha com o plano previsto no orçamento de capital de R\$ 220 milhões para o ano. Entendemos que o volume de investimentos previsto para 2025 é condizente com o andamento que achamos adequado para uma implantação disciplinada, com um razoável equilíbrio entre as oportunidades de investimentos e a disciplina no uso dos recursos.

# Mensagem da Administração

No 1T25, efetuamos também o pré-pagamento de R\$ 550 milhões da primeira série da debênture emitida no final de 2022. Este movimento reduz o custo do carregamento da dívida, em um momento em que a companhia segue gerando caixa de forma consistente. Ao final do período mantivemos nossa posição de caixa líquido, com alavancagem de -0,6x Caixa Líquido/EBITDA.

A operação de Havaianas registrou R\$ 1,1 bilhão de receita líquida no período, 18% acima do mesmo período do ano anterior, impulsionada pelo aumento de 10% no volume de pares vendidos versus o 1T24, sendo 51 milhões de pares no Brasil e 5,8 milhões nas operações internacionais.

## Havaianas Brasil

Na operação comercial do Brasil, seguimos focados em fortalecer a competitividade da marca Havaianas e proteger nossa posição de liderança, por meio de ações consistentes e orientadas ao crescimento sustentável. No trimestre, vendemos 51 milhões de pares, representando um crescimento de 14% em relação ao 1T24, frente aos 2% de crescimento de *sell-out* no mesmo período. Já explicamos as razões por trás deste descolamento temporário entre os dois indicadores e que, ao longo dos trimestres, continuaremos buscando o equilíbrio entre eles.

Temos visto nosso *sell-out* se expandir nas franquias e lojas próprias (DTC), no canal especializado e nos canais do segmento alimentar moderno, que englobam as grandes redes de supermercado e os atacarejos. O desempenho positivo desses canais foi suficiente para compensar a queda de *sell-out* no canal tradicional, de maior relevância para a venda da companhia.

Ao considerarmos o ritmo do *sell-out* como principal direcionador das decisões comerciais, temos buscado adotar uma postura diligente na composição de estoque nos canais, garantindo disponibilidade adequada e proteção de participação de mercado, especialmente em momentos estratégicos como viradas de coleção ou picos sazonais. O estoque remanescente na cadeia está concentrado, principalmente, no canal alimentar.

No 1T25, apresentamos crescimento de 22% de receita líquida no Brasil, com aumento de 7% da receita por par, principalmente pelo diferente mix de canais, na comparação com o 1T24. A Margem Bruta do trimestre foi de 46% e a margem EBITDA de 22%. De um lado, estes níveis de margem bruta e de margem EBITDA dão continuidade à trajetória de recuperação que já vínhamos verificando em trimestres anteriores, fruto de uma combinação entre ganhos de escala, maior produtividade fabril, mais eficiência de distribuição e eficiência de SG&A. Por outro lado, achamos importante salientar que, neste trimestre, parte do efeito escala na expansão de nossas margens deveu-se aos maiores volumes de *sell-in*, em função de nossa antecipação tática de inventário na cadeia.

Desde o início dessa jornada, temos clareza da importância da retomada de nossa escala operacional como um dos principais vetores de nossa recuperação de margens unitárias e de resultados no Brasil. Para isto, temos dedicado especial atenção às ações de correção da precificação, à adequação do portfólio de produtos, à retomada de nossas ações de marketing, aos ajustes de estrutura, aos melhores processos de planejamento e logística e aos ganhos de produtividade industrial. A melhora gradual de resultado na operação de Havaianas Brasil desde o início dessa jornada nos motiva a seguir avançando com essa agenda de prioridades.

# Mensagem da Administração

## Havaianas Internacional

Na operação internacional iniciamos a jornada de retomada nesse 1T25. Na Europa, conseguimos melhorar consideravelmente a nossa operação logística, que havia sido uma fonte relevante de perda de volume e aumento de custos no ano passado. Dessa forma, iniciamos o ano com um crescimento de 5% de *sell-in*, alinhado à sinalização de leve crescimento do *pre-order* realizado no ano passado. O efeito calendário, com a Páscoa tardia, tende a prolongar a venda dos produtos da coleção passada, antes da entrada da Primavera, o que explica a queda de 1% na receita na região, em moeda constante. Realizamos satisfatoriamente as entregas do volume de *pre-order* nesse início da temporada para que, garantindo as prateleiras dos clientes abastecidas desde o início da primavera, consigamos avançar no *sell-out* e, potencialmente, ter uma reposição mais relevante para o restante da alta temporada.

Nos mercados em que atuamos exclusivamente através de distribuidores na África, América Latina, Ásia, Oriente Médio e Pacífico, fomos impactados pelo processo de desestocagem da cadeia em APAC, bem como pelos ajustes de preço de países da América Latina. Com isso, nosso volume de *sell-in* nesses mercados apresentou queda de 31% yoy, com reflexo similar na receita líquida, que recuou 32% em moeda constante. Em que pese a queda na receita, continuamos priorizando rentabilidade e padronização de políticas comerciais nesses mercados, traduzida em algum nível de expansão de margens já verificado neste 1T25.

Nos Estados Unidos, apresentamos queda de 28% no volume de pares vendidos e ganho de 1% na receita líquida em moeda constante, principalmente pela desaceleração das vendas e da nossa presença em canais *off-price*. Continuamos em busca de alternativas de modelos de negócios que nos permitam não só equilibrar as despesas, mas construir uma agenda de crescimento no mercado americano, ao mesmo tempo que trabalhamos para melhorar os resultados do modelo atual.

O trimestre foi marcado por maior eficiência operacional e disciplina de despesas, especialmente em mercados estratégicos, contribuindo para a expansão das margens bruta e EBITDA fora do Brasil. Dessa forma, a margem bruta da operação internacional foi de 65% e o EBITDA atingiu R\$ 33 milhões, com margem de 12%, +7p.p. acima do 1T24. O resultado foi impulsionado pelo ganho de eficiência da operação logística e pelo câmbio, em menor relevância. Importante destacar que todas as unidades de negócio da operação internacional apresentaram expansão tanto de margem bruta, quanto de margem EBITDA.

## Rothy's

Na Rothy's, apesar do primeiro trimestre ser o menos relevante por conta da sazonalidade, também tivemos avanços a serem destacados. Os lançamentos de produtos desse início de ano tiveram resultados positivos e ajudaram na retomada de crescimento de receita, que foi 27% acima do mesmo período do ano passado. A melhoria de eficiência fabril e redução nos custos de frete e distribuição, que já vinham sendo destaques positivos nos resultados anteriores, contribuíram para a preservação da margem bruta, que se manteve em 62%, mesmo patamar do 1T24. Adicionalmente, a consistência da disciplina na gestão de despesas contribuiu para uma melhoria importante do EBITDA no trimestre, que atingiu USD 20 milhões, na visão dos últimos 12 meses.

Importante destacar que o resultado do trimestre não foi impactado pelas tarifas do governo Trump, e que nesse sentido, seguimos acompanhando os desdobramentos das disputas entre Estados Unidos e China e suas implicações para o modelo de negócios da Rothy's. Para o curto prazo não temos sinalização de impactos materiais, visto que o nível de estoque nos Estados Unidos deve ser suficiente para a sazonalidade do segundo trimestre. No entanto, nos mantemos diligentes para estabelecer, em conjunto com os demais acionistas, os planos de ação que garantam a sustentabilidade do negócio.

# Mensagem da Administração

## Marca e estratégia de marketing

No 1T25, seguimos com consistência nossa estratégia de fortalecimento da marca Havaianas, como suporte da nossa operação comercial. Ao todo investimos R\$ 98 milhões em marketing, 29% acima do mesmo período do ano anterior, ou 9,1% da receita líquida do período. Deste total, R\$ 69 milhões foram investidos no Brasil e R\$ 29 milhões na operação internacional.

Cientes de que nosso maior ativo é a marca Havaianas, seguiremos investindo de forma planejada e disciplinada, fortalecendo o papel do marketing como sustentação da operação comercial. Nosso portfólio será cada vez mais orientado a endereçar novas audiências — como homens, crianças e o público jovem — e ampliar as ocasiões de uso, indo além da praia e ganhando as ruas. Nos mercados internacionais, a estratégia será pautada pela conexão com a moda, com foco em inovações que reforcem a desejabilidade da marca e sua relevância cultural.

## Perspectivas

Encerramos o primeiro trimestre com senso de continuidade, cientes de que os avanços conquistados ainda exigem atenção, consistência e foco na execução. Sabemos que há muito pela frente — a consolidar, a ajustar, a construir.

Seguiremos comprometidos com a disciplina financeira; com a busca contínua por eficiência; com a gestão ativa de nossos estoques na cadeia; com o fortalecimento da presença e da rentabilidade no Brasil; com a recomposição de escala e eficiência na Europa; com o avanço na agenda de soluções para os Estados Unidos; com maior foco nos mercados prioritários operados por distribuidores. Continuaremos investindo em nossa marca — nosso principal ativo — e garantindo que nossas operações mantenham foco e coerência com os direcionais estratégicos, sem euforia e com lucidez.

Continuamos atentos à dinâmica de mercado e comprometidos com a construção de um crescimento pautado pela diligência, com eficiência, foco no consumidor e disciplina na execução.

# Performance Havaianas

**Volume Brasil**  
51 milhões de pares vs.  
45 milhões no 1T24



**Volume Internacional**  
6 milhões vs.  
7 milhões no 1T24

**Receita líquida Brasil atinge**  
R\$ 803 milhões vs.  
R\$ 656 milhões no 1T24



**Receita líquida Internacional**  
R\$ 279 milhões vs.  
R\$ 265 milhões no 1T24

**Margem Bruta Brasil**  
46,3% vs. 40,5% no 1T24



**Margem Bruta Internacional**  
64,8% vs. 57,6% no 1T24

**EBITDA**  
R\$ 207 milhões vs.  
R\$ 108 milhões no 1T24



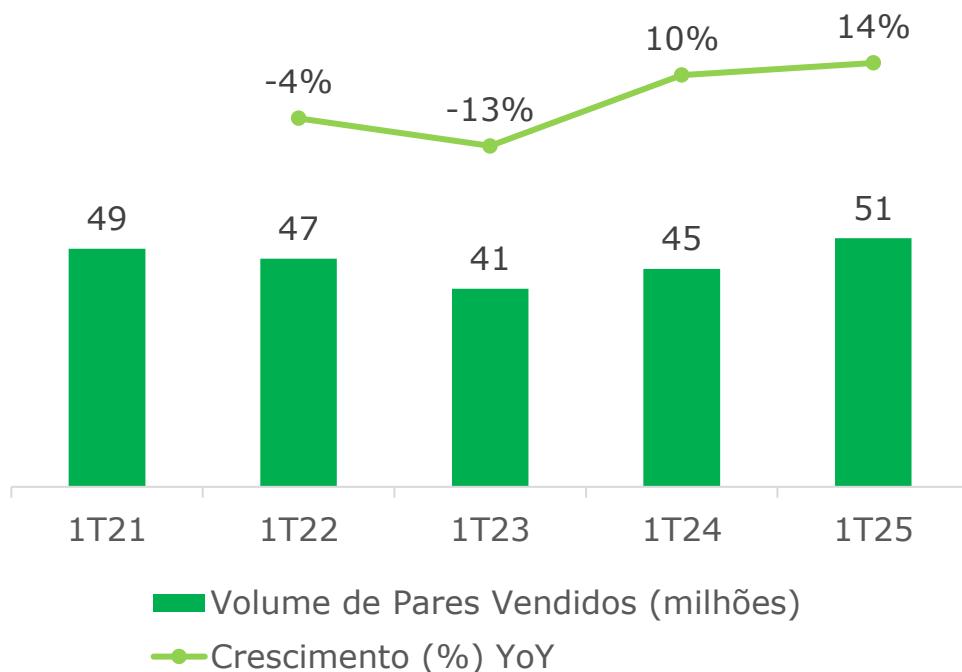
**Margem EBITDA**  
25,8% vs.  
16,4% no 1T24

## Principais Indicadores Operacionais e Financeiros

| (milhões pares)           | 1T25           | 1T24         | 1T25 vs. 1T24 |
|---------------------------|----------------|--------------|---------------|
| <b>Volume</b>             | <b>56,7</b>    | <b>51,5</b>  | <b>+10,1%</b> |
| Brasil                    | 51,0           | 44,7         | +14,0%        |
| Internacional             | 5,8            | 6,9          | -15,9%        |
| Europa                    | 2,9            | 2,8          | +5,3%         |
| EUA                       | 0,5            | 0,6          | -28,3%        |
| MDI                       | 2,4            | 3,4          | -30,9%        |
| (R\$ milhões   R\$ / par) | 1T25           | 1T24         | 1T25 vs. 1T24 |
| <b>Receita Líquida</b>    | <b>1.082,1</b> | <b>921,1</b> | <b>+17,5%</b> |
| Brasil                    | 803,0          | 655,8        | +22,4%        |
| Internacional             | 279,0          | 265,3        | +5,2%         |
| <b>Lucro Bruto</b>        | <b>553,0</b>   | <b>418,6</b> | <b>+32,1%</b> |
| <i>Mg. Bruta (%)</i>      | <i>51,1%</i>   | <i>45,4%</i> | <i>+5,7pp</i> |
| Brasil                    | 372,2          | 265,8        | +40,0%        |
| <i>Mg. Bruta (%)</i>      | <i>46,3%</i>   | <i>40,5%</i> | <i>+5,8pp</i> |
| Internacional             | 180,8          | 152,8        | +18,3%        |
| <i>Mg. Bruta (%)</i>      | <i>64,8%</i>   | <i>57,6%</i> | <i>+7,2pp</i> |
| <b>Lucro Bruto / par</b>  | <b>9,75</b>    | <b>8,12</b>  | <b>+20,0%</b> |
| Brasil                    | 7,30           | 5,95         | +22,8%        |
| Internacional             | 31,32          | 22,28        | +40,6%        |
| <b>EBITDA</b>             | <b>207,3</b>   | <b>107,5</b> | <b>+92,9%</b> |
| <i>Mg. EBITDA (%)</i>     | <i>25,8%</i>   | <i>16,4%</i> | <i>+9,4pp</i> |
| Brasil                    | 174,3          | 90,9         | +91,7%        |
| <i>Mg. EBITDA (%)</i>     | <i>21,7%</i>   | <i>13,9%</i> | <i>+7,8pp</i> |
| Internacional             | 33,0           | 16,6         | +99,0%        |
| <i>Mg. EBITDA (%)</i>     | <i>11,8%</i>   | <i>6,2%</i>  | <i>+5,6pp</i> |
| <b>EBITDA / par</b>       | <b>3,65</b>    | <b>2,09</b>  | <b>+75,2%</b> |
| Brasil                    | 3,42           | 2,03         | +68,1%        |
| Internacional             | 5,72           | 2,42         | +136,5%       |

# Havaianas Brasil

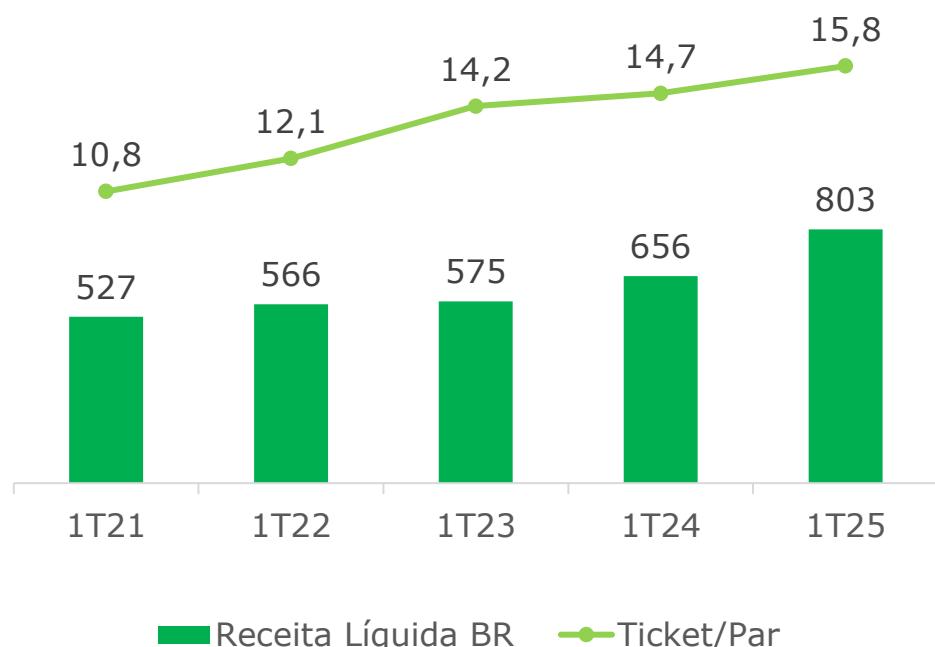
## Volume (em milhões de pares)



No trimestre, foram vendidos 51 milhões de pares, representando um crescimento de 14% em relação ao 1T24. O *sell-out*, por sua vez, cresceu 2% no mesmo comparativo. Esse descolamento entre *sell-in* e *sell-out* reflete uma decisão tática de abastecimento antecipado dos canais, com o objetivo de mitigar rupturas antes da virada da coleção no segundo trimestre. Diante disso, é esperado que os indicadores voltem a se alinhar ao longo dos próximos trimestres, de modo que, em uma janela de 12 meses, o equilíbrio entre *sell-in* e *sell-out* seja restabelecido. O estoque remanescente na cadeia está concentrado, principalmente, no canal alimentar.

Importante ressaltar que o ritmo do *sell-out* é o principal direcionador das decisões comerciais da Companhia, de forma que assim, possa garantir a adequada composição de estoques na cadeia e a proteção de participação de mercado, especialmente em momentos estratégicos como viradas de coleção ou picos sazonais.

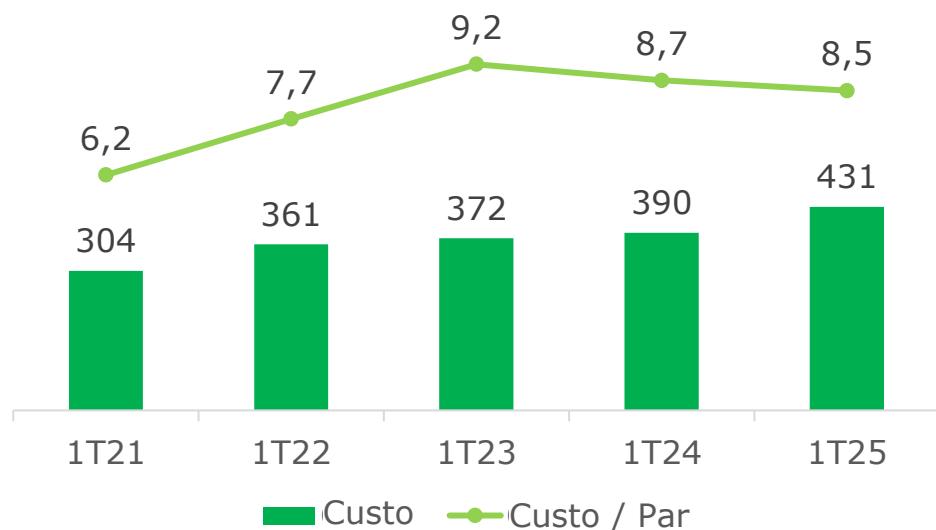
## Receita líquida (em R\$ milhões e por par)



A operação de Havaianas Brasil apresentou crescimento de 22,4% da receita líquida no 1T25, na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior, atingindo R\$ 803,0 milhões. Este resultado é reflexo do aumento de 14,0% no volume de vendas, pela antecipação de abastecimento e de 7,4% no ticket médio por par, pela melhor composição de mix por canal.

# Havaianas Brasil

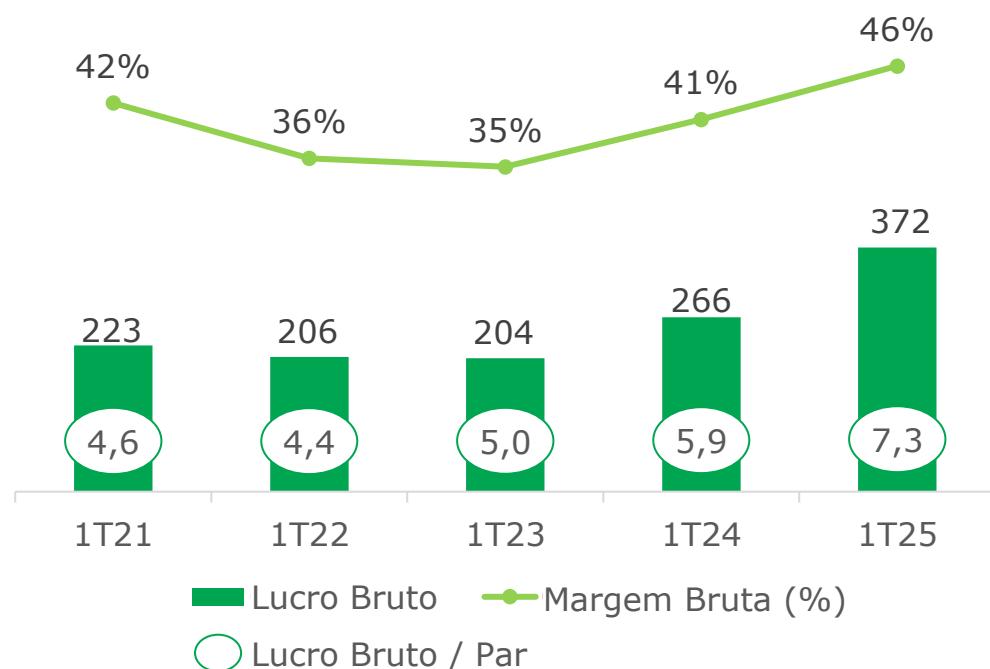
## Custo dos produtos vendidos (em R\$ milhões e por par)



O custo dos produtos vendidos no Brasil alcançou R\$ 430,9 milhões no trimestre, um aumento de 10,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. Já o custo por par foi de R\$ 8,5 reais no trimestre, uma redução de 3,1% yoy.

Importante ressaltar que no 1T24, o custo foi impactado por R\$ 14,3 milhões referentes à baixa de estoque, em bases comparáveis, o custo teria crescido 14,7% e o custo por par apresentaria um aumento de apenas 0,6% yoy.

## Lucro Bruto e Margem Bruta (em R\$ milhões e % da receita líquida)

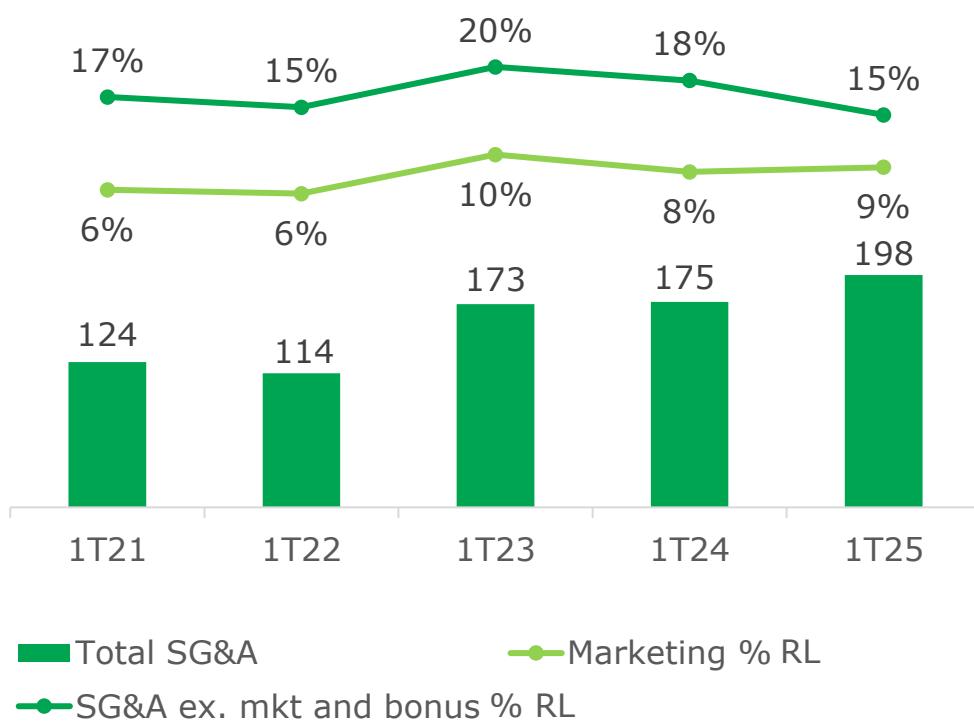


Como reflexo da maior receita e do contínuo controles nos custos de venda, o Lucro bruto apresentou crescimento de 40,0% ao atingir o montante de R\$ 372,2 milhões neste trimestre. Já a Margem Bruta atingiu 46,3%, com expansão de 5,8 p.p. em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. O Lucro bruto por par apresentou crescimento de 22,8% yoy ao atingir R\$ 7,3 reais.

A expansão de margem bruta do período, em bases comparáveis, ou seja excluindo o efeito da baixa de estoque registrada no 1T24, seria de 3,6 p.p.

# Havaianas Brasil

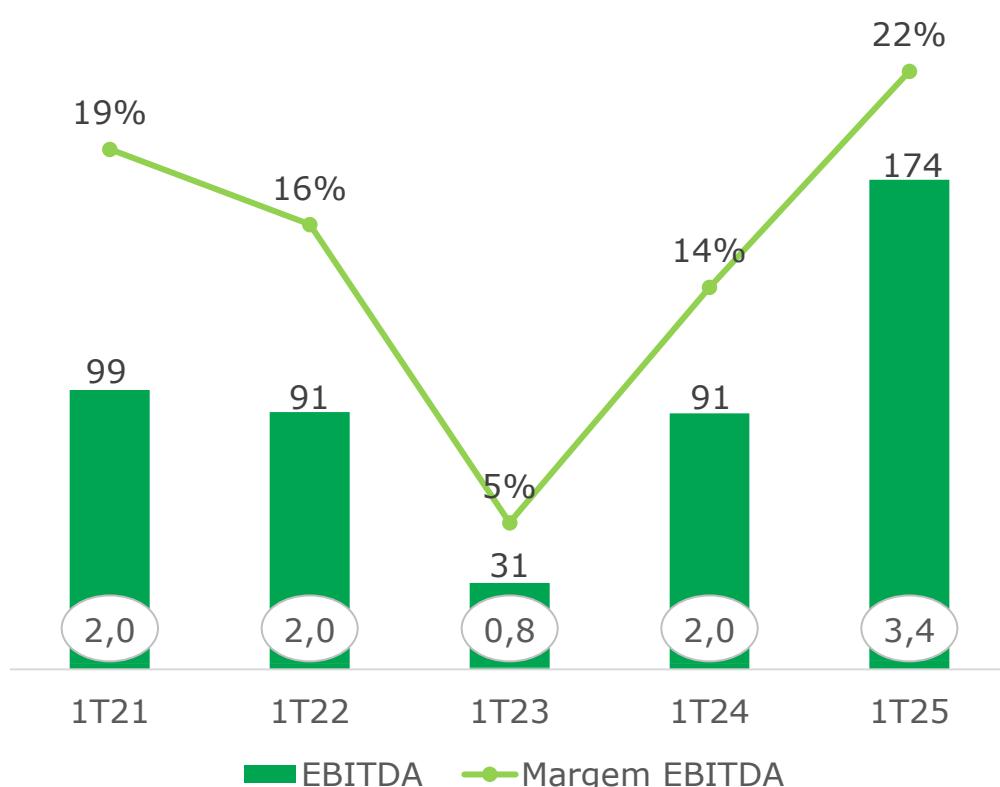
## Despesas (em R\$ milhões e % da receita líquida)



Neste trimestre, as despesas operacionais da operação de Havaianas Brasil totalizaram R\$ 197,9 milhões, um aumento de 13,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Desse montante, R\$ 69,1 milhões foram destinados a investimentos em marketing — uma alta de 30,3% vs. 1T24 — refletindo a estratégia de resgatar o papel do marketing como alavanca da operação comercial e retomar níveis históricos mais alinhados ao perfil do negócio. As demais despesas totalizaram R\$ 128,8 milhões, com crescimento de 6%, vs. 1T24.

Na comparação com o 1T24, houve uma diluição de 3 p.p. no SG&A ex-marketing e bônus, nível semelhante ao do 1T22 onde a Companhia não teve provisão de bônus no trimestre, resultado das iniciativas implementadas desde 2023 para reduzir despesas fixas e ajustar o tamanho da companhia à natureza da operação.

## EBITDA e Margem EBITDA (em R\$ milhões e % da receita líquida)



A operação de Havaianas Brasil, o EBITDA atingiu R\$ 174,3 milhões no 1T25, crescimento de 91,7% vs. 1T24, com Margem EBITDA de 21,7%, expansão de 7,8 p.p. yoy, ambos posicionados entre os melhores primeiros trimestres da história recente. Quando avaliado o resultado por par, os R\$ 3,4 reais no 1T25 são 68,1% superiores aos R\$ 2,0 reais de 2024.

Vale lembrar que a comparação com o 1T24 está distorcida pelo efeito das baixas de estoque feitas naquele trimestre (1T24), em bases comparáveis o crescimento do EBITDA no trimestre seria de 65,7%, vs. 1T24, e expansão de margem de 5,7 p.p., na mesma comparação.

Este resultado é uma combinação de ganho de escala pelo maior volume de pares vendidos, melhora na dinâmica comercial, otimização de custos e rigor no controle das despesas operacionais.

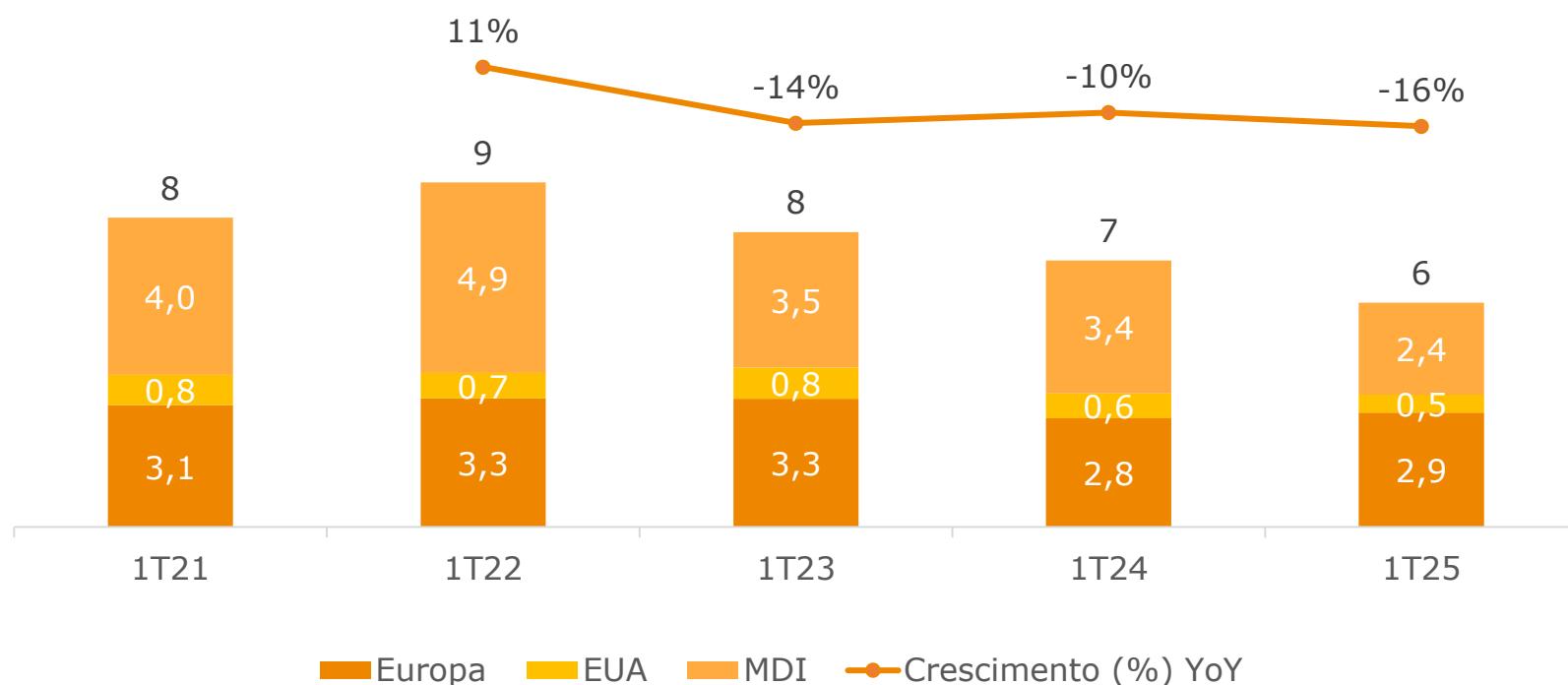
# Havaianas Brasil

## Resultados Operacionais (em R\$ milhões, % da receita líquida e milhões de pares)

| (R\$ milhões   milhões pares)            | 1T25         | 1T24         | 1T25 vs. 1T24        |
|--|--------------|--------------|----------------------|
| <b>Volume</b>                            | <b>51,0</b>  | <b>44,7</b>  | <b>+14,0%</b>        |
| <b>Receita Líquida</b>                   | <b>803,0</b> | <b>655,8</b> | <b>+22,4%</b>        |
| <b>Custo dos produtos vendidos</b>       | <b>430,9</b> | <b>390,0</b> | <b>+10,5%</b>        |
| <b>Lucro Bruto</b>                       | <b>372,2</b> | <b>265,8</b> | <b>+40,0%</b>        |
| <i>Margem Bruta (%)</i>                  | <i>46,3%</i> | <i>40,5%</i> | <i>+5,8pp</i>        |
| <b>Despesas Operacionais</b>             | <b>197,9</b> | <b>174,9</b> | <b>+13,1%</b>        |
| <b>EBITDA</b>                            | <b>174,3</b> | <b>90,9</b>  | <b>+91,7%</b>        |
| <i>Margem EBITDA (%)</i>                 | <i>21,7%</i> | <i>13,9%</i> | <i>+7,8pp</i>        |
| <b>(R\$ / par)</b>                       | <b>1T25</b>  | <b>1T24</b>  | <b>1T25 vs. 1T24</b> |
| <b>Receita Líquida / par</b>             | <b>15,76</b> | <b>14,68</b> | <b>+7,4%</b>         |
| <b>Custo dos produtos vendidos / par</b> | <b>8,46</b>  | <b>8,73</b>  | <b>-3,1%</b>         |
| <b>Lucro Bruto / par</b>                 | <b>7,30</b>  | <b>5,95</b>  | <b>+22,8%</b>        |
| <b>Despesas Operacionais / par</b>       | <b>3,88</b>  | <b>3,91</b>  | <b>-0,8%</b>         |
| <b>EBITDA / par</b>                      | <b>3,42</b>  | <b>2,03</b>  | <b>+68,1%</b>        |

# Havaianas Internacional

**Volume** (em milhões de pares)



**Havaianas Internacional:** O volume de vendas na operação internacional foi de 5,8 milhões de pares, apresentando uma redução contra o mesmo período de 2024 de 15,9%, explicados por dinâmicas distintas entre os mercados, conforme segue:

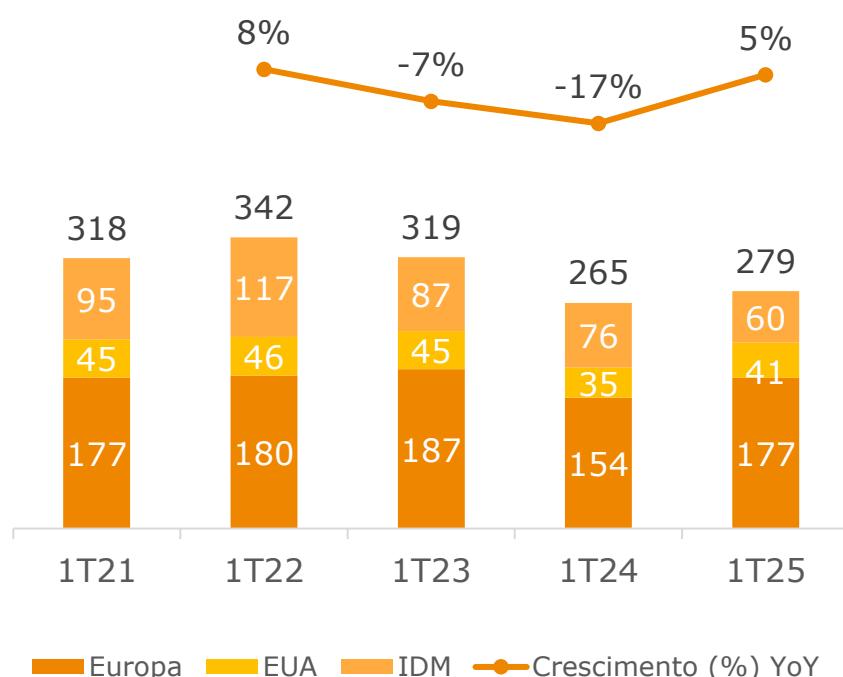
**Europa:** crescimento de 5,3% no volume de vendas, atingindo 2,9 milhões de pares e em linha com a sinalização do *pre-order*, feito no final do ano anterior. O crescimento apresentado reflete uma leve recuperação de competitividade da marca no mercado europeu, dada a inversão da tendência de queda vivenciada desde o 1T22.

**Estados Unidos:** Nos EUA, o volume de vendas foi 0,5 milhão de pares, com redução de 180 mil pares, em relação ao mesmo período do ano anterior. Esta queda é explicada pela menor venda para os canais *off-price* neste trimestre.

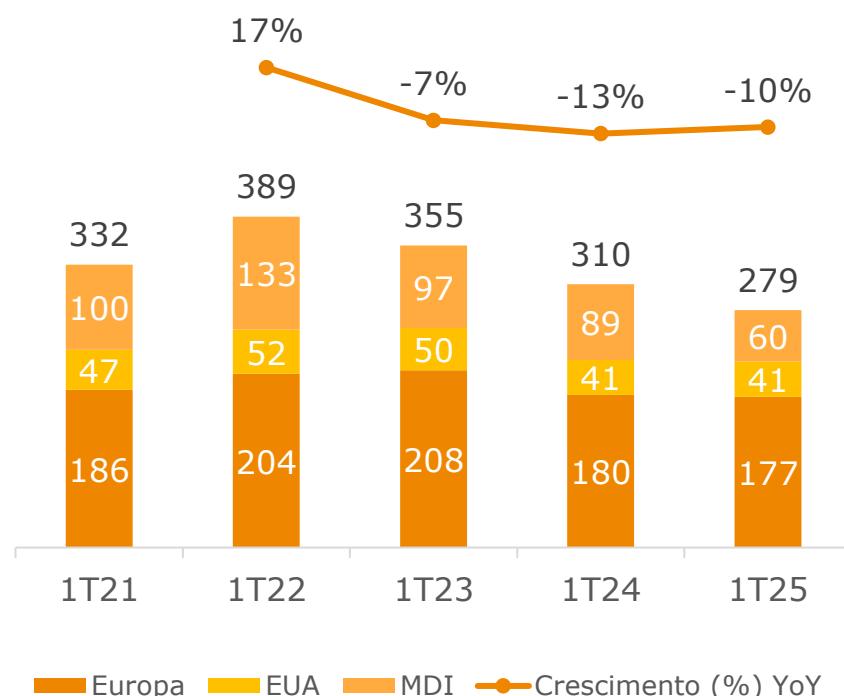
**Mercado Distribuidores Internacionais:** Já nos Mercados Distribuidores Internacionais (MDI), que engloba os países de APAC, MEA e Latam, o volume de pares vendidos continua refletindo a mudança nas dinâmicas comerciais aplicadas ainda em 2024, principalmente nos países da América Latina, bem como o contínuo processo de desestocagem da cadeia nos mercados da Ásia. No trimestre, foram vendidos 2,4 milhões de pares para estas regiões, uma redução de 30,9% em relação ao mesmo período do ano anterior.

# Havaianas Internacional

## Receita líquida (em R\$ milhões e por par)



## Receita líquida em moeda constante (em R\$ milhões e por par)



**Nota:** Para fins de comparação, utiliza-se o critério de moeda constante em reais (CC). Os valores de Receita Líquida, Custo, Lucro Bruto, Despesas e EBITDA foram convertidos para Reais considerando a taxa de câmbio média do período no ano corrente. Para o 1T25 e 1T24, valores em US\$ foram convertidos a R\$ 5,79.

**Havaianas Internacional:** A receita líquida da operação internacional apresentou crescimento de 5,2% ao atingir R\$ 279,0 milhões no trimestre, beneficiada pelo câmbio médio do período que expandiu, aproximadamente, R\$ 0,83 centavos por dólar entre o 1T25 e o 1T24. Em moeda constante (CC), a receita líquida apresentou queda de 9,9% em relação ao 1T24. A receita por par apresentou crescimento de 25,0% ou de 7,1% em (CC).

**Europa:** A receita líquida no mercado europeu foi R\$ 177,3 milhões, um crescimento de 4,7% (queda de 1,3% em CC), com a receita por par alcançando R\$ 60,2 reais e crescimento de 9,5% (queda de 6,3% CC) em relação ao 1T24. Estes efeitos são reflexos dos ajustes de portfólio que entraram em vigor apenas este ano, endereçando questões de preço e mix de produtos nos diferentes canais da região.

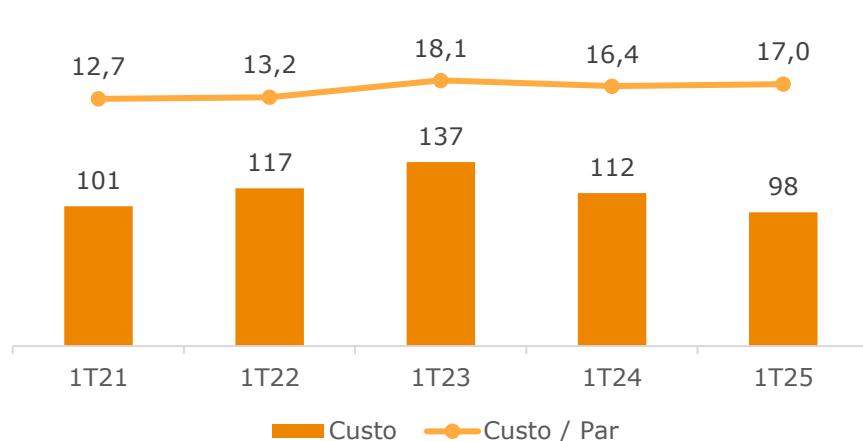
**Estados Unidos:** A receita líquida dos EUA apresentou crescimento de 17,3% e 0,6% (CC). Este aumento, é decorrente de um mix de produtos mais premium sendo vendido no trimestre em decorrência do menor volume de vendas para o canal *off-price*. O ticket por par subiu 63,5% na comparação anual (+40,1% em CC).

**Mercado Distribuidores Internacionais:** Já os MDI apresentaram queda de 20,7% (-32,0% em CC) na receita líquida. Esta queda é atribuída ao mix de regiões, com um menor volume de pares vendido nos mercados da Ásia, que apresentam um portfólio de produtos mais premium quando comparado ao portfólio dos países de MEA e Latam. A receita por par subiu 14,7% versus o 1T24 (-1,7% em CC).

# Havaianas Internacional

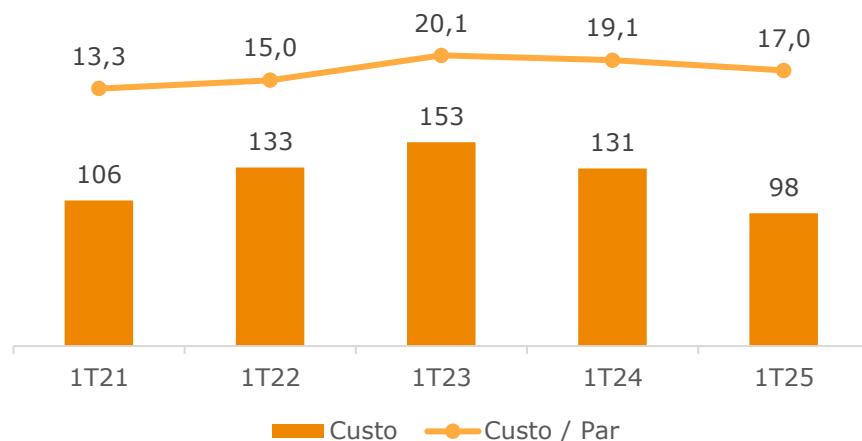
## Custo dos produtos vendidos

(em R\$ milhões e por par)



## Custo dos produtos vendidos em CC

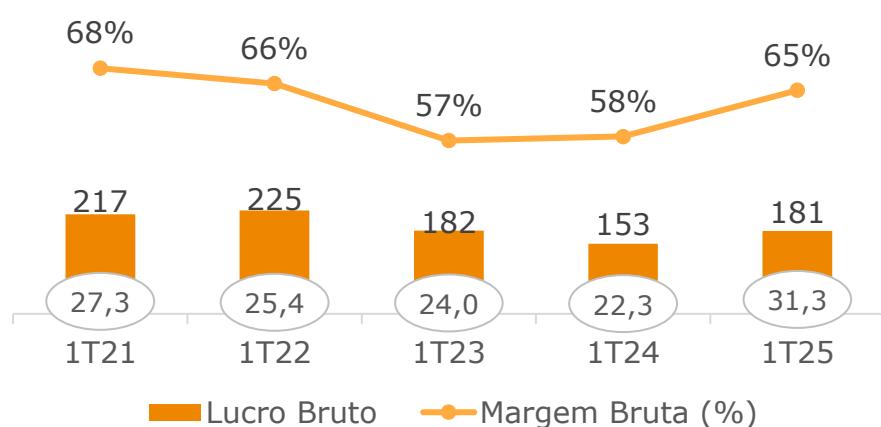
(em R\$ milhões e por par)



Os custos da operação internacional, de forma consolidada, apresentaram redução de 12,6% em relação ao mesmo período de 2024. Em moeda constante a redução é ainda maior, alcançando 25,1% de queda. O efeito por par, em moeda constante, é redução de 11,0%. Essas reduções estão conectadas com a renovação do portfólio em todas as regiões, que agora captura as otimizações nos custos dos produtos, implementadas a partir de 2023.

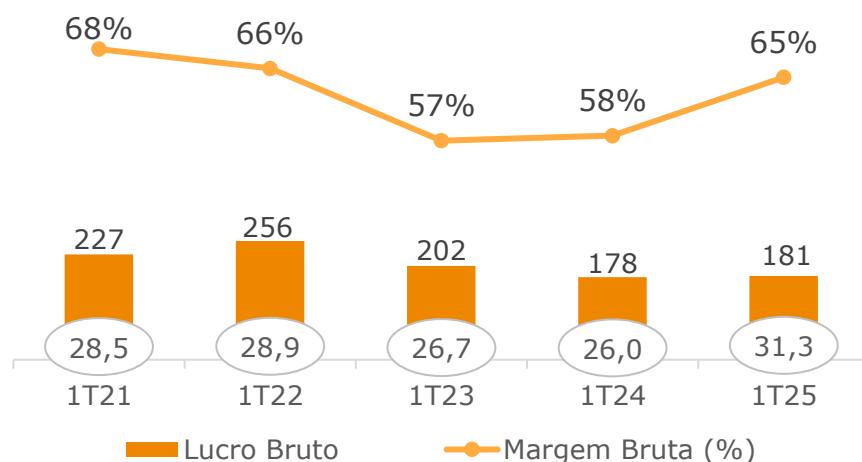
## Lucro Bruto e Margem Bruta

(em R\$ milhões e % da receita líquida)



## Lucro Bruto e Margem Bruta em CC

(em R\$ milhões e % da receita líquida)



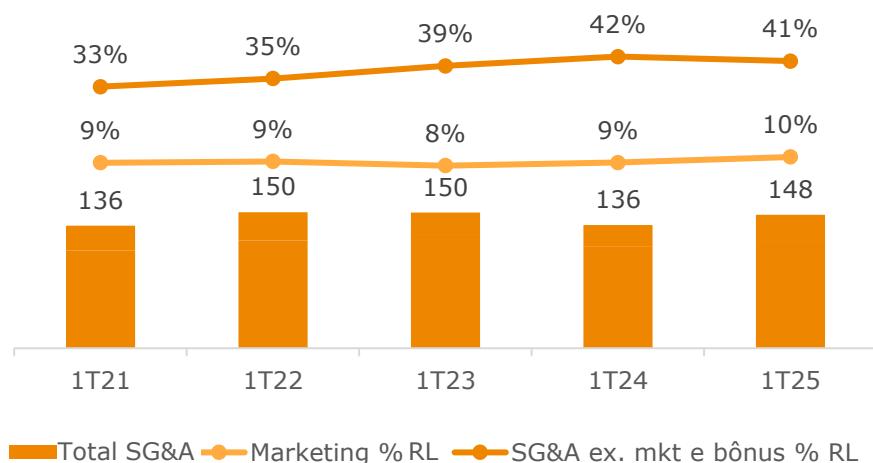
O Lucro bruto alcançou R\$ 180,8 milhões, um aumento de 18,3% (+1,4% em CC) em relação ao mesmo trimestre de 2024. Já a margem bruta apresentou expansão de 7,2pp. O lucro bruto por par apresentou crescimento de 40,6% (+20,5 em CC) ao atingir R\$31,3 reais.

A margem bruta expandiu individualmente em todas as operações, refletindo o ajuste de portfólio na Europa, a menor penetração dos canais *off-price* nos Estados Unidos e as correções das políticas comerciais nos mercados operados por distribuidores.

# Havaianas Internacional

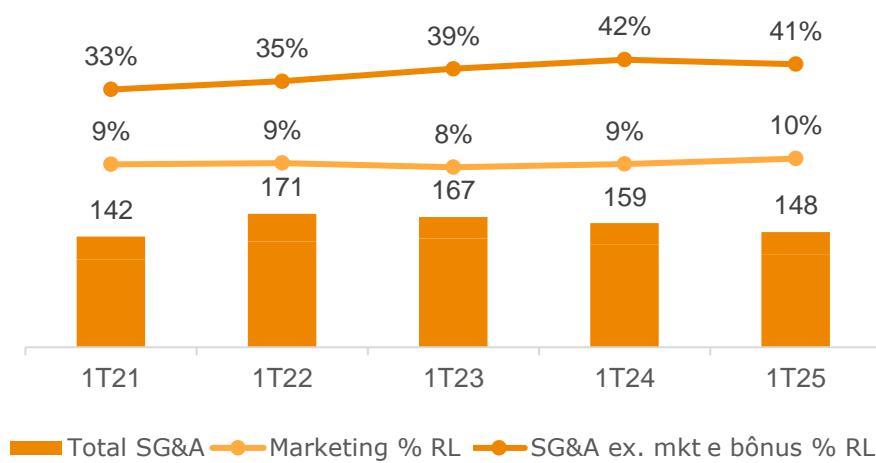
## Despesas

(em R\$ milhões e % da receita líquida)



## Despesas em moeda constante

(em R\$ milhões e % da receita líquida)



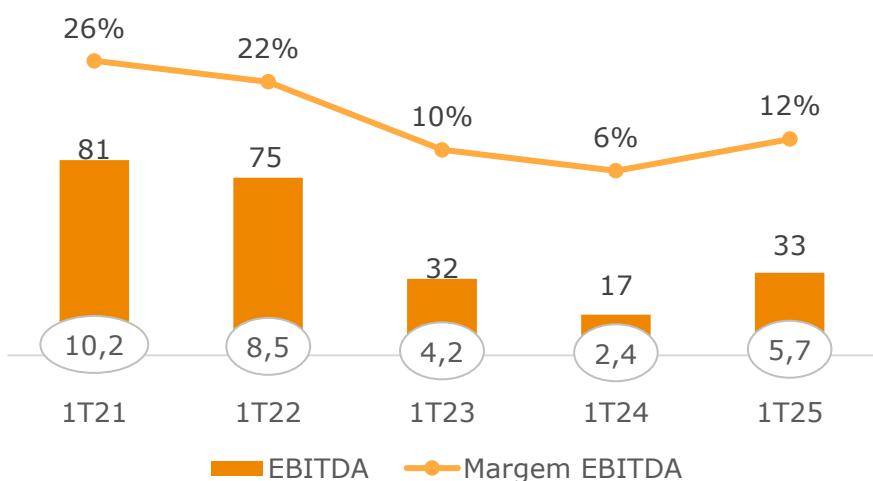
As despesas da operação internacional de Havaianas, da mesma forma que no Brasil, também refletem a otimização de despesas, neutralizando a variação cambial entre os períodos.

No trimestre, as despesas totais apresentaram crescimento de 8,5%, mas em moeda constante, as despesas caem 7,0% em relação ao ano anterior, ao atingir R\$ 147,8 milhões, sendo R\$ 29,2 milhões investidos em marketing e R\$ 118,6 milhões nas demais despesas. Como percentual da receita líquida e em moeda constante, o marketing representa 10,5%, com aumento de 1,7 p.p. e as demais despesas excluindo o bônus reduzem em 1,4 p.p., representando 40,8% da receita líquida.

Parte da melhora em moeda constante é devida ao contínuo processo de redução de despesas, que neste trimestre, foi proporcionalmente maior nos Estados Unidos.

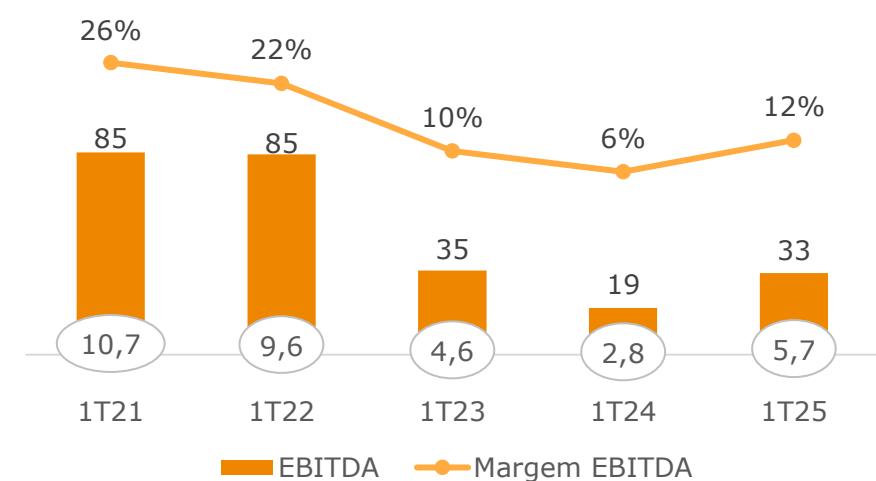
## EBITDA e Margem EBITDA

(em R\$ milhões e % da receita líquida)



## EBITDA e Margem EBITDA em CC

(em R\$ milhões e % da receita líquida)



O EBITDA consolidado das operações internacionais foi de R\$ 33,0 milhões no trimestre, uma evolução de 99,0% em relação ao 1T24 (+70,5% em CC), sendo a primeira vez desde o 1T21 que o primeiro trimestre apresenta crescimento ano contra ano. A margem EBITDA avançou 5,6 p.p. na variação anual.

Estas melhoras são decorrentes dos contínuos esforços da companhia em reconstruir a operação internacional, através do ajuste de portfólio, otimização de custos e diminuição nas despesas não essenciais, bem como retomada de escala na Europa e aumento da rentabilidade em todos os mercados.

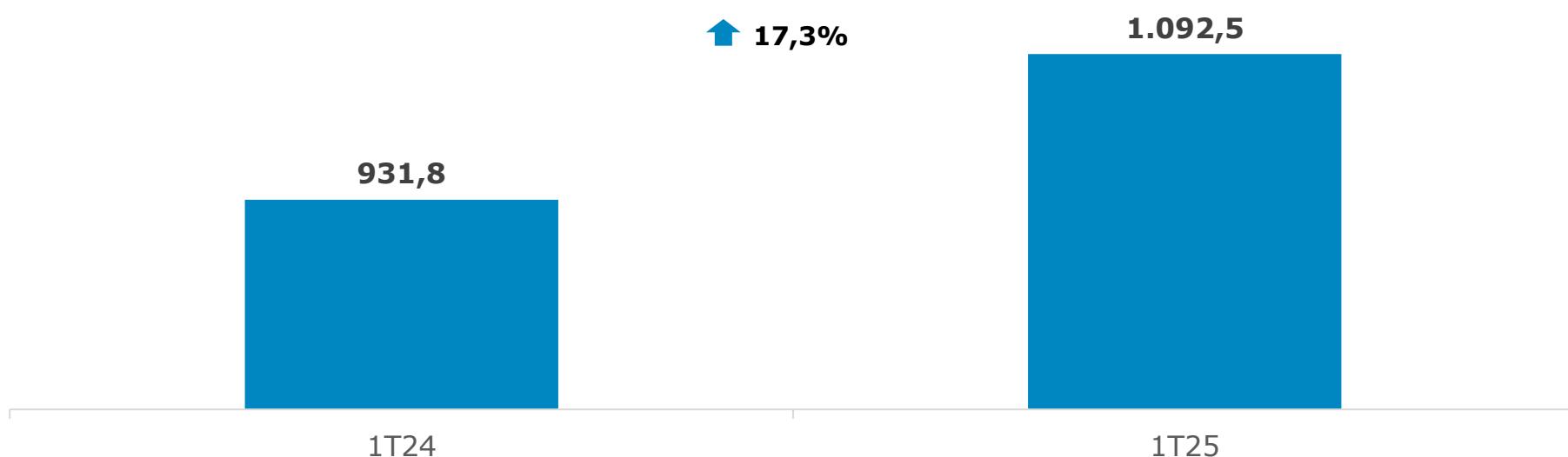
# Havaianas Internacional

## Resultados Operacionais (em R\$ milhões, % da receita líquida e milhões de pares)

| (R\$ milhões   milhões pares)                    | 1T25         | 1T24         | 1T25 vs. 1T24  |
|--|--------------|--------------|----------------|
| <b>Volume</b>                                    | <b>5,8</b>   | <b>6,9</b>   | <b>-15,9%</b>  |
| Europa   | 2,9          | 2,8          | +5,3%          |
| EUA  | 0,5          | 0,6          | -28,3%         |
| MDI  | 2,4          | 3,4          | -30,9%         |
| <b>Receita Líquida</b>                           | <b>279,0</b> | <b>265,3</b> | <b>+5,2%</b>   |
| Europa   | 177,3        | 153,8        | +15,2%         |
| EUA  | 41,2         | 35,1         | +17,3%         |
| MDI  | 60,5         | 76,3         | -20,7%         |
| <b>Custo dos produtos vendidos</b>               | <b>98,2</b>  | <b>112,5</b> | <b>-12,6%</b>  |
| <b>Lucro Bruto</b>                               | <b>180,8</b> | <b>152,8</b> | <b>+18,3%</b>  |
| Margem Bruta (%)                                 | 64,8%        | 57,6%        | +7,2pp         |
| <b>Despesas Operacionais</b>                     | <b>147,8</b> | <b>136,2</b> | <b>+8,5%</b>   |
| <b>EBITDA</b>                                    | <b>33,0</b>  | <b>16,6</b>  | <b>+99,0%</b>  |
| Margem EBITDA (%)                                | 11,8%        | 6,2%         | +5,6pp         |
| (R\$ / par)                                      | 1T25         | 1T24         | 1T25 vs. 1T24  |
| <b>Receita Líquida / par</b>                     | <b>48,34</b> | <b>38,67</b> | <b>+25,0%</b>  |
| Europa   | 60,19        | 55,02        | +9,4%          |
| EUA  | 89,98        | 55,03        | +63,5%         |
| MDI  | 25,55        | 22,27        | +14,7%         |
| <b>Custo dos produtos vendidos / par</b>         | <b>17,02</b> | <b>16,40</b> | <b>+3,8%</b>   |
| <b>Lucro Bruto / par</b>                         | <b>31,33</b> | <b>22,28</b> | <b>+40,6%</b>  |
| <b>Despesas Operacionais / par</b>               | <b>25,61</b> | <b>19,86</b> | <b>+28,9%</b>  |
| <b>EBITDA / par</b>                              | <b>5,72</b>  | <b>2,42</b>  | <b>+136,5%</b> |
| Em moeda constante (R\$ milhões   milhões pares) | 1T25         | 1T24         | 1T25 vs. 1T24  |
| <b>Volume</b>                                    | <b>5,8</b>   | <b>6,9</b>   | <b>-15,9%</b>  |
| Europa   | 2,9          | 2,8          | +5,3%          |
| EUA  | 0,5          | 0,6          | -28,3%         |
| MDI  | 2,4          | 3,4          | -30,9%         |
| <b>Receita Líquida</b>                           | <b>279,0</b> | <b>309,6</b> | <b>-9,9%</b>   |
| Europa   | 177,3        | 179,5        | -1,3%          |
| EUA  | 41,2         | 41,0         | +0,5%          |
| MDI  | 60,5         | 89,0         | -32,0%         |
| <b>Custo dos produtos vendidos</b>               | <b>98,2</b>  | <b>131,2</b> | <b>-25,1%</b>  |
| <b>Lucro Bruto</b>                               | <b>180,8</b> | <b>178,3</b> | <b>+1,4%</b>   |
| Margem Bruta (%)                                 | 64,8%        | 57,6%        | +7,2pp         |
| <b>Despesas Operacionais</b>                     | <b>147,8</b> | <b>159,0</b> | <b>-7,0%</b>   |
| <b>EBITDA</b>                                    | <b>33,0</b>  | <b>19,3</b>  | <b>+70,5%</b>  |
| Margem EBITDA (%)                                | 11,8%        | 6,2%         | +5,6pp         |
| Em moeda constante (R\$ / par)                   | 1T25         | 1T24         | 1T25 vs. 1T24  |
| <b>Receita Líquida / par</b>                     | <b>48,34</b> | <b>45,13</b> | <b>+7,1%</b>   |
| Europa   | 60,19        | 64,21        | -6,3%          |
| EUA  | 89,98        | 64,21        | +40,1%         |
| MDI  | 25,55        | 25,99        | -1,7%          |
| <b>Custo dos produtos vendidos / par</b>         | <b>17,02</b> | <b>19,13</b> | <b>-11,0%</b>  |
| <b>Lucro Bruto / par</b>                         | <b>31,33</b> | <b>26,00</b> | <b>+20,5%</b>  |
| <b>Despesas Operacionais / par</b>               | <b>25,61</b> | <b>23,18</b> | <b>+10,5%</b>  |
| <b>EBITDA / par</b>                              | <b>5,72</b>  | <b>2,82</b>  | <b>+102,7%</b> |

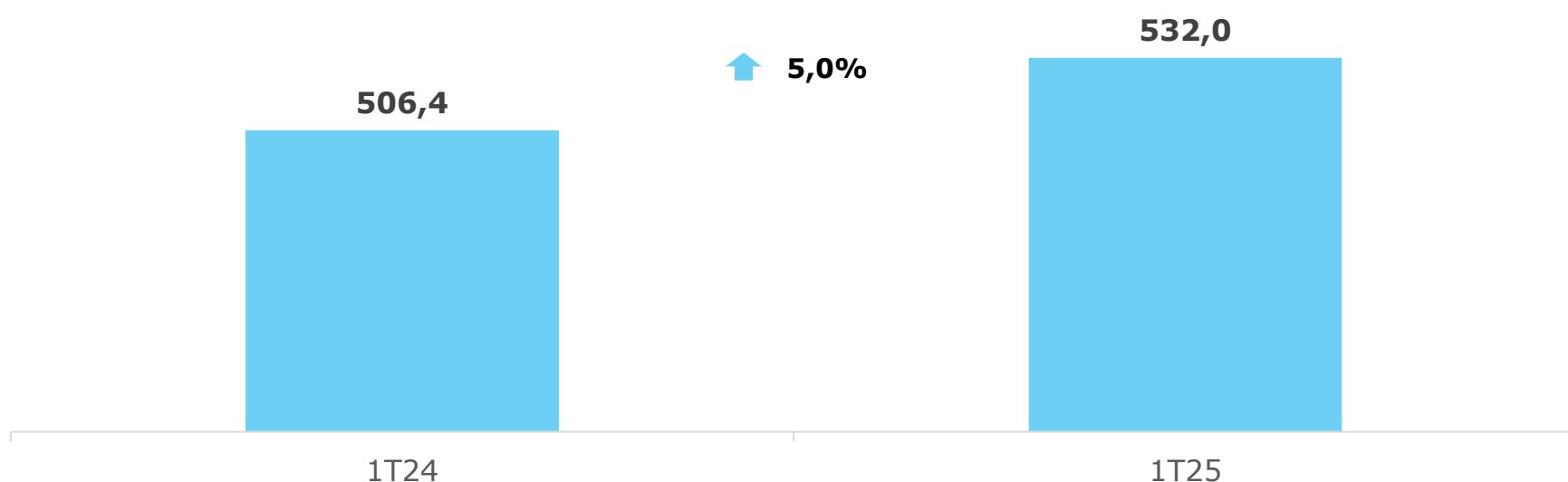
# Desempenho Financeiro Consolidado

## Receita Líquida (em R\$ milhões)



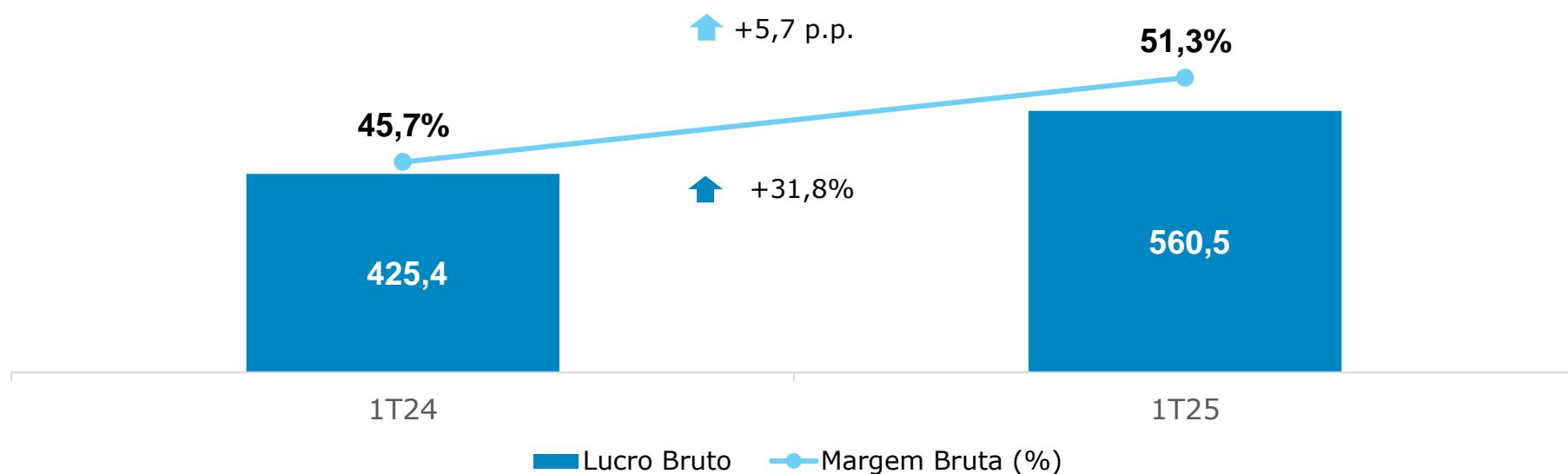
A receita líquida da Alpargatas atingiu R\$ 1,1 bilhão no trimestre, aumento de +17,3% em relação ao 1T24. A melhora na operação comercial de Havaianas, tanto no Brasil quanto Internacional, contribuíram para este crescimento.

## Custo dos produtos vendidos (em R\$ milhões)



O CPV do trimestre apresentou aumento de 5,0% yoy, lembrando que em 2024 houve custos não recorrentes de baixa de estoques. O custo por par apresentou redução de 4,5% e a redução seria de 1,8% excluindo os efeitos não recorrentes.

## Lucro bruto (em R\$ milhões) e margem bruta (em %)



O Lucro Bruto cresceu 31,8% no trimestre e atingiu o montante de R\$ 560,5 milhões, maior nível desde o 2T21, destacando a evolução nas operações comerciais de Havaianas. A margem bruta apresentou expansão de 5,7 p.p. atingindo 51,3%.

## Despesas (em R\$ milhões)

| (R\$ milhões)  | 1T25           | 1T24           | 1T25 vs. 1T24 |
|--|----------------|----------------|---------------|
| <b>(-) Despesas Operacionais</b>                             | <b>(428,7)</b> | <b>(384,5)</b> | <b>+11,5%</b> |
| Despesas com vendas  | (328,8)        | (282,5)        | +16,4%        |
| Despesas gerais e administrativas                            | (70,2)         | (68,9)         | +1,9%         |
| Outras (despesas) operacionais, líquidas                     | (29,7)         | (33,2)         | -10,5%        |
| <b>(+) Itens Extraordinários</b>                             | <b>11,7</b>    | <b>10,2</b>    | <b>+14,7%</b> |
| Gastos com M&A   | 0,2            | 0,1            | +34,1%        |
| Gastos com simplificação                                     | 10,3           | 5,8            | +79,6%        |
| Outros gastos / receitas                                     | 1,1            | 4,3            | -73,3%        |
| <b>Despesas Operacionais excluindo Itens Extraordinários</b> | <b>(417,1)</b> | <b>(374,4)</b> | <b>+11,4%</b> |

As despesas operacionais foram de R\$ 428,7 milhões no trimestre, aumento de 11,5% em relação ao mesmo período de 2024, explicado pelo aumento das linhas de despesas com vendas, devido ao maior volume vendido e efeito de câmbio, pelo aumento das despesas com marketing, em linha com a estratégia de maiores investimentos, e pelo aumento de 1,9% nas despesas gerais e administrativas, em decorrência de dissídio e inflação. Já as Outras despesas reduziram em 10,5%.

As despesas extraordinárias totalizaram R\$ 11,7 milhões, das quais R\$ 10,3 milhões são relacionadas ao processo de simplificação nas operações e aumentaram 79,6% em relação ao ano anterior.

A Companhia ressalta, mais uma vez, que segue acompanhando com rigidez e governança todas as linhas de despesas recorrentes.

## EBITDA e EBITDA ajustado (em R\$ milhões)

| (R\$ milhões)                    | 1T25           | 1T24           | 1T25 vs. 1T24 |
|----------------------------------|----------------|----------------|---------------|
| <b>(=) Lucro Bruto</b>           | <b>560,5</b>   | <b>425,4</b>   | <b>+31,8%</b> |
| <i>Margem Bruta (%)</i>          | <i>51,3%</i>   | <i>45,7%</i>   | <i>+5,7pp</i> |
| <b>(-) Despesas Operacionais</b> | <b>(428,7)</b> | <b>(384,5)</b> | <b>+11,5%</b> |
| (+) D&A                          | 62,6           | 59,0           | +13,2%        |
| <b>(=) EBITDA</b>                | <b>194,3</b>   | <b>99,8</b>    | <b>+94,7%</b> |
| <i>Margem EBITDA (%)</i>         | <i>17,8%</i>   | <i>10,7%</i>   | <i>+7,1pp</i> |
| <b>(+) Itens Extraordinários</b> | <b>11,7</b>    | <b>10,2</b>    | <b>+14,7%</b> |
| <b>(=) EBITDA Ajustado</b>       | <b>206,0</b>   | <b>110,0</b>   | <b>+87,3%</b> |

A Alpargatas apresentou aumento de 87,3% no EBITDA Ajustado. A melhoria operacional em praticamente todas as linhas da DRE contribuíram para este resultado.



## Conciliação de EBITDA (em R\$ milhões)

Conforme CVM Nº 156

| (R\$ milhões)                            | 1T25         | 1T24         | 1T25 vs, 1T24  |
|--|--------------|--------------|----------------|
| <b>(=) Lucro Líquido Op. Continuadas</b> | <b>112,4</b> | <b>24,7</b>  | <b>+355,8%</b> |
| (-) IR/CS                                | (8,1)        | (3,8)        | +116,7%        |
| (+) Resultado Financeiro                 | 20,8         | 11,9         | +74,4%         |
| (+) D&A                                  | 62,6         | 59,0         | +13,2%         |
| (+) Resultado Equivalência Patrimonial   | 6,7          | 8,0          | -16,9%         |
| <b>(=) EBITDA</b>                        | <b>194,3</b> | <b>99,8</b>  | <b>+94,7%</b>  |
| (+) Itens Extraordinários                | 11,7         | 10,2         | +14,7%         |
| <b>(=) EBITDA Ajustado</b>               | <b>206,0</b> | <b>110,0</b> | <b>+87,3%</b>  |
| <i>Margem EBITDA Ajustada (%)</i>        | <i>18,9%</i> | <i>11,8%</i> | <i>+7,1pp</i>  |

## Lucro líquido (em R\$ milhões)

O Lucro Líquido consolidado no trimestre foi de R\$ 112,4 milhões, um avanço R\$ 87,7 milhões em relação ao 1T24. Desconsiderando o efeito dos itens extraordinários líquidos de IR, o lucro líquido normalizado seria de R\$ 120,3 milhões.

O resultado financeiro líquido foi negativo em R\$ 20,8 milhões no trimestre. A Companhia realizou ao final de janeiro, o resgate antecipado facultativo total da primeira série da segunda debenture emitida, pagando o valor aproximado de R\$ 566,0 milhões.

O resultado de Equivalência Patrimonial apresentou uma melhora de 16,9%, aproximadamente R\$ 1,3 milhão, versus o resultado do 1T24, sendo:

- reconhecimento de 49,2% do resultado da Rothy's no trimestre, com prejuízo de R\$ 1,3 milhão, com melhora de R\$ 3,2 milhões frente ao mesmo período de 2024;
- efeito de amortização de mais-valia de ativos (PPA) no valor de R\$ 4,4 milhões negativos; e
- Ajuste no resultado do exercício anterior com impacto negativo de R\$ 0,9 milhão.

| (R\$ milhões)                                   | 1T25          | 1T24          | 1T25 vs. 1T24  |
|---|---------------|---------------|----------------|
| <b>(=) EBIT</b>                                 | <b>131,7</b>  | <b>40,9</b>   | <b>+222,5%</b> |
| <b>(+) Resultado Financeiro</b>                 | <b>(20,8)</b> | <b>(11,9)</b> | <b>+74,4%</b>  |
| Receitas financeiras                            | 33,7          | 30,1          | +12,1%         |
| Despesas financeiras                            | (42,8)        | (48,0)        | -11,0%         |
| Variação cambial líquida                        | (11,7)        | 6,0           | -              |
| <b>(=) EBT</b>                                  | <b>111,0</b>  | <b>28,9</b>   | <b>+283,4%</b> |
| <b>(-) IR/CS</b>                                | <b>8,1</b>    | <b>3,8</b>    | <b>+116,7%</b> |
| <b>(+) Resultado Equivalência Patrimonial</b>   | <b>(6,7)</b>  | <b>(8,0)</b>  | <b>-16,9%</b>  |
| Lucro líquido (49,2% da Rothy's)                | (1,3)         | (4,5)         | -71,0%         |
| Ajuste resultado do exercício anterior          | (0,9)         | 0,2           | -              |
| Amortização de mais-valia                       | (4,4)         | (3,7)         | +18,3%         |
| Diluição de participação (Stock Option)         | (0,1)         | -             | -              |
| <b>(=) Lucro Líquido Op. Continuadas</b>        | <b>112,4</b>  | <b>24,7</b>   | <b>+355,8%</b> |
| <b>(+) Itens Extraordinários líquidos de IR</b> | <b>7,9</b>    | <b>6,7</b>    | <b>+17,1%</b>  |
| <b>(=) Lucro Líquido Normalizado</b>            | <b>120,3</b>  | <b>31,4</b>   | <b>+283,4%</b> |

## Capital de giro (em R\$ milhões e dias de receita líquida\*)

### Estoque

| (R\$ milhões)            | 1T24         | 2T24         | 3T24         | 4T24         | 1T25         | Δ 1T24        | Δ 4T24      |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|-------------|
| <b>Estoques</b>          | <b>968,3</b> | <b>946,8</b> | <b>886,3</b> | <b>709,1</b> | <b>778,9</b> | <b>-189,4</b> | <b>69,8</b> |
| <i>em dias de RL</i>     | 94           | 90           | 81           | 63           | 67           | -27           | 4           |
| Produtos acabados        | 689,8        | 646,7        | 616,4        | 423,1        | 459,3        | -230,5        | 36,2        |
| <i>em dias de RL</i>     | 67           | 61           | 56           | 38           | 39           | -28           | 2           |
| Produtos em processo     | 46,9         | 40,2         | 33,1         | 31,3         | 30,9         | -15,9         | -0,4        |
| <i>em dias de RL</i>     | 5            | 4            | 3            | 3            | 3            | -2            | 0           |
| Matérias-primas e outros | 231,6        | 259,9        | 236,8        | 254,7        | 288,7        | 57,1          | 33,9        |
| <i>em dias de RL</i>     | 22           | 25           | 22           | 23           | 25           | 2             | 2           |

### Contas a receber

| (R\$ milhões)           | 1T24         | 2T24         | 3T24         | 4T24         | 1T25         | Δ 1T24       | Δ 4T24       |
|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Contas a receber</b> | <b>763,3</b> | <b>819,2</b> | <b>842,9</b> | <b>997,9</b> | <b>941,0</b> | <b>177,6</b> | <b>-56,9</b> |
| <i>em dias de RL</i>    | 74           | 78           | 77           | 89           | 80           | 6            | -8           |

### Fornecedores

| (R\$ milhões)             | 1T24         | 2T24         | 3T24         | 4T24         | 1T25         | Δ 1T24      | Δ 4T24       |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| <b>Fornecedores Total</b> | <b>517,0</b> | <b>570,7</b> | <b>606,6</b> | <b>626,2</b> | <b>591,2</b> | <b>74,2</b> | <b>-35,0</b> |
| <i>em dias de RL</i>      | 50           | 54           | 55           | 56           | 51           | 0           | -5           |
| Fornecedores              | 381,3        | 449,0        | 459,8        | 455,4        | 441,6        | 60,3        | -14          |
| Risco sacado              | 135,7        | 121,6        | 146,8        | 170,8        | 149,7        | 13,9        | -21          |

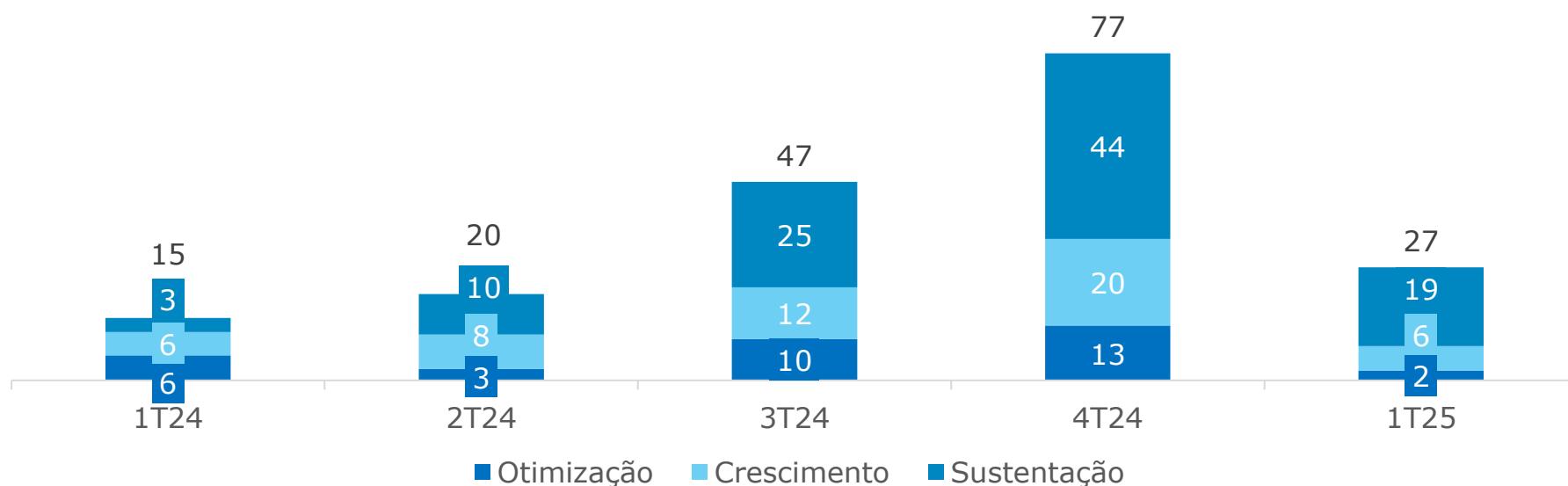
**Nota:** Receita Líquida referente aos últimos 12 meses

A Companhia apresentou consumo de R\$ 47,8 milhões referente à variação das contas *core* de capital de giro no 1T25. As variações são explicadas por:

- Aumento de R\$ 69,8 milhões em estoques vs. 4T24, explicado pela recomposição dos níveis de estoques, tanto de produto acabado quanto de matérias primas, após o ajuste realizado no último trimestre de 2024, no qual a Companhia fez a baixa de aproximadamente R\$ 164,3 milhões em produtos acabados e matéria prima. O prazo médio total, em dias de receita, apresentou aumento de 4 dias.
- Redução de R\$ 56,9 milhões em contas a receber vs. 4T24, decorrente da sazonalidade de vendas do trimestre, onde a Companhia passa a receber as vendas faturadas do quarto trimestre do exercício anterior.
- Redução de R\$ 35,0 milhões de fornecedores vs. 4T24 em decorrência da sazonalidade de compra de matérias primas dentro do ano. Quando comparado ao mesmo período de 1T24, fornecedores apresenta um crescimento de R\$ 74,2 milhões.

<sup>1</sup>Na operação de Risco Sacado os fornecedores transferem o direito do recebimento dos títulos para o Banco em troca do recebimento antecipado do título. O Banco, por sua vez, passa a ser o credor da operação e a Alpargatas efetua a liquidação do título na mesma data originalmente acordada com seu fornecedor, sem alterar os prazos, preços e condições anteriormente estabelecidos com o fornecedor. Tal operação não gera despesa financeira para Alpargatas.

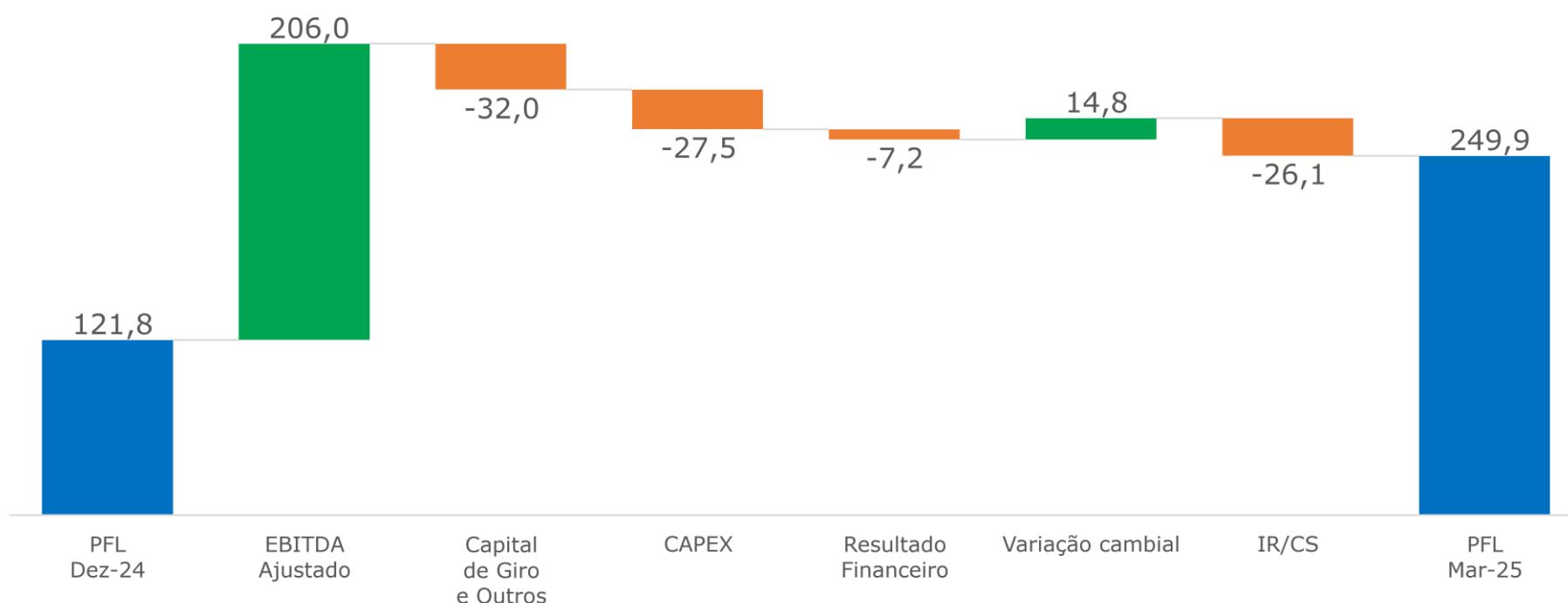
## CAPEX (em R\$ milhões)



Para 2025, a proposta da administração para os investimentos na Companhia é de aproximadamente R\$ 221 milhões, divididos em projetos que tragam otimização, crescimento ou sustentação para as nossas operações. Neste trimestre, foram investidos R\$ 26,6 milhões, sendo que:

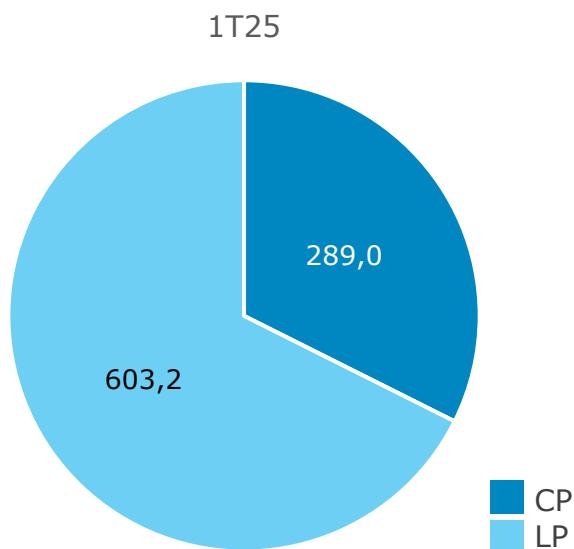
- R\$ 18,5 milhões foram destinados à projetos de Otimização;
- R\$ 5,8 milhões destinados ao projetos focados no Crescimento, e;
- R\$ 2,3 milhões de investimentos para os projetos focados na sustentação do negócio.

## Posição financeira líquida (em R\$ milhões)



A Companhia encerrou o trimestre com posição financeira líquida de R\$ 249,9 milhões, representando melhora de R\$ 128,0 milhões em relação a posição de caixa líquido encerrado no 4T24. Neste trimestre, o EBITDA de R\$ 206,0 milhões foi determinante para a geração de caixa.

## Endividamento e alavancagem (em R\$ milhões)

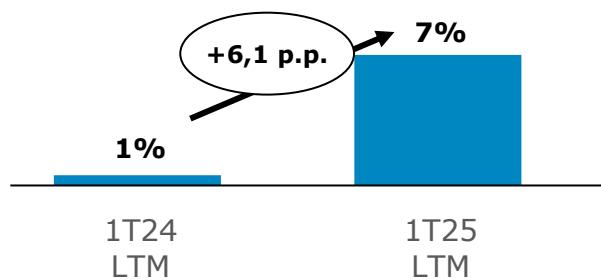


| (R\$ milhões)                         | 1T25           | 1T24           |
|---------------------------------------|----------------|----------------|
| <b>Empréstimos e Financiamentos*</b>  | <b>862,3</b>   | <b>1.572,7</b> |
| Curto prazo                           | 289,0          | 221,9          |
| Longo prazo                           | 603,2          | 1,350,8        |
| Instrumentos Financeiros              | (29,9)         |                |
| <b>Caixa e Aplicações</b>             | <b>1.112,2</b> | <b>1.281,1</b> |
| Caixa e Equivalentes de caixa         | 195,4          | 94,8           |
| Aplicações de curto prazo             | 903,2          | 1,174,1        |
| Aplicações de longo prazo             | 13,6           | 12,2           |
| <b>Dívida Líquida</b>                 | <b>(249,9)</b> | <b>291,6</b>   |
| <b>EBITDA ajustado (LTM)</b>          | <b>448,5</b>   | <b>259,0</b>   |
| <b>Dívida líquida/EBITDA ajustado</b> | <b>(0,6)</b>   | <b>1,1</b>     |

\*Para cálculo do endividamento Bruto foi incluído o instrumento financeiro de hedge atrelado a dívida de longo prazo, que a partir do 4T24, foi reclassificado para conta de "Outros Créditos" no ativo não circulante.

## Retorno sobre o capital investido (ROIC)

O ROIC\* atingiu 7% no 1T25 LTM, aumento de 6,1 p.p. vs. 1T24 LTM.



### \*Metodologia de cálculo:

Lucro líquido reportado excluindo resultado financeiro e itens extraordinários nos últimos 12 meses, dividido pela média dos últimos 12 meses do capital investido (dívida líquida e patrimônio líquido).



# Rothy's

A Rothy's inicia o ano de 2025 com um primeiro trimestre, que apesar de ser o menos relevante do ano, apresentando importantes avanços.

A Receita Líquida subiu 26,6%, impulsionada pelo lançamento de novos produtos com boa dinâmica comercial, além da penetração das vendas nas lojas físicas e canal no canal B2B.

A margem bruta apresentou níveis estáveis em relação ao 1T24, influenciado por um mix de produtos mais básicos sendo vendido ao canal de B2B, que no 1T24 era inexistente. Essa manutenção do nível de margem é reflexo das melhorias fabris, ganho de eficiência na produção e otimização dos custos de frete, implementados ao longo de 2024.

O SG&A continua sendo executado com disciplina e acompanhando a dinâmica comercial, que mesmo crescendo 15,1% yoy, como percentual da receita líquida apresenta diluição de 6,6 p.p.

Com todas essas melhoras, o EBITDA cresceu USD 2,3 milhões em relação ao 1T24, revertendo o resultado negativo de USD 1,5 milhão para USD 0,8 milhão positivo. Na análise dos últimos 12 meses, o EBITDA já acumula USD 20 milhões.

Por fim, a Rothy's não foi impactada pelas questões tarifárias entre os EUA e a China no primeiro trimestre. A empresa acredita possuir estoque suficiente para sustentar as vendas no segundo trimestre, enquanto explora alternativas para diversificar, tanto seus canais de vendas quanto sua cadeia de suprimentos. A proteção das margens e o atendimento aos clientes permanecem como prioridades da companhia neste momento.

|                                 |                    | 1T25   |        |               |
|---------------------------------|--------------------|--------|--------|---------------|
| (USD milhões)                   |                    | 1T25   | 1T24   | 1T25 vs. 1T24 |
| (=) Receita Líquida             |                    | 43,4   | 34,3   | +26,6%        |
| (-) Custo dos produtos vendidos |                    | (16,6) | (13,1) | +27,2%        |
| (=) Lucro Bruto                 |                    | 26,8   | 21,3   | +26,2%        |
|                                 | Margem Bruta (%)   | 61,8%  | 62,0%  | -0,2pp        |
| (-) Despesas Operacionais       |                    | (28,6) | (24,9) | +15,1%        |
| (=) EBIT                        |                    | (1,8)  | (3,6)  | -49,9%        |
| (+) D&A                         |                    | 2,6    | 2,1    | +24,8%        |
| (=) EBITDA                      |                    | 0,8    | (1,5)  | -             |
|                                 | Margem EBITDA (%)  | 1,9%   | -4,4%  | +6,3pp        |
| (=) Lucro líquido               |                    | (0,4)  | (1,9)  | -78,0%        |
|                                 | Margem Líquida (%) | -0,9%  | -5,5%  | +4,5pp        |

| (USD milhões)                                       |  | 1T25  | 1T24  | 1T25 vs. 1T24 |
|---|--|-------|-------|---------------|
| Lojas   |  | 26    | 17    | +8            |
| Same Store Sales                                    |  | -1,0% | 12,0% | -13,0pp       |
| Contribuição das lojas físicas na Receita (%)       |  | 17,3% | 15,0% | +2,3pp        |
| Contribuição de clientes recorrentes na Receita (%) |  | 40,4% | 58,8% | -18,4pp       |
| Marketing + Despesas Lojas (US\$ milhões)           |  | 13,3  | 10,7  | +24,2%        |



## DRE (em R\$ milhões)

| (R\$ milhões)   | 1T25           | 1T24         | 1T25 vs.<br>1T24 |
|---|----------------|--------------|------------------|
| <b>(=) Receita operacional líquida</b>                          | <b>1.092,5</b> | <b>931,8</b> | <b>+17,2%</b>    |
| (-) Custo dos produtos vendidos                                 | (532,0)        | (506,4)      | +5,1%            |
| <b>(=) Lucro Bruto</b>  | <b>560,5</b>   | <b>425,4</b> | <b>+31,8%</b>    |
| <i>Margem Bruta (%)</i>   | <i>51,3%</i>   | <i>45,7%</i> | <i>+5,7pp</i>    |
| (-) Despesas Operacionais                                       | (428,7)        | (384,5)      | +11,5%           |
| Despesas com vendas   | (328,8)        | (282,5)      | +16,4%           |
| Despesas gerais e administrativas                               | (70,2)         | (68,9)       | +1,9%            |
| Outras (despesas) operacionais, líquidas                        | (29,7)         | (33,2)       | -10,5%           |
| (+) Resultado Financeiro  | (20,8)         | (11,9)       | +74,4%           |
| Receitas financeiras  | 33,7           | 30,1         | +12,1%           |
| Despesas financeiras  | (42,8)         | (48,0)       | -11,0%           |
| Variação cambial líquida  | (11,7)         | 6,0          | -                |
| <b>(=) EBT</b>  | <b>111,0</b>   | <b>28,9</b>  | <b>+283,4%</b>   |
| (-) IR/CS   | 8,1            | 3,8          | +116,7%          |
| <b>(=) Lucro Líquido Op. Continuadas (Exc. Eq. Patrimonial)</b> | <b>119,1</b>   | <b>32,7</b>  | <b>+264,2%</b>   |
| <b>(+) Resultado de Equivalência Patrimonial</b>                | <b>(6,7)</b>   | <b>(8,0)</b> | <b>-16,9%</b>    |
| Lucro líquido (49,2% da Rothy's)                                | (1,3)          | (4,5)        | -71,0%           |
| Ajuste resultado do exercício anterior                          | (0,9)          | 0,2          | -                |
| Amortização de mais-valia                                       | (4,4)          | (3,7)        | +18,3%           |
| Diluição de participação (Stock Option)                         | (0,1)          | -            | -                |
| <b>(=) Lucro Líquido Exercício</b>                              | <b>112,4</b>   | <b>24,7</b>  | <b>+355,8%</b>   |

## Balanço Patrimonial (em R\$ milhões)

| <b>ATIVO</b>                                     | <b>31/03/2025</b> | <b>31/12/2024</b> | <b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>   | <b>31/03/2025</b> | <b>31/12/2024</b> |
|--|-------------------|-------------------|---|-------------------|-------------------|
| <b>CIRCULANTE</b>                                |                   |                   | <b>CIRCULANTE</b>   |                   |                   |
| Caixa e equivalentes de caixa                    | 1.098,6           | 1.488,5           | Fornecedores  | 441,6             | 455,4             |
| Contas a receber de clientes                     | 941,0             | 997,9             | Risco Sacado  | 149,7             | 170,8             |
| Estoques   | 778,9             | 709,1             | Empréstimos e financiamentos  | 289,0             | 251,4             |
| Tributos a recuperar                             | 209,7             | 179,3             | Passivo de Arrendamento   | 36,3              | 38,1              |
| Despesas antecipadas                             | 57,0              | 46,4              | Obrigações fiscais  | 67,3              | 79,5              |
| Contas a receber de venda de controlada          | -                 | -                 | Plano de incentivo de longo prazo   | 7,0               | 5,9               |
| Outros créditos                                  | 40,9              | 37,9              | Provisões e outras obrigações   | 159,7             | 139,2             |
| <b>Total do ativo circulante</b>                 | <b>3.126,1</b>    | <b>3.459,1</b>    | Obrigações trabalhistas e previdenciárias   | 212,8             | 173,3             |
|  |                   |                   | Provisão para contingências tributárias, cíveis e trabalhistas                      | 15,6              | 16,7              |
| <b>NÃO CIRCULANTE</b>                            |                   |                   | Juros sobre o capital próprio e dividendos a pagar                                  | 64,0              | 19,3              |
| Aplicações Financeiras                           | 13,6              | 13,2              | <b>Total do passivo circulante</b>  | <b>1.442,9</b>    | <b>1.349,6</b>    |
| Tributos a recuperar                             | 97,4              | 96,7              | <b>NÃO CIRCULANTE</b>   |                   |                   |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos | 284,4             | 291,0             | Empréstimos e financiamentos  | 603,2             | 1.172,2           |
| Depósitos judiciais                              | 33,8              | 36,8              | Passivo de Arrendamento   | 142,8             | 151,7             |
| Outros créditos                                  | 43,4              | 56,6              | Imposto de renda e contribuição social diferidos                                    | 0,1               | 0,1               |
| Partes Relacionadas                              | (0,0)             | -                 | Provisão para contingências tributárias, cíveis e trabalhistas                      | 2,6               | 2,4               |
| <b>Ativo realizável à longo prazo</b>            |                   |                   | Plano de incentivo de longo prazo   | 5,1               | 4,5               |
| Investimentos                                    | 770,7             | 835,6             | Contas a pagar pela aquisição de controlada   | 84,1              | 82,8              |
| Imobilizado                                      | 1.402,8           | 1.430,1           | Outras obrigações   | 48,3              | 40,1              |
| Ativo direito de uso                             | 163,2             | 174,6             | <b>Total do passivo não circulante</b>  | <b>886,1</b>      | <b>1.453,7</b>    |
| Intangível                                       | 446,1             | 446,0             | <b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>   |                   |                   |
| <b>Total do ativo não circulante</b>             | <b>3.255,3</b>    | <b>3.380,6</b>    | Capital social  | 3.906,9           | 3.906,9           |
|  |                   |                   | Reservas de capital   | 191,7             | 189,4             |
|  |                   |                   | Reserva de lucros   | 39,3              | 39,3              |
|  |                   |                   | Lucro (Prejuízos) acumulados  | 112,4             | -                 |
|  |                   |                   | Proposta de JCP Adicionais  | -                 | 51,5              |
|  |                   |                   | Outros Resultados abrangentes   | (198,5)           | (151,5)           |
|  |                   |                   | <b>Patrimônio líquido atribuído</b>   | <b>4.051,6</b>    | <b>4.035,6</b>    |
|  |                   |                   | <b>aos acionistas controladores</b>   |                   |                   |
|  |                   |                   | Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas | 0,8               | 0,8               |
|  |                   |                   | <b>Total do patrimônio líquido</b>  | <b>4.052,4</b>    | <b>4.036,4</b>    |
| <b>TOTAL DO ATIVO</b>                            | <b>6.381,5</b>    | <b>6.839,7</b>    | <b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>  | <b>6.381,5</b>    | <b>6.839,7</b>    |

## Fluxo de Caixa (em R\$ milhões)

| (R\$ milhões)  | 1T25           | 1T24           |
|--|----------------|----------------|
| <b>Caixa líquido (utilizado) /gerado pelas atividades operacionais</b>   | <b>166,7</b>   | <b>315,6</b>   |
| <b>Ajustes para reconciliar o lucro líquido do exercício proveniente das operações continuadas ao caixa líquido gerado pelas atividades operacionais</b> | <b>228,5</b>   | <b>164,5</b>   |
| Lucro líquido do exercício proveniente das operações continuadas   | 112,4          | 24,7           |
| Depreciação e amortização  | 51,2           | 47,7           |
| Resultado na venda/baixa do imobilizado  | 0,0            | 0,7            |
| Resultado da equivalência patrimonial  | 6,7            | 8,0            |
| Juros, variações monetárias e cambiais   | 46,5           | 31,4           |
| Provisão para contingências trabalhistas, cíveis e tributárias   | 5,7            | 20,3           |
| Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos   | (8,1)          | (3,8)          |
| Perdas nos estoques – provisão e ajuste de inventário  | (3,1)          | 13,6           |
| Provisão para perda esperada (impairment) do contas a receber  | 2,0            | 3,3            |
| Atualização monetária de depósitos judiciais e créditos tributários  | (0,5)          | (1,3)          |
| Provisão de juros - IFRS 16  | 3,6            | 3,9            |
| Depreciação de direito de uso - IFRS 16  | 11,4           | 11,2           |
| Provisão para plano de incentivo de Longo Prazo  | 0,7            | 4,9            |
| <b>Redução (aumento) nos ativos e passivos</b>   | <b>(11,9)</b>  | <b>163,2</b>   |
| Contas a receber de clientes   | 27,0           | 123,5          |
| Estoques   | (75,9)         | 22,0           |
| Despesas antecipadas   | (11,8)         | (5,8)          |
| Impostos a recuperar   | (32,6)         | 61,7           |
| Fornecedores   | (8,4)          | (43,2)         |
| Obrigações tributárias   | 29,8           | (8,6)          |
| Obrigações trabalhistas e previdenciárias  | 41,1           | 10,7           |
| Contingências  | (6,7)          | (8,8)          |
| Outros   | 25,7           | 11,8           |
| <b>Caixa (utilizado) / gerado nas operações</b>  | <b>216,5</b>   | <b>327,7</b>   |
| (Pagamentos) / ressarcimento de imposto de renda e contribuição social   | (26,1)         | (0,8)          |
| Pagamento de encargos, de empréstimos e financiamentos   | (20,7)         | (8,3)          |
| Pagamento de juros de arrendamento mercantil IFRS 16   | (3,0)          | (3,0)          |
| <b>Caixa líquido (utilizado) nas atividades de investimento</b>  | <b>(27,5)</b>  | <b>(13,0)</b>  |
| Aquisições de imobilizado e intangível   | (27,5)         | (14,7)         |
| Aplicações financeiras   | -              | 1,7            |
| <b>Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento</b>  | <b>(519,4)</b> | <b>42,3</b>    |
| Captações de empréstimos e financiamentos  | 87,6           | 59,7           |
| Pagamento de empréstimos e financiamentos – Principal  | (595,6)        | (6,5)          |
| Pagamento de principal de arrendamento mercantil - IFRS 16   | (11,3)         | (10,9)         |
| <b>Efeito de variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa</b>  | <b>(9,7)</b>   | <b>1,7</b>     |
| <b>Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa</b>  | <b>(389,9)</b> | <b>346,6</b>   |
| <b>Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa</b>  | <b>1.488,5</b> | <b>922,5</b>   |
| <b>Saldo final do caixa e equivalentes de caixa</b>  | <b>1.098,6</b> | <b>1.269,1</b> |



**ALPARGATAS**

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

