



ALPARGATAS

MAIO, 2021

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

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

Crescimento e
aceleração de
margem
impulsionados por
marcas icônicas

havaianas®

ioasys **OSKLEN**

1

Empresa global impulsionada por marcas icônicas e *on-trend*

2

Líder global de flip flops com alto potencial em calçados e *lifestyle*

3

Indústria - líder com crescimento de vendas digitais

4

Presença global com oportunidade de escalar nas principais geografias

5

Equipe de gestão com profundo conhecimento e experiência

6

Altos padrões de governança com compromisso ESG

7

Perfil financeiro sólido com forte geração de fluxo de caixa

HAVAIANAS BEM POSICIONADA PARA CRESCIMENTO ACELERADO

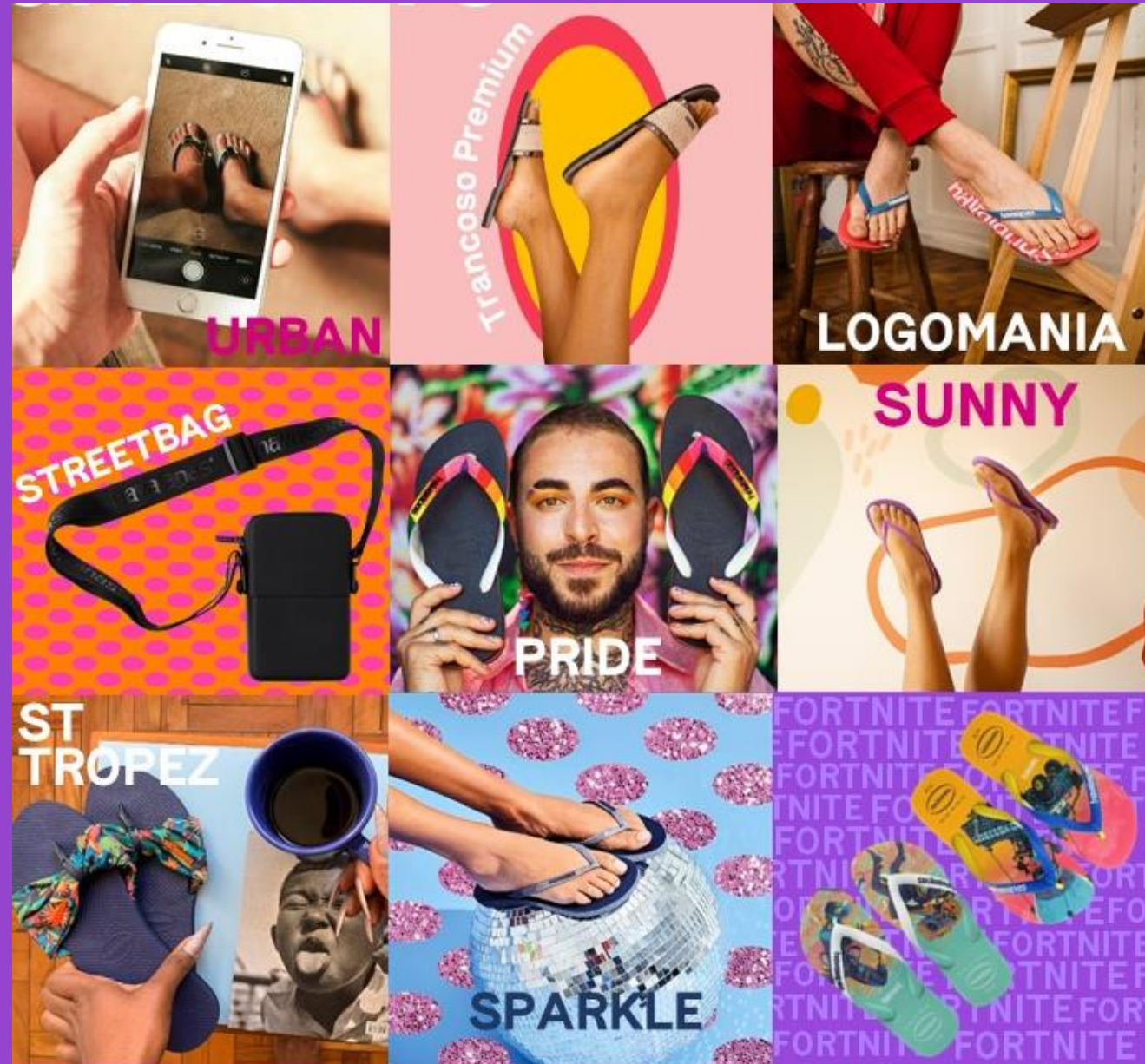
Poder de marca icônica

- *Top of Mind* e consideração à frente da concorrência
- Alta recorrência em um modelo de teste comprovado
- Atributos essenciais exclusivos: conforto, estilo e “*brand for me*”
- Alta afinidade entre públicos e a próxima geração de usuários
- Alto lucro econômico

ALPARGATAS

DESEJADA E HIPERCONECTADA

havaianas



MODELO DE NEGÓCIO: FORTALEZAS E DIFERENCIAIS

- **Love Brand:** marca icônica com **brand equity** único
- **Potencial de brand stretch** e oportunidade inexplorada de expandir o portfólio e escalar globalmente
- **Worldclass brand building e gerenciamento de portfólio**
- **Mais de 230M de pares de calçados** vendidos por ano, alcançando praticamente todos os brasileiros
- **Distribuição estruturada, granular e multicanal** – com 649 lojas franqueadas e 45k PDVs de calçadistas além de mais de 250k PDVs em múltiplos canais
- Presença internacional direta em 20+ países e indireta em **100+ mercados** já representando 38% das vendas (1T21) e gerando lucro
- **Governança bem estruturada, sistema de gestão e excelência na execução**
- Habilidade de gerir **crescimento de receita e rentabilidade**

havaianas®



SOMOS ALPA

COMO CRIAMOS VALOR

ALPARGATAS

CRESCIMENTO



GLOBAL, DIGITAL, INOVADORA E
SUSTENTÁVEL

EXPANSÃO DE MARGEM



RGM



VIP 100%



OBZ

CULTURA

INSPIRADOS
PELAS
PESSOAS

FAZEMOS
ACONTECER

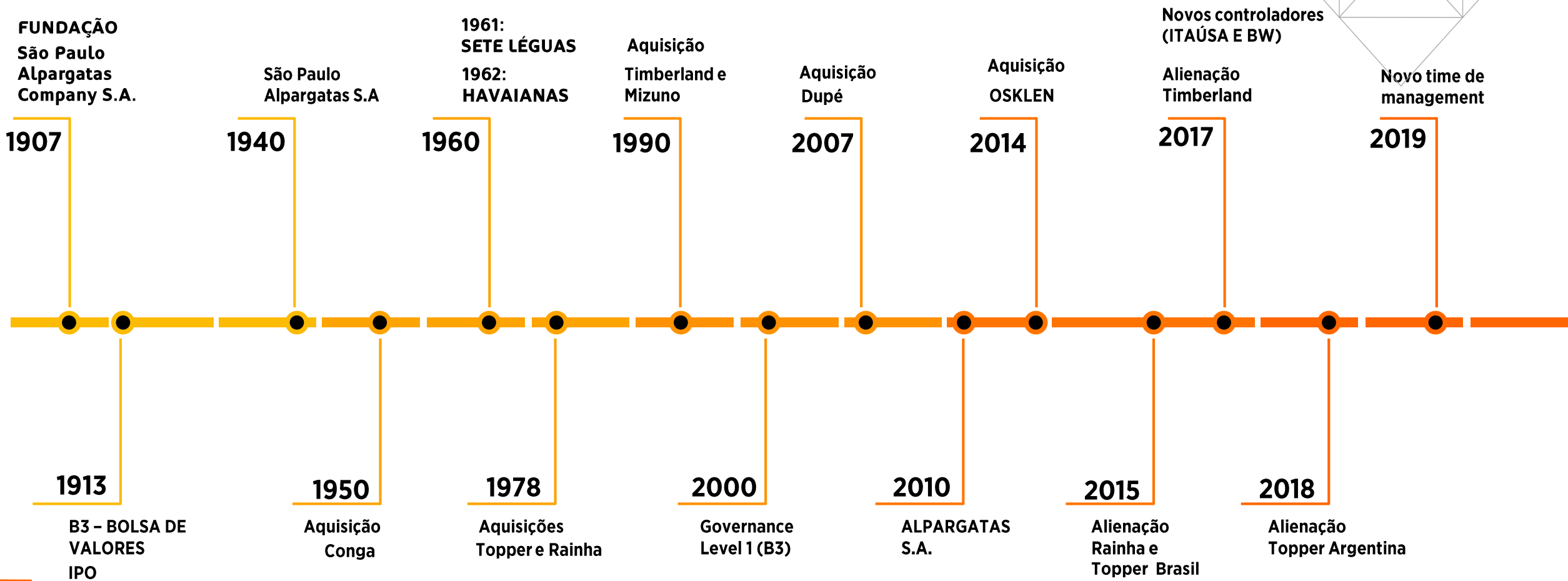
CRESCEMOS
JUNTOS

ENCARAMOS
O IMPOSSÍVEL

CORAÇÃO
DE DONO

CUIDAMOS
DO AMANHÃ

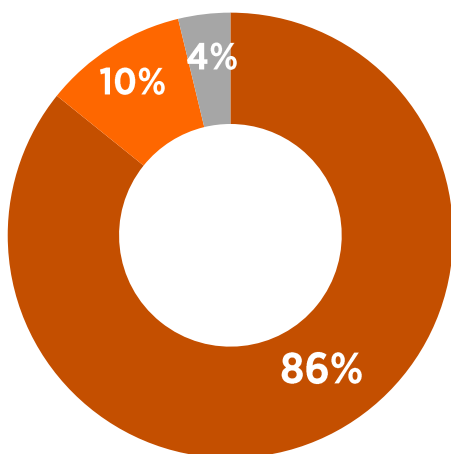
SOMOS ALPA – NOSSA HISTÓRIA



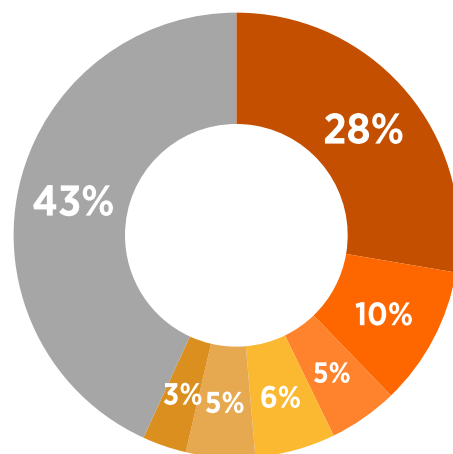
ALPARGATAS

ESTRUTURA DE CAPITAL

Ações ordinárias



Ações preferenciais



- Grupo controlador: Itaúsa e BW
- Constellation Asset Mgmt.
- Silvio Tini
- Tesouraria
- Atmos Capital
- Free float
- Dynamo Adm

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

CONSELHO DE ADMINISSTRÇÃO

- Pedro Moreira Salles - Presidente
- Alfredo Egydio Setubal
- Luiz Fernando Ziegler de Saint Edmond
- Marcelo Pereira Lopes de Medeiros
- Rodolfo Vilella Marino
- Silvio Tini de Araújo
- Stacey Brown

COMITÊS

- Comitê de Auditoria
- Comitê de Finanças
- Comitê de Estratégia
- Comitê de Gente
- Comitê de Sustentabilidade

CEO
Roberto Funari

INTERNACIONAL
FREDERIC LEVY

APAC
ROBERT

EMEIA
PROU

NA&C
JACOB

LATAM
TOMAS

BRASIL

FABIO
LEITE

**BMU OSKLEN E
CANAIS DIGITAIS
GLOBAL**

LEANDRO
MEDEIROS

**MARKETING
GLOBAL**

FEFA
ROMANO

INDUSTRIAL

RUBIÃO

CFO E DRI

JULIAN GARRIDO

SUPPLY CHAIN

SIMONE
FRANCO

TECNOLOGIA

RAMALHO

PEOPLE

DANIELLO

**JURÍDICO E
RELAÇÕES
GOVERNAMENTAIS**

GRANJO

SOMOS ALPA – ONDE ESTAMOS

ALPARGATAS



NOSSAS FÁBRICAS

CAMPINA GRANDE – PB



Inauguração: **1985**

Capacidade Instalada: **204 milhões de pares/ano**

Produção: **Sandálias de borracha**

Tecnologia: **Vulcanizado, colado estampado e injetado**

Colaboradores: **8.494**

SANTA RITA - PB



Inauguração: **1987**

Capacidade Instalada: **8 milhões de pares/ano**

Produção: **Sandálias de borracha, injetadas e *closed shoes***

Tecnologia: **Vulcanizado, injetado e cimentados**

Colaboradores: **2.039**

NOSSAS FÁBRICAS

CARPINA - PE



Inauguração: **1988**

Capacidade Instalada: **40 milhões de pares/ano**

Produção: **Sandálias de borracha**

Tecnologia: **Vulcanizado e injetado**

Colaboradores: **1.154**

MONTES CLAROS - MG



Inauguração: **2013**

Capacidade Instalada: **102 milhões de pares/ano**

Produção: **Sandálias de borracha**

Tecnologia: **Vulcanizado e estampado**

Colaboradores: **2.965**

NOSSO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO

EXTREMA - MG



Inauguração: 2020



2020 A TRANSFORMAÇÃO AVANÇOU...

Organizar para crescer

- BMU Internacional
- Sustentabilidade: estratégia, função e governança
- Finanças, Supply Chain e Tecnologia: fortalecimento do pool de talentos

Reestruturar portfolio

- Desinvestimento Mizuno

Construir possibilidade expansão de mg.

- RGM na Europa
- Múltiplos fornecedores de borracha
- Reestruturação varejo físico: 22 lojas fechadas na Europa, EUA e Índia; 10 Osklen
- Implementação de marketing de performance
- Início da implementação do Centro de Serviço Compartilhado

Expandir globalmente

- Foco em vendas online em mercados internacionais
- Priorização e investimentos na China
- Despriorização da Índia
- Expansão do e-commerce de Havaianas para todos os países
- Parcerias estratégicas com influenciadores globais

Construir um DNA digital

- Brasil: Internalização da operação ecommerce
- Loja Global Flagship em 8 países (Brasil e Ásia e EUA)
- Centro de excelência Omnichannel
- Organização de Global Business insight

Impulsionar inovações

- Lançamentos Globais: Glitter, Pride, Zori, St. Tropez, Meias, Mascaras,
- Explorar licenças & collabs: Disney, Fortnite, Minecraft, Naruto, New Era, Mastermind Japan, Eastpack, YSL
- Centro de Pesquisa e Desenvolvimento

Fortalecer Cadeia de Sup. orientada à demanda

- Abertura centro de distribuição DTC & E-commerce (Brasil)
- Implementação S&OP (Brasil)
- Redução de complexidade: portfolio focado em produtos de alto giro e alta margem
- Foco no Capital de Giro
- Avanço no masterplan industrial





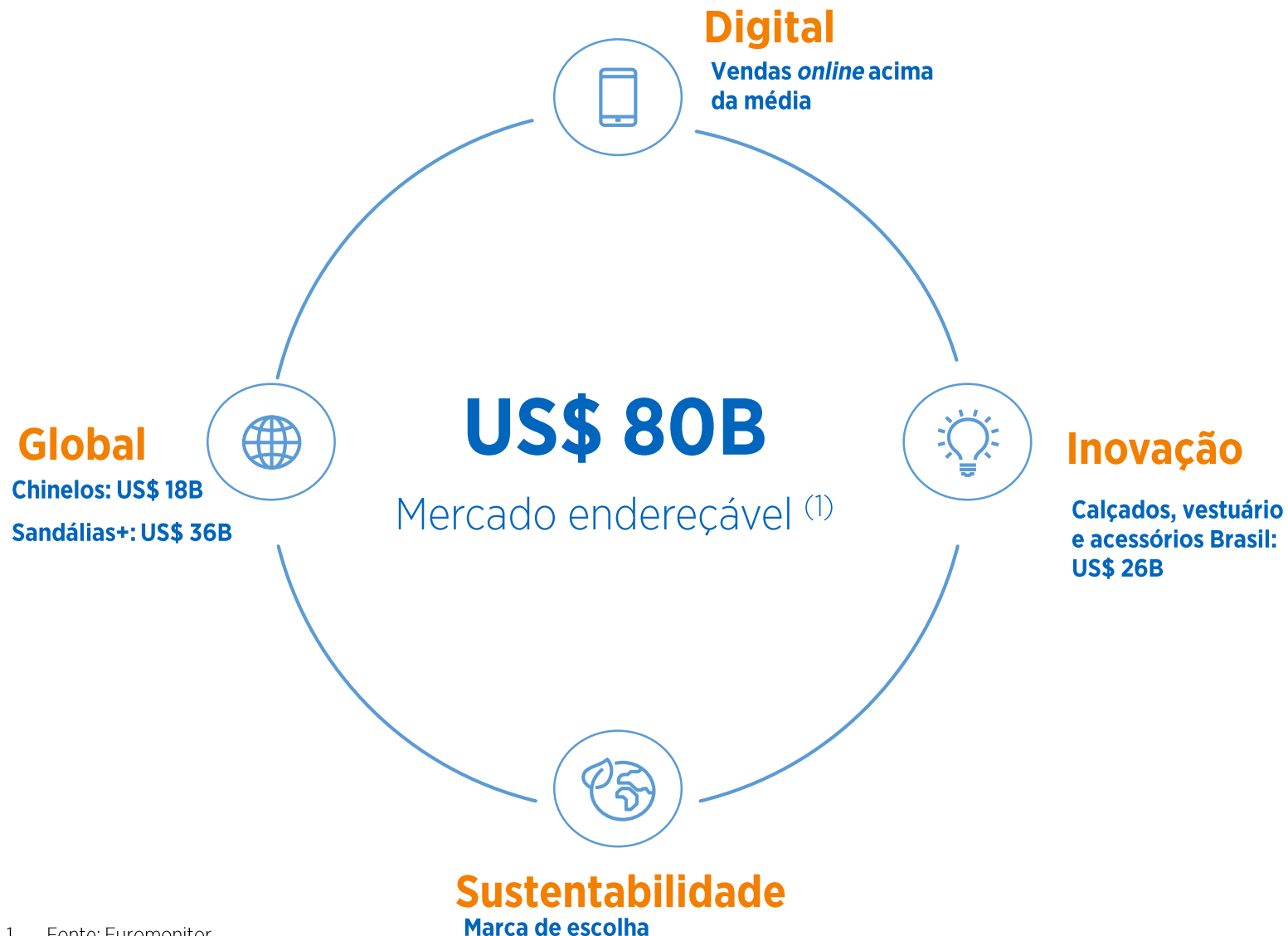
VISÃO

havaianas®



**ALTO CRESCIMENTO,
ALTA MARGEM**

Mid+ single-digit market share em ALPARGATAS calçados abertos global e categoria *lifestyle* do Brasil



1. Fonte: Euromonitor

DESTAQUES FINANCEIROS

RESULTADO CONSOLIDADO 1T21



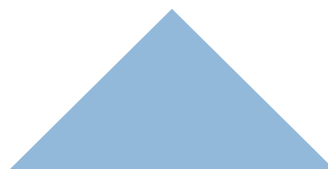
R\$901M

(+33% vs. 1T20)
RECEITA LÍQUIDA



+53%

(+3 pp vs. 1T20)
MARGEM BRUTA



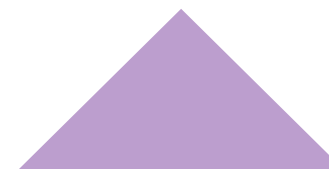
R\$175M

(+99% vs. 1T20)
EBITDA



R\$135M

(+74% vs. 1T20)
LUCRO LÍQUIDO*



R\$698M

PFL
TOTAL

*Operações continuadas



DESTAQUES 1T21

ALPARGATAS

+33%

RECEITA
LÍQUIDA
(VS.1T20)

R\$159M

EBITDA RECORRENTE

+99%

(VS.1T20)

~18%

MARGEM EBITDA
RECORRENTE

+6 pp

(VS.1T20)

havaianas®

R\$846M
RECEITA LÍQUIDA
+37%

ACELERAÇÃO DE
CRESCIMENTO E
RENTABILIDADE
IMPULSIONADA PELA
PERFORMANCE DE
HAVAIANAS NO BRASIL
E NOS MERCADOS
INTERNACIONAIS,
PRINCIPALMENTE NOS
BIG BETS.

HAVAIANAS INTERNACIONAL

~38%

VOLUME
+38%
~8M DE
PARES/PEÇAS

RECEITA LÍQUIDA
R\$318M
+61% / c\$*+27%

+4%
EM US\$
MARGEM BRUTA/PAR

+371%
EBITDA
RECORRENTE
(MARGEM EBITDA DE 24%)

HAVAIANAS BRASIL

~62%

VOLUME
+16%
~49M DE
PARES/PEÇAS

RECEITA LÍQUIDA
R\$528M
+25%

+8%
EM R\$
MARGEM BRUTA/PAR

+29%
EBITDA
RECORRENTE
(MARGEM EBITDA DE 18%)

* Moeda constante em R\$

HAVAIANAS AVANÇA A EXPANSÃO DO PROJETO PILOTO DE LOGÍSTICA REVERSA NO BRASIL



SÃO MOTIVOS DE ORGULHO, NÃO SÓ NOSSA CAPACIDADE DE CRESCER RECEITAS E LUCROS, MAS TAMBÉM DE APOIAR A SOCIEDADE NO COMBATE À PANDEMIA E EM CAUSAS SOCIOAMBIENTAIS
BETO FUNARI, CEO



a Havaianas trabalha com tecnologias e materiais sustentáveis



INSTITUTO ALPARGATAS



8 MIL PARES DE CALÇADOS, ESPECIALMENTE, PRODUZIDOS PARA PROFISSIONAIS DE SAÚDE



45 MIL PARES PARA COMUNIDADES VULNERÁVEIS



BRASIL SEM FOME

DOAÇÃO DE R\$5M
=
5M DE REFEIÇÕES



TRADI ZORI

**LANÇADA
SIMULTANEAMENTE
EM 42 PAÍSES**

PRIDE



**RECORDE HISTÓRICO
DE VENDAS NO
E-COMMERCE**

ST. TROPEZ



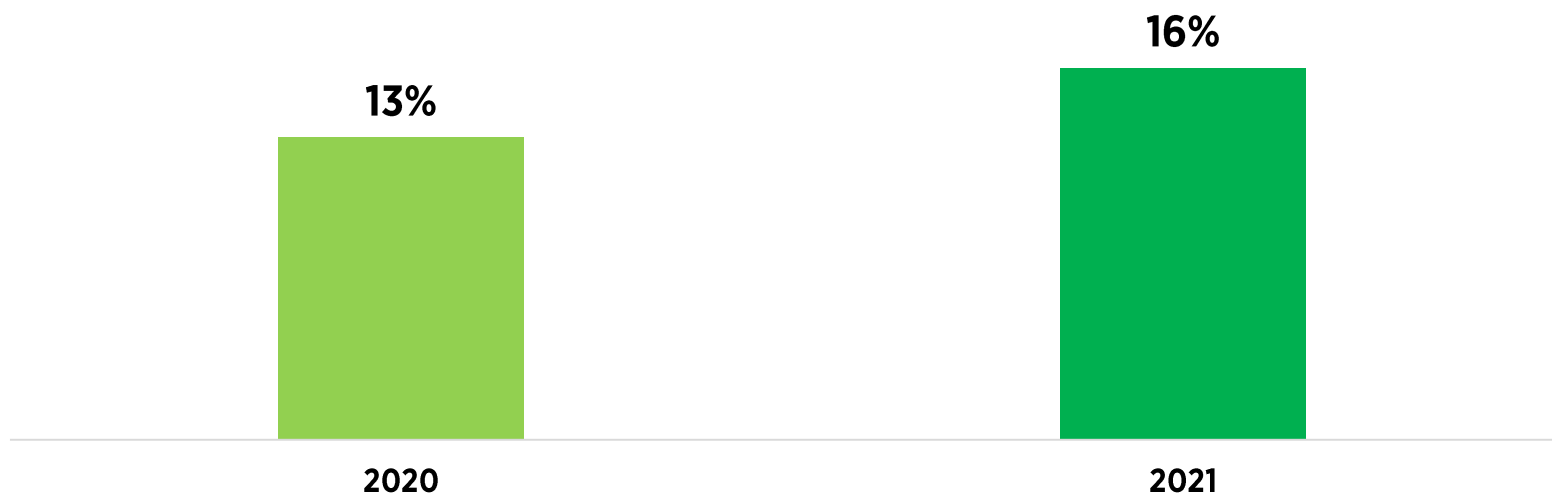
**~940 MIL
DE PARES
VENDIDOS**

**FAMÍLIA
GLITTER**



**~13 MILHÕES
DE PARES
VENDIDOS**

RETORNO SOBRE O CAPITAL EMPREGADO (ROCE) (R\$ Milhões)



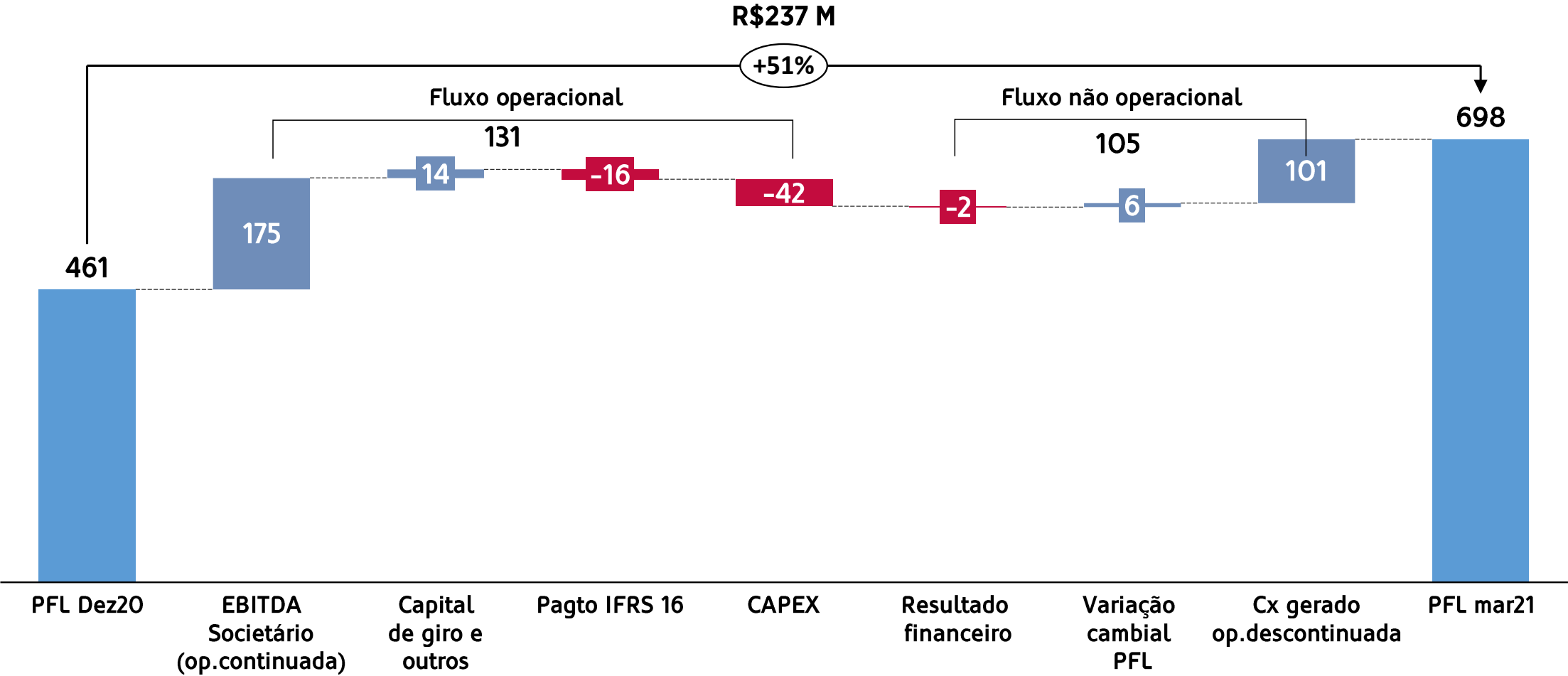
Metodologia de cálculo:

Lucro Líquido reportado, excluindo:

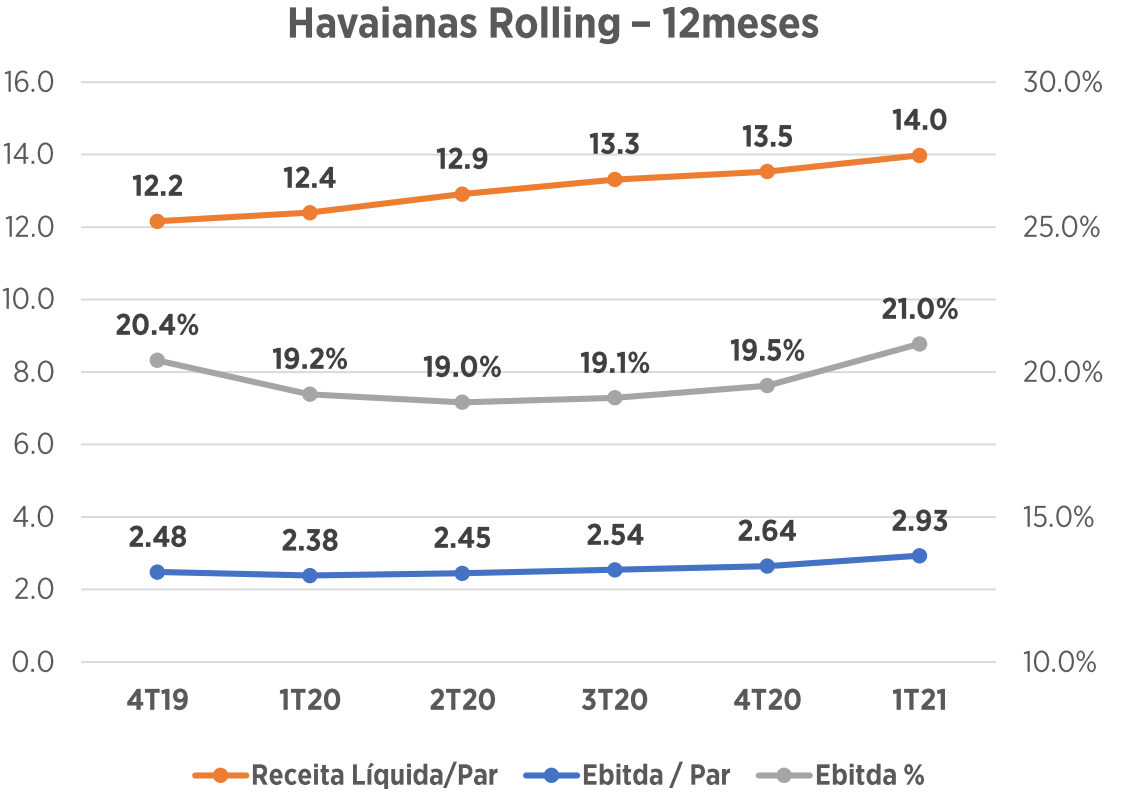
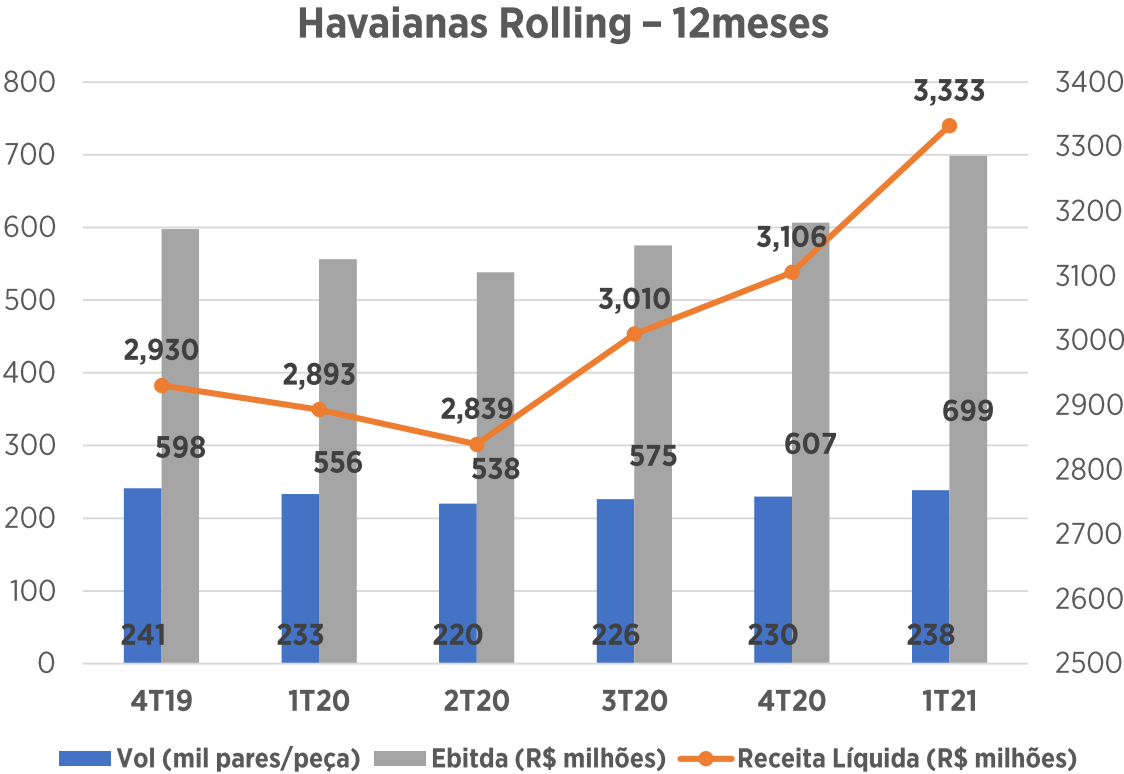
(i) ganhos/perdas relacionados à disputa do Pis/Cofins; e

(ii) *impairment* de intangíveis e M&A) dividido pela média dos últimos 12 meses do capital empregado.

POSIÇÃO FINANCEIRA LÍQUIDA
(R\$ Milhões)



A MARCA HAVAIANAS ESTÁ MAIS FORTE DO QUE NUNCA
INSPIRADA PELAS PESSOAS NO BRASIL E AO REDOR DO MUNDO





ALPARGATAS

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

ALPA AT A GLANCE - 2020

**POWERHOUSE DE
MARCAS DESEJADAS
E HIPERCONECTADAS**

MARCAS ICÔNICAS

havaianas® OSKLEN



R\$3,4 B
RECEITA LÍQUIDA



40%
FY2020
PENETRAÇÃO
DIGITAL GLOBAL



R\$596 MM
EBITDA RECORRENTE
26%
MARGEM



PRODUTO ICÔNICO
236 MM
PARES VENDIDOS



16.760
COLABORADORES



#1
BRAND AWARENESS
(HAVAIANAS BRASIL)



R\$24 B
MARKET CAP

Ioasys: “By Humans, for humans”

ALPARGATAS

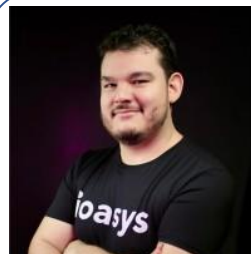


RECONHECIDA PELO DESENVOLVIMENTO DE EXPERIÊNCIAS ÚNICAS PARA MARCAS AMBICIOSAS E DE ALTO POTENCIAL



Walter Galvão Neto
Co-fundador e CEO

Experiência anterior: Clínica do Bem (Fundador)
Graduado em Marketing e Business na UFJF



Gilson Vilela Junior
Co-fundador e COO

Experiência anterior : Pontomobi (iOS Developer) Graduado em Engenharia da Computação na PUC-MG
MBA (Senac-MG)



Maria Carol Garcia
Head de inovação

Experiência anterior : Lab de Inovação, Documentar
Graduada em Business na Ibmecc
MBA em Liderança, Inovação e Management 4.0



Raphael Felicio
Head de Design

Experiência anterior : TYSDO, PixCode e Estúdio Two (Co-fundador e UI/UX Designer), 300 Comunicação
Graduado em Design Estratégico e Pós Graduado em Processos Criativos

CULTURA FORTE + POOL DE TALENTOS + FOCO NA EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

120

DESENVOLVEDORES

19

ARQUITETURA
E INOVAÇÃO

15

SCRUM MASTER

+220 colaboradores

Plataforma diferenciada de recrutamento e treinamento em soluções digitais e metodologias ágeis.

7

AQUISIÇÃO
DE TALENTOS

34

UX/UI

25

OUTROS

GLOBAL

EXPANSÃO INTERNACIONAL DA MARCA HAVAIANAS



R\$318M
RECEITA LÍQUIDA
+61%; c\$*+27%
vs. 1T20

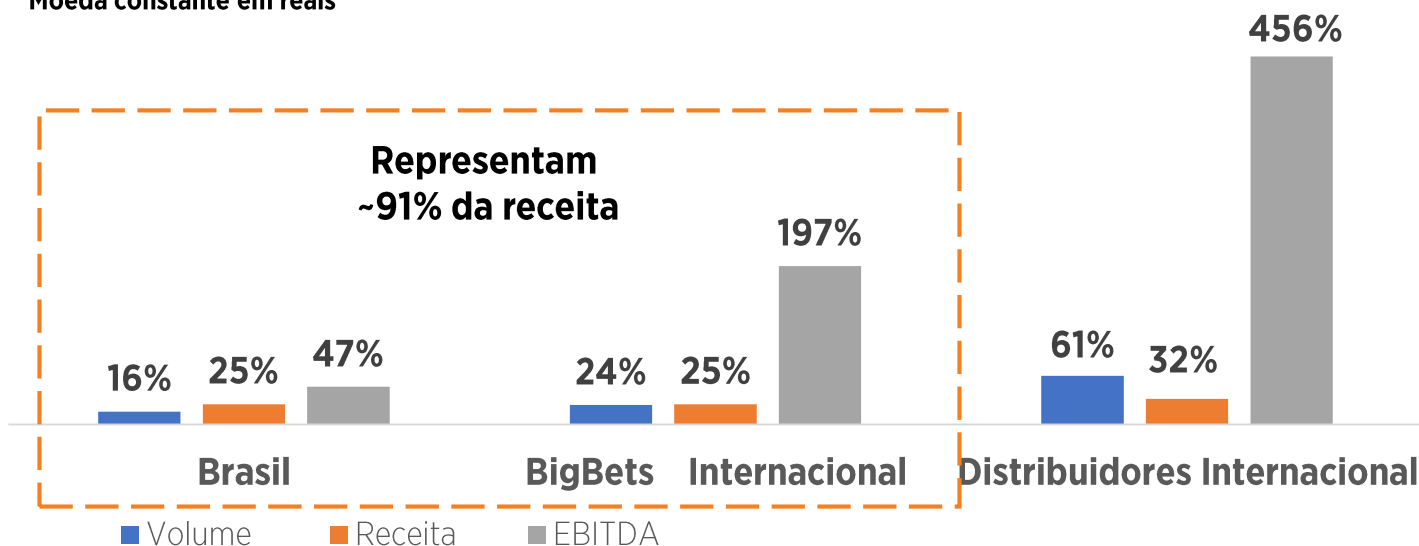
MERCADOS
INTERNACIONAIS
REPRESENTAM
38%
DA RECEITA LÍQUIDA
DE HAVAIANAS

68%
MARGEM BRUTA
DO INTERNACIONAL
+10 pp. vs. 1T20

24%
MARGEM EBITDA
DO INTERNACIONAL
+16 pp. vs. 1T20

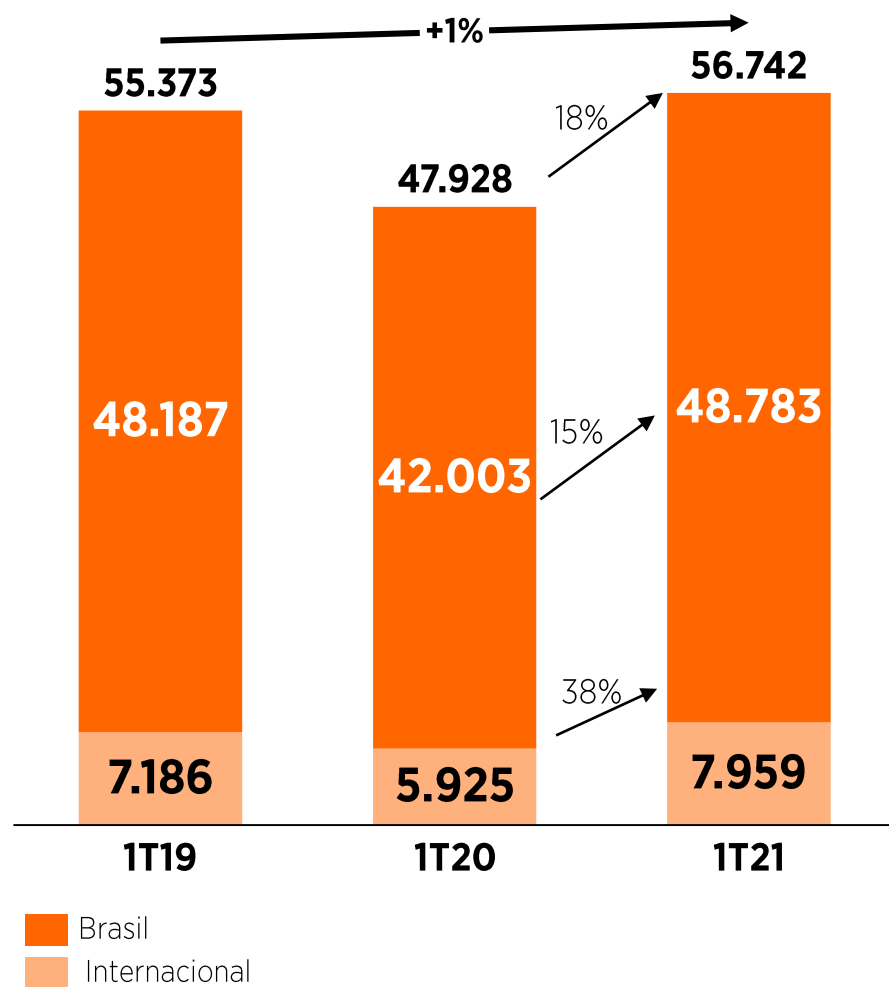
Comparativo 1T21 vs. 1T20 (em moeda constante)

* Moeda constante em reais

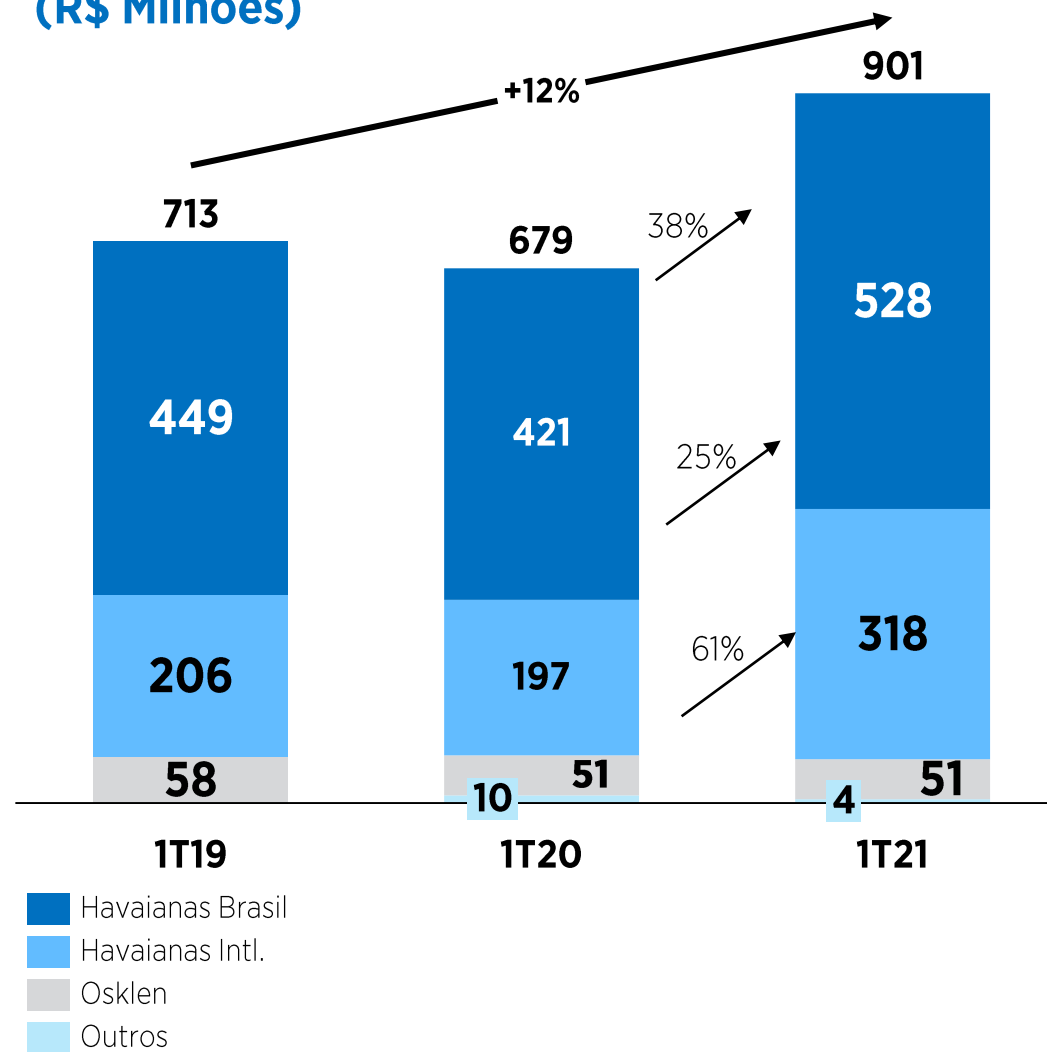


ACELERAÇÃO DE CRESCIMENTO E RENTABILIDADE IMPULSIONADA PELA PERFORMANCE DE HAVAIANAS NO BRASIL E NOS MERCADOS INTERNACIONAIS, PRINCIPALMENTE NOS BIG BETS.

VOLUME (MIL PARES/PEÇAS)

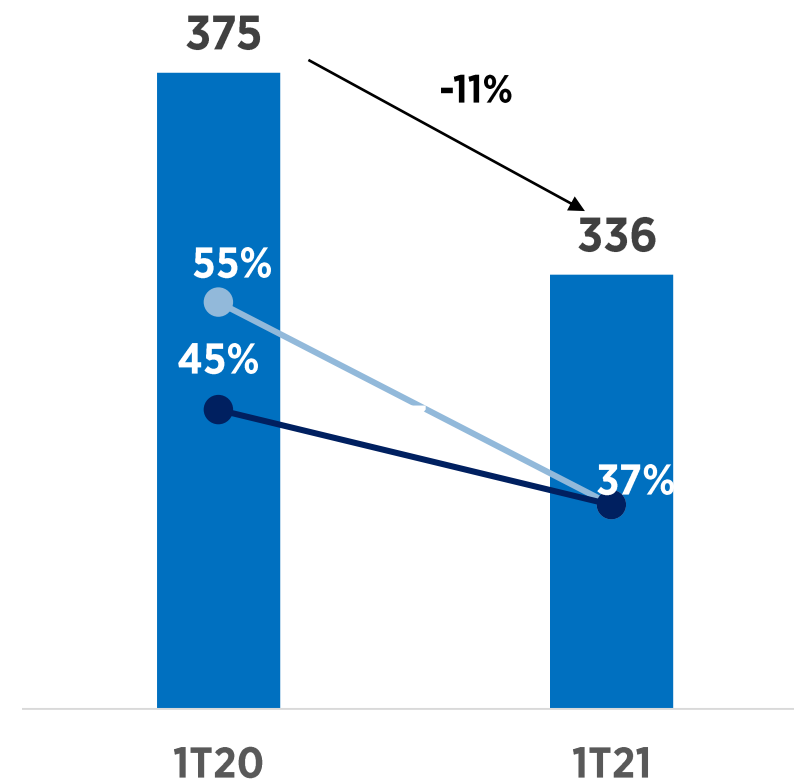


RECEITA LÍQUIDA (R\$ Milhões)

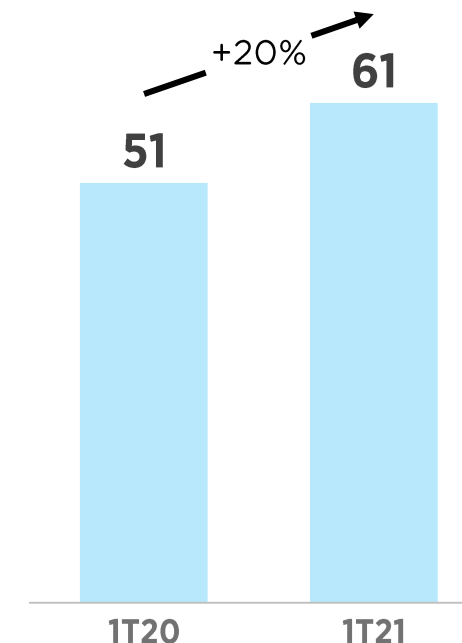


ALAVANCAGEM OPERACIONAL NO 1T21 COM GANHO DE PRODUTIVIDADE:

- +17% VOLUME
- +33% RECEITA LÍQUIDA
- QUEDA DE DESPESAS OPERACIONAIS REPRESENTANDO 37% DA RECEITA LÍQUIDA

DESPESAS DE VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS
(R\$ Milhões)

- Despesas operacionais
- Despesas operacionais/ Receita líquida (%)
- Despesas operacionais/ Receita líquida (%) - ex ASAIC

DESPESAS COM MARKETING*
(R\$ Milhões)

*inclui as despesas de propaganda e publicidade, além de despesas como trade marketing, entre outras.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE – 1T21
(R\$ Milhões)

