

# PRESS RELEASE - 2T21

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

2 de agosto de 2021 | Segunda-feira

PORTUGUÊS

09:00 (BRT) / 08:00 (EDT)

Tradução simultânea para inglês

Zoom access



ALPARGATAS



## ALPARGATAS ANUNCIA RESULTADOS DO 2T21

**Alpargatas acelera crescimento no Brasil e no mercado internacional, impulsionado por Havaianas**

**(+57% de volume; +71% de receita líquida; +163% de EBITDA recorrente vs. 2T20)**

**(+14% de volume; +46% de receita líquida; +73% de EBITDA recorrente vs. 2T19)**

### Destaques do 2T21 versus 2T20:

- **Havaianas Internacional:** +63% de receita líquida; +132% de EBITDA
- **Havaianas Brasil:** +72% de receita líquida; +20% de EBITDA
- **Havaianas :** +68% de receita líquida; +91% de EBITDA
- **Alpargatas:**
  - **Margem bruta operacional: +0,3pp**
  - **EBITDA recorrente de R\$197M e margem EBITDA de 18%**
  - **Lucro líquido recorrente de R\$111M (+229% vs. 2T20)**
  - **Posição financeira líquida positiva de R\$637M (+38% vs. 4T20)**

## ALPARGATAS

### RECEITA LÍQUIDA

**R\$1.095M**

(+71% vs. 2T20)

### MARGEM BRUTA

**56%**

(+0,3pp vs. 2T20)

### EBITDA RECORRENTE

**R\$197M**

18% DA RECEITA LÍQUIDA  
(+6,3pp vs. 2T20)

### LUCRO LÍQUIDO

**RECORRENTE**

**R\$111M**

(+229% vs. 2T20)

### PFL

**R\$637M**

(+38% vs. 4T20)



O CEO da Alpargatas, Beto Funari, destaca que no segundo trimestre de 2021, o crescimento de Havaianas foi impulsionado por três frentes: avanços nos mercados internacionais, aceleração nos canais online e expansão do portfólio com inovações de produto. Continuamos vendo forte demanda pela marca, que alinhada à tendência de moda casual priorizando conforto e a migração dos usuários para experiências digitais, fortalece a Havaianas globalmente. “Seguimos bem posicionados e confiantes com a retomada do comércio e serviços, focados na entrega de resultados consistentes a longo prazo”, reforça Funari.

Julian Garrido, CFO da Alpargatas, ressalta que os resultados do 2T21 refletem os avanços da estratégia de expansão global, a disciplina de execução e a consistência na entrega. Importante mencionar que a execução das áreas de excelência de *Revenue Growth Management (RGM)* e Orçamento Base Zero (OBZ) aceleraram o crescimento e a rentabilidade da Alpa, mitigando a alta de preços da matéria-prima observada na indústria. “Os resultados refletem uma geração de caixa de R\$176 milhões no 1S21, encerrando o trimestre com posição financeira líquida de R\$637 milhões”.

# Pilares Estratégicos

**Nossos pilares estratégicos** priorizam mercados e segmentos de alto potencial: expansão global da marca Havaianas com prioridades nos mercados do Brasil, Europa, EUA e China, que são nossos Big Bets; aceleração digital da Alpargatas, com contínuo crescimento das vendas online nos canais DTC e B2B; expansão em novos segmentos por meio de inovação em escala; e desenvolvimento de soluções de sustentabilidade. Nosso foco na expansão de margens é estruturado em três áreas de excelência: *Revenue Growth Management* (RGM), Orçamento Base Zero (OBZ) e *Value Improvement Program* (VIP100%).

## Global

### HAVAIANAS



2T21

**R\$1.036M**  
RECEITA LÍQUIDA

**50%**  
MERCADOS  
INTERNACIONAIS

**56%**  
MARGEM BRUTA  
-0,9pp vs. 2T20  
+1pp vs. 2T19

**20%**  
MARGEM EBITDA  
~+3pp vs. 2T20  
~+2pp vs. 2T19

### BIG BETS

2T21 vs. 2T20,  
exceto quando indicado



BRASIL



EUROPA



EUA



CHINA\*\*

	BRASIL	EUROPA	EUA	CHINA**
<b>VOLUME</b>	+55% vs. 2T20 14% vs. 2T19	+38% vs. 2T20 17% vs. 2T19	+52% vs. 2T20 41% vs. 2T19	+53% vs. 2T20 NA
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	+72%	+50% (c\$* +41%)	+46% (c\$* +48%)	+58% (c\$* +61%)
<b>MARGEM BRUTA</b>	38% (-5pp)	77% (+4pp)	76% (+0,4pp)	81% (+1pp)
<b>EBITDA</b>	+20%	+103%	+600%	-12%
<b>VENDAS ONLINE</b>	-18% vs. 2T20 +206% vs. 2T19	-4% vs. 2T20 +127% vs. 2T19	+21% vs. 2T20 +292% vs. 2T19	+10% vs. 2T20 NA

\* moeda constante em reais

\*\*China: primeiro ano de operação própria

# Digital



Fonte: @awlab

2T21

**~R\$220M**  
VENDAS ONLINE DE  
HAVAIANAS E OSKLEN

**~3x**  
vs. 2T19

**+7%**  
vs. 2T20

1S21

**~R\$320M**  
VENDAS ONLINE DE  
HAVAIANAS E OSKLEN

**+27%**  
vs. 1S20

## HAVAIANAS

**CANAIS ONLINE TOTAL**  
(DTC+B2B)

**+208%** **+6%** **+24%**  
(vs. 2T19) (vs. 2T20) (vs. 1S20)

### ROLL-OUT OMNI

**BRASIL:**  
**100% DAS LOJAS**  
INTEGRADAS EM UM  
ECOSSISTEMA OMNI  
NAS MODALIDADES  
SHIP FROM E PICK-UP

**EUROPA:**  
**100% DAS LOJAS** COM  
INFRAESTRUTURA  
INSTALADA  
CLICK AND COLLECT

As vendas online atingiram R\$220 milhões no 2T21, com crescimento 3x superior ao 2T19, representando 20% das vendas totais e 38% das vendas internacionais. No 2T21, finalizamos a integração de 100% das lojas no ambiente Omnichannel.

### HAVAIANAS

#### OMNICHANNEL

OMNICHANNEL  
**~10%**  
DO DTC NO 2T21

#### ATENDIMENTOS POR WHATSAPP

AUMENTO DE  
**+51%**  
NO VOLUME DE  
ATENDIMENTOS  
(vs. 1T21)

ATENDIMENTOS  
CENTRALIZADO  
DISPONÍVEL EM  
**100%**  
DO TERRITÓRIO  
NACIONAL

### OSKLEN

#### OMNICHANNEL

OMNICHANNEL  
**20%**  
DO DTC NO 2T21

#### ATENDIMENTOS POR WHATSAPP

**WHATSAPP RECEPTIVO**  
AUMENTO DE  
**10x**  
NA CONVERSÃO

**WHATSAPP ATIVO**  
GERAÇÃO DE  
**49%**  
MAIS VENDAS QUE  
O E-MAIL MARKETING

## OSKLEN

**CANAIS ONLINE TOTAL**  
(DTC+B2B)

**+309%** **+18%** **+49%**  
(vs. 2T19) (vs. 2T20) (vs. 1S20)

### REPRESENTATIVIDADE

**40%** **45%**  
DA RECEITA   
TOTAL DA   
MARCA NO   
2T21   
DA RECEITA   
TOTAL DA   
MARCA NO   
1S21

### APP OSKLEN

**LANÇAMENTO EM**  
**JULHO/21**

**INTEGRAÇÃO TOTAL DO**  
**ESTOQUE DE TODO O DTC**

**SCAN&GO:**  
POSSIBILITA ESCANEAR A  
ETIQUETA NA LOJA E  
EFETUAR O PAGAMENTO,  
EVITANDO FILAS PARA O  
CHECKOUT NAS DATAS DE  
ALTA DEMANDA DO  
VAREJO FÍSICO

# Digital

Fortalecendo nosso diferencial como plataforma de marcas **desejadas** e **hiperconectadas**

No dia 7 de maio de 2021, a Alpargatas concluiu a aquisição da ioasys, dando um importante passo na transformação digital com foco na experiência do usuário.

**+300**

Colaboradores

**+149**

Desenvolvedores

**+45**

Designers

**+20**

Time de  
People

**+30**

Gestão de  
Projeto

**+10**

Arquitetos de  
software

**Integração**

**Mapeamento Iniciativas**

**Priorização Frentes**



FIX THE  
BASICS  
(Quick Wins)

ESTUDO DE  
AUDIÊNCIA  
(HAVALOVERS)

VISÃO  
OMNI  
(Jornada Omni/  
Digital Commerce)

SERVIÇO E  
NEGÓCIOS  
(Soluções  
Digitais)

MINDSET  
ÁGIL  
(Cultura e  
Inovação)

By humans. For humans.

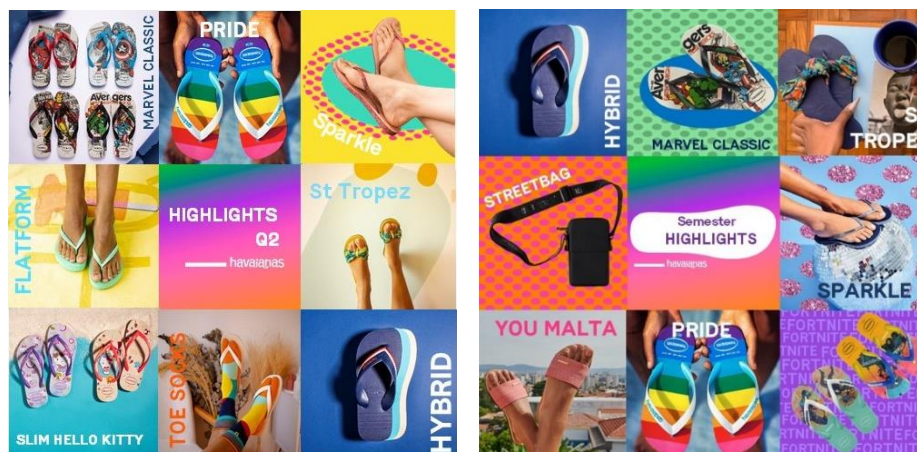
**ioasys**



# Inovação

A Havaianas está entre as três marcas mais amadas pelos brasileiros. O estudo “As marcas que conquistaram o Brasil”, realizado pela Ecglobal, avalia a conexão emocional entre marcas e consumidores. Ainda, em Fashion & Beauty, é a marca #1! A empresa elabora o ranking a partir do Net Love Score (NLS), que avalia fidelidade, preferência, *love power*, amplitude, *loyalty score* e intensidade.

## PRODUTOS MAIS DESEJADOS



## DESTAQUES | CORE BUSINESS



### PRIDE

Modelos da linha ocupam duas posições entre os Top 5 modelos mais vendidos na loja online.

**Sell in: +230% vs. 2T20**



### MARVEL

Top Marvel Classic é o quarto modelo mais vendido na loja online.

**A família Marvel é a #1 em vendas nas lojas.**



### ISAAC SILVA

Ocupou o quarto lugar em vendas durante a primeira semana.

**Sentimento positivo de 98%**



### OLIMPIADAS

O modelo Brasil Logo foi o produto mais citado nos canais sociais da Havaianas e é também o modelo **mais vendido na loja online.**

## DESTAQUES | BEYOND THE CORE - BTC

### Volume e receita cresceram 2x em relação ao 2T20



A fim de ampliar o *awareness* do BTC, em maio de 2021 lançamos no TikTok o desafio Cabeça, Ombro, Joelho e Pé (#DesafioCOJP), campanha que já possui mais de 2,7 bilhões de visualizações (recorde) na plataforma. Além disso, no início do mês de junho, inauguramos a loja piloto +Havaianas no Morumbi Shopping para que os consumidores conheçam o portfólio completo da marca e possam compreender melhor o estilo de vida que estamos propondo.

Juliette Freire foi anunciada como embaixadora da Havaianas, o que resultou em um alto engajamento no ambiente digital, trazendo +45 mil novos seguidores no Instagram e +5 mil novos seguidores no Twitter, levando a marca aos *trending topics* organicamente. O sentimento positivo atingiu 94% e comentários celebrando a parceria foram destaque nas redes sociais.

### AMPLIAÇÃO DO JEITO HAVAIANAS DE VIVER

**Lançamos o tênis casual da Havaianas, a ser disponibilizado para *sell-out* no canal DTC em agosto de 2021.**

A linha contará com quatro modelos, todos feitos de algodão e lona certificados e tela reciclada. A composição do tênis é entre 40% e 50% reciclada, sua sola é feita de 60% de material reciclado ou de fontes renováveis e inclui cascas de arroz em sua composição.

É um movimento importante porque endereça cada pilar da nossa estratégia. Vai ser global, é desenhado para o digital, nasce com linha inovadora trazendo ultra conforto e é sustentável. O foco estratégico é expandir o *lifestyle* de Havaianas com conforto e liberdade.

# Sustentável

## HAVAIANAS AVANÇA NA EXPANSÃO DO PROJETO PILOTO DE LOGÍSTICA REVERSA NO BRASIL



Créditos: Henrique Franco  
@henriqueofranco

No pilar estratégico de Sustentabilidade, Havaianas ampliou a atuação do programa de Logística Reversa, chamado Havaianas ReCiclo, e lançou a iniciativa internacionalmente. Na Europa, já são quase 80 pontos de coleta em 5 países.

Avançando mais um passo na agenda de economia circular, a marca anunciou ainda a parceria com o Repassa, startup de moda consciente e maior brechó online do Brasil, que incentiva o público a praticar a moda consciente, doando e comprando peças de segunda mão. Nas lojas próprias de Havaianas, os consumidores poderão retirar gratuitamente a “Sacola do Bem”, *co-branded* do Repassa com a Havaianas, e levá-la para casa, para selecionar quais itens serão repassados.

**havaianas®**



repassa



No pilar de responsabilidade social, por meio do Instituto Alpargatas, doamos mais de 30 mil pares de Havaianas e Dupé para comunidades vulneráveis e 3 mil cestas básicas. No começo de abril, aderimos ao programa Brasil Sem Fome, promovido pela Ação da Cidadania, com uma doação de R\$5 milhões, o equivalente a 5 milhões de refeições, segundo a ONG.

Renovamos as parcerias do Instituto Alpargatas para a realização dos Programas de Educação pela Cultura e Educação pelo Esporte. Além disso, formamos mais de 200 alunos em cursos de capacitação profissional no trimestre.



Juntos pelo

**BRASIL**  
**SEM FOME**



ALPARGATAS  
DADOS FINANCEIROS

## DESEMPENHO CONSOLIDADO 2T21

R\$ milhões	2T21	2T20	Δ (%)	1S21	1S20	Δ (%)
<b>Volume (mil pares/peças)</b>	<b>58.998</b>	<b>37.555</b>	<b>57,1%</b>	<b>116.973</b>	<b>86.991</b>	<b>34,5%</b>
Brasil	47.760	31.086	53,6%	97.776	74.597	31,1%
Internacional	11.238	6.469	73,7%	19.197	12.394	54,9%
<b>Receita líquida</b>	<b>1.095,3</b>	<b>639,1</b>	<b>71,4%</b>	<b>1.996,6</b>	<b>1.318,3</b>	<b>51,5%</b>
Brasil	578,9	323,1	79,2%	1.162,4	804,9	44,4%
Internacional	516,4	316,0	63,4%	834,2	513,4	62,5%
<b>Lucro bruto</b>	<b>612,2</b>	<b>355,3</b>	<b>72,3%</b>	<b>1.084,9</b>	<b>691,1</b>	<b>57,0%</b>
<i>margem bruta</i>	<b>55,9%</b>	<b>55,6%</b>	<b>0,3 pp</b>	<b>54,3%</b>	<b>52,4%</b>	<b>1,9 pp</b>
Brasil	234,1	136,5	71,5%	489,9	356,4	37,5%
<i>margem bruta</i>	40,4%	42,2%	-1,8 pp	42,1%	44,3%	-2,1 pp
Internacional	378,1	218,8	72,8%	595,0	334,7	77,8%
<i>margem bruta</i>	73,2%	69,2%	4 pp	71,3%	65,2%	6,1 pp
<b>Despesas operacionais</b>	<b>428,8</b>	<b>254,5</b>	<b>68,5%</b>	<b>764,4</b>	<b>629,9</b>	<b>21,4%</b>
<b>EBITDA societário</b>	<b>221,6</b>	<b>142,2</b>	<b>55,9%</b>	<b>396,9</b>	<b>140,9</b>	<b>181,7%</b>
<i>margem EBITDA</i>	<b>20,2%</b>	<b>22,2%</b>	<b>-2 pp</b>	<b>19,9%</b>	<b>10,7%</b>	<b>9,2 pp</b>
<b>EBITDA recorrente</b>	<b>196,7</b>	<b>74,8</b>	<b>163,0%</b>	<b>355,4</b>	<b>154,6</b>	<b>129,8%</b>
<i>margem EBITDA recorrente</i>	<b>18,0%</b>	<b>11,7%</b>	<b>6,3 pp</b>	<b>17,8%</b>	<b>11,7%</b>	<b>6,1 pp</b>
Brasil	40,6	7,3	452,0%	122,7	70,9	73,1%
<i>margem EBITDA</i>	7,0%	2,3%	4,7 pp	10,6%	8,8%	1,7 pp
Internacional	156,1	67,5	131,5%	232,7	83,7	177,9%
<i>margem EBITDA</i>	30,2%	21,3%	8,9 pp	27,9%	16,3%	11,6 pp
<b>Lucro líquido societário</b>	<b>105,6</b>	<b>44,5</b>	<b>137,3%</b>	<b>231,8</b>	<b>67,8</b>	<b>241,9%</b>
<b>Lucro líquido recorrente</b>	<b>111,4</b>	<b>33,9</b>	<b>228,7%</b>	<b>246,4</b>	<b>111,7</b>	<b>120,6%</b>
<b>Lucro líquido atribuído aos acionistas da empresa controladora</b>	<b>107,5</b>	<b>54,3</b>	<b>97,9%</b>	<b>239,1</b>	<b>80,7</b>	<b>196,2%</b>
<b>Lucro líquido recorrente atribuído aos acionistas da empresa controladora</b>	<b>115,3</b>	<b>43,0</b>	<b>168,3%</b>	<b>255,6</b>	<b>123,7</b>	<b>106,6%</b>

## DESEMPENHO DO 2T21 POR REGIÃO

### BRASIL

(mil pares/peças)	2T21	2T20	Δ (%)	1S21	1S20	Δ (%)
<b>Volume total</b>	<b>47.760</b>	<b>31.086</b>	<b>53,6%</b>	<b>97.776</b>	<b>74.597</b>	<b>31,1%</b>
Havaianas (sandálias e extensão de marca)	46.912	30.290	54,9%	95.695	72.293	32,4%
Osklen (calçados, vestuário e acessórios)	352	122	189,4%	750	457	64,0%
Outros*	496	675	-26,5%	1.331	1.847	-27,9%
(R\$ milhões)	2T21	2T20	Δ (%)	1S21	1S20	Δ (%)
<b>Receita líquida</b>	<b>578,9</b>	<b>323,1</b>	<b>79,2%</b>	<b>1.162,4</b>	<b>804,9</b>	<b>44,4%</b>
Havaianas (sandálias e extensão de marca)	520,0	302,3	72,0%	1.047,7	723,6	44,8%
Osklen (calçados, vestuário e acessórios)	54,1	16,2	234,0%	104,9	66,9	56,8%
Outros*	4,8	4,6	4,9%	9,7	14,3	-32,1%
<b>Lucro bruto</b>	<b>234,1</b>	<b>136,5</b>	<b>71,5%</b>	<b>489,9</b>	<b>356,4</b>	<b>37,5%</b>
<b>Margem bruta (%)</b>	<b>40,4%</b>	<b>42,2%</b>	<b>-1,8 pp</b>	<b>42,1%</b>	<b>44,3%</b>	<b>-2,1 pp</b>
Havaianas (sandálias e extensão de marca)	198,8	130,8	52,0%	421,7	314,5	34,1%
Osklen (calçados, vestuário e acessórios)	33,2	8,8	278,5%	64,3	42,4	51,6%
Outros*	2,1	-3,1	168,9%	3,9	-0,6	774,4%
<b>EBITDA recorrente</b>	<b>40,6</b>	<b>7,3</b>	<b>452,0%</b>	<b>122,7</b>	<b>70,9</b>	<b>73,1%</b>
<b>Margem EBITDA (%)</b>	<b>7,0%</b>	<b>2,3%</b>	<b>4,7 pp</b>	<b>10,6%</b>	<b>8,8%</b>	<b>1,7 pp</b>
Havaianas (sandálias e extensão de marca)	47,0	39,0	20,4%	141,7	112,2	26,3%
Osklen (calçados, vestuário e acessórios)	-6,2	-19,8	68,9%	-18,1	-28,6	36,7%
Outros*	-0,2	-11,8	97,9%	-0,8	-12,7	93,5%

\*Outros inclui as operações de Dupé, produção e venda de itens não core e itens corporativos

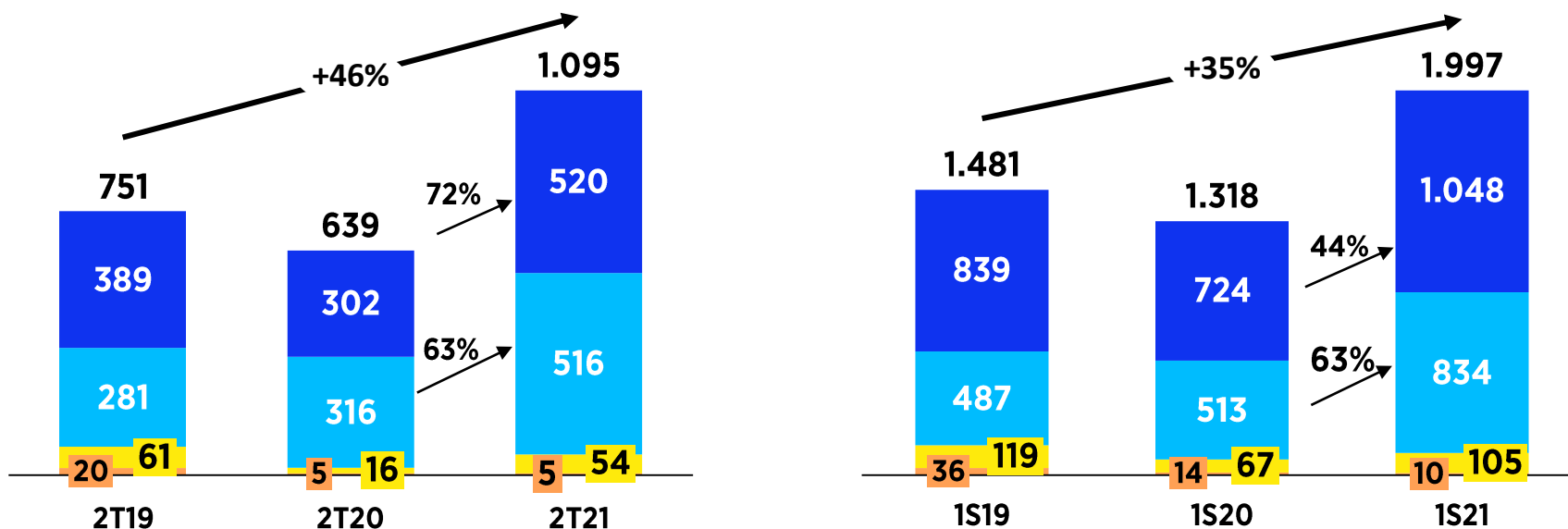
### INTERNACIONAL

(mil pares/peças)	2T21	2T20	Δ (%)	1S21	1S20	Δ (%)
<b>Volume total</b>	<b>11.238</b>	<b>6.469</b>	<b>73,7%</b>	<b>19.197</b>	<b>12.394</b>	<b>54,9%</b>
(R\$ milhões)	2T21	2T20	Δ (%)	1S21	1S20	Δ (%)
<b>Receita líquida</b>	<b>516,4</b>	<b>316,0</b>	<b>63,4%</b>	<b>834,2</b>	<b>513,4</b>	<b>62,5%</b>
<b>Lucro bruto</b>	<b>378,1</b>	<b>218,8</b>	<b>72,8%</b>	<b>595,0</b>	<b>334,7</b>	<b>77,8%</b>
<b>Margem bruta (%)</b>	<b>73,2%</b>	<b>69,2%</b>	<b>4 pp</b>	<b>71,3%</b>	<b>65,2%</b>	<b>6,1 pp</b>
<b>EBITDA recorrente</b>	<b>156,1</b>	<b>67,5</b>	<b>131,5%</b>	<b>232,7</b>	<b>83,7</b>	<b>177,9%</b>
<b>Margem EBITDA (%)</b>	<b>30,2%</b>	<b>21,3%</b>	<b>8,9 pp</b>	<b>27,9%</b>	<b>16,3%</b>	<b>11,6 pp</b>

## RECEITA LÍQUIDA

R\$ milhões

- Havaianas Brasil
- Havaianas Intl.
- Osklen
- Outros



- A receita líquida no 2T21 foi de R\$1.095 milhões, alta de +71% vs. 2T20, com crescimento em todas as operações.
- A receita líquida de Havaianas Brasil cresceu +72% vs. 2T20 e +33% vs. 2T19, confirmando tendência de superação de patamares pré-pandemia.
- Destaque para o *RGM* em Havaianas Brasil: volume +55% no 2T21; preço/*mix* +11%.

Volume (pares/peças milhões)	2T21	2T20	Δ (%) '20	1S21	1S20	Δ (%) '20
Havaianas Brasil	46,9	30,3	54,9%	95,7	72,3	32,4%
Havaianas Internacional	11,2	6,5	73,7%	19,2	12,4	54,9%
<b>Receita líquida (R\$ milhões)*</b>	<b>1.036,4</b>	<b>616,7</b>	<b>68,1%</b>	<b>1.882,4</b>	<b>1.287,6</b>	<b>46,2%</b>
Havaianas Brasil	520,0	302,3	72,0%	1.047,7	723,6	44,8%
<b>Havaianas Internacional</b>	<b>516,4</b>	<b>316,0</b>	<b>63,4%</b>	<b>834,4</b>	<b>565,6</b>	<b>47,5%</b>
Big Bets	407,3	285,4	42,7%	652,3	480,0	35,9%
Europa (Eur)	320,4	227,7	40,7%	515,4	382,0	34,9%
EUA (USD)	69,8	47,1	48,3%	114,5	86,8	31,9%
China (USD)	17,1	10,6	60,6%	22,1	11,2	96,7%

\*Moeda constante: USD/R\$@5,3/Euros/R\$@6,4

- Em Havaianas Internacional, a receita cresceu em todos os Big Bets e nos mercados distribuidores.
- A receita líquida em moeda constante foi de R\$516 milhões, alta de ~+63% vs. 2T20.
- Nos mercados dos *Big Bets*, o destaque foi EMEA, onde o volume aumentou 38% e a receita em moeda constante cresceu ~41%, com impacto da implementação do *RGM*.
- Destaque para o volume (+52% vs. 2T20) e rentabilidade dos EUA (EBITDA +600% vs. 2T20), fruto da reestruturação das lojas *DTC* e foco nas vendas online (*DTC* e *B2B*).

## LUCRO BRUTO

R\$ milhões	2T21	2T20	Δ (%)	1S21	1S20	Δ (%)
<b>Lucro bruto</b>	<b>612,2</b>	<b>355,3</b>	<b>72,3%</b>	<b>1.084,9</b>	<b>691,1</b>	<b>57,0%</b>
<i>Margem bruta</i>	<b>55,9%</b>	<b>55,6%</b>	<b>0,3 pp</b>	<b>54,3%</b>	<b>52,4%</b>	<b>1,9 pp</b>
<i>Margem bruta/ por par (R\$)</i>	<b>10,4</b>	<b>9,5</b>	<b>9,7%</b>	<b>9,3</b>	<b>7,9</b>	<b>16,7%</b>
Brasil	234,1	136,5	71,5%	489,9	356,4	37,5%
<i>Margem bruta</i>	40,4%	42,2%	-1,8 pp	42,1%	44,3%	-2,1 pp
<i>Margem bruta/ por par (R\$)</i>	4,9	4,4	11,6%	5,0	4,8	4,9%
Internacional	378,1	218,8	72,8%	595,0	334,7	77,8%
<i>Margem bruta</i>	73,2%	69,2%	4 pp	71,3%	65,2%	6,1 pp
<i>Margem bruta/ por par (R\$)</i>	33,6	33,8	-0,5%	31,0	27,0	14,8%

No 2T21, o lucro bruto consolidado em R\$ cresceu 72%, explicado pelo aumento de volume e preço/mix de Havaianas Internacional, que alcançou margem bruta de 73%. As margens brutas por par consolidada (+10%) e do Brasil (+12%) seguem saudáveis, apesar do impacto imediato nos custos vindos do aumento dos preços de matéria-prima dado o alto giro de estoques no Brasil.

A margem bruta de Havaianas Internacional cresceu 4pp, impulsionada pela melhora de mix de países, pelas iniciativas de RGM, principalmente na região EMEA, e pelo efeito positivo de custo médio dos estoques e do câmbio.

No Brasil, a margem bruta foi negativamente impactada em ~2pp pelo aumento dos custos de matéria-prima em 28% versus 2T20, parcialmente mitigados pelos esforços de RGM.

Importante ressaltar que para manutenção de crescimento das margens saudáveis, haverá intensificação das iniciativas de RGM no 2S21. Os impactos observados no 2T21 nas margens de Havaianas Brasil e Havaianas Internacional, sofrerão variações no curto prazo devido às oscilações nos preços de matéria-prima e pela reconstituição de novos estoques em Havaianas Internacional.

A margem bruta de Osklen caiu 1,4pp, devido principalmente ao mix de canal.

## DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS

R\$ milhões	2T21	2T20	Δ (%)	1S21	1S20	Δ (%)
<b>Despesas operacionais</b>	<b>428,8</b>	<b>254,5</b>	<b>68,5%</b>	<b>764,4</b>	<b>629,9</b>	<b>21,4%</b>
<b>Vendas</b>	<b>367,2</b>	<b>263,1</b>	<b>39,6%</b>	<b>643,0</b>	<b>497,3</b>	<b>29,3%</b>
<i>&gt; Propaganda e publicidade</i>	<b>106,3</b>	<b>55,6</b>	<b>91,0%</b>	<b>164,1</b>	<b>101,5</b>	<b>61,6%</b>
<b>Gerais e administrativas</b>	<b>41,8</b>	<b>30,4</b>	<b>37,3%</b>	<b>78,3</b>	<b>63,9</b>	<b>22,6%</b>
<b>Honorários dos administradores</b>	<b>4,8</b>	<b>2,0</b>	<b>139,0%</b>	<b>9,0</b>	<b>5,6</b>	<b>61,0%</b>
<b>Amortização de intangível</b>	<b>7,1</b>	<b>6,8</b>	<b>5,6%</b>	<b>14,1</b>	<b>13,7</b>	<b>3,4%</b>
<b>Outras receitas ( despesas ) operacionais</b>	<b>7,8</b>	<b>-47,8</b>	<b>-116,3%</b>	<b>19,9</b>	<b>49,4</b>	<b>-59,8%</b>
<i>Despesas operacionais/ Receita líquida (%)</i>	<b>39,1%</b>	<b>39,8%</b>	<b>-0,7 pp</b>	<b>38,3%</b>	<b>47,8%</b>	<b>-9,5 pp</b>
<i>Despesas propaganda e publicidade/ Receita líquida (%)</i>	<b>9,7%</b>	<b>8,7%</b>	<b>1 pp</b>	<b>8,2%</b>	<b>7,7%</b>	<b>0,5 pp</b>

No 2T21, as despesas operacionais totalizaram R\$429 milhões, o equivalente a 39% da receita líquida, 0,7pp inferior ao 2T20. Essa queda é reflexo da iniciativa de Orçamento Base Zero, melhora da eficiência logística e readequação de provisão para devedores duvidosos (PDD). No trimestre, despesas com vendas representaram 34% da receita de vendas vs. 41% no 2T20, apresentando queda de 7,6pp.

Destaque para o crescimento de 91% em relação ao 2T20 nos investimentos em marketing, fator crítico para impulsionar o crescimento e a força da marca Havaianas.

A queda de outras (receitas) despesas operacionais é explicada, principalmente, pela baixa definitiva do investimento na ASAIC e pelos ganhos de ações judiciais relativas a impostos PIS/COFINS no 2T20.

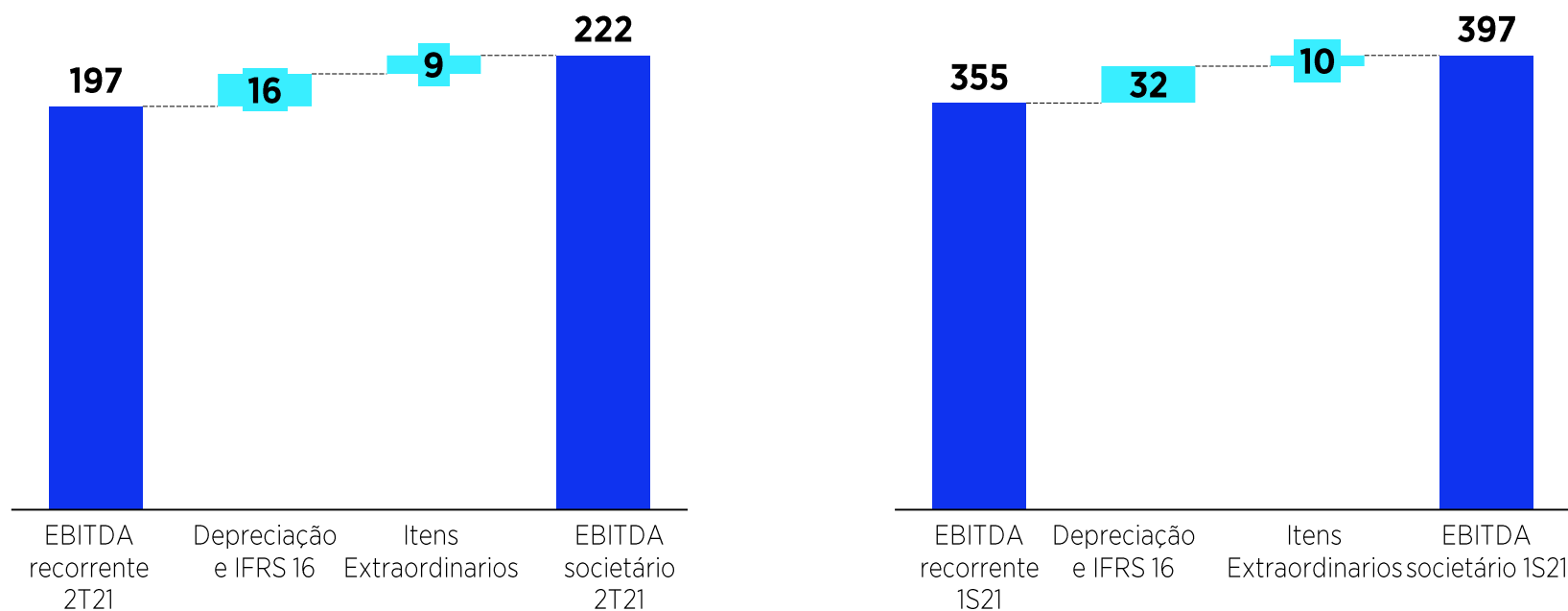
## EBITDA

O EBITDA societário do 2T21 foi de R\$222 milhões, alta de 56% em relação ao 2T20. Esse desempenho reflete os resultados da implementação dos pilares estratégicos com avanços do *Revenue Growth Management*, impulsionando o crescimento da receita líquida, a expansão da margem bruta e o controle de despesas operacionais realizado nos últimos anos sob a metodologia de Orçamento Base Zero.

A margem EBITDA de Havaianas Internacional atingiu 30% no 2T21, expansão de -9pp em relação ao 2T20. A Havaianas Brasil e Internacional apresentaram EBITDA positivo pelo segundo trimestre consecutivo.

## RECONCILIAÇÃO DO EBITDA – 2T21

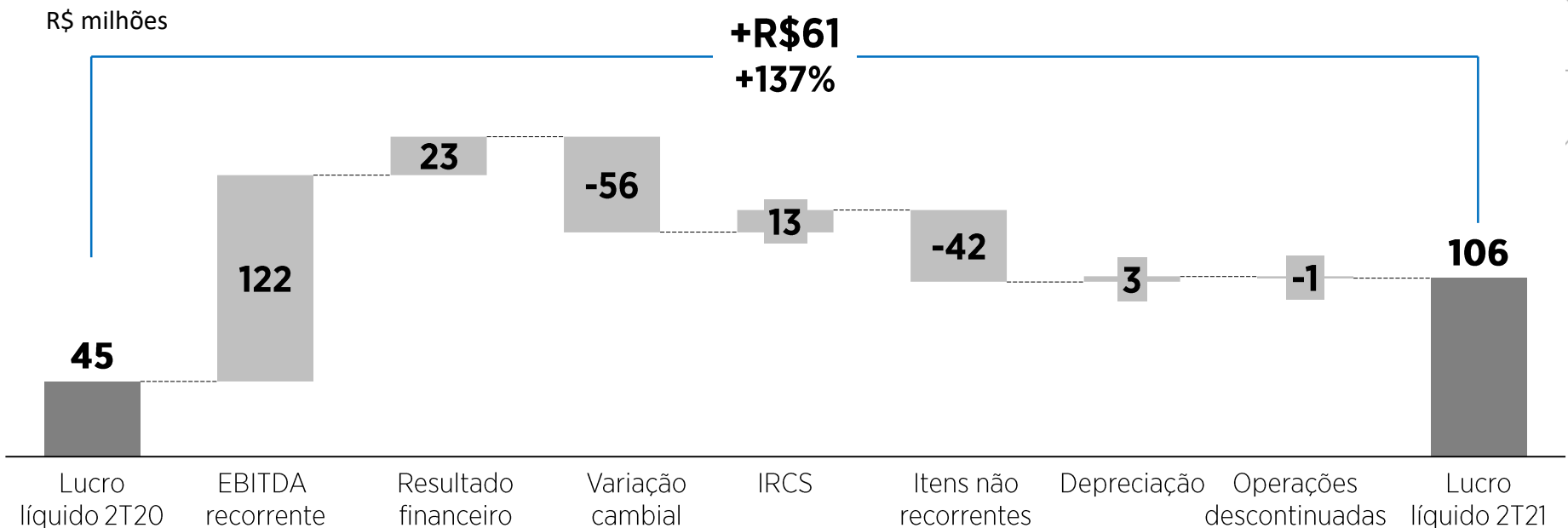
R\$ milhões



R\$ milhões	2T21	2T20	Δ (%)	1S21	1S20	Δ (%)
<b>Lucro líquido consolidado (operações continuadas)</b>	<b>119,7</b>	<b>57,6</b>	<b>108%</b>	<b>254,5</b>	<b>85,4</b>	<b>198%</b>
IR e contribuição social	19,1	32,3	-41%	52,6	-4,4	-1308%
Resultado financeiro	44,6	10,9	310%	13,4	-19,8	-168%
Depreciação e amortização	25,5	22,0	16%	50,3	43,6	16%
Amortização IFRS16	12,7	19,4	-34%	26,1	36,1	-28%
<b>(=) EBITDA societário (operações continuadas)</b>	<b>221,6</b>	<b>142,2</b>	<b>56%</b>	<b>396,9</b>	<b>140,9</b>	<b>182%</b>
Despesas aluguel IFRS 16	-15,9	-22,0	-28%	-31,9	-41,3	-23%
Itens extraordinarios	-9,0	-45,3	-80%	-9,6	55,0	-117%
Resultado na venda ASAIC	-	-	-	0,0	71,0	n.a.
Ganho tributário	-10,8	-99,8	-89%	-10,8	-99,8	-89%
Despesas com Covid	0,0	31,3	n.a.	0,0	41,6	n.a.
Despesas com reestruturação e outros	1,7	23,2	-93%	1,2	42,2	-97%
<b>(=) EBITDA recorrente</b>	<b>196,7</b>	<b>74,8</b>	<b>163%</b>	<b>355,4</b>	<b>154,6</b>	<b>130%</b>

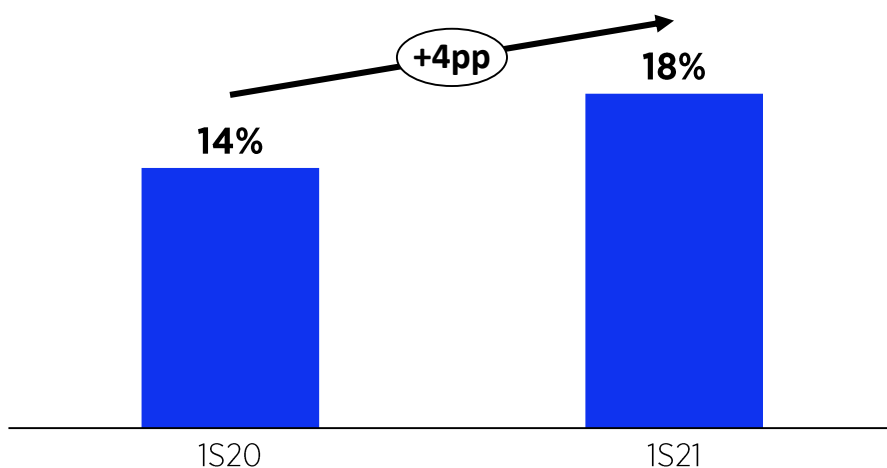
## LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido consolidado no 2T21 foi de R\$106 milhões (vs. R\$45 milhões no 2T20). O crescimento de R\$61 milhões é explicado, principalmente pelo aumento do resultado operacional (EBITDA). Nota-se, também, redução significativa dos itens não recorrentes na comparação com o ano anterior.



## RETORNO SOBRE O CAPITAL EMPREGADO (ROCE)

O ROCE\* atingiu 18% no 1S21, alta de 4pp em relação ao 1S20.



\*Metodologia de cálculo:

Lucro Líquido reportado, excluindo:

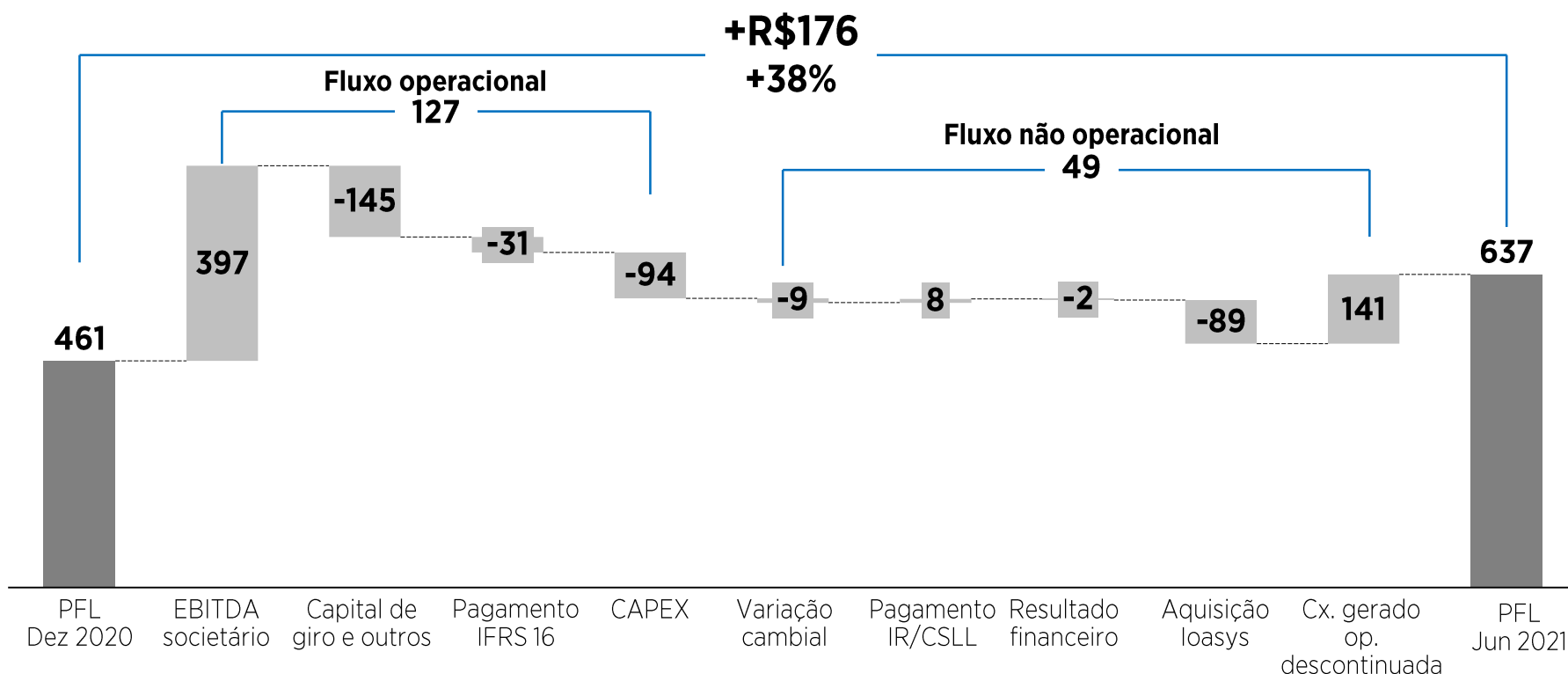
- (i) ganhos relacionados ao PIS / COFINS; e
- (ii) *impairment* de intangíveis e M&A dividido pela média dos últimos 12 meses do capital empregado.

## CAPEX

No 2T21, investimos R\$55 milhões, dos quais R\$43 milhões foram direcionados à transformação digital e projetos de ganho de eficiência fabril e de *supply chain* e R\$12 milhões foram investimentos em capacidade e manutenção das operações.

## POSIÇÃO FINANCEIRA LÍQUIDA

Encerramos o 2T21 com posição financeira líquida de R\$637 milhões, representando alta de R\$176 milhões sobre o 4T20, explicada principalmente pela geração de caixa operacional (EBITDA) e pelo recebimento de recebíveis referentes à venda de produtos da Mizuno anteriores à venda da operação.



## AUDITORES INDEPENDENTES

Em conformidade com a Instrução CVM nº 381/03, a Alpargatas S.A. informa que, no período de abril a junho de 2021, não foram contratados junto à PWC serviços não relacionados à auditoria externa, uma vez que são nossos auditores para o ano base de 2021.

## DECLARAÇÃO DA DIRETORIA

De acordo com o artigo 25, parágrafo 1º, item 5 da Instrução CVM nº 480/09, a Diretoria declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis do período findo em 30 de junho de 2021 da Alpargatas S.A. e com o relatório de revisão dos auditores independentes sobre as demonstrações financeiras individuais e consolidadas.



**INFORMAÇÕES  
ADICIONAIS  
ALPARGATAS**

**BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO**

(em milhares de reais)

ATIVO			PASSIVO		
	30/06/2021	31/03/2021		30/06/2021	31/03/2021
<b>CIRCULANTE</b>			<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	867.113	924.382	Fornecedores	410.820	404.844
Aplicações financeiras	-	5.540	Risco sacado	176.010	216.891
	<b>867.113</b>	<b>929.922</b>	Empréstimos e financiamentos	174.350	168.717
Cientes	799.681	773.686	Passivo de arrendamento	50.187	50.884
	<b>799.681</b>	<b>773.686</b>	Contas a pagar pela aquisição de controlada	40.000	-
Estoques	839.874	796.905	Salários e encargos sociais	162.718	140.827
Demais contas a receber	52.534	38.724	Prov. p/riscos tributários, cíveis e trab.	6.560	13.717
Despesas antecipadas	26.243	21.056	Provisão p/ imposto de renda e contrib. social a pagar	38.171	15.335
Ativos disponíveis para venda	-	27.985	Impostos a pagar	29.177	31.529
Impostos a recuperar	113.904	125.784	dividendos a pagar	846	1.920
	<b>1.032.555</b>	<b>1.010.454</b>	Outras contas a pagar	201.469	184.117
<b>TOTAL DO CIRCULANTE</b>	<b>2.699.349</b>	<b>2.714.062</b>	Plano de incentivo de longo prazo	13.462	8.964
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO</b>				<b>1.303.770</b>	<b>1.237.745</b>
Cientes	776	1.019	<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO</b>		
Contas a receber na venda de controlada	227.102	225.417	Empréstimos e financiamentos	68.002	75.701
Aplicações financeiras	12.159	12.066	Passivo de arrendamento	232.312	236.839
Impostos a recuperar	319.556	306.398	Contas a pagar pela aquisição de controlada	69.371	-
Imp. renda e contrib. social diferidos	98.003	83.347	Prov. imp. renda e contrib. social diferidos	52.351	51.453
Depositos judiciais e compulsórios	30.188	29.958	Prov. p/riscos tributários, cíveis e trab.	16.678	18.537
Demais contas a receber	6.784	8.242	Outras contas a pagar	21.387	21.743
	<b>694.568</b>	<b>666.447</b>	Plano de incentivo de longo prazo	72.214	67.310
Investimentos	2.430	2.502		<b>532.315</b>	<b>471.583</b>
Imobilizado	760.937	764.161	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Arrendamento mercantil - IFRS 16	311.484	319.460	Capital social realizado	1.500.000	1.500.000
Intangível	598.276	380.037	Reserva de capital	204.564	198.485
	<b>1.673.127</b>	<b>1.466.160</b>	Ações em tesouraria	(62.846)	(63.358)
<b>TOTAL DO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>2.367.695</b>	<b>2.132.607</b>	Reservas de lucros	1.473.635	1.365.105
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>5.067.044</b>	<b>4.846.669</b>	Ajuste avaliação patrimonial	52.421	74.040
				<b>3.167.774</b>	<b>3.074.272</b>
			Patrimônio líquido controladores		
			Participação acionistas não controladores	63.185	63.069
				<b>3.230.959</b>	<b>3.137.341</b>
			<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>5.067.044</b>	<b>4.846.669</b>
			<b>Valor patrimonial por ação - R\$</b>	<b>5,39</b>	<b>5,23</b>

**DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO CONSOLIDADO**

(em milhares de reais)

	2T21	2T20	ΔH(%)	1S21	1S20	ΔH(%)
<b>Receita líquida de vendas</b>	<b>1.095.318</b>	<b>639.066</b>	<b>71,4%</b>	<b>1.996.615</b>	<b>1.318.316</b>	<b>51,5%</b>
Custo dos produtos vendidos	(483.118)	(283.807)	70,2%	(911.684)	(627.199)	45,4%
<b>Lucro bruto</b>	<b>612.200</b>	<b>355.259</b>	<b>72,3%</b>	<b>1.084.931</b>	<b>691.117</b>	<b>57,0%</b>
<i>margem bruta</i>	<b>55,9%</b>	<b>55,6%</b>	<b>0,3 pp</b>	<b>54,3%</b>	<b>52,4%</b>	<b>1,9 pp</b>
<b>Receitas (despesas) operacionais</b>	<b>(428.807)</b>	<b>(254.531)</b>	<b>68,5%</b>	<b>(764.385)</b>	<b>(629.887)</b>	<b>21,4%</b>
Vendas	(367.242)	(263.072)	39,6%	(643.038)	(497.321)	29,3%
Gerais administrativas	(41.779)	(30.433)	37,3%	(78.314)	(63.877)	22,6%
Honorários dos administradores	(4.842)	(2.026)	139,0%	(9.020)	(5.602)	61,0%
Amortização do diferido / intangível	(7.142)	(6.766)	5,6%	(14.125)	(13.654)	3,4%
Outras (despesas) receitas operacionais	(7.802)	47.766	-116,3%	(19.888)	(49.433)	-59,8%
<b>EBIT - resultado operacional</b>	<b>183.393</b>	<b>100.728</b>	<b>82,1%</b>	<b>320.546</b>	<b>61.230</b>	<b>423,5%</b>
<i>margem operacional</i>	<b>16,7%</b>	<b>15,8%</b>	<b>1 pp</b>	<b>16,1%</b>	<b>4,6%</b>	<b>11,4 pp</b>
Receitas financeiras	10.228	23.909	-57,2%	18.879	30.683	-38,5%
Despesas financeiras	(8.157)	(50.239)	-83,8%	(19.377)	(64.159)	-69,8%
Variação cambial	(41.631)	14.802	-381,3%	(13.054)	48.940	-126,7%
Operações com derivativos	(5.062)	655	-873,0%	106	4.385	-97,6%
<b>Lucro operacional</b>	<b>138.771</b>	<b>89.855</b>	<b>54,4%</b>	<b>307.100</b>	<b>81.079</b>	<b>278,8%</b>
I.R. e contribuição social	(19.085)	(32.274)	-40,9%	(52.564)	4.351	-1308,1%
<b>Lucro líquido consolidado operações continuadas</b>	<b>119.686</b>	<b>57.581</b>	<b>107,9%</b>	<b>254.536</b>	<b>85.430</b>	<b>197,9%</b>
Resultado líquido das operações descontinuadas	(14.077)	(13.057)	7,8%	(22.745)	(17.615)	29,1%
<b>Lucro líquido consolidado</b>	<b>105.609</b>	<b>44.524</b>	<b>137,2%</b>	<b>231.791</b>	<b>67.815</b>	<b>241,8%</b>
Atribuído ao acionista controlador	107.456	54.343	97,7%	239.111	80.765	196,1%
Atribuído aos acionistas não controladores	(1.847)	(9.819)	-81,2%	(7.320)	(12.950)	-43,5%
<b>EBITDA - R\$ milhões</b>	<b>221,6</b>	<b>142,2</b>	<b>55,9%</b>	<b>396,9</b>	<b>140,9</b>	<b>181,7%</b>
<i>margem EBITDA</i>	<b>20,2%</b>	<b>22,2%</b>	<b>-2 pp</b>	<b>19,9%</b>	<b>10,7%</b>	<b>9,2 pp</b>

**FLUXO DE CAIXA**

(em milhares de reais)

<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>30/06/2021</b>	<b>30/06/2020</b>
<b>Caixa Gerado nas Operações</b>	<b>525.086</b>	<b>102.030</b>
Lucro líquido do período proveniente das operações continuadas	254.536	85.430
Depreciação e amortização	47.048	37.413
Resultado na venda/baixa do imobilizado	1.551	580
Juros, variações monetárias e cambiais, AVJ	17.368	(12.932)
Provisão para riscos trabalhistas, cíveis e tributários	6.577	10.450
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	52.564	(4.351)
Provisão para perda esperada (impairment) do contas a receber	1.553	39.924
Perdas nos estoques - provisão e ajuste de inventário	(1.310)	12.861
Atualização monetária de depósitos judiciais e créditos tributários	(19.358)	(105.245)
Caixa líquido gerado/ (consumido) nas operações descontinuadas	102.862	(37.617)
Outras provisões	3.487	2.022
Provisão para plano de incentivo de longo prazo	15.031	18.697
(Ganho) /perda com valor justo de investimentos financeiros derivativos	(106)	(4.385)
Opções outorgadas reconhecidas	6.780	686
Provisão de juros - IFRS 16	8.682	11.514
Depreciação direito de uso - IFRS 16	29.349	42.241
Resultado na baixa de direito de uso - IFRS 16	(623)	4.742
Provisão para perda no imobilizado/intangível - "impairment"	(905)	-
<b>Variações nos Ativos e Passivos</b>	<b>(178.980)</b>	<b>(201.661)</b>
Contas a receber de clientes	(43.196)	134.441
Estoques	(154.221)	(98.936)
Despesas antecipadas	(6.783)	177
Impostos a recuperar	19.202	137
Fornecedores	46.126	(135.384)
Obrigações tributárias	(2.542)	5.986
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	46.750	(46.375)
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	7.742	(2.869)
Pagamento (recebimento) de derivativos	(1.289)	2.443
Pagamento de encargos de empréstimos e financiamentos	(3.658)	(32.994)
Contingências	(14.285)	(9.818)
Risco sacado	(42.254)	(28.769)
Outros	(30.572)	10.300
<b>TOTAL CAIXA LÍQUIDO DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>346.106</b>	<b>(99.631)</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS</b>		
Aquisições de imobilizado, Intangível	(93.668)	(48.755)
Aplicações financeiras	(31.978)	(217.528)
Resgate aplicações financeiras	36.959	22.189
Caixa líquido consumido pelas operações descontinuadas	-	(1.435)
Venda de controladas	-	71.002
Recebimento pela venda de operação	38.337	-
Aquisição de Investimentos	(89.186)	-
Caixa assumido na aquisição de Controlada (Ioasys)	1.784	-
<b>TOTAL CAIXA LÍQUIDO DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTOS</b>	<b>(137.752)</b>	<b>(174.527)</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTOS</b>		
Captação de empréstimos e financiamentos	62.239	2.209.072
Pagamento de empréstimos e financiamentos - principal	(59.127)	(11.336)
Pagamento de juros s/ capital Próprio e dividendos	(14)	(30.187)
Pagamento de principal arrendamento mercantil IFRS 16	(22.715)	(30.336)
Pagamento de juros arrendamento mercantil IFRS 16	(8.682)	(11.514)
Venda de ações em tesouraria	3.206	-
<b>TOTAL CAIXA LÍQUIDO DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>	<b>(25.093)</b>	<b>2.125.699</b>
<b>Variação cambial s/ caixa e equivalentes</b>	<b>(9.151)</b>	<b>21.844</b>
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES</b>	<b>174.110</b>	<b>1.873.385</b>
Saldo inicial de caixa e equivalentes	693.003	566.263
Saldo final de caixa e equivalentes	867.113	2.439.648

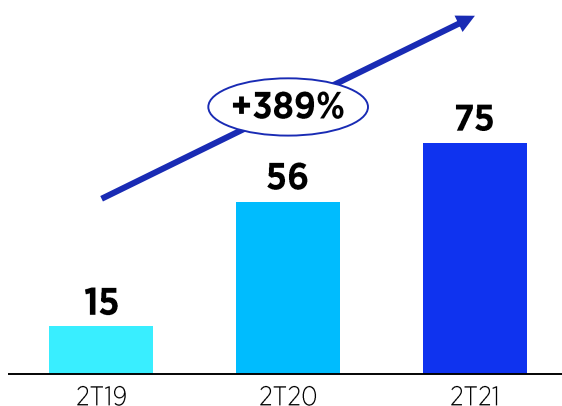

**NOSSAS LOJAS**

<b>(unidades)</b>	<b>2T21</b>	<b>2T20</b>
<b>Lojas Monobrand - DTC (<i>Direct to Consumer</i>)</b>	<b>841</b>	<b>784</b>
<b>Havaianas Brasil</b>	<b>492</b>	<b>449</b>
Franquias	486	444
Próprias	6	5
<b>Havaianas Internacional</b>	<b>276</b>	<b>256</b>
Franquias	240	189
Próprias	36	67
<b>Osklen</b>	<b>73</b>	<b>79</b>
Franquias	26	22
Próprias Globais	47	57

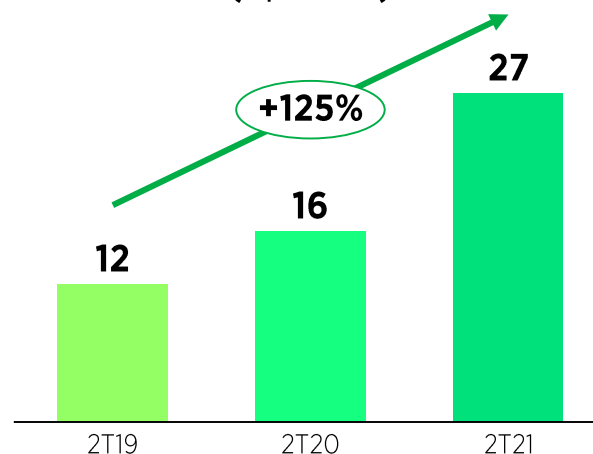
## MERCADO DE CAPITAIS

Em 30 de junho de 2021, as ações preferenciais (ALPA4) estavam cotadas a R\$50,19 e as ações ordinárias (ALPA3) a R\$43,10, valores 36,2% e 36,0% superiores aos de 31 de março de 2021, respectivamente. De abril a junho, o Ibovespa registrou valorização de 6,7%. No encerramento do 2T21, o valor de mercado da Alpargatas na B3 era de R\$27 bilhões.

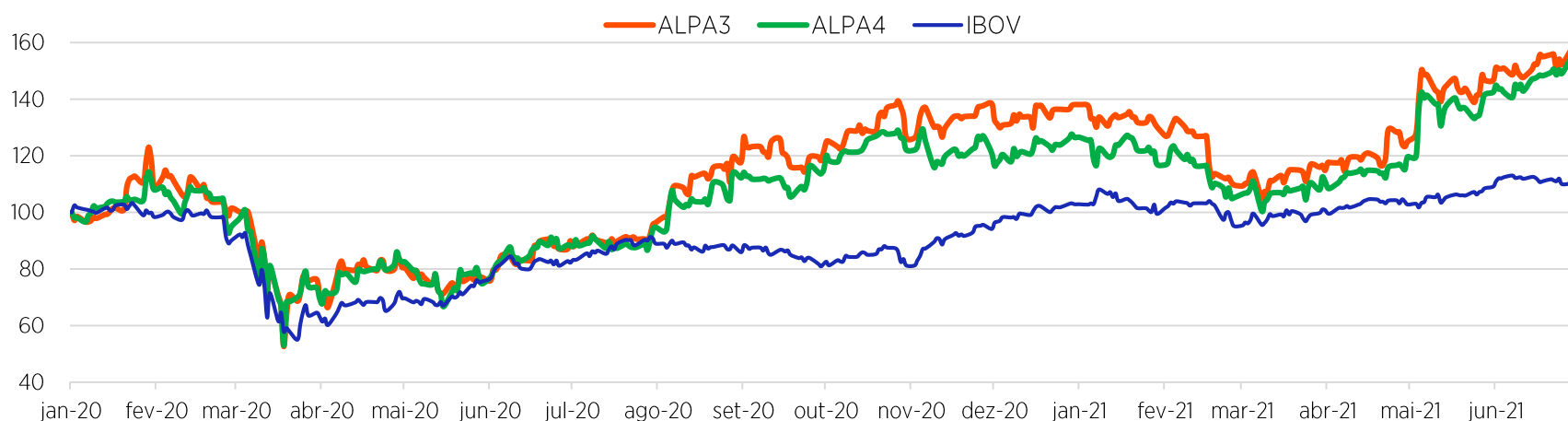
**Volume médio diário negociado das ações  
(ALPA3 + ALPA4 - R\$ milhões)**



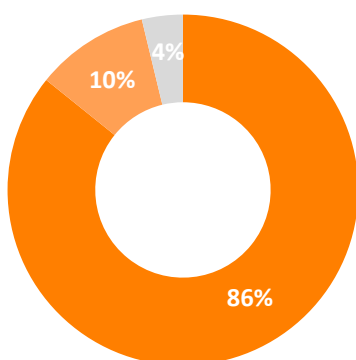
**Valor de mercado  
(R\$ bilhões)**



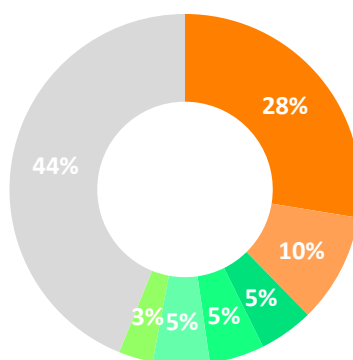
**Alpargatas x Ibovespa (jan/20 a jun/21)**



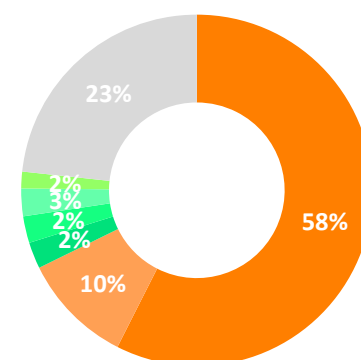
**Composição acionária - ALPA3**



**Composição acionária - ALPA4**



**Composição acionária - Total**



Controladores (Itaúsa + Cambuhy)  
Silvio Tini / Bonsucex

Dynamo Adm. De Recursos Ltda.  
Constellation Asset Mgmt.

Atmos Capital  
Tesouraria  
Free float



**RELAÇÕES COM  
INVESTIDORES**

**Julian Garrido Del Val Neto**  
**Mariana Espírito Santo**  
**Suelen Miura**  
**Fernanda Shiraishi**

**CONTATO**

**E-mail:**  
**[ri@alpargatas.com](mailto:ri@alpargatas.com)**