



ALPARGATAS



Divulgação de Resultados - 3T24

VIDEOCONFERÊNCIA
8 de novembro de 2024 | Sexta-Feira

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

Acesso Teams

Performance Alpargatas

ALPARGATAS ULTRAPASSA RECEITA LÍQUIDA DE R\$ 1B NO 3T24

EBITDA NORMALIZADO DE R\$ 137M

LUCRO LÍQUIDO NORMALIZADO DE R\$ 66M

GERAÇÃO DE CAIXA LÍQUIDA DE R\$ 186M



Volume
58 milhões de pares vs.
52 milhões no 3T23



Receita líquida
R\$ 1 bilhão vs.
R\$ 896 milhões no 3T23



Lucro bruto
R\$ 495 milhões vs.
R\$ 363 milhões no 3T23



Margem bruta consolidada
47,7% vs.
40,5% no 3T23



EBITDA normalizado
R\$ 137 milhões vs.
R\$ 77 milhões no 3T23



Margem EBITDA
normalizada
13,2% vs. 8,6% no 3T23



Lucro líquido normalizado
R\$ 66 milhões vs.
R\$ 5 milhões no 3T23



Geração de Caixa
R\$ 186 milhões vs.
R\$ 103 milhões no 3T23

AVISO LEGAL

Quaisquer declarações prospectivas contidas neste documento compreendem meras suposições ou expectativas da Administração da Companhia, não configurando projeções ou estimativas de qualquer natureza. Estas declarações estão sujeitas a diversos riscos, conhecidos e desconhecidos, muitos dos quais estão além do controle da Companhia, incluindo mas não se limitando ao ambiente econômico brasileiro e internacional, circunstâncias relativas aos mercados financeiros locais e internacionais, condições políticas e de desenvolvimento de mercado. O presente documento foi elaborado com propósito informativo, não constituindo solicitação, oferta, conselho ou recomendação para comprar ou vender valores mobiliários de emissão da Companhia. A Alpargatas não se compromete a atualizar este documento em decorrência de novas informações, eventos futuros ou outros acontecimentos.

Mensagem da Administração

Gradações e avanços

Desde que começamos a atual jornada de transformação, no início de 2023, sabíamos que os passos seriam muitos para chegarmos onde gostaríamos. Particularmente gostamos desta alusão a passos que se seguem e sucedem de forma ordenada e cautelosa rumo aos nossos objetivos. Porque temos clareza de que nossa jornada em nada se assemelha a uma corrida de 100 metros rasos e que tampouco será feita de saltos. O que vimos fazendo desde aquele momento é nos alinharmos sobre nossas prioridades, definirmos que passos precisarão ser dados antes, que outros depois, e apenas seguimos, confiando no poder do acúmulo desses muitos passos na direção em que acreditamos. Sabemos de nosso potencial para irmos longe, mas estamos cientes da importância da diligência e da paciência para chegarmos lá.

Em nossa revisão estratégica, definimos dois pilares centrais que deverão nortear esses passos adiante. Um deles trata de foco e competitividade, onde resgatamos a essência do nosso modelo de negócio, priorizando o que é relevante, cuidando da eficiência e da alocação de capital e fortalecendo nossos diferenciais competitivos. O outro trata do crescimento sustentável, em que seguiremos buscando ciclos de expansão consistentes, com clareza de prioridades e com rentabilidade.

Acreditamos que este 3T24 expressa bem essa gradação de avanços, em que alguns passos já foram dados de maneira sólida, enquanto outros tantos ainda estão por vir.

Na frente da saúde financeira e disciplina de capital, já avançamos muito e neste trimestre cruzamos a linha que nos tornou caixa líquido pela primeira vez desde o início de 2022. Após toda a trajetória de alavancagem da companhia, este marco consolida que os passos que demos em direção à saúde financeira foram firmes.

Na retomada da operação Brasil, seguimos avançando de forma consistente, atingindo um patamar de margem bruta superior aos terceiros trimestres dos últimos vários anos, mesmo sem contarmos ainda com o benefício integral da retomada de nossa escala operacional. Nosso volume foi **13%** maior que no 3T23 e seguimos ganhando tração com nossos consumidores, com nosso share tendo avançado **1,3 p.p.** (vs 2T24).

Em nossa operação internacional, nosso volume cresceu **13,5%** (vs 3T23), com uma **margem bruta** já **8,0 p.p.** superior àquela do 3T23, retomando um patamar similar ao que tínhamos em 2022. Por outro lado, sabemos que ainda precisaremos dar muitos passos na retomada de um crescimento sustentável no mercado internacional para sermos capazes de recuperar escala suficiente para reequilibrarmos nossa margem EBITDA em patamares saudáveis. Apesar de, em nossa gradação de avanços, termos um caminho mais longo nesta frente que em outras, vemos sinais inspiradores de que a caminhada segue promissora.

Avanços na Operação de Havaianas Brasil: Crescimento e Eficiência

No Brasil, a operação de Havaianas tem mostrado uma recuperação robusta, com aumento de **13,0% no volume** de pares vendidos e a normalização dos repasses de preço. A receita líquida da operação do Brasil expandiu 15,4%, comparado ao 3T23. O destaque do período foi a rentabilidade, com a **Margem Bruta** atingindo **44,2%**, expansão de **+7,0 p.p.** na comparação com o 3T23 e Margem EBITDA atingindo **22,6%**, o mesmo nível dos melhores terceiros trimestres da última década. O patamar de rentabilidade registrada reforça a eficácia dos refinamentos operacionais implementados e a fortaleza da marca, que respondeu rapidamente aos ajustes de rota implementados.

O resultado do trimestre reflete, ainda, a melhoria do indicador de acuracidade das entregas (**OTIF**), que segue consolidado em níveis próximos a **70%**, o aprimoramento de nosso processo de S&OP e a maior eficiência fabril e logística. A execução nos pontos de venda segue aprimorada, com cobertura de promotores mais ampla o que nos aproxima dos clientes, assegurando uma presença constante e conectada às necessidades de cada canal.

Mensagem da Administração

A relevância das operações de Havaianas Brasil constitui uma alavanca fundamental para nossa jornada e não por acaso entendemos desde o princípio que este merecia ser um dos primeiros focos de nossa atenção. Os passos que demos até aqui, traduzidos na expressiva desestocagem do canal, na recuperação de crescimento de volume, na melhoria operacional, no avanço de *market share*, no fortalecimento da marca e, tudo isto, ao mesmo tempo em que alcançamos margens recordes, nos dão a confiança de que ainda seguiremos capturando valor nessa operação.

Operação Internacional: Estabilização e Preparação para Crescimento

O resultado da nossa operação internacional reflete a natureza de um ciclo comercial mais longo, marcado pela forte sazonalidade e, conseqüentemente, pela complexidade dos ajustes necessários. A receita líquida da operação internacional expandiu **13,5%** vs 3T23, impulsionada pelos avanços em EMEA e Estados Unidos.

Na **Europa** e **MEA**, embora o verão tardio na região tenha afetado a reposição de estoque e a venda incremental prevista para o 2T24, o volume registrado no 3T24 atingiu **2,3 milhões de pares vendidos**, retomando ao patamar do mesmo período de 2021, impulsionado pelo desempenho positivo em MEA. Os esforços em curso para recompor a rentabilidade e escala da operação estão focados na recomposição da base de clientes e a ampliação da presença de Havaianas nos outros canais estratégicos. Nossa equipe comercial na região foi reestruturada, com executivos com ampla experiência no segmento de calçados e gestão de canais e consolidamos nossa parceria logística para assegurar mais acuracidade nas entregas, atendendo às expectativas de clientes e reforçando a credibilidade da marca.

Em **APAC** e **LATAM**, regiões operadas por distribuidores, seguimos com o monitoramento constante de *sell-in* e *sell-out* para manter o bom fluxo de estocagem da cadeia, além da priorização de geografias, estabelecendo padrões comerciais que assegurem margens mais adequadas. Este realinhamento de preços e novos termos e condições comerciais, em algumas localidades, impactou volumes, mas está alinhado à nossa busca pela rentabilidade nas operações.

Na operação dos **Estados Unidos**, registramos crescimento de **34,5%** no **volume de pares vendidos** em relação ao 3T23, o que ainda é insuficiente para absorver o nível de despesas da região. O desafio de escala operacional, aliado à maior presença do canal digital naquele mercado, seguiu pressionando a rentabilidade do negócio, além do maior nível de investimento em marketing ao longo dos últimos meses. Acreditamos que a recomposição dos níveis adequados de investimento na construção da marca é um pilar importante da nossa estratégia globalmente, mas que temos oportunidade para avançar em busca de um melhor equilíbrio dessas iniciativas com os resultados em cada geografia.

A margem bruta consolidada na operação internacional atingiu **60,3%**, com avanço de **8,0 p.p.**, comparado ao 3T23, impulsionada entre outros fatores por melhoras estruturais nos indicadores de distribuição da Europa.

Estratégia de Marketing e Fortalecimento de Marca

Seguimos em nossa trajetória de fortalecimento de marca, com retomada de níveis mais saudáveis de investimentos em marketing e Havaianas voltando a ganhar espaço.

Com perspectivas de crescimento contínuo, nossa estratégia para Havaianas foca na expansão em canais menos penetrados, como especializado e DTC, ao mesmo tempo em que ampliamos nosso portfólio para melhor atendermos aos públicos masculino e infantil, além de inovarmos buscando aumentar as ocasiões de uso do chinelo.

Mensagem da Administração

No total, investimos **R\$ 94,4 milhões** (+47,5% vs 3T23), ou **9,2% da receita líquida**, um aumento de 2,0 p.p., na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior. Esse aumento reflete a estratégia da companhia de reinvestir parte da redução de despesas para recompor os patamares saudáveis de investimentos na marca. Se de um lado ainda vemos espaço para calibrações graduais na busca pela alocação ótima desses recursos, por outro temos a convicção de que a busca contínua de eficiência em outras frentes para, em parte, fomentarem nossos investimentos na marca é uma parte fundamental de um modelo saudável de crescimento.

No 3T24, os investimentos em marketing foram direcionados para ações icônicas, como Olimpíadas, eventos e lojas pop-ups em grandes localidades da Europa, além do lançamento de mais uma coleção que reforça o DNA da nossa marca e os atributos reconhecidos de nossos produtos para o verão de 2025.

Dentro das diretrizes estratégicas para 2024, atribuímos ao marketing um papel central na sustentação da operação comercial, promovendo mais engajamento com o público e fortalecendo a marca. Este ano, Havaianas foi eleita a segunda marca mais querida do Brasil, de acordo com o ranking “As marcas que conquistaram o Brasil” da Ecglobal. Esse reconhecimento não apenas reafirma nossa conexão com o consumidor, mas também valida os investimentos realizados para reforçar a imagem de Havaianas.

Nosso portfólio de produtos também foi otimizado, com redução do número de SKUs e o lançamento de uma nova família de chinelos masculinos, com diferentes faixas de preços e shapes. Esse lançamento endereça o gap de produtos focados no público masculino para que possamos ganhar competitividade não só no canal alimentar, mas principalmente no especializado.

Disciplina Financeira e Saúde do Capital

A caminhada da disciplina de capital se manteve robusta e nossa geração de caixa seguiu em terreno positivo, retomando a companhia para a posição de caixa líquido. Encerramos o período com **posição líquida positiva de R\$ 58,0 milhões**. Desde maio de 2023, quando pela primeira vez revertermos a geração líquida de caixa para terreno positivo, já geramos **caixa livre** de maneira acumulada de cerca de **R\$ 1,1 bilhão**. No 3T24, liberamos **R\$ 73,0 milhões em capital de giro**, em linha com a natureza da nossa operação. Desta forma, alcançamos o sexto trimestre consecutivo com liberação líquida de capital de giro. Ao longo deste trimestre aceleramos o ritmo de investimentos (capex), para avançarmos em nossos projetos prioritários, alinhados ao nosso planejamento anual. O total investido no 3T24 foi de **R\$ 47,0 milhões**. Seguimos focados no uso consciente dos recursos, tendo nos primeiros nove meses de 2024 investido cerca de **70% menos** que nos 9M23.

As despesas fixas seguem em patamares mais estabilizados, refletindo os ganhos de simplificação estrutural e o foco no contexto operacional atual. Os esforços para contenção de gastos e rigidez nos controles de despesas seguem com sinalizações positivas. Assim como nos períodos anteriores, no 3T24, o total de despesas dos pacotes do OBZ atingiu 90% dos níveis registrados no 1T23. Aqui é importante destacar que parte das despesas deste trimestre foi impactada pelo efeito da variação cambial do período, ajustando esse efeito essa métrica teria sido de 87% do 1T23. Reforçamos que seguimos diligentes em relação às reduções obtidas até aqui, sem nos esquecermos que a busca de eficiência será um esforço permanente da Companhia.

Com tudo isto, neste trimestre vimos a boa dinâmica da operação do Brasil, avanços de margem bruta internacional e o controle de despesas fixas. Esses avanços foram mais que suficientes para compensarem os efeitos da perda de escala do internacional e o avanço dos investimentos em marketing. Assim, a operação consolidada da Havaianas atingiu **EBITDA de R\$ 135,3 milhões**, um aumento de **94,5%** vs 3T23, com margem de 13,2%, **+5,3 p.p.** em relação à margem registrada no 3T23.

Mensagem da Administração

Rothy's: Expansão e Eficiência Operacional

A Rothy's vem dando passos importantes, seguindo, desde o 2T23, uma sólida trajetória de melhoria de resultados nas janelas de 12 meses. Neste trimestre, apresentou receita de **\$ 39,0 milhões**, um crescimento de **+29,0%** comparado ao mesmo período do ano anterior, impulsionado por uma melhor estratégia de produtos e canais. A eficiência fabril e a otimização dos custos de frete e distribuição têm sido elementos positivos para a expansão da **margem bruta**, que encerrou o trimestre em **63,4%**, uma expansão de **+0,8 p.p.**, comparado ao 3T23. O lançamento da *flagship* na 5ª Avenida, em Nova York, fortaleceu ainda mais a presença da marca, consolidando a estratégia de crescimento no mercado norte-americano.

Perspectivas: Foco no Crescimento Sustentável e Consistente

Os passos dados até agora fortaleceram nossa posição no Brasil, com uma operação alinhada à demanda e um portfólio mais ajustado. A experiência acumulada desde o início do processo de turnaround permite que sigamos em direção a uma operação mais eficiente e disciplinada.

No cenário internacional, reconhecemos que ainda temos um caminho de recuperação. Contudo, estamos implementando as medidas necessárias para estabilizar e retomar nossa competitividade nos principais mercados. O time comercial está focado em reestabelecer a base de clientes e em fortalecer a conexão da marca com o consumidor globalmente.

Continuaremos a investir na marca Havaianas, de maneira disciplinada e equilibrada, certos de que esse é nosso maior ativo e que temos amplo espaço para expansão nos mercados prioritários. Sabemos que nossa jornada é longa e desafiadora, mas estamos comprometidos com uma estratégia fundamentada em disciplina, simplificação e eficiência. Este compromisso nos orienta na geração de valor sustentável para nossos acionistas e no atendimento das necessidades de nossos consumidores.

Encerramos o trimestre confiantes de que estamos no caminho certo para fortalecermos nossas operações e consolidarmos os ganhos acumulados até aqui, com uma gestão de recursos responsável e uma execução operacional e comercial cada vez mais ajustada às demandas do mercado. Seguiremos trabalhando para inspirar o mundo com uma pegada mais leve, com foco no crescimento sustentável para elevar a Havaianas globalmente ao tamanho do seu potencial.

Performance Havaianas

Volume Brasil
54 milhões de pares vs.
47 milhões no 3T23



Volume Internacional
5 milhões vs.
4 milhões no 3T23

Receita líquida Brasil atinge
R\$ 816 milhões vs.
R\$ 707 milhões no 3T23



Receita líquida Internacional
R\$ 211 milhões vs.
R\$ 178 milhões no 3T23

Margem Bruta Brasil
44,2% vs. 37,2% no 3T23



Margem Bruta Internacional
60,3% vs. 52,3% no 3T23

EBITDA
R\$ 135 milhões vs.
R\$ 70 milhões no 3T23



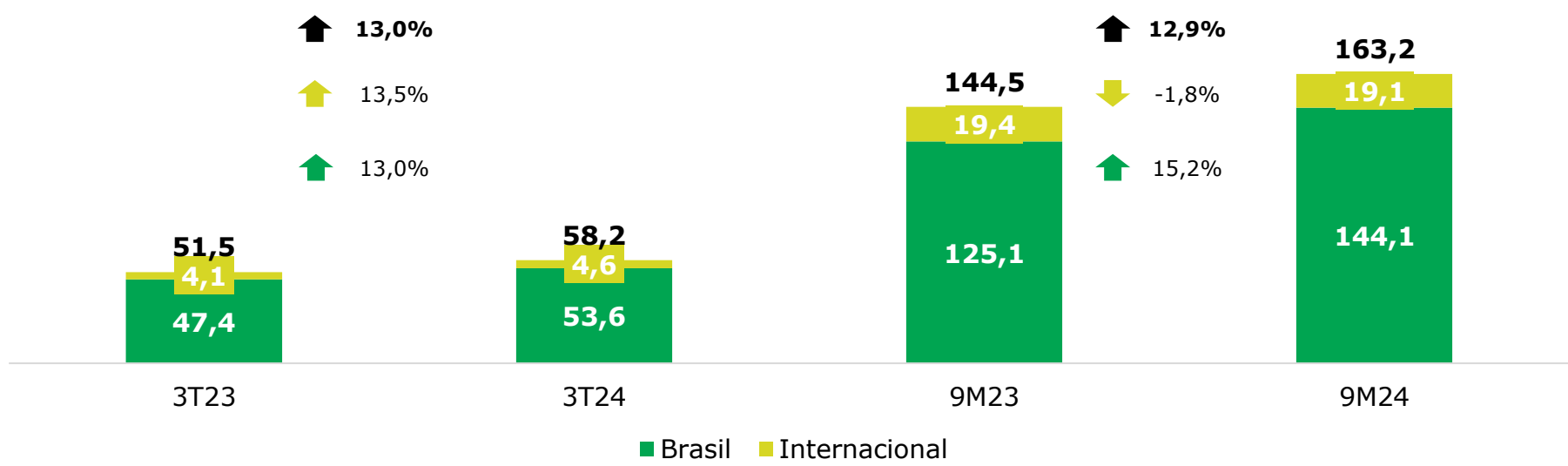
Margem EBITDA
13,2% vs.
7,9% no 3T23

Principais Indicadores Operacionais e Financeiros

(milhões pares)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Volume	58,2	51,5	+13,0%	163,2	144,5	+12,9%
Brasil	53,6	47,4	+13,0%	144,1	125,1	+15,2%
Internacional	4,6	4,1	+13,5%	19,1	19,4	-1,8%

(R\$ milhões R\$ / par)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Receita líquida	1.026,8	884,7	+16,1%	2.954,6	2.698,1	+9,5%
Brasil	815,6	707,0	+15,4%	2.126,8	1.821,1	+16,8%
Internacional	211,2	177,7	+18,9%	827,8	877,0	-5,6%
Receita líquida / par	17,65	17,19	+2,7%	18,11	18,67	-3,0%
Brasil	15,22	14,91	+2,1%	14,76	14,56	+1,4%
Internacional	45,90	43,81	+4,8%	43,39	45,13	-3,8%
Lucro bruto	487,9	356,1	+37,0%	1.380,3	1.119,9	+23,3%
Mg. bruta (%)	47,5%	40,3%	+7,3pp	46,7%	41,5%	+5,2pp
Brasil	360,5	263,2	+37,0%	882,3	615,1	+43,4%
Mg. bruta (%)	44,2%	37,2%	+7,0pp	41,5%	33,8%	+7,7pp
Internacional	127,4	93,0	+37,1%	498,1	504,8	-1,3%
Mg. bruta (%)	60,3%	52,3%	+8,0pp	60,2%	57,6%	+2,6pp
Lucro bruto / par	8,39	6,92	+21,2%	8,46	7,75	+9,2%
Brasil	6,73	5,55	+21,2%	6,12	4,92	+24,5%
Internacional	27,69	22,92	+20,8%	26,11	25,98	+0,5%
EBITDA (Incl. IFRS16)	135,3	69,6	+94,5%	312,0	138,6	+125,0%
Mg. EBITDA (%)	13,2%	7,9%	+5,3pp	10,6%	5,1%	+5,4pp
Brasil	184,7	120,8	+52,9%	349,0	146,7	+137,9%
Mg. EBITDA (%)	22,6%	17,1%	+5,6pp	16,4%	8,1%	+8,4pp
Internacional	(49,4)	(51,2)	-3,7%	(37,0)	(8,0)	+360,9%
Mg. EBITDA (%)	-23,4%	-28,8%	+5,5pp	-4,5%	-0,9%	-3,6pp
EBITDA (Incl. IFRS16) / par	2,33	1,35	+72,1%	1,91	0,96	+99,3%
Brasil	3,45	2,55	+35,3%	2,42	1,17	+106,6%
Internacional	(10,73)	(12,64)	-15,1%	(1,94)	(0,41)	+369,5%

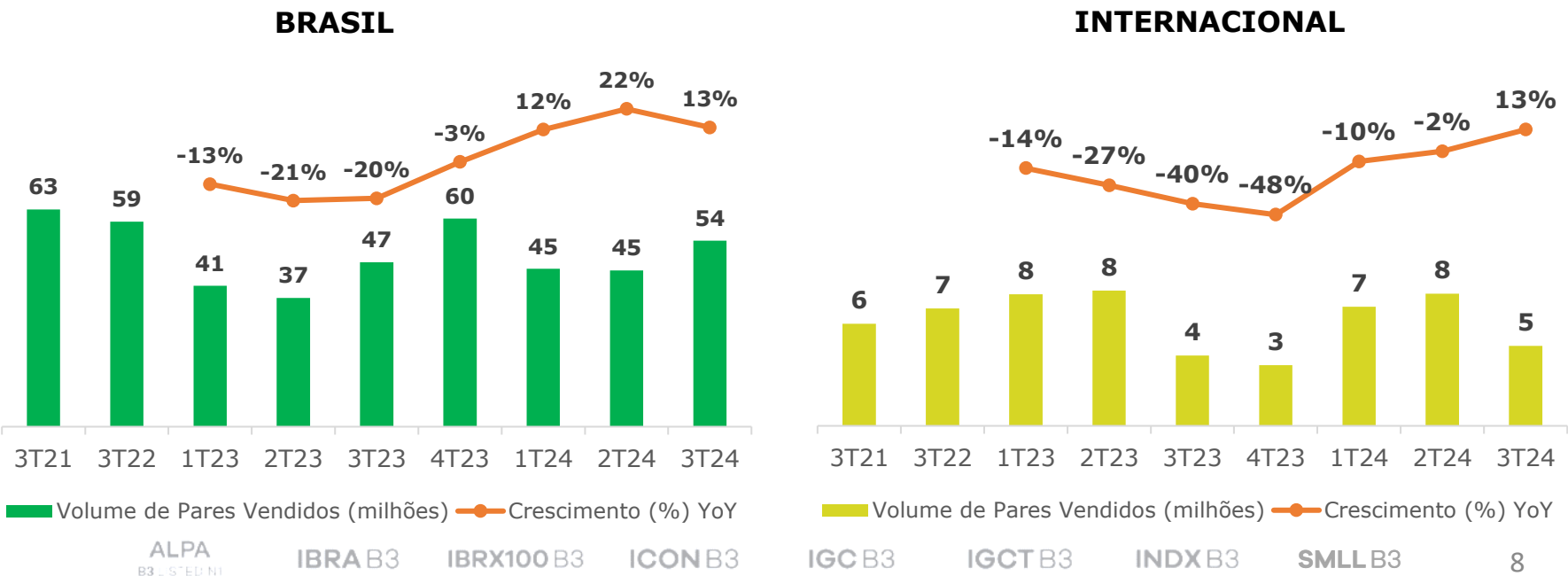
Volume (em milhões de pares)



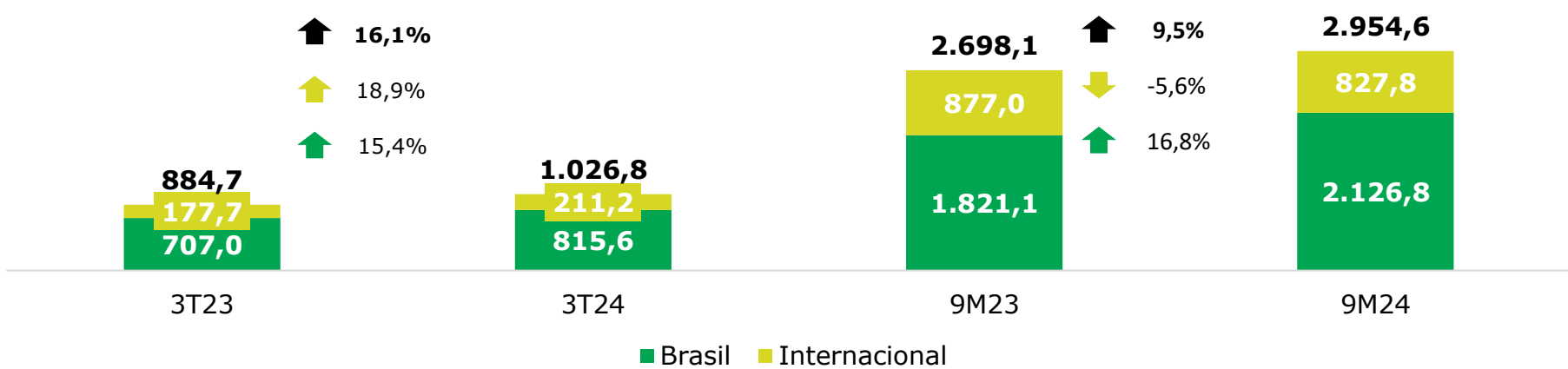
Havaianas Brasil: Foram vendidos 53,6 milhões de pares no trimestre e 144,1 milhões nos nove meses de 2024, com crescimentos de +13,0% e de 15,2%, respectivamente, em relação aos mesmos períodos de 2023. Neste trimestre, como parte da estratégia de vendas, a Companhia antecipou parte do volume de vendas que era esperado apenas para o quarto trimestre. O volume de pares vendidos na operação do Brasil já reflete o momento de mais estabilidade da operação, com a melhoria do indicador de acuracidade das entregas (OTIF), que segue consolidado em próximos 70%, o aprimoramento de nosso processo de S&OP e a maior eficiência fabril e logística. Além disso, a execução nos pontos de venda segue evoluindo, com mais promotores e maior proximidade com os clientes, assegurando uma presença constante e conectada às necessidades de cada canal. Vale ainda destacar, que o crescimento de volume do trimestre já parte de uma base de comparação mais normalizada, após um primeiro semestre de desestocagem e adequação do níveis de estoque na cadeia. Neste trimestre, como característica do período de composição do estoque para a sazonalidade do Brasil, houve um descolamento entre *sell-in* e *sell-out*, resultado da estratégia de antecipação de parte do volume de vendas destinada ao 4T24. Ainda que no 3T24, o *sell-out* estimado da Havaianas Brasil tenha recuado -3% em relação ao 3T23, a Havaianas registrou expansão de 1.3 p.p. de *market share*, versus o 2T24 e 1,8 p.p. no acumulado do ano.

Havaianas Internacional: Foram vendidos 4,6 milhões de pares no trimestre, um crescimento de 13,5% yoy, sendo o primeiro trimestre desde o 4T22 com crescimento de volumes na comparação anual. O resultado de nove meses apresenta queda de 1,8% em comparação ao mesmo período do ano anterior. O resultado do Internacional dividido pelas geografias de atuação apresenta diferentes performances: EMEA apresenta crescimento de 31% no volume de vendas, impulsionado pela performance dos países de MEA. A operação americana apresentou crescimento de 35% no volume do trimestre, impulsionado pelo maior volume vendido nos canais digitais e *off-price*. Por fim, o processo de padronização das diretrizes comerciais para os Mercados Distribuidores, de APAC e LATAM, refletiu na queda de 6,6% no volume de pares vendidos, comparado ao 3T23, resultado alinhado à estratégia de priorização de rentabilidade das operações.

Volume de pares vendidos
 Milhões de pares / Crescimento yoy (%)



Receita líquida (em R\$ milhões)



(R\$ milhões R\$ / par)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Receita líquida	1.026,8	884,7	+16,1%	2.954,6	2.698,1	+9,5%
Brasil	815,6	707,0	+15,4%	2.126,8	1.821,1	+16,8%
Internacional	211,2	177,7	+18,9%	827,8	877,0	-5,6%
EMEA	120,6	109,4	+10,3%	538,6	600,1	-10,3%
NA&C	42,1	28,0	+50,7%	124,2	116,1	+6,9%
Distribuidores	48,5	40,4	+20,2%	165,0	160,7	+2,7%
Receita líquida / par	17,65	17,19	+2,7%	18,11	18,67	-3,0%
Brasil	15,22	14,91	+2,1%	14,76	14,56	+1,4%
Internacional	45,90	43,81	+4,8%	43,39	45,13	-3,8%

Receita líquida (em moeda constante)

(R\$ milhões R\$ / par)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Receita líquida	1.026,8	909,6	+12,9%	2.954,6	2.796,1	+5,7%
Brasil	815,6	707,0	+15,4%	2.126,8	1.821,1	+16,8%
Internacional	211,2	202,6	+4,2%	827,8	974,9	-15,1%
EMEA	120,6	124,9	-3,4%	538,6	668,7	-19,5%
NA&C	42,1	31,8	+32,4%	124,2	128,2	-3,1%
Distribuidores	48,5	45,9	+5,6%	165,0	178,1	-7,3%
Receita líquida / par	17,65	17,67	-0,1%	18,11	19,35	-6,4%
Brasil	15,22	14,91	+2,1%	14,76	14,56	+1,4%
Internacional	45,90	49,96	-8,1%	43,39	50,17	-13,5%

Nota: Para fins de comparação, utiliza-se o critério de moeda constante em reais (CC). Os valores são convertidos para Reais considerando a taxa de câmbio média do período no ano corrente. Para o 3T24 e 3T23, valores em US\$ foram convertidos a R\$ 5,55, e em EUR a R\$ 6,07.

No trimestre, a receita líquida foi de R\$ 1,0 bilhão, com crescimento de 16,1% (+12,9% em CC) em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.

Havaianas Brasil: A operação do Brasil apresentou crescimento de 15,4% na receita líquida, decorrente do aumento de 13% no volume de vendas e de 2,1% no ticket médio por par. O resultado do trimestre foi impulsionado pelo movimento de antecipação de parte dos volumes que eram destinados ao quarto trimestre no Brasil.

Havaianas Internacional: A receita líquida consolidada da operação internacional apresentou aumento de 4,2% (CC) no trimestre yoy. No período, as regiões com destaque são EUA (+32,4% CC yoy) e Mercados Distribuidores (+5,6% CC yoy), enquanto EMEA apresentou queda (-3,4% CC yoy). O mix de regiões e a normalização de preços na operação da Europa e início do processo de padronização das políticas comerciais nos mercados operados por distribuidores se refletiu na dinâmica de receita por par que retraiu 8,1% em CC YoY, na comparação com o 3T23.

Custo dos produtos vendidos (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Custo dos produtos vendidos	538,9	528,6	+2,0%	1.574,3	1.578,2	-0,2%
Brasil	455,1	443,8	+2,5%	1.244,6	1.206,0	+3,2%
Internacional	83,8	84,7	-1,1%	329,7	372,1	-11,4%

O CPV apresentou aumento de 2% no trimestre, enquanto no período de nove meses de 2024 o CPV ficou estável, comparado aos mesmos períodos do ano anterior.

Assim, CPV/par apresentou redução de 9,8% neste trimestre yoy, impulsionado, principalmente, pelo ganho de escala e diluição de despesas fixas de fábrica, como pela redução do custo de matéria prima por par yoy de -14,4% e ganho de eficiência fabril de 3,6%.

O CPV/par do Brasil foi de R\$ 8,50, recuo de 9,3% em relação do 3T23. No Internacional, a queda do CPV/par em CC foi de -14,1% em razão de melhorias estruturais do custo fixos de distribuição.

Lucro bruto (em R\$ milhões)

(R\$ milhões R\$ / par)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Lucro Bruto	487,9	356,1	+37,0%	1.380,3	1.119,9	+23,3%
Mg. Bruta (%)	47,5%	40,3%	+7,3pp	46,7%	41,5%	+5,2pp
Brasil	360,5	263,2	+37,0%	882,3	615,1	+43,4%
Mg. Bruta (%)	44,2%	37,2%	+7,0pp	41,5%	33,8%	+7,7pp
Internacional	127,4	93,0	+37,1%	498,1	504,8	-1,3%
Mg. Bruta (%)	60,3%	52,3%	+8,0pp	60,2%	57,6%	+2,6pp
Lucro Bruto / par	8,39	6,92	+21,2%	8,46	7,75	+9,2%
Brasil	6,73	5,55	+21,2%	6,12	4,92	+24,5%
Internacional	27,69	22,92	+20,8%	26,11	25,98	+0,5%

Lucro bruto (em moeda constante)

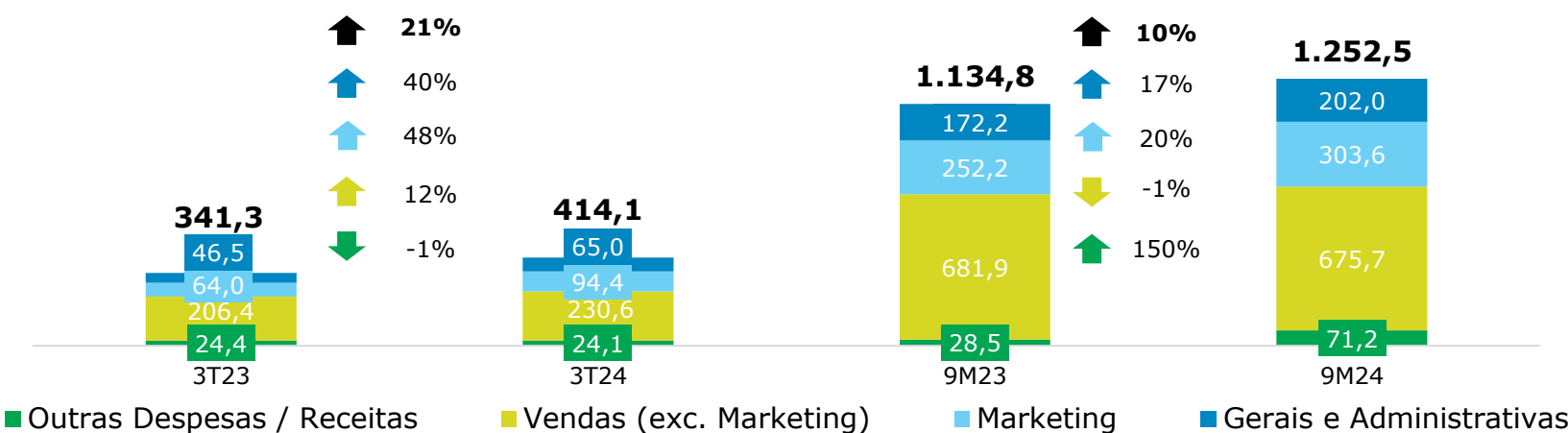
(R\$ milhões R\$ / par)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Lucro Bruto	487,9	369,2	+32,2%	1.380,3	1.176,1	+17,4%
Mg. Bruta (%)	47,5%	40,6%	+6,9pp	46,7%	42,1%	+4,7pp
Brasil	360,5	263,2	+37,0%	882,3	615,1	+43,4%
Mg. Bruta (%)	44,2%	37,2%	+7,0pp	41,5%	33,8%	+7,7pp
International	127,4	106,0	+20,2%	498,1	561,0	-11,2%
Mg. Bruta (%)	60,3%	52,3%	+8,0pp	60,2%	57,5%	+2,6pp
Lucro Bruto / par	8,39	7,17	+16,9%	8,46	8,14	+4,0%
Brasil	6,73	5,55	+21,2%	6,12	4,92	+24,5%
Internacional	27,69	26,13	+6,0%	26,11	28,87	-9,6%

A Havaianas registrou Lucro Bruto de R\$ 487,9 milhões no trimestre, aumento de 37,0% yoy (32,2% em CC). Já a margem bruta total foi de 47,5%, aumento de +7,2 p.p. yoy. Ao desconsiderar os efeitos relacionados à write-offs de matéria-prima e produtos acabados, a margem bruta alcançaria 48,6%.

Havaianas Brasil: O lucro bruto apresentou crescimento de 37% yoy, com margem bruta de 44,2%, aumento de +7,0 p.p. yoy.

Havaianas Internacional: O lucro bruto cresceu 20,2% (CC) yoy, com expansão da margem bruta de +8 p.p. yoy. A evolução é explicada pela contínua captura da redução de CPV nos produtos vendidos aos Mercados Distribuidores e pelo aumento de volumes vendidos no trimestre, além de melhoras estruturais nos custos fixos de distribuição a Europa.

Despesas (em R\$ milhões)



EBITDA (em R\$ milhões)

(R\$ milhões R\$ / par)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
EBITDA (Incl. IFRS16)	135,3	69,6	+94,5%	312,0	138,6	+125,0%
Mg. EBITDA (Incl. IFRS16) (%)	13,2%	7,9%	+5,3pp	10,6%	5,1%	+5,4pp
Brasil	184,7	120,8	+52,9%	349,0	146,7	+137,9%
Mg. EBITDA (%)	22,6%	17,1%	+5,6pp	16,4%	8,1%	+8,4pp
Internacional	(49,4)	(51,2)	-3,7%	(37,0)	(8,0)	+360,9%
Mg. EBITDA (%)	-23,4%	-28,8%	+5,5pp	-4,5%	-0,9%	-3,6pp
EBITDA / par	2,33	1,35	+72,1%	1,91	0,96	+99,3%
Brasil	3,45	2,55	+35,3%	2,42	1,17	+106,6%
Internacional	(10,73)	(12,64)	-15,1%	(1,94)	(0,41)	+369,5%

EBITDA (em moeda constante)

(R\$ milhões R\$ / par)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
EBITDA (Incl. IFRS16)	135,3	62,3	+117,1%	312,0	135,5	+130,2%
Mg. EBITDA (Incl. IFRS16) (%)	13,2%	6,9%	+6,3pp	10,6%	4,8%	+5,7pp
Brasil	184,7	120,8	+52,9%	349,0	146,7	+137,9%
Mg. EBITDA (%)	22,6%	17,1%	+5,6pp	16,4%	8,1%	+8,4pp
Internacional	(49,4)	(58,5)	-15,6%	(37,0)	(11,1)	+232,1%
Mg. EBITDA (%)	-23,4%	-28,9%	+5,5pp	-4,5%	-1,1%	-3,3pp
EBITDA / par	2,33	1,21	+92,0%	1,91	0,94	+103,9%
Brasil	3,45	2,55	+35,3%	2,42	1,17	+106,6%
Internacional	(10,73)	(14,41)	-25,6%	(1,94)	(0,57)	+238,3%

A operação consolidada de Havaianas apresentou aumento de SG&A de +21% no trimestre, um aumento nominal de R\$ 72,8 milhões. Deste aumento, R\$ 30,4 milhões são equivalentes ao maior nível de investimentos em marketing no trimestre. Os outros R\$ 42,4 milhões são explicados pela retomada de diversas atividades congeladas ou não existentes no ano de 2023, como o provisionamento de bônus, viagens e convenções comerciais, bem como a recomposição do time executivo que estava com posições vagas ao final do 3T23. Ademais, as despesas que compõem os pacotes de despesas fixas do Orçamento Base Zero (OBZ) continuam apresentando consistência nos *savings* gerados até o momento, com redução -10% em relação ao 1T23, mesmo impactado pela sazonalidade e efeito cambial na comparação dos períodos.

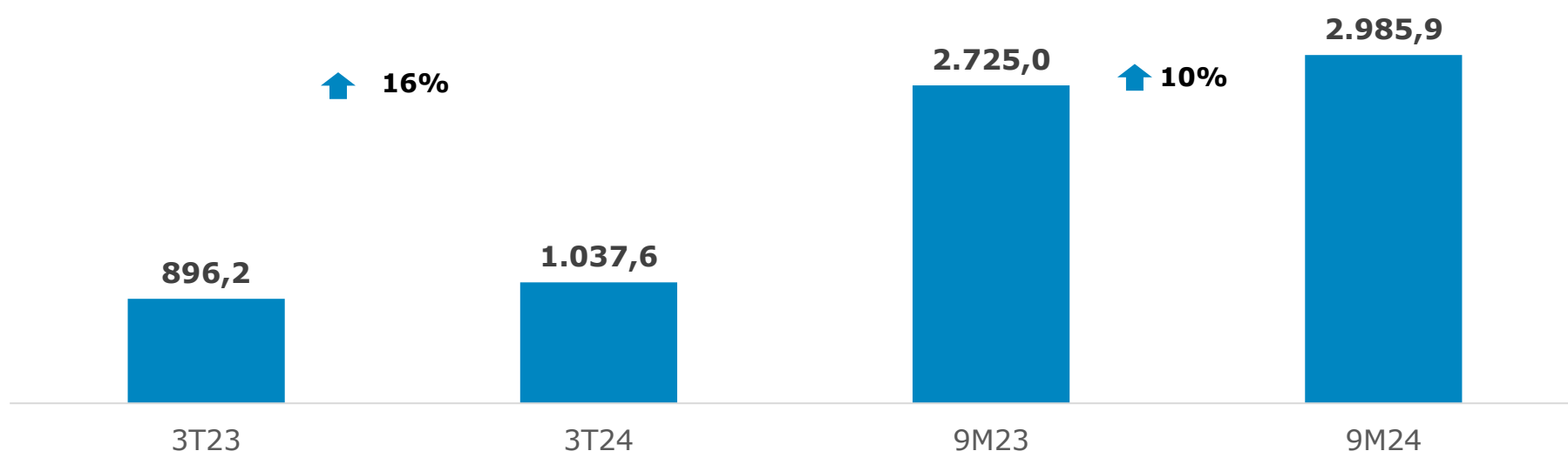
Havaianas Brasil: O EBITDA do Brasil atingiu R\$ 184,7 milhões, um crescimento de 52,9%, com margem EBITDA de 22,6%. Essa margem reflete a retomada da operação para rentabilidade similar aos melhores níveis da última década.

Havaianas Internacional: A operação do mercado externo apresentou EBITDA negativo de R\$ 49,4 milhões, impactado, principalmente, pelos maiores investimentos em marketing, ainda como reflexo das olimpíadas, e de incremento da força comercial (abertura de *pop-up stores*, excelência comercial, etc.), sendo que ambos os movimentos estão atrelados ao direcionamento estratégico de retomada da competitividade nos mercado prioritários e resgate da força da marca. A margem EBITDA, por sua vez, apresentou uma melhora de 5,5 p.p. yoy.

O EBITDA consolidado de Havaianas atingiu R\$ 135,3 milhões, aumento de 94,5% yoy e expansão de margem EBITDA de 5,3 p.p.

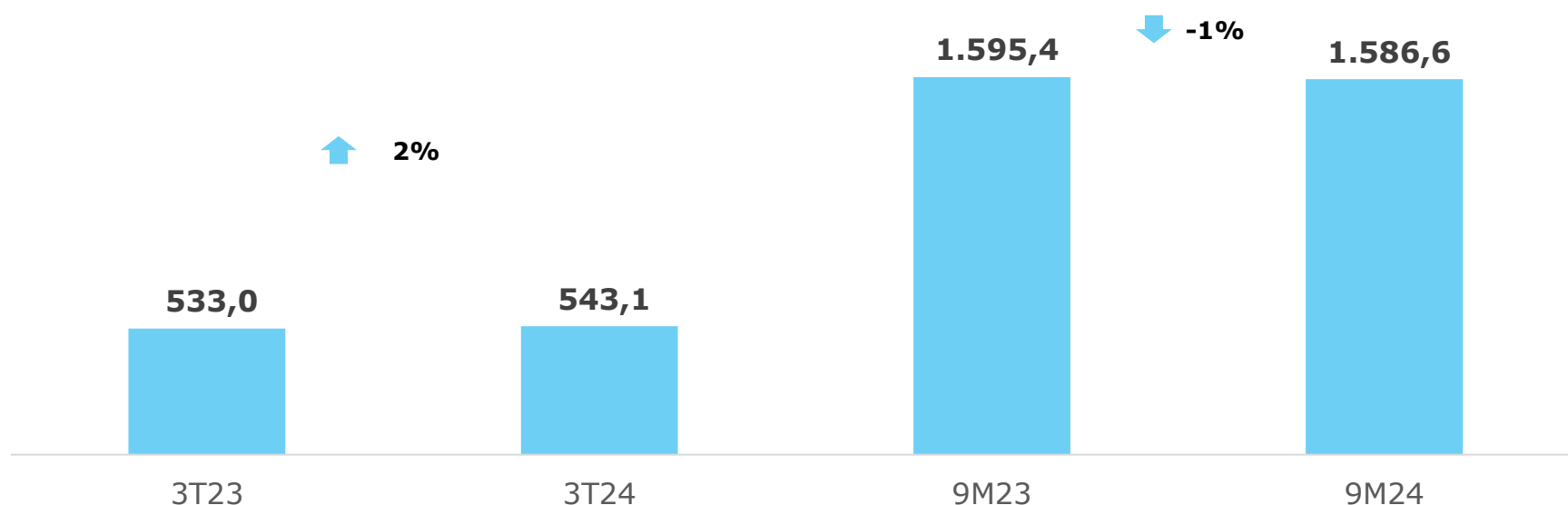
Desempenho Financeiro Consolidado

Receita Líquida (em R\$ milhões)



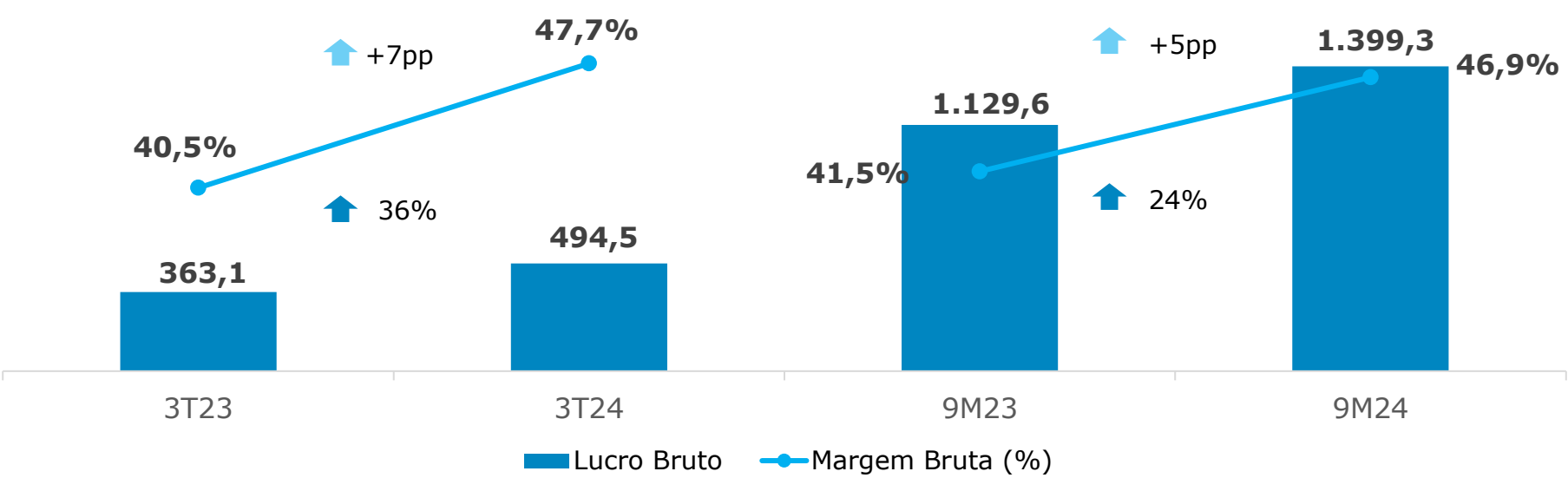
A receita líquida atingiu R\$ 1,0 bilhão neste trimestre e de R\$ 3 bilhões nos nove meses de 2024, aumento de +16% e +10% yoy, respectivamente. A melhora na operação comercial de Havaianas Consolidado somada à antecipação de parte do volume de vendas do 4T24 contribuíram para o crescimento de receita.

Custo dos produtos vendidos (em R\$ milhões)



O CPV apresentou aumento de +2% yoy no trimestre e de -1% no período acumulado de nove meses. Tal resultado é derivado da melhora comercial e aumento do volume de vendas, que ajudam a diluir parte dos custos fixos, assim como a contínua evolução na otimização da produção e consumo de matérias-primas.

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



O lucro bruto cresceu 36% yoy neste trimestre, alcançando R\$ 494,5 milhões e com margem bruta atingindo 47,7%. O resultado é reflexo do aumento do volume de vendas no trimestre e das melhorias na redução de custos operacionais de mão de obra e matéria-prima. Vale, mais uma vez, destacar que o lucro bruto consolidado foi impactado por efeitos não-recorrentes de *write-offs* e que excluindo esse efeito, o resultado seria 1,1 p.p. melhor.

Despesas (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(-) Despesas Operacionais	(430,5)	(358,0)	+20,2%	(1.298,0)	(1.440,8)	-9,9%
Despesas com vendas	(327,8)	(273,2)	+20,0%	(990,1)	(940,0)	+5,3%
Despesas gerais e administrativas	(64,6)	(46,8)	+38,1%	(201,4)	(172,6)	+16,7%
Outras (despesas) operacionais, líquidas	(38,0)	(38,1)	-0,1%	(106,5)	(328,3)	-67,5%
(+) Itens Extraordinários	12,8	18,3	-30,1%	34,9	308,8	-88,7%
Gastos com M&A	0,6	0,9	-25,8%	1,2	1,9	-38,8%
Gastos com simplificação	9,6	15,5	-37,7%	22,7	28,7	-20,7%
Provisão de perda A.S.A.I.C.	-	-	-	-	268,7	-
Outros gastos / receitas	2,5	1,9	+29,0%	11,0	9,4	+16,3%
Despesas Operacionais excluindo Itens Extraordinários	(417,7)	(339,8)	+22,9%	(1.263,1)	(1.132,0)	+11,6%
Despesas Operacionais excluindo Itens Extraordinários (% RL)	40,3%	37,9%	+2,3pp	42,3%	41,5%	+0,8pp

As despesas operacionais do trimestre foram de R\$ 430,5 milhões, aumento de 20,2% yoy, decorrente, principalmente, dos maiores investimentos de marketing feitos no trimestre e a retomada de despesas que estavam congeladas ou eram inexistentes em 2023, como o provisionamento de bônus, por exemplo.

As despesas extraordinárias totalizaram R\$ 12,8 milhões, das quais R\$ 9,6 milhões são relacionadas ao processo de simplificação nas operações.

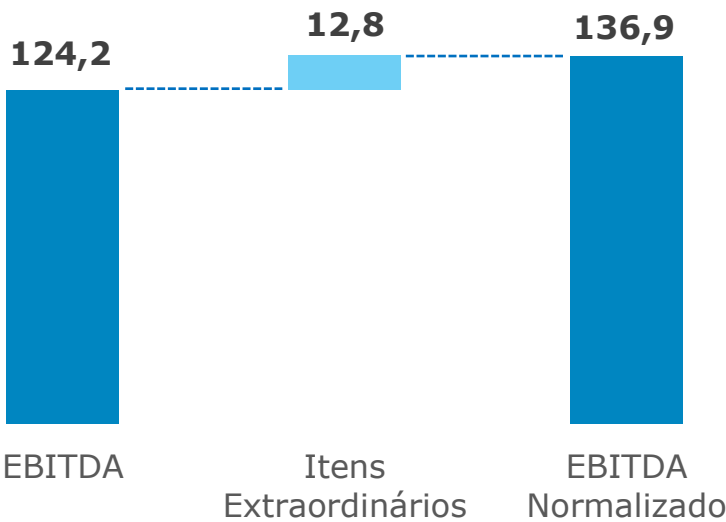
É importante destacar que a maior governança e rigidez nas despesas se mantém recorrente no dia-a-dia, de modo que as despesas dos pacotes de OBZ continuam, consistentemente, abaixo do patamar de despesas do 1T23 (-10% vs 1T23) e estariam ainda melhores em relação ao trimestre anterior ao excluir o efeito câmbio (-13% vs 1T23).

EBITDA e EBITDA normalizado (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(=) Lucro Bruto	494,5	363,1	+36,2%	1.399,3	1.129,6	+23,9%
Margem Bruta (%)	47,7%	40,5%	+7,1pp	46,9%	41,5%	+5,4pp
(-) Despesas Operacionais	(430,5)	(358,0)	+20,2%	(1.298,0)	(1.440,8)	-9,9%
(+) D&A	60,1	53,5	+12,3%	180,3	149,8	+20,3%
(=) EBITDA	124,2	58,6	+111,8%	281,6	(161,3)	-
Margem EBITDA (%)	12,0%	6,5%	+5,4pp	9,4%	-5,9%	+15,4pp
(+) Itens Extraordinários	12,8	18,3	-30,1%	34,9	308,8	-88,7%
(=) EBITDA Normalizado	136,9	76,9	+78,1%	316,5	147,5	+114,6%
Margem EBITDA Normalizada (%)	13,2%	8,6%	+4,6pp	10,6%	5,4%	+5,2pp

A Alpargatas apresentou novamente evolução no EBITDA yoy, demonstrando consistência na evolução comercial nos negócios de Havaianas e disciplina na redução de custos e despesas. Deste modo, a Companhia alcançou R\$ 137 milhões de EBITDA Normalizado, um avanço de 78,1% em relação ao 3T23.

Importante ressaltar que este resultado considera o aumento substancial nos investimentos com marketing, reconstrução do provisionamento de pagamento de bônus e efeitos referentes ao *write-off* de matéria prima e produtos acabados.



Conciliação de EBITDA (em R\$ milhões)

Conforme CVM Nº 156

(R\$ milhões)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(=) Lucro Líquido	57,3	(8,5)	-	105,3	(261,3)	-
(-) IR/CS	(6,8)	(21,1)	-67,6%	(16,6)	(176,0)	-90,6%
(+) Resultado Financeiro	4,9	14,1	-65,4%	6,9	68,5	-90,0%
(+) D&A	60,1	53,5	+12,3%	180,3	149,8	+20,3%
(+) Resultado Equivalência Patrimonial	8,8	20,6	-57,5%	5,7	57,6	-90,2%
(=) EBITDA	124,2	58,6	+111,8%	281,6	(161,3)	-
(+) Itens Extraordinários	12,8	18,3	-30,1%	34,9	308,8	-88,7%
(=) EBITDA Normalizado	136,9	76,9	+78,1%	316,5	147,5	+114,6%
Margem EBITDA Normalizada (%)	13,2%	8,6%	+4,6pp	10,6%	5,4%	+5,2pp

Lucro líquido (em R\$ milhões)

O lucro líquido consolidado no período foi de R\$ 57,3 milhões. Desconsiderando o efeito dos itens extraordinários líquidos de IR, o lucro líquido normalizado seria de R\$ 66,3 milhões. Já o lucro líquido normalizado de Havaianas foi de R\$ 75,1 milhões vs. R\$ 25,2 milhões no 3T23.

O resultado financeiro líquido foi de R\$ 4,9 milhões negativos, avanço de R\$ 9,2 milhões vs. mesmo período de 2023. Este resultado é reflexo da melhora na estrutura de capital da companhia nos últimos 12 meses.

O resultado de Equivalência Patrimonial foi negativo em R\$ 8,8 milhões, explicado por:

- reconhecimento de 49,2% do resultado da Rothy's no trimestre, prejuízo de R\$ 4,6 milhões, uma melhora de R\$ 11,7 milhões yoy; e
- efeito de amortização de mais-valia de ativos (PPA) no valor de -R\$ 4,1 milhões.

(R\$ milhões)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(=) EBIT	64,0	5,1	+1155,5%	101,3	(311,1)	-
(+) Resultado Financeiro	(4,9)	(14,1)	-65,4%	(6,9)	(68,5)	-90,0%
Receitas financeiras	36,3	27,7	+31,2%	103,0	71,9	+43,4%
Despesas financeiras	(46,5)	(50,2)	-7,2%	(146,5)	(138,6)	+5,7%
Variação cambial líquida	5,4	8,4	-36,3%	36,6	(1,8)	-
(=) EBT	59,2	(9,0)	-	94,4	(379,7)	-
(-) IR/CS	6,8	21,1	-67,6%	16,6	176,0	-90,6%
(+) Resultado Equivalência Patrimonial	(8,8)	(20,6)	-57,5%	(5,7)	(57,6)	-90,2%
Lucro líquido (49,2% da Rothy's)	(4,6)	(16,3)	-71,7%	6,0	(38,0)	-
Ajuste resultado do exercício anterior	-	-	-	0,2	(4,2)	-
Amortização de mais-valia	(4,1)	(3,9)	+5,3%	(11,7)	(12,1)	-3,2%
Diluição de participação (Stock Option)	(0,0)	(0,5)	-94,3%	(0,1)	(3,3)	-98,0%
(=) Lucro Líquido Op. Continuadas	57,3	(8,5)	-	105,3	(261,3)	-
(+) Itens Extraordinários líquidos de IR	9,1	13,0	-30,2%	23,9	207,4	-88,5%
(=) Lucro Líquido Normalizado	66,3	4,6	+1358,1%	129,2	(53,9)	-
(-) Resultado Equivalência Patrimonial (ex-extraordinários)	(8,8)	(20,6)	-57,5%	(5,7)	(57,6)	-90,2%
(=) Lucro Líquido Normalizado Havaianas	75,1	25,2	+198,1%	134,9	3,7	+3550,6%

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

Estoque

(R\$ milhões)	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24	Δ 3T23	Δ 2T24
Estoques	1.173,7	997,7	968,3	946,8	886,3	-287,4	-60,5
<i>em dias de RL</i>	<i>112</i>	<i>98</i>	<i>94</i>	<i>90</i>	<i>81</i>	<i>-31</i>	<i>-9</i>
Produtos acabados	775,0	699,3	689,8	646,7	616,4	-158,6	-30,4
<i>em dias de RL</i>	<i>74</i>	<i>68</i>	<i>67</i>	<i>61</i>	<i>56</i>	<i>-18</i>	<i>-5</i>
Produtos em processo	54,1	48,1	46,9	40,2	33,1	-20,9	-7,1
<i>em dias de RL</i>	<i>5</i>	<i>5</i>	<i>5</i>	<i>4</i>	<i>3</i>	<i>-2</i>	<i>-1</i>
Matérias-primas e outros	344,6	250,3	231,6	259,9	236,8	-107,8	-23,1
<i>em dias de RL</i>	<i>33</i>	<i>24</i>	<i>22</i>	<i>25</i>	<i>22</i>	<i>-11</i>	<i>-3</i>

Contas a receber

(R\$ milhões)	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24	Δ 3T23	Δ 2T24
Contas a receber	771,7	883,7	763,3	819,2	842,9	71,2	23,7
<i>em dias de RL</i>	<i>74</i>	<i>86</i>	<i>74</i>	<i>78</i>	<i>77</i>	<i>3</i>	<i>-1</i>

Fornecedores

(R\$ milhões)	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24	Δ 3T23	Δ 2T24
Fornecedores Total	436,9	555,0	517,0	570,7	606,6	169,7	35,9
<i>em dias de RL</i>	<i>42</i>	<i>54</i>	<i>50</i>	<i>54</i>	<i>55</i>	<i>14</i>	<i>1</i>
Fornecedores	319,7	395,1	381,3	449,0	459,8	140,1	10,8
Risco sacado	117,2	159,9	135,7	121,6	146,8	29,6	25,1

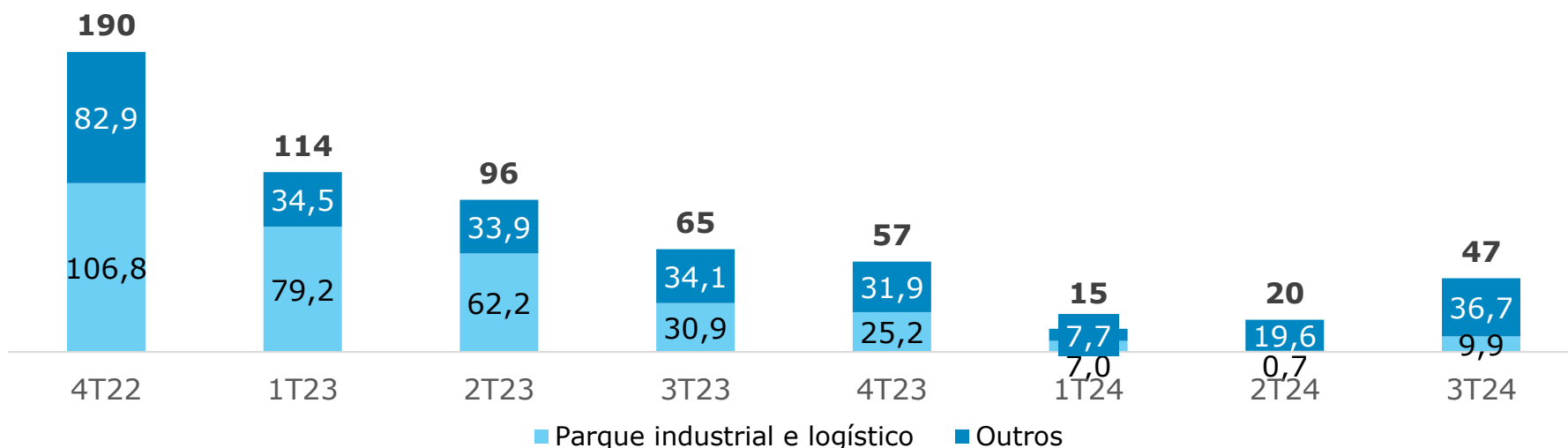
Nota: Receita Líquida referente aos últimos 12 meses

Liberação de caixa de R\$ 72,7 milhões referente à variação das contas *core* de capital de giro no 3T24 é explicada por:

- Variação de -R\$ 60,5 milhões em estoques vs. 2T24, explicado pela redução de -R\$ 30,4 milhões do estoque de produtos acabados e de -R\$ 23,1 milhões nos estoques de matéria-prima, em linha com adequação da operação fabril à nova estratégia de equilíbrio entre os volumes vendidos no segundo semestre deste ano. O prazo médio de estoques de produtos acabados reduziu em -18 dias de receita em relação ao 3T23 ficando abaixo dos dois meses pela primeira vez desde o 1T22. Já o prazo médio de estoques totais diminuiu em -31 dias frente ao 3T23, ficando abaixo dos 90 dias pela primeira desde o 2T21.
- Aumento de R\$ 23,7 milhões em contas a receber vs. 2T24. Em relação ao 3T23, o prazo médio teve aumento de +3 dias de receita líquida de recebíveis, explicado pelo aumento de vendas do trimestre.
- Aumento de R\$ 35,9 milhões de fornecedores vs. 2T24 em decorrência do aumento de compras de matéria-prima para os próximos trimestres. O prazo médio de fornecedores apresentou aumento de 14 dias de receita líquida vs. 3T23.

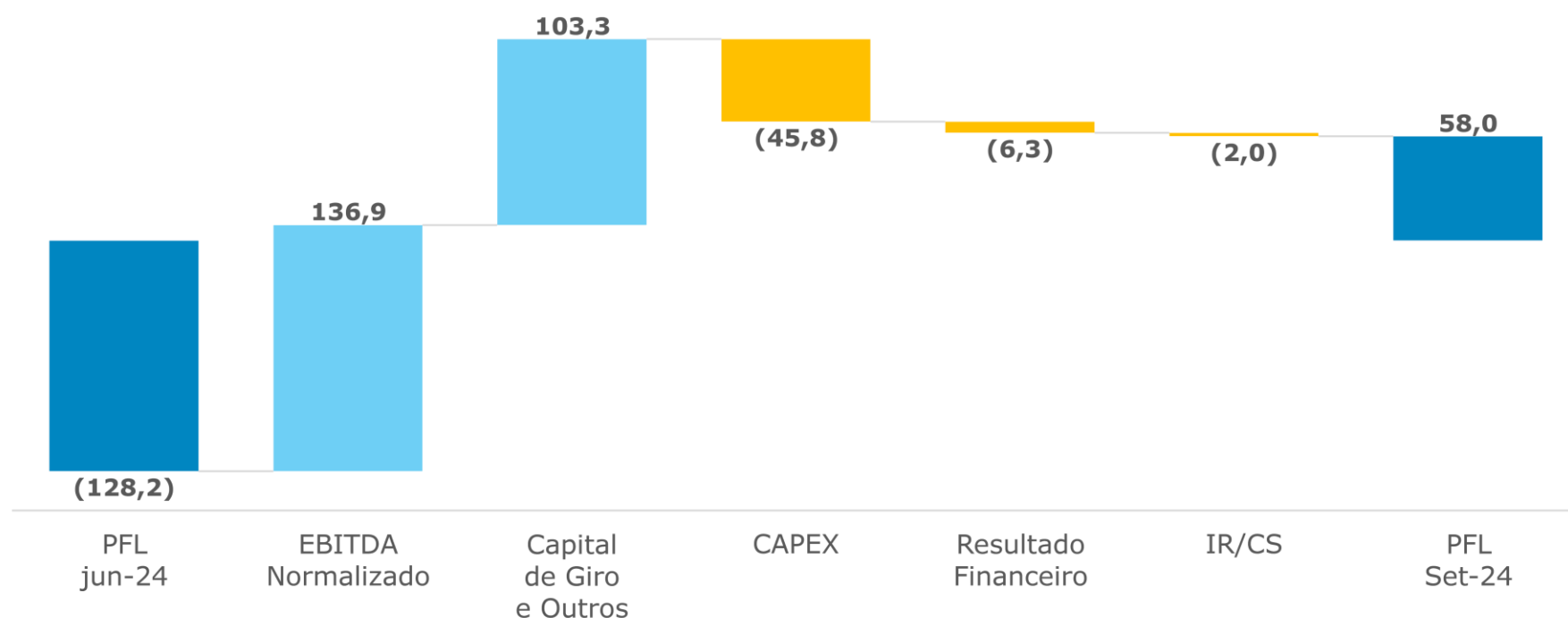
*Na operação de Risco Sacado os fornecedores transferem o direito do recebimento dos títulos para o Banco em troca do recebimento antecipado do título. O Banco, por sua vez, passa a ser o credor da operação e a Alpargatas efetua a liquidação do título na mesma data originalmente acordada com seu fornecedor,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

CAPEX (em R\$ milhões)



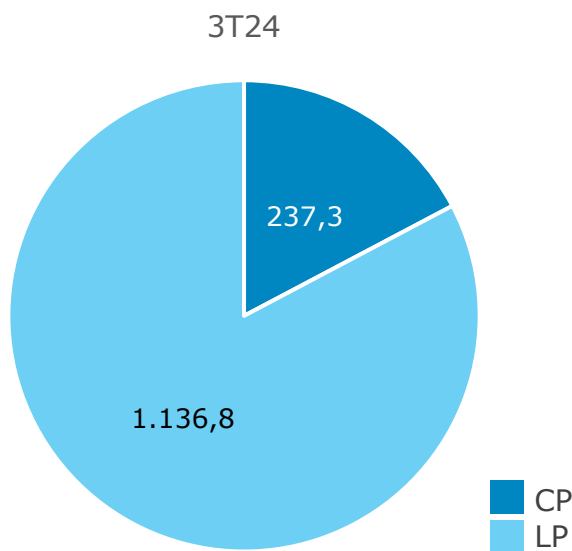
Foram investidos R\$ 46,6 milhões no 3T24, dos quais: (i) R\$ 9,9 milhões direcionados ao nosso parque industrial e logístico; e (ii) R\$ 36,7 milhões em projetos comerciais, transformação digital, inovação, TI e outros. Válido lembrar que o CAPEX aprovado em AGOE de 28 de abril 2024 é no montante de R\$ 181 milhões.

Posição financeira líquida (em R\$ milhões)



A Companhia encerrou o 3T24 com posição financeira líquida de R\$ 58 milhões, representando melhora de R\$ 186,2 milhões, em relação à dívida líquida do 2T24. Este é o primeiro trimestre, desde o 2T22, que o caixa líquido é positivo ao final do período.

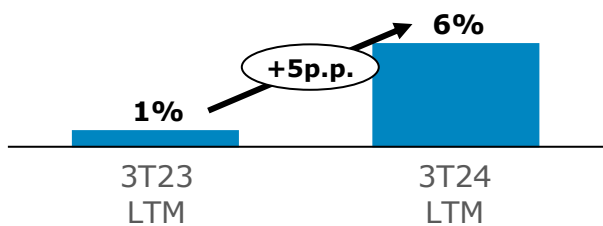
Endividamento e alavancagem (em R\$ milhões)



(R\$ milhões)	3T24	3T23
Empréstimos e Financiamentos	1.374,1	1.522,7
Curto prazo	237,3	157,5
Longo prazo	1.136,8	1.365,2
Caixa e Aplicações	1.432,1	705,8
Caixa e Equivalentes de caixa	202,0	235,3
Aplicações de curto prazo	1.217,2	458,9
Aplicações de longo prazo	12,8	11,6
Dívida Líquida	(58,0)	817,0
EBITDA normalizado (LTM)	383,8	300,1
Dívida líquida/EBITDA normalizado	-0,2	2,7

Retorno sobre o capital investido (ROIC)

O ROIC* atingiu 6% no 3T24 LTM, aumento de 5 p.p. vs. 3T23 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 registrou crescimento de 29,2% yoy ao atingir receita líquida de US\$ 39,3 milhões neste trimestre, tal crescimento é explicado pelo aumento das vendas em lojas de departamento e também pelo sucesso no lançamento de produtos e campanhas ao longo do trimestre.

A margem bruta teve avanço de 0,8 p.p. yoy, em virtude da continua captura de eficiência industrial, com boa aderência do mix de produtos, bem como pelas melhorias dos indicadores logísticos, com redução do frete entre Chinas e EUA e otimização do *last-mile*.

O SG&A apresentou leve aumento de 1,2%, mas continua 3,6% abaixo de 2023 no período de nove meses acumulados.

O EBITDA foi de -US\$ 0,2 milhões no trimestre, evolução positiva de US\$ 6,0 milhões e expansão de 19,8pp de margem EBITDA vs. 3T23.

3T24						
(USD milhões)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(=) Receita Líquida	39,3	30,4	+29,2%	132,5	115,2	+15,0%
(-) Custo dos produtos vendidos	(14,4)	(11,4)	+26,5%	(48,3)	(45,8)	+5,5%
(=) Lucro Bruto	24,9	19,0	+30,8%	84,2	69,4	+21,3%
Margem Bruta (%)	63,4%	62,6%	+0,8pp	63,5%	60,2%	+3,3pp
(-) Despesas Operacionais	(27,5)	(27,2)	+1,2%	(85,5)	(88,7)	-3,6%
(=) EBIT	(2,6)	(8,2)	-67,9%	(1,4)	(19,3)	-92,9%
(+) D&A	2,4	1,9	+22,3%	6,5	5,5	+16,3%
(=) EBITDA	(0,2)	(6,2)	-96,0%	5,1	(13,7)	-
Margem EBITDA (%)	-0,6%	-20,5%	+19,8pp	3,8%	-11,9%	+15,7pp
(=) Lucro líquido	(1,7)	(6,8)	-75,2%	2,4	(15,1)	-
Margem Líquida (%)	-4,3%	-22,3%	+18,0pp	1,8%	-13,1%	+15,0pp

(USD milhões)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Lojas	24	16	+8	24	16	+8
Same Store Sales	23%	-6%	+29pp	18%	3%	+21pp
Contribuição das lojas físicas na Receita (%)	28%	17%	+11pp	19%	14%	+5pp
Contribuição de clientes recorrentes na Receita (%)	46%	58%	-12pp	50%	60%	-10pp
Marketing + Despesas Lojas (US\$ milhões)	12,7	12,9	-1,6%	39,2	43,4	-9,7%

DRE (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(=) Receita operacional líquida	1.037,6	896,2	+15,8%	2.985,9	2.725,0	+9,6%
(-) Custo dos produtos vendidos	(543,1)	(533,0)	+1,9%	(1.586,6)	(1.595,4)	-0,6%
(=) Lucro Bruto	494,5	363,1	+36,2%	1.399,3	1.129,6	+23,9%
Margem Bruta (%)	47,7%	40,5%	+7,1pp	46,9%	41,5%	+5,4pp
(-) Despesas Operacionais	(430,5)	(358,0)	+20,2%	(1.298,0)	(1.440,8)	-9,9%
Despesas com vendas	(327,8)	(273,2)	+20,0%	(990,1)	(940,0)	+5,3%
Despesas gerais e administrativas	(64,6)	(46,8)	+38,1%	(201,4)	(172,6)	+16,7%
Outras (despesas) operacionais, líquidas	(38,0)	(38,1)	-0,1%	(106,5)	(328,3)	-67,5%
(=) EBIT	64,0	5,1	+1155,5%	101,3	(311,1)	-
(+) Resultado Financeiro	(4,9)	(14,1)	-65,4%	(6,9)	(68,5)	-90,0%
Receitas financeiras	36,3	27,7	+31,2%	103,0	71,9	+43,4%
Despesas financeiras	(46,5)	(50,2)	-7,2%	(146,5)	(138,6)	+5,7%
Variação cambial líquida	5,4	8,4	-36,3%	36,6	(1,8)	-
(=) EBT	59,2	(9,0)	-	94,4	(379,7)	-
(-) IR/CS	6,8	21,1	-67,6%	16,6	176,0	-90,6%
(=) Lucro Líquido (Ex. Eq. Patrimonial)	66,0	12,2	+442,8%	111,0	(203,7)	-
(+) Resultado Equivalência Patrimonial	(8,8)	(20,6)	-57,5%	(5,7)	(57,6)	-90,2%
Lucro líquido (49,2% da Rothy's)	(4,6)	(16,3)	-71,7%	6,0	(38,0)	-
Amortização de mais-valia	-	-	-	0,2	(4,2)	-
Ajuste resultado do exercício anterior	(4,1)	(3,9)	+5,3%	(11,7)	(12,1)	-3,2%
Diluição de participação (Stock Option)	(0,0)	(0,5)	-94,3%	(0,1)	(3,3)	-98,0%
(=) Lucro Líquido Período	57,3	(8,5)	-	105,3	(261,3)	-
Margem Líquida (%)	5,5%	-0,9%	+6,5pp	3,5%	-9,6%	+13,1pp

Balanço Patrimonial (em R\$ milhões)

ATIVO	30/09/2024	31/12/2023	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30/09/2024	31/12/2023
CIRCULANTE			CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	1.419,2	922,5	Fornecedores	459,8	395,1
Contas a receber de clientes	842,9	883,7	Risco Sacado	146,8	159,9
Estoques	886,3	997,7	Empréstimos e financiamentos	237,3	127,4
Tributos a recuperar	188,4	227,7	Passivo de Arrendamento	38,8	34,9
Despesas antecipadas	40,3	39,5	Obrigações fiscais	48,7	35,6
Contas a receber de venda de controlada	52,4	48,5	Plano de incentivo de longo prazo	3,7	3,0
Outros créditos	48,1	79,9	Provisões e outras obrigações	142,7	147,4
Total do ativo circulante	3.477,6	3.199,6	Obrigações trabalhistas e previdenciárias	157,6	73,9
			Provisão para contingências tributárias, cíveis e trabalhistas	13,8	5,7
NÃO CIRCULANTE			Juros sobre o capital próprio e dividendos a pagar	2,2	2,2
Aplicações Financeiras	12,8	11,9	Total do passivo circulante	1.251,4	985,1
Tributos a recuperar	95,7	97,6	NÃO CIRCULANTE		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	247,8	259,2	Empréstimos e financiamentos	1.136,8	1.358,2
Depósitos judiciais	34,4	31,3	Passivo de Arrendamento	149,8	150,1
Outros créditos	15,8	16,8	Imposto de renda e contribuição social diferidos	0,1	0,2
Ativo realizável à longo prazo			Provisão para contingências tributárias, cíveis e trabalhistas	5,4	5,2
Investimentos	707,6	627,9	Plano de incentivo de longo prazo	6,3	6,5
Imobilizado	1.388,2	1.412,2	Contas a pagar pela aquisição de controlada	82,0	78,9
Ativo direito de uso	174,4	173,2	Outras obrigações	30,6	15,7
Intangível	464,9	497,7	Total do passivo não circulante	1.410,9	1.614,8
Total do ativo não circulante	3.141,6	3.127,8	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	3.906,9	3.967,1
TOTAL DO ATIVO	6.619,2	6.327,4	Reservas de capital	182,5	153,5
			Reserva de lucros	0,0	1.806,1
			Lucros (prejuízos) acumulados	105,8	(1.866,4)
			Outros resultados abrangentes	(239,2)	(333,6)
			Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	3.956,1	3.726,8
			Participação dos acionistas não controladores no patrimônio líquido das controladas	0,8	0,7
			Total do patrimônio líquido	3.956,9	3.727,5
			TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	6.619,2	6.327,4

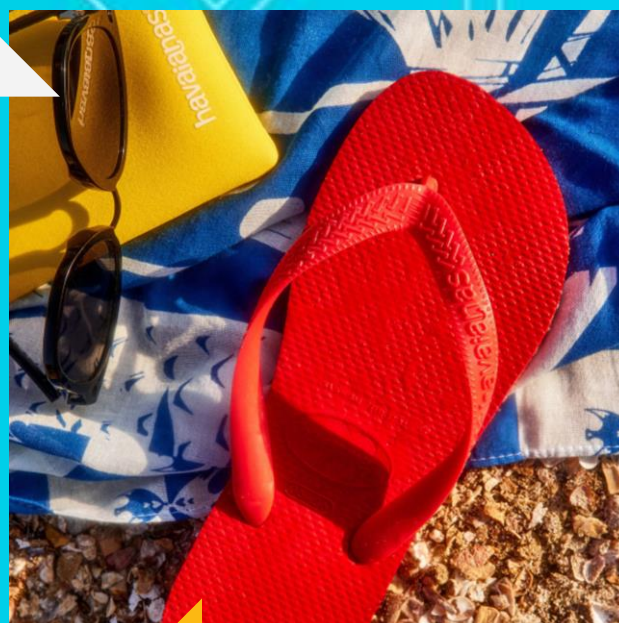
Fluxo de Caixa (em R\$ milhões)

(R\$ milhões)	9M24	9M23
Caixa líquido (utilizado) / gerado pelas atividades operacionais	755,8	103,0
Ajustes para reconciliar o lucro líquido do exercício proveniente das operações continuadas ao caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	485,7	184,6
Lucro líquido do exercício proveniente das operações continuadas	105,3	(261,3)
Depreciação e amortização	145,2	117,4
Resultado na venda/baixa do imobilizado	1,2	7,3
Resultado da equivalência patrimonial	5,7	57,6
Juros, variações monetárias e cambiais	81,6	89,9
Provisão para contingências trabalhistas, cíveis e tributárias	38,2	14,4
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	(16,6)	(176,0)
Perdas nos estoques – provisão e ajuste de inventário	66,8	45,7
Provisão para perda esperada (impairment) do contas a receber	12,5	17,2
Atualização monetária de depósitos judiciais e créditos tributários	(13,9)	(15,0)
Provisão para perda no imobilizado/intangível - "impairment"	-	-
Outras provisões	-	0,8
Provisão de juros - IFRS 16	11,5	11,9
Depreciação de direito de uso - IFRS 16	35,1	32,4
Resultado na baixa de direito de uso - IFRS 16	(0,1)	(0,4)
Provisão para plano de incentivo de Longo Prazo	13,2	(26,1)
Provisão para perda de contas a receber pela venda de controlada	-	268,7
Redução (aumento) nos ativos e passivos	382,6	20,6
Contas a receber de clientes	99,8	292,5
Estoques	85,0	154,3
Despesas antecipadas	1,0	9,5
Impostos a recuperar	54,7	61,5
Fornecedores	21,1	(371,5)
Risco Sacado	(13,1)	(100,2)
Obrigações tributárias	40,4	(20,8)
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	82,2	9,3
Contingências	(29,9)	(21,2)
Outros	41,4	7,1
Caixa (utilizado) / gerado nas operações	868,3	205,1
(Pagamentos) / ressarcimento de imposto de renda e contribuição social	(9,0)	(10,5)
Pagamento de encargos, de empréstimos e financiamentos	(94,7)	(79,8)
Pagamento de juros de arrendamento mercantil IFRS 16	(8,9)	(11,9)
Caixa líquido (utilizado) nas atividades de investimento	(79,1)	(269,6)
Aquisições de imobilizado e intangível	(80,8)	(274,9)
Aplicações financeiras	1,7	5,2
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades de financiamento	(190,5)	214,5
Captações de empréstimos e financiamentos	130,2	448,9
Pagamento de empréstimos e financiamentos – Principal	(286,2)	(214,3)
Pagamento de juros sobre o capital próprio e dividendos	(0,0)	(0,0)
Pagamento de principal de arrendamento mercantil - IFRS 16	(34,5)	(26,5)
Venda de ações em tesouraria	-	6,4
Efeito de variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	10,6	(1,2)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa	496,7	46,7
Saldo inicial do caixa e equivalentes de caixa	922,5	647,5
Saldo final do caixa e equivalentes de caixa	1.419,2	694,2



ALPARGATAS

RELAÇÕES COM INVESTIDORES
ri@alpargatas.com





ALPARGATAS



3Q24 Earnings Release

VIDEOCONFERENCE
November 8th, 2024 | Friday

Portuguese
07:00 am (EST) | 09:00 am (BRT)
With simultaneous translation into English

Acesso Teams

Alpargatas Performance

ALPARGATAS SURPASSES R\$ 1B NET SALES IN 3Q24

NORMALIZED EBITDA OF R\$ 137M

NORMALIZED NET INCOME OF R\$ 66M

NET CASH GENERATION OF R\$ 186M



Volume
58 million pairs vs.
52 million in 3Q23



Net Sales
R\$ 1 billion vs.
R\$ 896 million in 3Q23



Gross profit
R\$ 495 million vs.
R\$ 363 million in 3Q23



Consolidated Gross margin
47.7% vs.
40.5% in 3Q23



Normalized EBITDA
R\$ 137 million vs.
R\$ 77 million in 3Q23



Normalized EBITDA margin
13.2% vs. 8.6% in 3Q23



Normalized net income
R\$ 66 million vs.
R\$ 5 million in 3Q23



Cash Generation
R\$ 186 million vs.
R\$ 103 million in 3Q23

LEGAL NOTICE

Any forward-looking statements contained in this document are merely assumptions or expectations of the Company's Management and do not constitute projections or estimates of any kind. These statements are subject to various risks, both known and unknown, many of which are beyond the Company's control, including but not limited to the Brazilian and international economic environment, circumstances related to local and international financial markets, and political and market development conditions. This document has been prepared for informational purposes only and does not constitute a solicitation, offer, advice, or recommendation to buy or sell the Company's securities. Alpargatas does not undertake to update this document as a result of new information, future events, or other occurrences.

Message from the Management

Gradations and Advancements

Since the beginning of our transformation journey in early 2023, we recognized that achieving our goals would require numerous, deliberate steps. We're particularly drawn to the metaphor of measured steps, each following the next in a calculated, cautious progression toward our objectives. We understand that our journey isn't a 100-meter sprint, nor will it be marked by leaps. Since then, we have focused on aligning our priorities, establishing which steps come first, and simply continuing, trusting in the cumulative power of these steps in the direction we believe in. We know we have the potential to go far, yet we're fully aware of the importance of diligence and patience to reach our goals.

In our strategic review, we defined two central pillars to guide our steps forward. The first is focus and competitiveness, where we return to the essence of our business model, prioritizing what is essential, ensuring efficient capital allocation, and strengthening our competitive advantages. The second is sustainable growth, where we will continue to pursue consistent expansion cycles with clear priorities and profitability.

We believe this 3Q24 reflects this progression, with certain steps taken solidly and others still to come.

In financial health and capital discipline, we've made significant strides. This quarter, we crossed a milestone, achieving a net cash position for the first time since early 2022. After a period of company leverage, this achievement solidifies that the steps taken toward financial health were well-founded.

In our Brazil operations, we continue advancing consistently, achieving a gross margin level higher than in any third quarter of recent years, even without the full benefit of our restored operational scale. Our volume increased by **13%** over 3Q23, gaining traction with consumers, with our market share rising **1.3 p.p.** (vs. 2Q24).

In our international operations, volumes grew by **13.5%** (vs. 3Q23), with a **gross margin** already **8.0 p.p.** higher than 3Q23, reaching levels similar to 2022. However, we recognize that further steps are required for sustainable growth in international markets to achieve sufficient scale for EBITDA margin recovery at healthy levels. While our international path may be longer than in other areas, we see promising signs that our journey is on track.

Progress in Havaianas Brazil Operations: Growth and Efficiency

In Brazil, Havaianas has shown a robust recovery, with a **13.0%** increase in **pairs sold** and normalized price adjustments. Net revenue in Brazil expanded by 15.4% compared to 3Q23. The period's highlight was profitability, with gross margin reaching **44.2%**, an expansion of **+7.0 p.p.** compared to 3Q23, and an EBITDA margin of 22.6%, matching the best third-quarter levels in the past decade. This level of profitability underscores the effectiveness of operational refinements and the brand's resilience in responding swiftly to implemented course corrections.

This quarter's results also reflect improved on-time in full indicator (**OTIF**), consolidated around **70%**, enhanced S&OP processes, and increased efficiency in manufacturing and logistics. Point of sale execution has strengthened, with broader promoter coverage, bringing us closer to customers and ensuring a consistent, channel-specific presence.

Havaianas Brazil operations serve as a fundamental lever in our journey, and it was no coincidence that we identified this as an early focus. The steps we've taken—reducing channel inventory, regaining volume growth, improving operations, increasing market share, strengthening the brand, and achieving record margins—reinforce our confidence in capturing further value from this operation.

Message from the Management

International Operations: Stabilization and Preparation for Growth

Our international results reflect the nature of a longer commercial cycle marked by strong seasonality and the complexity of necessary adjustments. International net revenue expanded by **13.5%** yoy, driven by growth in EMEA and the United States.

In **EMEA**, while a late summer affected restocking and incremental sales anticipated for 2Q24, 3Q24 volumes reached **2.3 million pairs sold**, returning to levels seen in 3Q21, supported by MEA's positive performance. Efforts to regain profitability and scale in this operation are focused on rebuilding the customer base and expanding Havaianas' presence across strategic channels. Our commercial team in the region has been restructured, incorporating experienced footwear and channel management executives, and we have strengthened our logistics partnership to ensure delivery accuracy, enhancing brand credibility and meeting client expectations.

In **APAC** and **LATAM**, regions operated by distributors, we continue closely monitoring sell-in and sell-out to maintain healthy inventory flow throughout the chain, while prioritizing geographies and setting commercial standards that ensure more sustainable margins. This realignment of prices and new commercial terms in some areas impacted volumes but aligns with our pursuit of operational profitability.

In the **U.S.**, we saw a **34.5%** increase in **pairs sold** yoy, though still insufficient to absorb the region's expense base. The scale challenge, combined with the growing presence of digital channels in that market, continued to pressure profitability alongside increased marketing investments over recent months. We believe recalibrating appropriate investment levels in brand-building is critical to our global strategy, and we see opportunities to better balance these efforts with regional results.

The consolidated international gross margin reached **60.3%**, a rise of **8.0 p.p.** over 3Q23, driven partly by structural improvements in Europe's distribution indicators.

Marketing Strategy and Brand Strengthening

Our commitment to strengthening Havaianas' brand continues, with a return to healthier marketing investment levels and regained market share.

With continued growth prospects, our Havaianas strategy focuses on expanding less-penetrated channels, such as specialized footwear and DTC, while enhancing our portfolio to better serve male and kid's segments and innovating to broaden flip-flop usage occasions.

In total, we invested R\$ **94.4 million** (+47.5% vs. 3Q23), or **9.2% of net sales**, a 2.0 p.p. increase yoy. This increase reflects our strategy to reinvest part of our cost savings to restore healthy brand investment levels. While there is room for gradual optimization in resource allocation, we remain confident that continuous efficiency improvements across other areas to support brand investments are key to a healthy growth model.

In 3Q24, marketing efforts included iconic campaigns around the Olympics, events, and pop-up stores in major European cities, along with launching a new collection emphasizing our brand DNA and recognized product attributes for summer 2025.

Aligned with our 2024 strategic guidelines, marketing plays a central role in supporting commercial operations, fostering greater audience engagement, and strengthening the brand. This year, Havaianas was ranked the second most beloved brand in Brazil, according to Ecglobal's "Brands That Won Over Brazil." This recognition not only reaffirms our connection with consumers but also validates our investments in enhancing Havaianas' image.

Message from the Management

Our product portfolio was also optimized by reducing SKUs and launching a new family of men's flip flops, featuring various price points and shapes. This launch addresses a gap in our male-focused offerings to enhance competitiveness in both grocery and specialized channels.

Financial Discipline and Capital Health

Our focus on capital discipline remains strong, with continued positive cash generation returning us to a net cash position. We closed the period with a **positive cash balance of R\$ 58.0 million**. Since May 2023, when we first reversed to positive cash flow, we've accumulated around **R\$ 1.1 billion in free cash flow**. In 3Q24, we released **R\$ 73.0 million in working capital**, consistent with our operational needs, marking the sixth consecutive quarter of net working capital release. This quarter, we accelerated investments (capex) to advance our priority projects in line with our annual plan, totaling **R\$ 47.0 million**. We remain focused on responsible resource use, having invested approximately **70% less** in 9M24 compared to 9M23.

Fixed expenses are stabilizing, reflecting structural simplification gains and focus within the current operational context. Efforts to control spending and maintain strict expense controls continue to yield positive results. As in previous quarters, 3Q24 ZBB expense packages reached 90% of 1Q23 levels. It's worth noting that part of this quarter's expenses was impacted by foreign exchange fluctuations; without this, the metric would be 87% of 1Q23. We remain diligent in maintaining the cost reductions achieved thus far, recognizing efficiency as a long-term commitment.

This quarter, the strong Brazil operations, international gross margin gains, and fixed expense control were sufficient to offset international scale loss and increased marketing investments. Consolidated Havaianas operations thus reached an **EBITDA of R\$ 135.3 million**, up **94.5%** from 3Q23, with a 13.2% margin, an increase of **5.3 p.p.** yoy.

Rothy's: Expansion and Operational Efficiency

Rothy's has continued to make significant progress, following a solid 12-month improvement trajectory since 2Q23. This quarter, Rothy's posted revenue of **\$ 39.0 million**, a **29.0%** yoy increase, driven by a better product and channel strategy. Manufacturing efficiency and optimized freight and distribution costs positively impacted **gross margin**, which reached **63.4%**, a **+0.8 p.p.** expansion from 3Q23. The opening of a flagship store on Fifth Avenue in New York further strengthened the brand's presence, consolidating its growth strategy in the U.S. market.

Outlook: Focus on Sustainable and Consistent Growth

The steps taken so far have strengthened our position in Brazil, with operations aligned to demand and a more refined portfolio. The experience we've accumulated since the start of our turnaround process enables us to move forward with a more efficient and disciplined operation.

Internationally, we recognize there is still a road to recovery. However, we are implementing the necessary measures to stabilize and regain our competitiveness in key markets. Our commercial team is focused on reestablishing our customer base and strengthening brand connections with consumers globally.

We will continue investing in the Havaianas brand in a disciplined and balanced way, knowing it is our most valuable asset and that we have ample room for growth in priority markets. While our journey is long and challenging, we are committed to a strategy grounded in discipline, simplification, and efficiency. This commitment guides us in creating sustainable value for our shareholders and meeting the needs of our consumers.

Message from the Management

We close the quarter confident that we are on the right path to strengthen our operations and consolidate the gains we've achieved so far, with responsible resource management and increasingly market-aligned operational and commercial execution. We will continue working to inspire the world with a lighter path, focused on sustainable growth to elevate Havaianas globally to its full potential.

Havaianas Performance

Brazil Volume
54 million of pairs vs.
47 million in 3Q23



International Volume
5 million vs.
4 million in 3Q23

Brazil Net sales
R\$ 816 million vs.
R\$ 707 million in 3Q23



International Net sales
R\$ 211 million vs.
R\$ 178 milhões in 3Q23

Brazil Gross Margin
44.2% vs. 37.2% in 3Q23



International Gross Margin
60.3% vs. 52.3% in 3Q23

EBITDA
R\$ 135 million vs.
R\$ 70 million in 3Q23

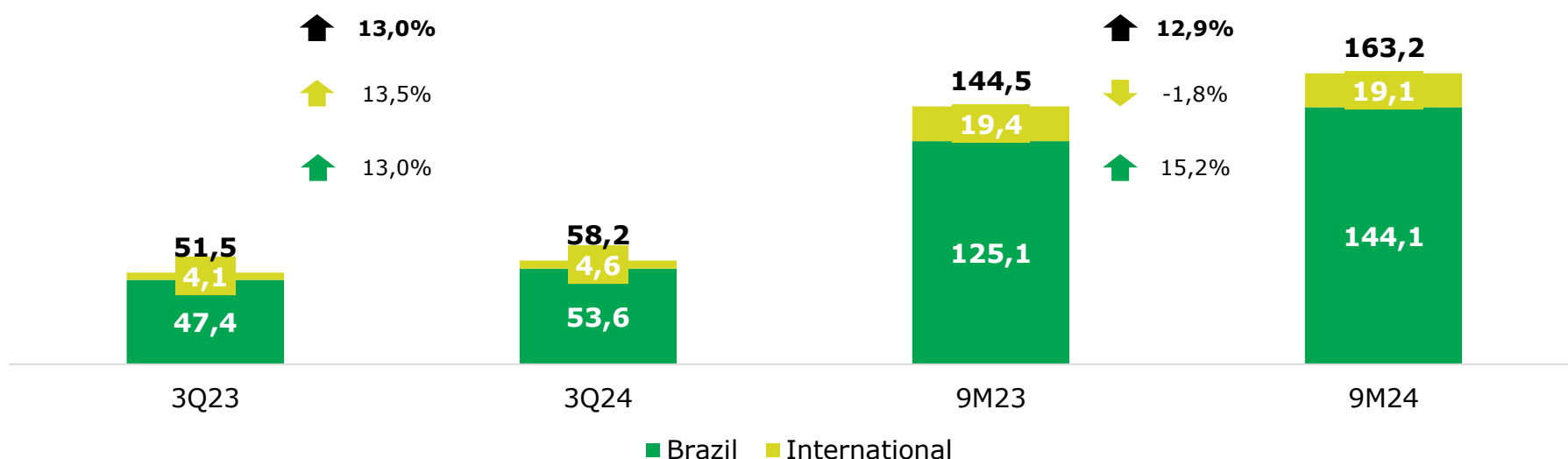


EBITDA Margin
13.2% vs.
7.9% in 3Q23

Operational and Financial Indicators

(million pairs)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Volume	58,2	51,5	+13,0%	163,2	144,5	+12,9%
Brazil	53,6	47,4	+13,0%	144,1	125,1	+15,2%
International	4,6	4,1	+13,5%	19,1	19,4	-1,8%
(R\$ million R\$ / pair)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Net sales	1.026,8	884,7	+16,1%	2.954,6	2.698,1	+9,5%
Brazil	815,6	707,0	+15,4%	2.126,8	1.821,1	+16,8%
International	211,2	177,7	+18,9%	827,8	877,0	-5,6%
Net sales / pair	17,65	17,19	+2,7%	18,11	18,67	-3,0%
Brazil	15,22	14,91	+2,1%	14,76	14,56	+1,4%
International	45,90	43,81	+4,8%	43,39	45,13	-3,8%
Gross Profit	487,9	356,1	+37,0%	1.380,3	1.119,9	+23,3%
<i>Gross Margin (%)</i>	<i>47,5%</i>	<i>40,3%</i>	<i>+7,3pp</i>	<i>46,7%</i>	<i>41,5%</i>	<i>+5,2pp</i>
Brazil	360,5	263,2	+37,0%	882,3	615,1	+43,4%
<i>Gross Margin (%)</i>	<i>44,2%</i>	<i>37,2%</i>	<i>+7,0pp</i>	<i>41,5%</i>	<i>33,8%</i>	<i>+7,7pp</i>
International	127,4	93,0	+37,1%	498,1	504,8	-1,3%
<i>Gross Margin (%)</i>	<i>60,3%</i>	<i>52,3%</i>	<i>+8,0pp</i>	<i>60,2%</i>	<i>57,6%</i>	<i>+2,6pp</i>
Gross Profit / pair	8,39	6,92	+21,2%	8,46	7,75	+9,2%
Brazil	6,73	5,55	+21,2%	6,12	4,92	+24,5%
International	27,69	22,92	+20,8%	26,11	25,98	+0,5%
EBITDA (Incl. IFRS16)	135,3	69,6	+94,5%	312,0	138,6	+125,0%
<i>EBITDA Margin (%)</i>	<i>13,2%</i>	<i>7,9%</i>	<i>+5,3pp</i>	<i>10,6%</i>	<i>5,1%</i>	<i>+5,4pp</i>
Brazil	184,7	120,8	+52,9%	349,0	146,7	+137,9%
<i>EBITDA Margin (%)</i>	<i>22,6%</i>	<i>17,1%</i>	<i>+5,6pp</i>	<i>16,4%</i>	<i>8,1%</i>	<i>+8,4pp</i>
International	(49,4)	(51,2)	-3,7%	(37,0)	(8,0)	+360,9%
<i>EBITDA Margin (%)</i>	<i>-23,4%</i>	<i>-28,8%</i>	<i>+5,5pp</i>	<i>-4,5%</i>	<i>-0,9%</i>	<i>-3,6pp</i>
EBITDA (Incl. IFRS16) / pair	2,33	1,35	+72,1%	1,91	0,96	+99,3%
Brazil	3,45	2,55	+35,3%	2,42	1,17	+106,6%
International	(10,73)	(12,64)	-15,1%	(1,94)	(0,41)	+369,5%

Volume (in million pairs)



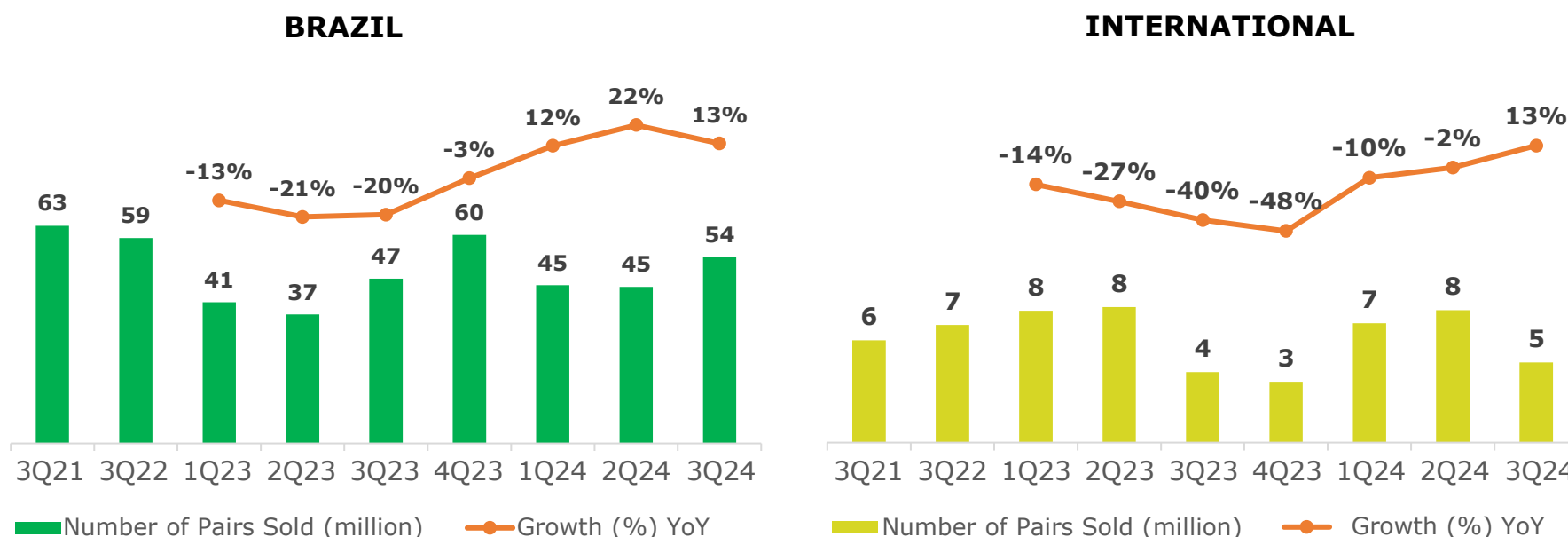
Havaianas Brazil: A total of 53.6 million pairs were sold in the quarter, and 144.1 million pairs in 9M24, representing growth of +13.0% and 15.2%, respectively, compared to the same periods in 2023.

This quarter, as part of its sales strategy, the Company pulled forward a portion of sales volume initially expected for the fourth quarter. The volume of pairs sold in Brazil reflects a more stable operating environment, with improvements in delivery accuracy (on-time in full indicator - OTIF), which remains consolidated close to 70%, along with enhancements in our S&OP processes and increased manufacturing and logistical efficiency. Additionally, execution at points of sale continues to advance, supported by more promoters and closer engagement with customers, ensuring consistent presence and alignment with the needs of each channel. It is also worth noting that the quarterly volume growth is already compared to a more normalized baseline, following a first half focused on destocking and adjusting inventory levels across the chain. This quarter, typical for inventory build-up in preparation for Brazil's seasonal demand, saw a divergence between sell-in and sell-out as part of the strategy to pull forward a portion of sales volume intended for 4Q24. Although estimated sell-out for Havaianas Brazil declined by -3% in 3Q24 compared to 3Q23, Havaianas registered a market share increase of 1.3 p.p. over 2Q24 and 1.8 p.p. ytd.

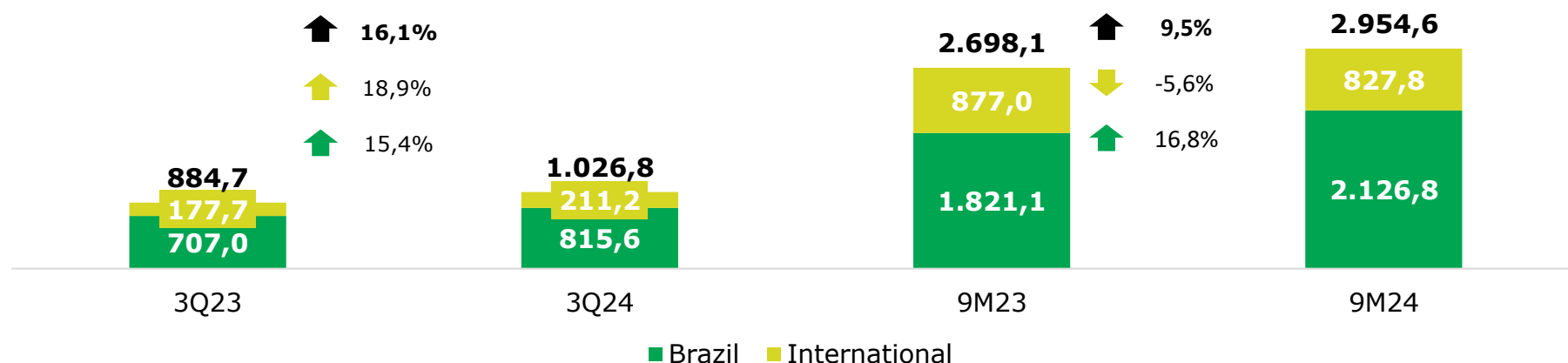
Havaianas International: A total of 4.6 million pairs were sold in the quarter, marking a yoy growth of 13.5%, and representing the first quarter of volume growth since 4Q22. The 9M24 result shows a decline of 1.8% compared to the same period last year. International performance by region reveals varying results: EMEA saw a 31% increase in sales volume, driven by strong performance in MEA countries. The U.S. operation recorded a 35% increase in quarterly volume, driven by higher sales in digital and off-price channels. Finally, the standardization process of commercial guidelines for Distributor Markets in APAC and LATAM resulted in a 6.6% decrease in volume of pairs sold compared to 3Q23, reflecting the Company's strategy to prioritize operational profitability.

Sequential improvement in the volume of pairs sold

Millions of pairs / YoY Growth (%)



Net sales (in R\$ million)



(R\$ million R\$ / pair)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Net sales	1.026,8	884,7	+16,1%	2.954,6	2.698,1	+9,5%
Brazil	815,6	707,0	+15,4%	2.126,8	1.821,1	+16,8%
International	211,2	177,7	+18,9%	827,8	877,0	-5,6%
EMEA	120,6	109,4	+10,3%	538,6	600,1	-10,3%
NA&C	42,1	28,0	+50,7%	124,2	116,1	+6,9%
Distributors	48,5	40,4	+20,2%	165,0	160,7	+2,7%
Net sales / pair	17,65	17,19	+2,7%	18,11	18,67	-3,0%
Brazil	15,22	14,91	+2,1%	14,76	14,56	+1,4%
International	45,90	43,81	+4,8%	43,39	45,13	-3,8%

Net sales (in constant currency)

(R\$ million R\$ / pair)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Net sales	1.026,8	909,6	+12,9%	2.954,6	2.796,1	+5,7%
Brazil	815,6	707,0	+15,4%	2.126,8	1.821,1	+16,8%
International	211,2	202,6	+4,2%	827,8	974,9	-15,1%
EMEA	120,6	124,9	-3,4%	538,6	668,7	-19,5%
NA&C	42,1	31,8	+32,4%	124,2	128,2	-3,1%
Distributors	48,5	45,9	+5,6%	165,0	178,1	-7,3%
Net sales / pair	17,65	17,67	-0,1%	18,11	19,35	-6,4%
Brazil	15,22	14,91	+2,1%	14,76	14,56	+1,4%
International	45,90	49,96	-8,1%	43,39	50,17	-13,5%

Nota: For comparison purposes, the constant currency criterion in Brazilian Reais (CC) is used. Values are converted to Reais using the average exchange rate for the period in the current year. For 3Q24 and 3Q23, values in USD were converted at R\$ 5.55, and in EUR at R\$ 6.07.

In the quarter, net sales reached R\$ 1.0 billion, a growth of 16.1% (+12.9% in constant currency) compared to the same quarter of the previous year.

Havaianas Brazil: The Brazilian operation reported a 15.4% increase in net sales, driven by a 13.0% rise in sales volume and a 2.1% increase in average price per pair. Quarterly results were boosted by the decision to pull forward part of the sales volumes initially planned for the 4Q24, in Brazil.

Havaianas International: During the period, the regions with notable performance are the U.S. (+32.4% CC yoy) and Distributor Markets (+5.6% CC yoy), while EMEA showed a decline (-3.4% CC yoy). The regional mix and price normalization in the European operation, alongside the initial stages of standardizing commercial policies in distributor-operated markets, contributed to an 8.1% YoY decrease in revenue per pair in constant currency compared to 3Q23.

COGS (in R\$ million)

(R\$ million)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
COGS	538,9	528,6	+2,0%	1.574,3	1.578,2	-0,2%
Brazil	455,1	443,8	+2,5%	1.244,6	1.206,0	+3,2%
International	83,8	84,7	-1,1%	329,7	372,1	-11,4%

COGS increased by 2% in the quarter, while it remained stable for the period of 9M24 compared to the same periods last year.

As a result, COGS per pair decreased by 9.8% YoY this quarter, primarily driven by scale gains and the dilution of fixed manufacturing expenses, along with a 14.4% YoY reduction in raw material cost per pair and a 3.6% gain in manufacturing efficiency.

COGS per pair in Brazil was R\$ 8.50, a 9.3% decrease compared to 3Q23. Internationally, COGS per pair in constant currency decreased by 14.1%, due to structural improvements in fixed distribution costs.

Gross profit (in R\$ million)

(R\$ million R\$ / pair)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Gross Profit	487,9	356,1	+37,0%	1.380,3	1.119,9	+23,3%
Gross Margin (%)	47,5%	40,3%	+7,3pp	46,7%	41,5%	+5,2pp
Brazil	360,5	263,2	+37,0%	882,3	615,1	+43,4%
Gross Margin (%)	44,2%	37,2%	+7,0pp	41,5%	33,8%	+7,7pp
International	127,4	93,0	+37,1%	498,1	504,8	-1,3%
Gross Margin (%)	60,3%	52,3%	+8,0pp	60,2%	57,6%	+2,6pp
Gross Profit / pair	8,39	6,92	+21,2%	8,46	7,75	+9,2%
Brazil	6,73	5,55	+21,2%	6,12	4,92	+24,5%
International	27,69	22,92	+20,8%	26,11	25,98	+0,5%

Gross profit (in constant currency)

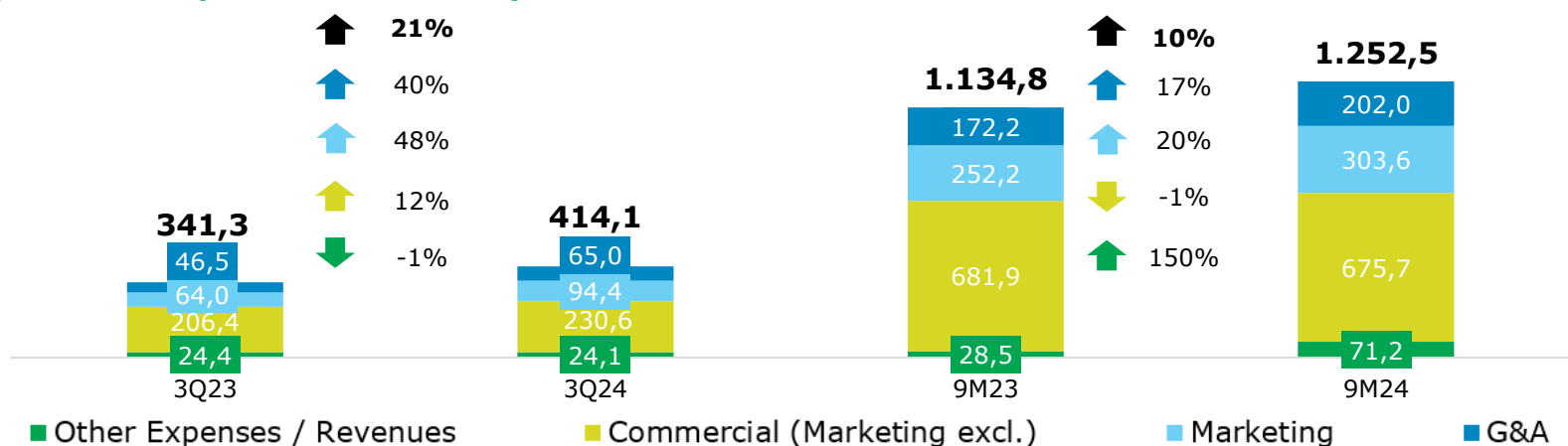
(R\$ million R\$ / pair)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Gross Profit	487,9	369,2	+32,2%	1.380,3	1.176,1	+17,4%
Gross Margin (%)	47,5%	40,6%	+6,9pp	46,7%	42,1%	+4,7pp
Brazil	360,5	263,2	+37,0%	882,3	615,1	+43,4%
Gross Margin (%)	44,2%	37,2%	+7,0pp	41,5%	33,8%	+7,7pp
International	127,4	106,0	+20,2%	498,1	561,0	-11,2%
Gross Margin (%)	60,3%	52,3%	+8,0pp	60,2%	57,5%	+2,6pp
Gross Profit / pair	8,39	7,17	+16,9%	8,46	8,14	+4,0%
Brazil	6,73	5,55	+21,2%	6,12	4,92	+24,5%
International	27,69	26,13	+6,0%	26,11	28,87	-9,6%

Havaianas recorded a Gross Profit of R\$ 487.9 million in the quarter, a 37.0% YoY increase (32.2% in constant currency). The overall gross margin reached 47.5%, up by 7.2 p.p. YoY. Excluding the effects of raw material and finished product write-offs, the gross margin would have reached 48.6%

Havaianas Brazil: Gross profit grew by 37% YoY, with a gross margin of 44.2%, representing an expansion of 7.0 p.p. YoY.

Havaianas International: Gross profit increased by 20.2% (CC) YoY, with an 8 p.p. expansion in gross margin YoY. This improvement is explained by the ongoing reduction in COGS for products sold to Distributor Markets and higher sales volumes during the quarter, as well as structural improvements in fixed distribution costs in Europe.

Expenses (in R\$ million)



EBITDA (in R\$ million)

(R\$ million R\$ / pair)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
EBITDA (Incl. IFRS16)	135,3	69,6	+94,5%	312,0	138,6	+125,0%
EBITDA Margin (%)	13,2%	7,9%	+5,3pp	10,6%	5,1%	+5,4pp
Brazil	184,7	120,8	+52,9%	349,0	146,7	+137,9%
EBITDA Margin (%)	22,6%	17,1%	+5,6pp	16,4%	8,1%	+8,4pp
International	(49,4)	(51,2)	-3,7%	(37,0)	(8,0)	+360,9%
EBITDA Margin (%)	-23,4%	-28,8%	+5,5pp	-4,5%	-0,9%	-3,6pp
EBITDA / pair	2,33	1,35	+72,1%	1,91	0,96	+99,3%
Brazil	3,45	2,55	+35,3%	2,42	1,17	+106,6%
International	(10,73)	(12,64)	-15,1%	(1,94)	(0,41)	+369,5%

EBITDA (in constant currency)

(R\$ million R\$ / pair)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
EBITDA (Incl. IFRS16)	135,3	62,3	+117,1%	312,0	135,5	+130,2%
EBITDA Margin (%)	13,2%	6,9%	+6,3pp	10,6%	4,8%	+5,7pp
Brazil	184,7	120,8	+52,9%	349,0	146,7	+137,9%
EBITDA Margin (%)	22,6%	17,1%	+5,6pp	16,4%	8,1%	+8,4pp
International	(49,4)	(58,5)	-15,6%	(37,0)	(11,1)	+232,1%
EBITDA Margin (%)	-23,4%	-28,9%	+5,5pp	-4,5%	-1,1%	-3,3pp
EBITDA / pair	2,33	1,21	+92,0%	1,91	0,94	+103,9%
Brazil	3,45	2,55	+35,3%	2,42	1,17	+106,6%
International	(10,73)	(14,41)	-25,6%	(1,94)	(0,57)	+238,3%

Havaianas' consolidated operation reported a 21% increase in SG&A expenses in the quarter, a nominal increase of R\$ 72.8 million. Of this nominal increase, R\$ 30.4 million corresponds to a higher level of marketing investments during the quarter. The remaining R\$ 42.4 million is attributed to the resumption of various activities that were frozen or non-existent in 2023, such as bonus provisions, travel, and commercial conventions, as well as the reconstitution of the executive team, which had vacant positions at the end of 3Q23. Additionally, expenses within the Zero-Based Budget (ZBB) fixed-cost packages continue to show consistent savings, with a 10% reduction compared to 1Q23, despite seasonal impacts and currency effects on period comparisons.

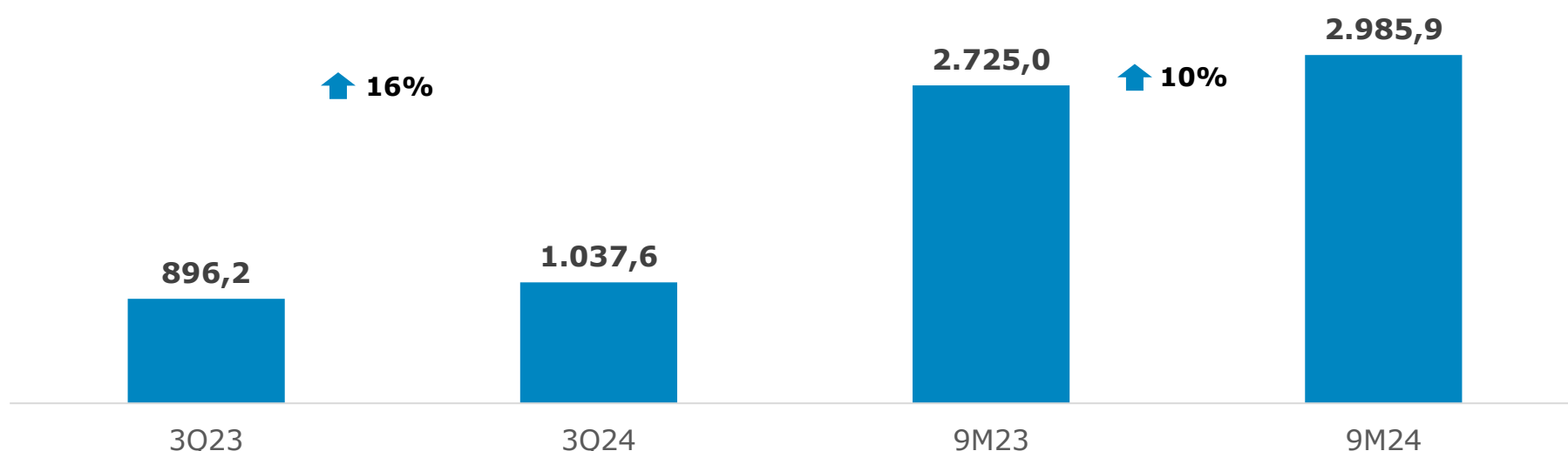
Havaianas Brazil: Brazil's EBITDA reached R\$ 184.7 million, a growth of 52.9%, with an EBITDA margin of 22.6%. This margin reflects the operation's return to profitability levels comparable to the best third quarters in the past decade

Havaianas International: The foreign market operation recorded a negative EBITDA of R\$ 49.4 million, mainly impacted by increased marketing investments, still reflecting Olympic activities, and the expansion of the commercial force (pop-up store openings, commercial excellence initiatives, etc.). Both efforts are aligned with the strategic objective to restore competitiveness in priority markets and reinforce brand strength. EBITDA margin, meanwhile, improved by 5.5 p.p. YoY.

Consolidated EBITDA for Havaianas reached R\$ 135.3 million, representing a 94.5% YoY increase and an EBITDA margin expansion of 5.3 p.p.

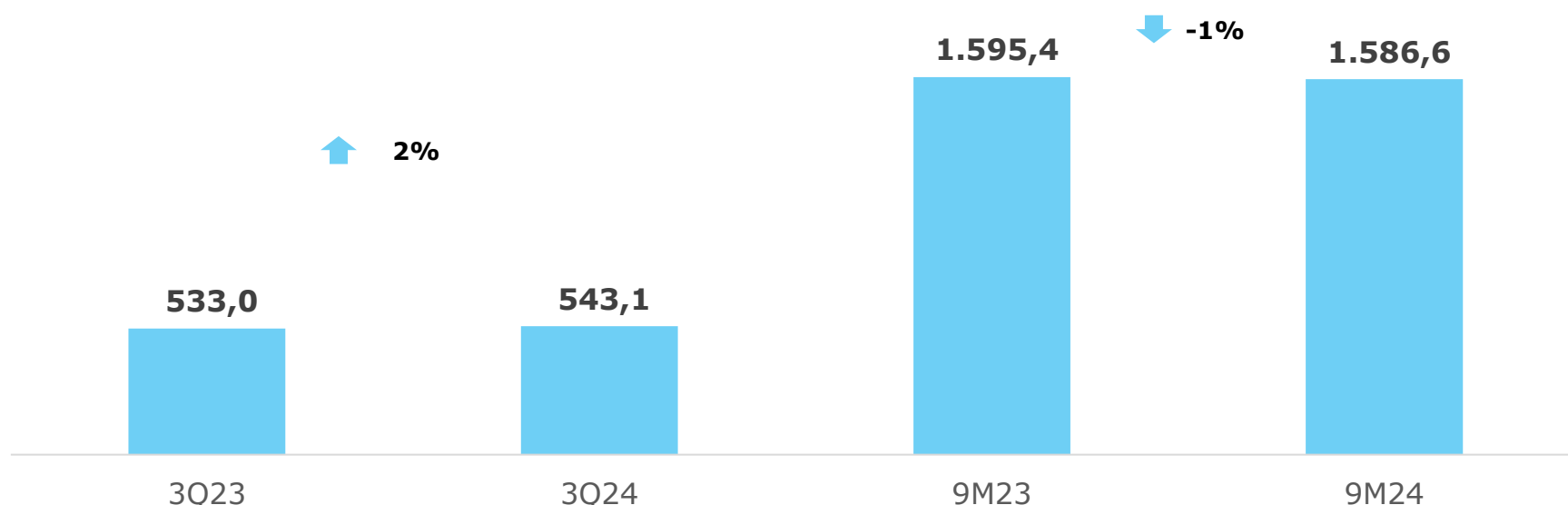
Consolidated Financial Performance

Net sales (in R\$ million)



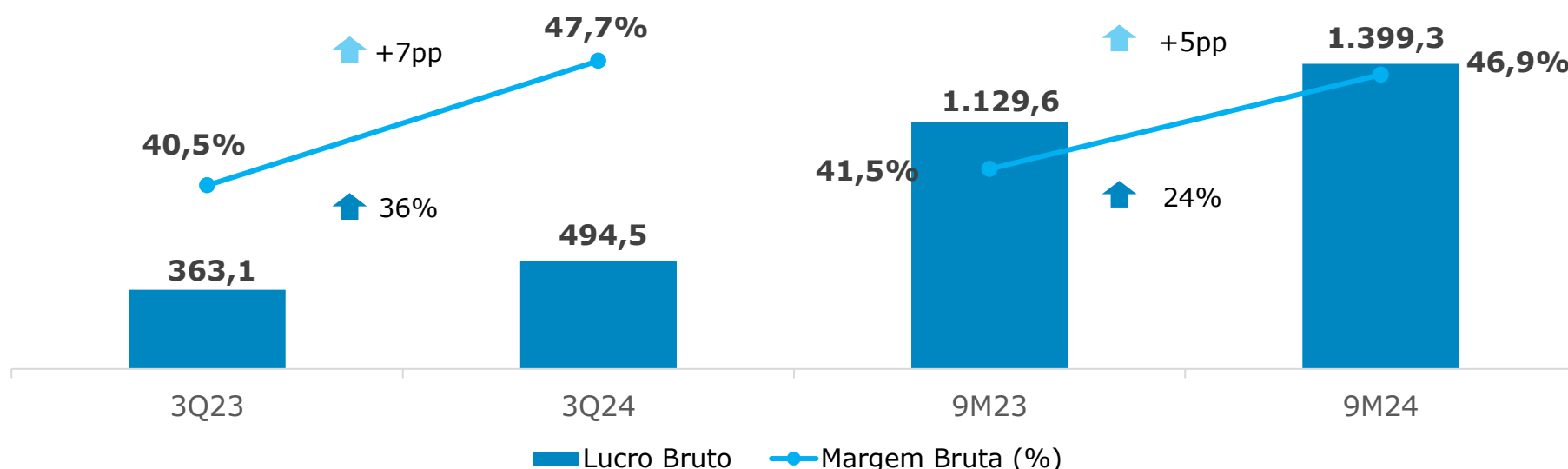
Consolidated net sales reached R\$ 1.0 billion this quarter and R\$ 3 billion in the 9M24, an increase of +16% and +10% YoY, respectively. The improvement in Havaianas' consolidated commercial operation, with the pull-forward of a portion of 4Q24 sales volume, contributed to the revenue growth.

COGS (in R\$ million)



COGS increased by +2% YoY in the quarter and decreased by -1% in the 9M24. This outcome is attributed to commercial improvements and increased sales volume, which help dilute a portion of fixed costs, along with ongoing advancements in production optimization and raw material consumption.

Gross profit (in R\$ million) and gross margin (in %)



Gross profit grew by 36% YoY this quarter, reaching R\$ 494.5 million, with a gross margin of 47.7%. This result reflects the increase in sales volume during the quarter and improvements in reducing operational costs related to labor and raw materials. It is also worth noting that consolidated gross profit was impacted by write-offs, and excluding this effect, the result would have been 1.1 p.p. higher.

Expenses (in R\$ million)

(R\$ million)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(-) Operating Expenses	(430,5)	(358,0)	+20,2%	(1.298,0)	(1.440,8)	-9,9%
Sales	(327,8)	(273,2)	+20,0%	(990,1)	(940,0)	+5,3%
General and administrative	(64,6)	(46,8)	+38,1%	(201,4)	(172,6)	+16,7%
Other operating income (expenses), net	(38,0)	(38,1)	-0,1%	(106,5)	(328,3)	-67,5%
(+) Extraordinary Items	12,8	18,3	-30,1%	34,9	308,8	-88,7%
M&A expenses	0,6	0,9	-25,8%	1,2	1,9	-38,8%
Simplification expenses	9,6	15,5	-37,7%	22,7	28,7	-20,7%
Provision for loss - A.S.A.I.C.	-	-	-	-	268,7	-
Other expenses / revenues	2,5	1,9	+29,0%	11,0	9,4	+16,3%
Operating Expenses excluding Extraordinary Items	(417,7)	(339,8)	+22,9%	(1.263,1)	(1.132,0)	+11,6%
Operating Expenses excluding Extraordinary Items (% NS)	40,3%	37,9%	+2,3pp	42,3%	41,5%	+0,8pp

Operating expenses for the quarter totaled R\$ 430.5 million, a 20.2% YoY increase, primarily due to higher marketing investments made during the quarter and the resumption of expenses that were frozen or non-existent in 2023, such as bonus provisions.

Extraordinary expenses totaled R\$ 12.8 million, of which R\$ 9.6 million are related to the operational simplification process.

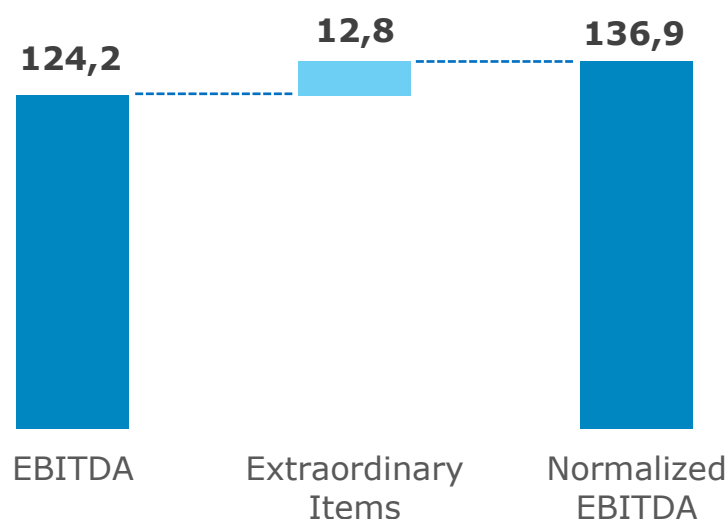
It is important to highlight that increased governance and expense control remain integral in daily operations, with ZBB package expenses consistently below 1Q23 levels (-10% vs. 1Q23) and showing even greater improvement compared to the previous quarter when excluding the currency effect (-13% vs. 1Q23).

EBITDA and normalized EBITDA (in R\$ million)

(R\$ million)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(=) Gross Profit	494,5	363,1	+36,2%	1.399,3	1.129,6	+23,9%
<i>Gross Margin (%)</i>	<i>47,7%</i>	<i>40,5%</i>	<i>+7,1pp</i>	<i>46,9%</i>	<i>41,5%</i>	<i>+5,4pp</i>
(-) Operating Expenses	(430,5)	(358,0)	+20,2%	(1.298,0)	(1.440,8)	-9,9%
(+) D&A	60,1	53,5	+12,3%	180,3	149,8	+20,3%
(=) EBITDA	124,2	58,6	+111,8%	281,6	(161,3)	-
<i>EBITDA Margin (%)</i>	<i>12,0%</i>	<i>6,5%</i>	<i>+5,4pp</i>	<i>9,4%</i>	<i>-5,9%</i>	<i>+15,4pp</i>
(+) Extraordinary Items	12,8	18,3	-30,1%	34,9	308,8	-88,7%
(=) Normalized EBITDA	136,9	76,9	+78,1%	316,5	147,5	+114,6%
<i>Normalized EBITDA Margin (%)</i>	<i>13,2%</i>	<i>8,6%</i>	<i>+4,6pp</i>	<i>10,6%</i>	<i>5,4%</i>	<i>+5,2pp</i>

Alpargatas once again showed YoY growth in EBITDA, demonstrating consistent commercial progress in the Havaianas business, disciplined cost and fixed expenses reduction. As a result, the Company achieved R\$ 137 million in Normalized EBITDA, an increase of 78.1% compared to 3Q23.

It is important to note that this result accounts for substantial increases in marketing investments, the rebuilding of bonus payment provisions, and effects related to the write-off of raw material and finished goods.



EBITDA Reconciliation (in R\$ million)

According to CVM N° 156

(R\$ million)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(=) Net income	57,3	(8,5)	-	105,3	(261,3)	-
(-) Income Tax / Social Contribution	(6,8)	(21,1)	-67,6%	(16,6)	(176,0)	-90,6%
(+) Financial Result	4,9	14,1	-65,4%	6,9	68,5	-90,0%
(+) D&A	60,1	53,5	+12,3%	180,3	149,8	+20,3%
(+) Equity Income	8,8	20,6	-57,5%	5,7	57,6	-90,2%
(=) EBITDA	124,2	58,6	+111,8%	281,6	(161,3)	-
(+) Extraordinary Items	12,8	18,3	-30,1%	34,9	308,8	-88,7%
(=) Normalized EBITDA	136,9	76,9	+78,1%	316,5	147,5	+114,6%
<i>Normalized EBITDA Margin (%)</i>	<i>13,2%</i>	<i>8,6%</i>	<i>+4,6pp</i>	<i>10,6%</i>	<i>5,4%</i>	<i>+5,2pp</i>

Net income (in R\$ million)

Consolidated net income for the period was R\$ 57.3 million. Excluding the effect of extraordinary items net of income tax, normalized net income would be R\$ 66.3 million. Normalized net income for Havaianas was R\$ 75.1 million vs. R\$ 25.2 million in 3Q23.

Net financial result was negative R\$ 4.9 million, an improvement of R\$ 9.2 million compared to the same period in 2023. This result reflects the improvement in the company's capital structure over the past 12 months.

Equity Income was negative R\$ 8.8 million, explained by:

- Recognition of 49.2% of Rothy's result for the quarter, with a loss of R\$ 4.6 million, an improvement of R\$ 11.7 million YoY; and
- Amortization effect of asset fair value adjustments (PPA) amounting to -R\$ 4.1 million.

(R\$ million)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(=) EBIT	64,0	5,1	+1155,5%	101,3	(311,1)	-
(+) Financial Result	(4,9)	(14,1)	-65,4%	(6,9)	(68,5)	-90,0%
Financial income	36,3	27,7	+31,2%	103,0	71,9	+43,4%
Financial expenses	(46,5)	(50,2)	-7,2%	(146,5)	(138,6)	+5,7%
Exchange variation	5,4	8,4	-36,3%	36,6	(1,8)	-
(=) EBT	59,2	(9,0)	-	94,4	(379,7)	-
(-) Income Tax / Social Contribution	6,8	21,1	-67,6%	16,6	176,0	-90,6%
(+) Equity Income	(8,8)	(20,6)	-57,5%	(5,7)	(57,6)	-90,2%
Net Income (49.2% from Rothy's)	(4,6)	(16,3)	-71,7%	6,0	(38,0)	-
Last year results's adjustment	-	-	-	0,2	(4,2)	-
Surplus value (PPA) amortization	(4,1)	(3,9)	+5,3%	(11,7)	(12,1)	-3,2%
Share dillution (Stock Option)	(0,0)	(0,5)	-94,3%	(0,1)	(3,3)	-98,0%
(=) Net income from continuing operations	57,3	(8,5)	-	105,3	(261,3)	-
(+) Extraordinary Items excl. Income Tax	9,1	13,0	-30,2%	23,9	207,4	-88,5%
(=) Normalized Net Income	66,3	4,6	+1358,1%	129,2	(53,9)	-
(-) Equity Income (ex-exceptional items)	(8,8)	(20,6)	-57,5%	(5,7)	(57,6)	-90,2%
(=) Havaianas Normalized Net Income	75,1	25,2	+198,1%	134,9	3,7	+3550,6%

Working capital (in R\$ million and in days of Net Sales*)

Inventories

(R\$ million)	3Q23	4T23	1T24	2T24	3Q24	Δ 3Q23	Δ 2T24
Inventories	1.173,7	997,7	968,3	946,8	886,3	-287,4	-60,5
<i>in days of NS</i>	112	98	94	90	81	-31	-9
Finished goods	775,0	699,3	689,8	646,7	616,4	-158,6	-30,4
<i>in days of NS</i>	74	68	67	61	56	-18	-5
Products in process	54,1	48,1	46,9	40,2	33,1	-20,9	-7,1
<i>in days of NS</i>	5	5	5	4	3	-2	-1
Raw material and others	344,6	250,3	231,6	259,9	236,8	-107,8	-23,1
<i>in days of NS</i>	33	24	22	25	22	-11	-3

Accounts receivable

(R\$ million)	3Q23	4T23	1T24	2T24	3Q24	Δ 3Q23	Δ 2T24
Accounts receivable	771,7	883,7	763,3	819,2	842,9	71,2	23,7
<i>in days of NS</i>	74	86	74	78	77	3	-1

Suppliers

(R\$ million)	3Q23	4T23	1T24	2T24	3Q24	Δ 3Q23	Δ 2T24
Total Suppliers	436,9	555,0	517,0	570,7	606,6	169,7	35,9
<i>in days of NS</i>	42	54	50	54	55	14	1
Suppliers	319,7	395,1	381,3	449,0	459,8	140,1	10,8
Forfaiting	117,2	159,9	135,7	121,6	146,8	29,6	25,1

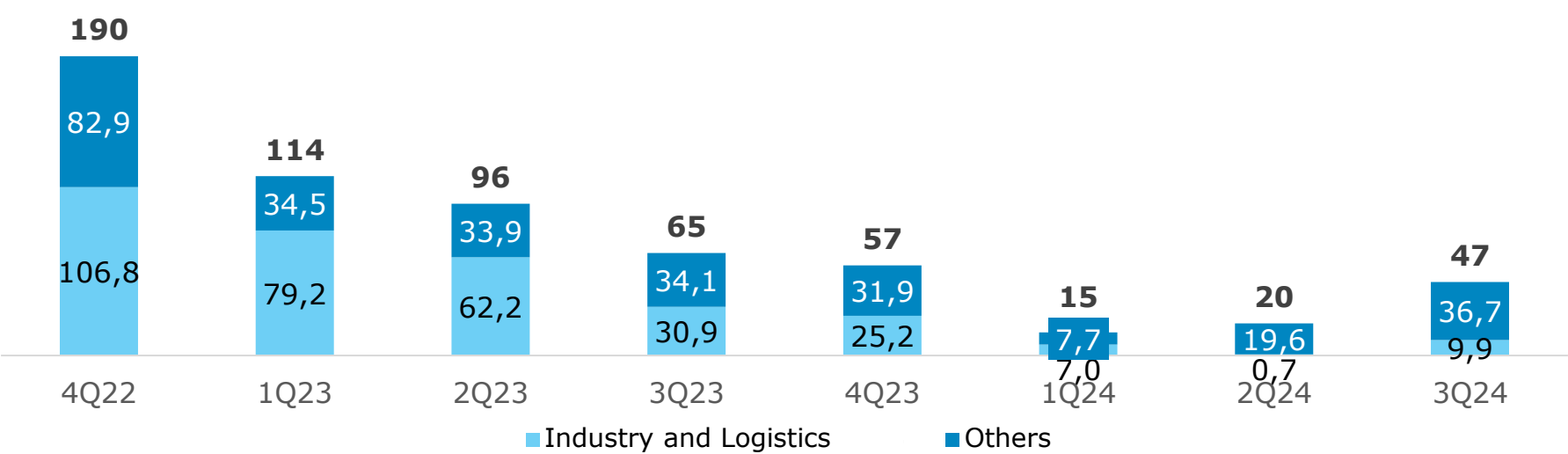
Note: Net Sales for the last 12 months

Cash release of R\$ 72.7 million related to the variation in core working capital accounts in 3Q24 is explained by:

- Inventory variation of -R\$ 60.5 million vs. 2Q24, due to a reduction of -R\$ 30.4 million in finished goods inventory and -R\$ 23.1 million in raw materials inventory, aligned with the adjustment of manufacturing operations to the new strategy balancing sales volumes in the second half of this year. The average inventory days for finished goods decreased by 18 days of revenue compared to 3Q23, falling below two months for the first time since 1Q22. The average inventory days for total stock decreased by 31 days YoY, staying below 90 days for the first time since 2Q21.
- Increase of R\$ 23.7 million in accounts receivable vs. 2Q24. Compared to 3Q23, the average collection period increased by three days of net receivables revenue, explained by higher sales during the quarter.
- Increase of R\$ 35.9 million in accounts payable vs. 2Q24 due to higher raw material purchases for the upcoming quarters. The average accounts payable period increased by 14 days of net sales vs. 3Q23.

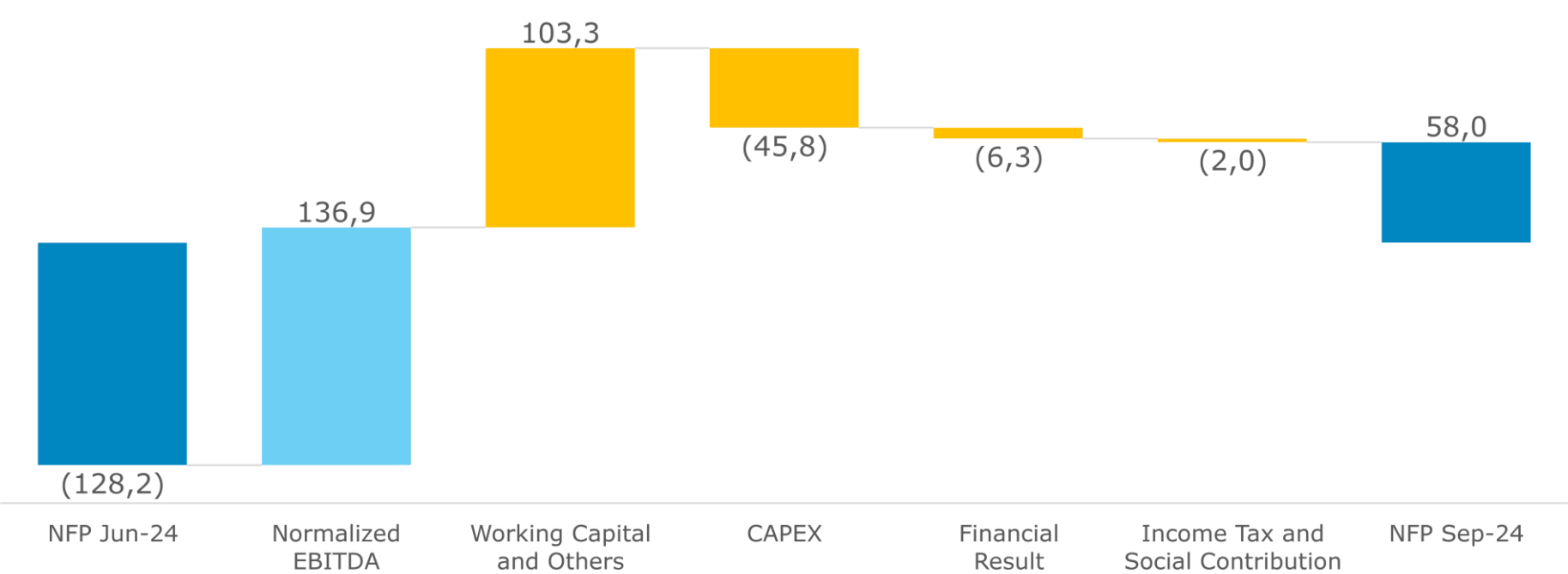
¹In the Forfait operation, suppliers transfer the right to receive securities to the bank in exchange for the early receipt of the security. The bank then becomes the creditor of the operation, and Alpargatas settles the security on the originally agreed date with its supplier, without changing the terms, prices, and conditions previously established with the supplier. This operation does not generate financial expenses for Alpargatas.

CAPEX (in R\$ million)



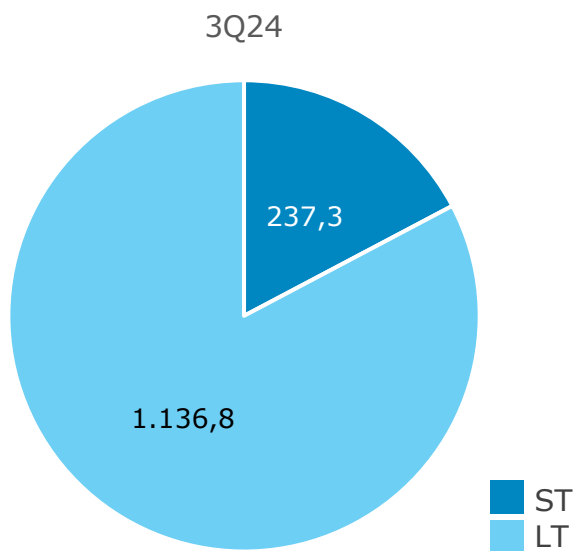
A total of R\$ 46.6 million was invested in 3Q24, of which: (i) R\$ 9.9 million was allocated to our industrial and logistics facilities; and (ii) R\$ 36.7 million was invested in commercial projects, digital transformation, innovation, IT, and other initiatives. It is worth recalling that the CAPEX approved at the Annual General Meeting on April 28, 2024, amounts to R\$ 181 million.

Net financial position (in R\$ million)



The Company ended 3Q24 with a net financial position of R\$ 58 million, representing an improvement of R\$ 186.2 million compared to net debt in 2Q24. This marks the first quarter since 2Q22 with a positive net cash position at the end of the period.

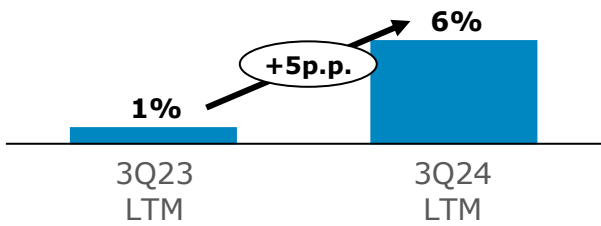
Indebtedness and leverage (in R\$ million)



(R\$ million)	3Q24	3Q23
Loans and Financing	1.374,1	1.522,7
Short Term	237,3	157,5
Long Term	1.136,8	1.365,2
Cash and Investments	1.432,1	705,8
Cash and cash equivalents	202,0	235,3
Short Term	1.217,2	458,9
Long Term	12,8	11,6
Net Debt	(58,0)	817,0
Normalized EBITDA (LTM)	383,8	300,1
Net Debt / Normalized EBITDA	-0,2	2,7

Return on invested capital (ROIC)

The ROIC* reached 6% in 3Q24 LTM, an increase of 5 p.p. vs. 3Q23 LTM.



*Calculation methodology:

Reported net income excluding financial results and extraordinary items in the last 12 months, divided by the average of the last 12 months of invested capital (net debt and equity).





Rothy's

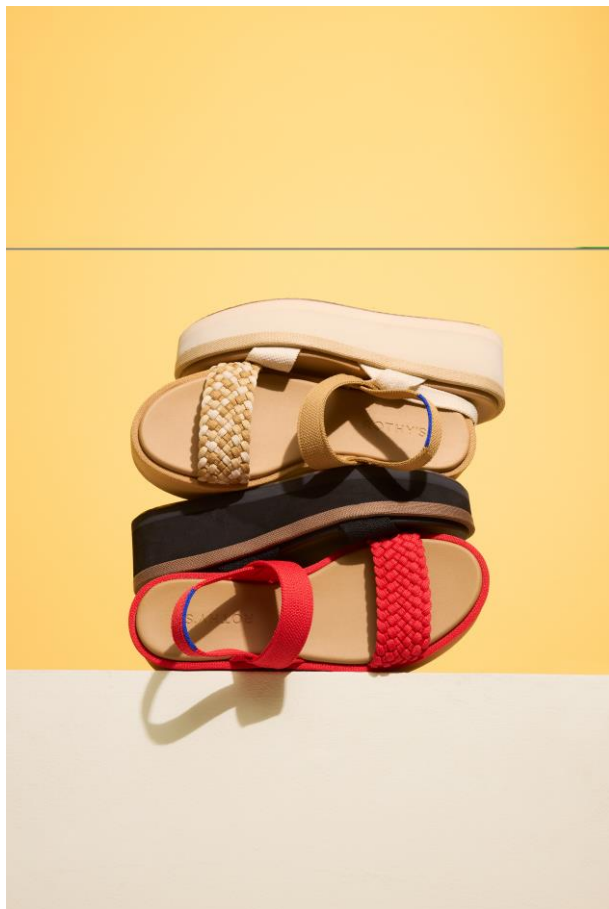
Rothy's recorded a 29.2% YoY growth, reaching net sales of USD 39.3 million this quarter. This growth is attributed to increased sales in department stores and the successful launch of products and campaigns throughout the quarter.

Gross margin improved by 0.8 p.p. YoY, driven by continued capture of industrial efficiencies, favorable product mix, and improved logistics indicators, including reduced freight costs from China to the U.S. and last-mile optimization.

SG&A showed a slight increase of 1.2%, but remains 3.6% below 2023 levels for the nine-month cumulative period.

EBITDA was -USD 0.2 million for the quarter, a positive improvement of USD 6.0 million and an expansion of 19.8 p.p. in EBITDA margin vs. 3Q23.

3Q24



(USD million)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Net Sales	39,3	30,4	+29,2%	132,5	115,2	+15,0%
COGS	(14,4)	(11,4)	+26,5%	(48,3)	(45,8)	+5,5%
Gross Profit	24,9	19,0	+30,8%	84,2	69,4	+21,3%
<i>Gross Margin (%)</i>	<i>63,4%</i>	<i>62,6%</i>	<i>+0,8pp</i>	<i>63,5%</i>	<i>60,2%</i>	<i>+3,3pp</i>
Operational Expenses	(27,5)	(27,2)	+1,2%	(85,5)	(88,7)	-3,6%
EBIT	(2,6)	(8,2)	-67,9%	(1,4)	(19,3)	-92,9%
D&A	2,4	1,9	+22,3%	6,5	5,5	+16,3%
EBITDA	(0,2)	(6,2)	-96,0%	5,1	(13,7)	-
<i>EBITDA Margin (%)</i>	<i>-0,6%</i>	<i>-20,5%</i>	<i>+19,8pp</i>	<i>3,8%</i>	<i>-11,9%</i>	<i>+15,7pp</i>
Net Income	(1,7)	(6,8)	-75,2%	2,4	(15,1)	-
<i>Net Margin (%)</i>	<i>-4,3%</i>	<i>-22,3%</i>	<i>+18,0pp</i>	<i>1,8%</i>	<i>-13,1%</i>	<i>+15,0pp</i>

(USD million)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Stores	24	16	+8	24	16	+8
Same Store Sales	23%	-6%	+29pp	18%	-3%	+21pp
Contribution of physical stores to Revenue (%)	28%	17%	+11pp	19%	14%	+5pp
Recurring customers' contribution to Revenue (%)	46%	58%	-12pp	50%	60%	-10pp
Marketing + Store Expenses (US\$ million)	12,7	12,9	-1,6%	39,2	43,4	-9,7%

Income Statement (in R\$ million)

(R\$ million)	3Q24	3Q23	3Q24 vs. 3Q23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
(=) Net sales	1.037,6	896,2	+15,8%	2.985,9	2.725,0	+9,6%
(-) Cost of sales	(543,1)	(533,0)	+1,9%	(1.586,6)	(1.595,4)	-0,6%
(=) Gross Profit	494,5	363,1	+36,2%	1.399,3	1.129,6	+23,9%
Gross Margin (%)	47,7%	40,5%	+7,1pp	46,9%	41,5%	+5,4pp
(-) Operating Expenses	(430,5)	(358,0)	+20,2%	(1.298,0)	(1.440,8)	-9,9%
Sales	(327,8)	(273,2)	+20,0%	(990,1)	(940,0)	+5,3%
General and administrative	(64,6)	(46,8)	+38,1%	(201,4)	(172,6)	+16,7%
Other operating income (expenses), net	(38,0)	(38,1)	-0,1%	(106,5)	(328,3)	-67,5%
(=) EBIT	64,0	5,1	+1155,5%	101,3	(311,1)	-
(+) Financial Result	(4,9)	(14,1)	-65,4%	(6,9)	(68,5)	-90,0%
Financial income	36,3	27,7	+31,2%	103,0	71,9	+43,4%
Financial expenses	(46,5)	(50,2)	-7,2%	(146,5)	(138,6)	+5,7%
Exchange variation	5,4	8,4	-36,3%	36,6	(1,8)	-
(=) EBT	59,2	(9,0)	-	94,4	(379,7)	-
(-) Income Tax / Social Contribution	6,8	21,1	-67,6%	16,6	176,0	-90,6%
(=) Net income continuing op. (Exc. Equity Accounting)	66,0	12,2	+442,8%	111,0	(203,7)	-
(+) Equity Income	(8,8)	(20,6)	-57,5%	(5,7)	(57,6)	-90,2%
Net Income (49.2% from Rothy's)	(4,6)	(16,3)	-71,7%	6,0	(38,0)	-
Last year results's adjustment	-	-	-	0,2	(4,2)	-
Surplus value (PPA) amortization	(4,1)	(3,9)	+5,3%	(11,7)	(12,1)	-3,2%
Share dillution (Stock Option)	(0,0)	(0,5)	-94,3%	(0,1)	(3,3)	-98,0%
(=) Net Income	57,3	(8,5)	-	105,3	(261,3)	-
Net Margin (%)	5,5%	-0,9%	+6,5pp	3,5%	-9,6%	+13,1pp

Balance Sheet (in R\$ million)

ASSETS	09/30/2024	12/31/2023	LIABILITIES AND NET EQUITY	09/30/2024	12/31/2023
CURRENT			CURRENT		
Cash and cash equivalents	1.419,2	922,5	Suppliers	459,8	395,1
Accounts receivable from clients	842,9	883,7	Forfait	146,8	159,9
Inventories	886,3	997,7	Loans and debts	237,3	127,4
Recoverable taxes	188,4	227,7	Leasing liabilities	38,8	34,9
Prepaid expenses	40,3	39,5	Tax liabilities	48,7	35,6
Accounts receivable on sale of subsidiary	52,4	48,5	Long-term incentive plan	3,7	3,0
Other credits	48,1	79,9	Provisions and other liabilities	142,7	147,4
Total current assets	3.477,6	3.199,6	Labor and social security liabilities	157,6	73,9
			Provision for tax, civil and labor contingencies	13,8	5,7
NONCURRENT			Interests on capital and payable dividends	2,2	2,2
Financial investments	12,8	11,9	Total current liabilities	1.251,4	985,1
Recoverable taxes	95,7	97,6	NONCURRENT		
Deferred income and social contribution taxes	247,8	259,2	Loans and debts	1.136,8	1.358,2
Court deposits	34,4	31,3	Leasing liabilities	149,8	150,1
Other credits	15,8	16,8	Deferred income tax and social contribution	0,1	0,2
Long-term assets			Provision for tax, civil and labor contingencies	5,4	5,2
Investments	707,6	627,9	Long-term incentive plan	6,3	6,5
Fixed assets	1.388,2	1.412,2	Accounts payable on sale of subsidiary	82,0	78,9
Right-of-use asset	174,4	173,2	Other liabilities	30,6	15,7
Intangible	464,9	497,7	Total noncurrent liabilities	1.410,9	1.614,8
Total noncurrent assets	3.141,6	3.127,8	NET EQUITY		
			Share Capital	3.906,9	3.967,1
TOTAL ASSETS	6.619,2	6.327,4	Capital reserves	182,5	153,5
			Revenue reserve	0,0	1.806,1
			Equity valuation adjustment	105,8	(1.866,4)
			Other comprehensive income	(239,2)	(333,6)
			Assigned shareholders' equity to controlling shareholders	3.956,1	3.726,8
			Non-controlling shareholders'	0,8	0,7
			Total net equity	3.956,9	3.727,5
			TOTAL LIABILITIES AND NET EQUITY	6.619,2	6.327,4

Cash Flow Statement *(in R\$ million)*

(R\$ million)	9M24	9M23
Net cash generated (consumed) in operating activities	755,8	103,0
Adjustments to reconcile net income for the year from continued operation the net cash generated by operating activities	485,7	184,6
Net income from continued operations	105,3	(261,3)
Depreciation and amortization	145,2	117,4
Income (loss) from sale/write-off of property, plant and equipment	1,2	7,3
Equity in net income of subsidiaries	5,7	57,6
Interest, monetary, and exchange rate variations	81,6	89,9
Provision for labor, civil and tax contingencies	38,2	14,4
Income tax and social contribution - current and deferred	(16,6)	(176,0)
Inventory losses - provision and adjustment	66,8	45,7
Provision for expected loss on accounts receivable	12,5	17,2
Inflation adjustment of judicial deposits and tax credits	(13,9)	(15,0)
Provision for Loss on Fixed Assets/Intangible Assets - "Impairment"	-	-
Other provisions	-	0,8
Interest provision - IFRS 16	11,5	11,9
Depreciation from right-of-use assets - IFRS 16	35,1	32,4
Gain (loss) on write-off of right-of-use - IFRS 16	(0,1)	(0,4)
Provision for long-term incentive plan	13,2	(26,1)
Provision for loss on accounts receivable from the sale of subsidiaries	-	268,7
Decrease (increase) in assets and liabilities	382,6	20,6
Accounts receivable from clients	99,8	292,5
Inventories	85,0	154,3
Prepaid expenses	1,0	9,5
Recoverable taxes	54,7	61,5
Suppliers	21,1	(371,5)
Forfait	(13,1)	(100,2)
Tax liabilities	40,4	(20,8)
Labor and social security liabilities	82,2	9,3
Contingencies	(29,9)	(21,2)
Others	41,4	7,1
Cash (consumed in) generated from operations	868,3	205,1
(Payments) / refunds of income tax and social contribution	(9,0)	(10,5)
Payment of charges, loans and debts	(94,7)	(79,8)
Payment of lease interest - IFRS 16	(8,9)	(11,9)
Net cash (used) in investment activities	(79,1)	(269,6)
Acquisition of property, plant and equipment and intangible assets	(80,8)	(274,9)
Cash investments	1,7	5,2
Net cash generated from (used in) financing activities	(190,5)	214,5
Borrowings and financing proceeds	130,2	448,9
Payment of loans and borrowings - Principal	(286,2)	(214,3)
Payment of interest on shareholders' equity and dividends	(0,0)	(0,0)
Payment of lease principal - IFRS 16	(34,5)	(26,5)
Sale of treasury shares	-	6,4
Foreign exchange effect on cash and cash equivalents	10,6	(1,2)
Increase (decrease) in cash and cash equivalents	496,7	46,7
Initial balance of cash and cash equivalents	922,5	647,5
Final balance of cash and cash equivalents	1.419,2	694,2



Investor Relations
ri@alpargatas.com

