vulcabras.com
vulcabras.oficial
vulcabras

VULCABRAS





SPORTECH GLOBAL

CONSTRUINDO UM PAÍS MELHOR

A PARTIR DO ESPORTE.

Mercado de CALÇADOS ESPORTIVOS em expansão repleto de oportunidades

UM DOS MAIORES MERCADOS DE CALÇADOS DO MUNDO

Brasil é o 4º maior mercado do mundo com 801,0 milhões[1] de pares consumidos por ano

MERCADO COM FORTE POTENCIAL DE CRESCIMENTO

Brasil ocupa a 43ª posição em termos de pares por habitante com 3,8 pares[2]

Considerando apenas calçados esportivos, o consumo é de 0,4 pares por habitante[2]

EXPANSÃO DO MERCADO ENDEREÇÁVEL

Apenas 30% da população brasileira pratica atividades físicas hoje[3]

SEGMENTO DE ESPORTES EM CONTINUA EXPANSÃO

Percentual de habitantes que praticam atividades físicas no país cresceu 33% no últimos 5 anos[4]

EXPANSÃO DO CONSUMO LIFESTYLE ESPORTIVO

Consumo de produtos de lifestyle esportivo cresce pós pandemia e segue em expansão

[1] Fonte: Relatório setorial indústria de calçados | Brasil 2024
[2] Fonte: Relatório setorial indústria de calçados | Brasil 2023
[3] Fonte: Vigitel Brasil 2006-2023
[4] Fonte: Estimativa World Footwear

CORRIDA NO BRASIL

Muito além de um esporte.

Quantos brasileiros correm?

Em 2025,
15 milhões de pessoas
no Brasil praticam corrida com alguma regularidade. Um crescimento de +14% ao ano.

A corrida é o 4º esporte mais praticado no Brasil



53,0 milhões de pessoas praticam corrida ou caminhada

CORRIDA É LIFESTYLE

74% veem a corrida como um estilo de vida, não apenas um esporte.

47% concordam que “Fazer amigos e conhecer pessoas novas é a melhor parte da corrida”.

81% Pretendem continuar correndo pelos próximos anos.

[1]Fonte: Pesquisa Olympikus + Box 1824 “Por Dentro do Corre – 2ª edição”

PERFIL DO CORREDOR

Gênero
- 50% mulheres
- 50% homens

Idade
- 20% entre 18 e 24 anos
- 60% entre 25 e 44 anos
- 20% acima de 45 anos

Classe social
- 57% classe A/B
- 43% classe C

48% começaram a praticar corrida há menos de 1 ano

Mais de 7 décadas, construindo um expertise único, repleto de inovação, tecnologia e marcas referência de mercado

1952 VULCABRAS 752

1973 ADIDAS



1977 IPO



1981 LE COQ SPORTIF

1986 PUMA

1988 ADQUIRIDA PELOS ATUAIS CONTROLADORES



1992 LOTTO

1999 REEBOK

2002 ASICS

2007 AQUISIÇÃO AZALEIA S/A

2008 JOINT VENTURE ADIDAS BRASIL / ARGENTINA



2017 RE-IPO

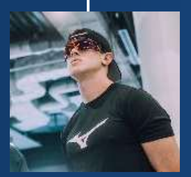
2018 AQUISIÇÃO UNDER ARMOUR



2020 FOCO NO ESPORTIVO LICENCIAMENTO AZALEIA



2021 AQUISIÇÃO MIZUNO



2022 1º TENIS COM PLACA DE GRAFENO DO MUNDO



2024 1º SUPERTENIS FEITO NO BRASIL "CORRE SUPRA" FOLLOW-ON



2025 LINHA MIZUNO NEO COM DNA BRASIEIRO

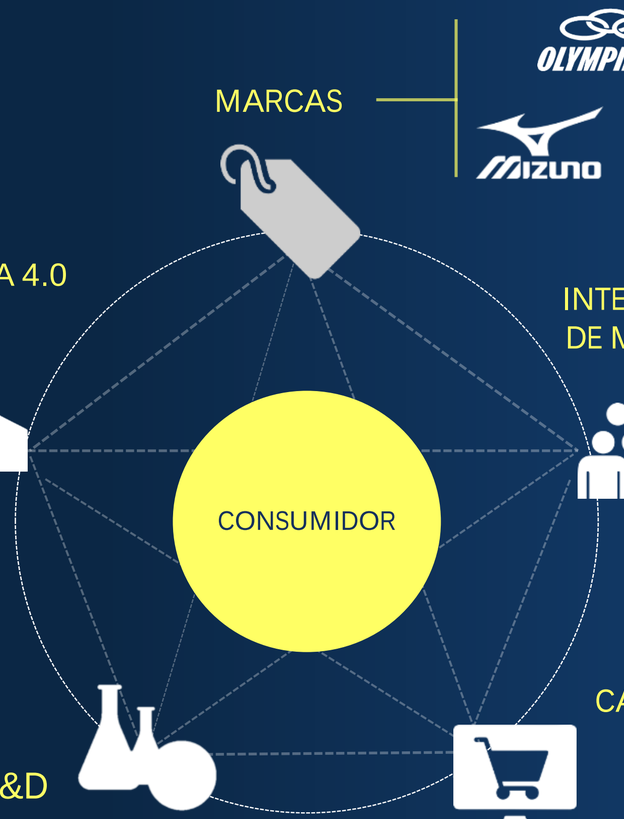


2026 1º ULTRATÊNIS FEITO NO BRASIL "CORRE PACE" LINHA RUNNING UNDER ARMOUR VELOCITI DESENVOLVIDO NO BRASIL





MODELO DE NEGÓCIO



2 plantas fabris com tecnologia de ponta, capaz de produzir qualquer tecnologia do mundo

Presença em 21.000 PDVs

Sistema próprio para análise de sell-out e desenho potencial de cada conta

Equipe de Merchandising

Aplicativo próprio de trade para treinamento e conexão com lojista

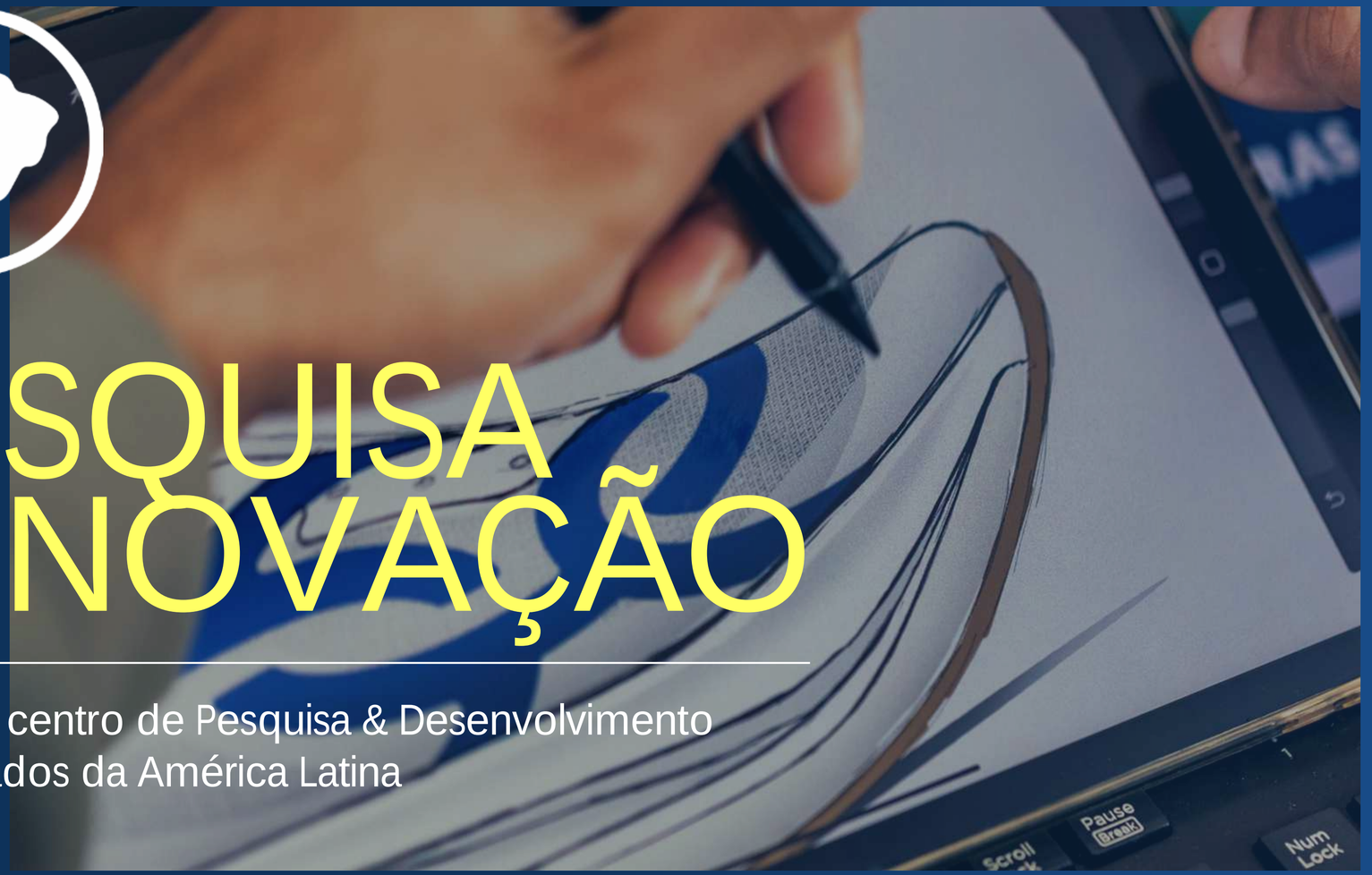
Maior e mais moderno centro de P&D de calçados esportivos da América Latina

Varejo Multimarcas

E-commerce

Loja Físicas Próprias

Mercado Externo



PESQUISA E INOVAÇÃO

O maior centro de Pesquisa & Desenvolvimento de calçados da América Latina

+20.000 m²
Laboratório, Centro de Design, Mini fábrica completa, Realidade virtual Pesquisa de materiais

+ 700 PROFISSIONAIS
Dedicados a pesquisa e desenvolvimento

+ 800 NOVOS MODELOS
esportivos por ano

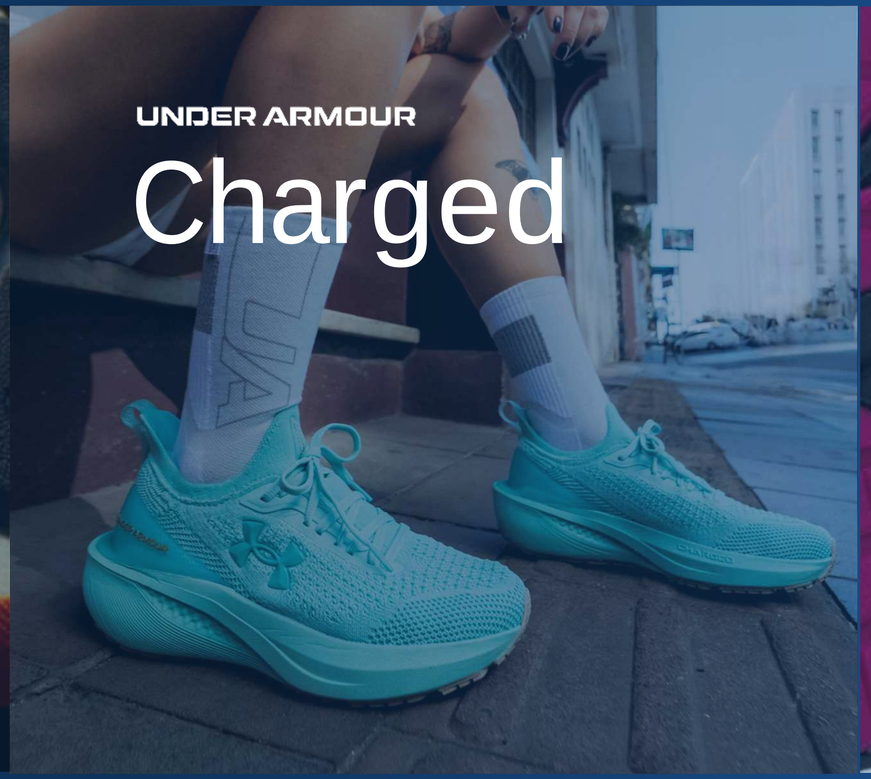
PLATAFORMA DE INOVAÇÃO ABERTA
Parceria com universidades
Colaborações internacionais

PRODUTOS PREMIADOS E CERTIFICADOS pelos Principais avaliadores do mercado e institutos.

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA DE PADRÃO INTERNACIONAL
PARA AS MARCAS MIZUNO, OLYMPIKUS E UNDER ARMOUR



Placa de carbono com grafeno que oferece mais propulsão e mais resistência. Leve, estável e ultra responsiva, foi desenvolvida para máxima performance em corrida.



Nova tecnologia de amortecimento desenvolvida no Brasil e levada para o mundo com a Under Armour. Mais amortecimento e retorno de energia para os atletas.



Espuma responsiva de alta performance, que combina amortecimento, leveza e retorno de energia para uma corrida mais confortável e eficiente.

INDÚSTRIA 4.0 COM TECNOLOGIA DE PONTA

A garantia de agilidade no abastecimento dos pontos de venda.







PARQUE FABRIL COM TECNOLOGIA DE PONTA
capaz de produzir as melhores tecnologia existente no mundo.

+ 26,7 MILHÕES DE PARES VENDIDOS NO ANO DE 2025.

+ R$ 880 MI CAPEX
investidos para modernização das fábricas e P&D nos últimos 5 anos.

Lead Time entre confirmação de pedido e produção de **APENAS 5 SEMANAS.**

MENOR TIME-TO-MARKET
comparado aos competidores internacionais.

VERTICALIZAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

	Calçados nacionais das marcas Vulcabras	Calçados marcas Internacionais	Benefícios para o mercado
Prazo para desenvolvimento até a entrega no mercado	4 meses	12 meses	Rápida identificação das últimas tendencias do mercado e mínimo prazo para o lançamento do produto no ponto de venda
Prazo de atendimento	5 semanas	6 meses	Colocação do pedido próximo à venda aumenta a assertividade da compra e potencializa a venda
Grade de entrega	Flexível (6 pares ou mais)	Sem flexível (12 pares ou mais)	Flexibilidade para o lojista para ajustar pedido e reduzir sobra de pontas de grade
Risco de liquidação de estoque	Baixo	Alto	Maiores margens para o varejo
Aumento de negócios	Reposição imediata	Não há reposição em menos de 6 meses	Reposição orientada a partir do giro do produto

ESTRUTURA COMERCIAL AMPLA



ATENDIMENTO DIRETO
Leitura de mais de 50% da base de clientes para monitoramento constante de sell-out para garantir assertividade e velocidade de reposição

INTELIGÊNCIA DE MERCADO
Mapeamento de perfil de loja, níveis de estoques, sortimento oferecido, análise SWOT e desenho potencial de cada conta

+10.000
Clientes ativos

46 ESCRITÓRIOS
de representação

326 VENDEDORES
de todas as marcas



PRESENÇA ATIVA NO PONTO DE VENDA

Maior equipe de merchandising do mercado esportivo

21 MIL PONTOS DE VENDA
suportados pela estrutura de trade

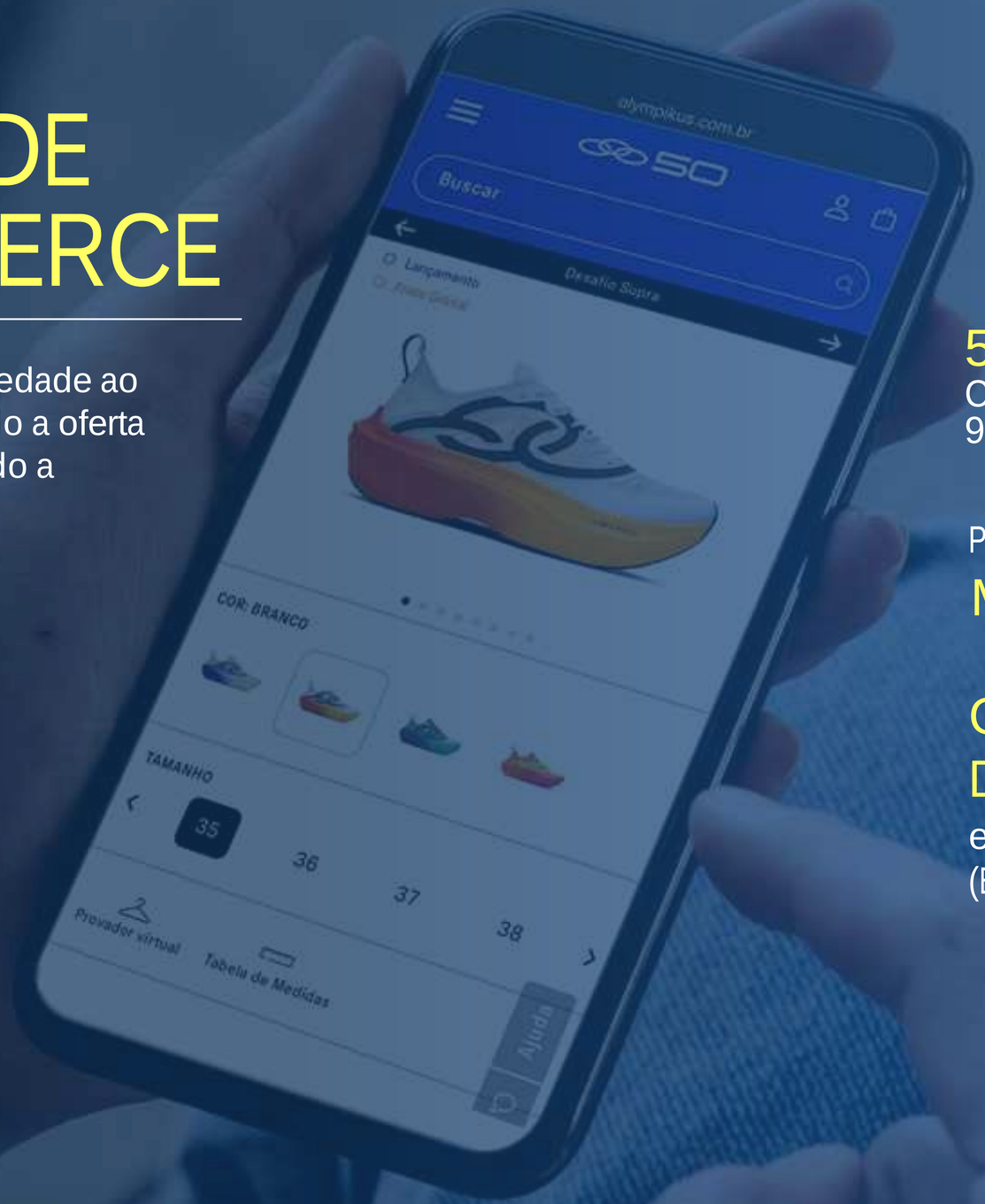
324 MIL PEÇAS
de merchandising produzidas anualmente

96 MIL VENDEDORES
treinados em todas as marcas

COBERTURA NACIONAL
com equipe de trade com 92 promotores e merchandizers

GESTÃO DE E-COMMERCE

Estratégia de complementariedade ao varejo multimarcas, expandido a oferta de produtos e potencializando a experiência do consumidor



50,5% CAGR
Crescimento médio anual entre 9M20 e 9M26.

Presença nos **13 MAIORES MARKETPLACES** do Brasil

OPERAÇÃO LOGÍSTICA DEDICADA para atender aos e-commerces da Companhia (Extrema/MG)

CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO

Extrema/MG







+ 21.500m²

+75.000 Endereços de armazenagens

Produção atual de
12,5 mil pares e peças/dia
(70% calçados x 30% vestuários e acessórios)



MARKETING

Engajamento real com quem vive o esporte

GESTÃO ESTRATÉGICA E COMPLEMENTAR DE MARCAS

Cada marca possui um território claro, com identidade própria, público bem definido e estratégias construídas a partir da escuta ativa, inovação e conexão com cada perfil de usuário.

CONEXÃO REAL

Parcerias com atletas, especialistas e criadores de conteúdo ampliam a credibilidade, fortalecem o engajamento e aprofundam a presença nos ambientes onde o esporte acontece de verdade.

INOVAÇÃO ABERTA

Escuta ativa para conectar com tendências e a co-criação de produtos.

AÇÕES E EVENTOS PROPRIETÁRIOS

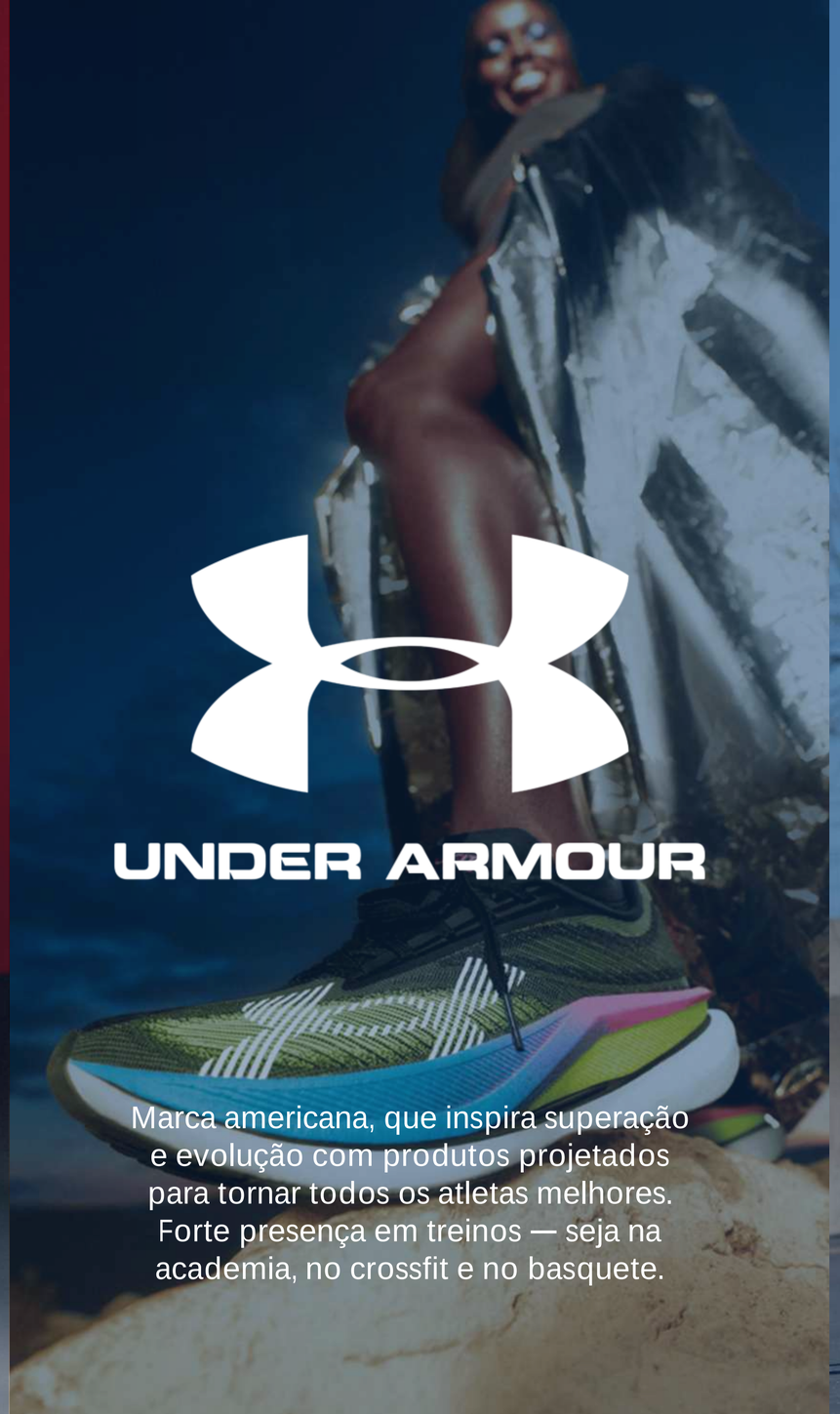
Projetos proprietários que se conectam com quem pratica esporte e incentivam que mais brasileiros pratiquem atividade física.

MUDANÇA DE PAPEL

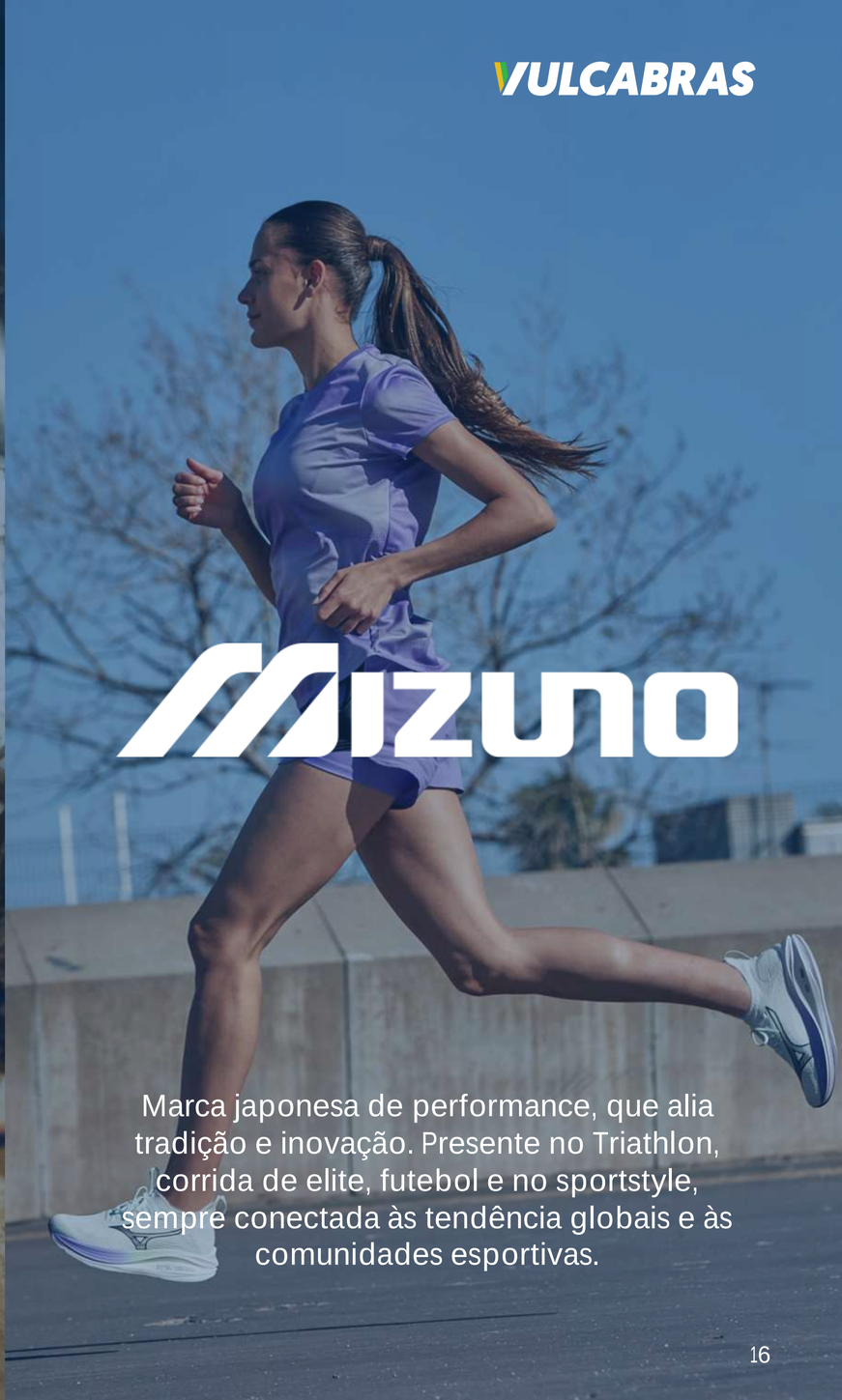
As marcas saem do papel de “anunciante” para assumir o lugar de parceiras e impulsionadoras de histórias reais.



Marca brasileira que democratiza a tecnologia e a alta performance na corrida, com excelente custo-benefício e conexão real com a comunidade.



Marca americana, que inspira superação e evolução com produtos projetados para tornar todos os atletas melhores. Forte presença em treinos — seja na academia, no crossfit e no basquete.



Marca japonesa de performance, que alia tradição e inovação. Presente no Triathlon, corrida de elite, futebol e no sportstyle, sempre conectada às tendência globais e às comunidades esportivas.

CASE OLYMPIKUS

Marca brasileira, competindo de igual para igual na arena global de artigos esportivos

Democratizando o esporte também na ELITE DA CORRIDA

Marca brasileira líder de vendas em volume e A MAIS USADA POR CORREDORES BRASILEIROS NO STRAVA (2023 , 2024 e 2025*)

Conquistando o MERCADO, ATLETAS, ESPECIALISTAS E A OPINIÃO PÚBLICA

Linha de RUNNING PERFORMANCE responde por 23,4% DO FATURAMENTO da marca





6 Primeiras colocações na prova de 42km
Maratona de São Paulo 2026

Fonte: https://www.mktesportivo.com/2024/12/olympikus-corre-segue-como-o-tenis-preferido-e-mais-usado-pelos-brasileiros-no-strava/
(*) Dados do relatório da Strava 1º semestre 2025

GESTÃO ESTRATÉGICA E COMPLEMENTAR DE MARCAS

Estratégia de preço para todos os perfis de consumidor



NOSSAS MARCAS

OLYMPIKUS

Democratizar tecnologia e ao estilo de vida esportivo

MIZUNO

Alta performance para todos os perfis de corredores

UNDER ARMOUR

Multicategoria focada em toda a jornada do atleta

SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

MEIO AMBIENTE

Nossas fábricas são abastecidas por ENERGIA EÓLICA

100% EFLUENTES TRATADOS em todas as unidades, e 70% DOS EFLUENTES REUTILIZADOS na unidade de Horizonte (CE)

93% DOS RESÍDUOS diretos do processo produtivo são REUTILIZADOS, RECICLADOS OU COPROCESSADOS

SOCIAL

136.062 CRIANÇAS E ADOLESCENTES IMPACTADOS pelos programas sociais apoiados pela empresa desde 2021 .

954 JOVENS APRENDIZES EM FORMAÇÃO por meio do programa de capacitação profissional em parceria com o Senai nas unidades da Companhia, além de 1.099 JOVENS CONTRATADOS EM 2025 participantes do programa no ano anterior.

+154 MIL HORAS DE TREINAMENTO presencial e digital, dedicadas à capacitação e ao desenvolvimento profissional dos colaboradores em 2025.

PROGRAMA DE INCENTIVO À PRÁTICA esportiva, com 35.974 CHECK-INS EM ATIVIDADES FÍSICAS REALIZADOS EM 2025 por colaboradores e familiares.

DESTAQUES FINANCEIROS

25º TRIMESTRE CONSECUTIVO DE CRESCIMENTO (3T26)

4,4 BI
RECEITA BRUTA
3T26 LTM

14,3%
MARGEM LÍQUIDA
RECORRENTE 3T26

139,9 MI
LUCRO LÍQUIDO
RECORRENTE 3T26

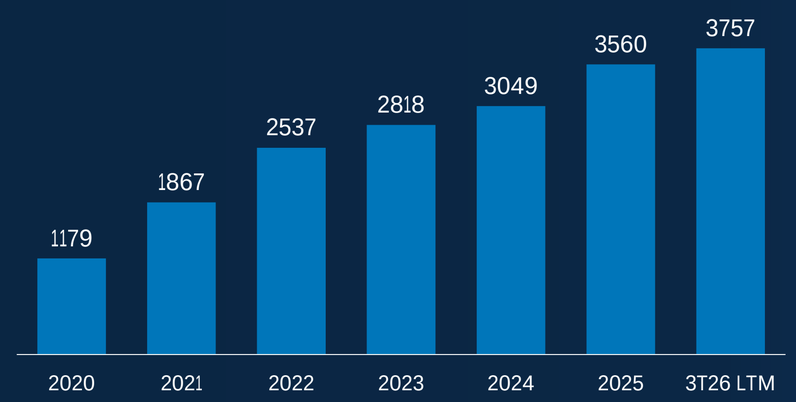
20,8%
MARGEM EBITDA
RECORRENTE 3T26

203,2 MI
EBITDA
RECORRENTE 3T26

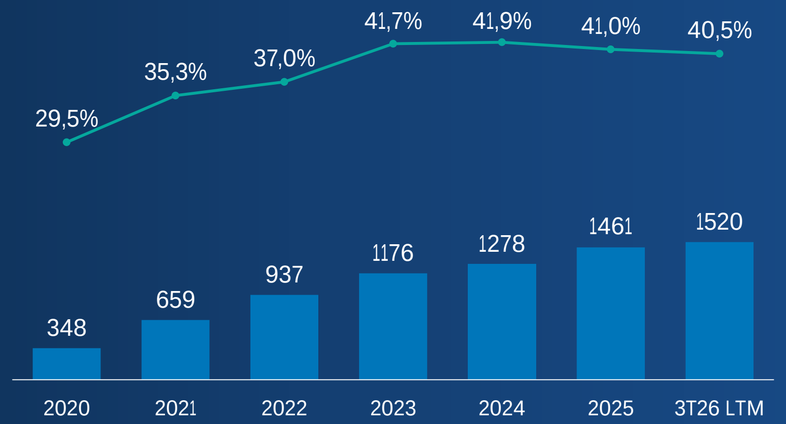
20,8%
ROIC AJUSTADO
ANUALIZADO 3T26 LTM

NOSSOS NÚMEROS – 3T26 LTM

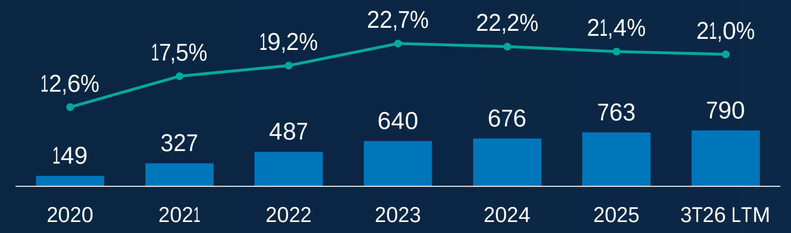
RECEITA LÍQUIDA
(R$ MM; %)



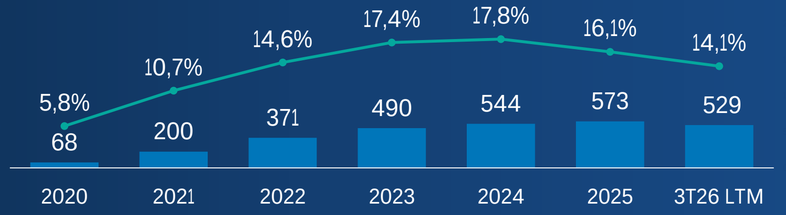
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA
(R$ MM; %)



EBITDA E MARGEM EBITDA RECORRENTE
(R$ MM ; %)

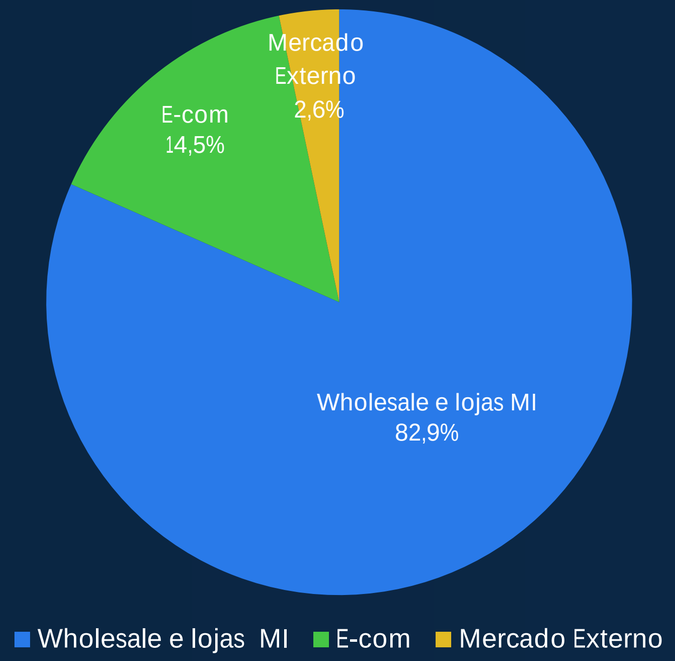


LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE
(R$ MM ; %)

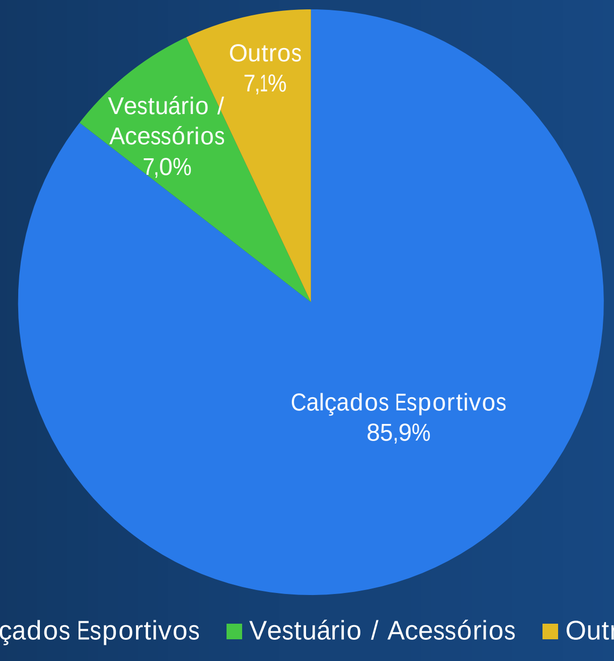


NOSSOS NÚMEROS

RECEITA LÍQUIDA POR CANAL – 3T26 LTM



RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 3T26 LTM



NOSSAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO

AQUISIÇÕES

NOVAS CATEGORIAS

DTC

VESTUÁRIOS E ACESSÓRIOS

ADMINISTRAÇÃO JOVEM E EXPERIENTE



Pedro Bartelle
CEO

50 anos
+33 anos de experiência
+26 anos de Vulcabras
+33 anos de Mercado Esportivo



Wagner Dantas
CFO / RI



Rafael Gouveia
Comercial e Canais



Evandro Kollet
P&D



Rodrigo Miceli
Supply, Industria e RH



Marcio Callage
Marketing

	Wagner Dantas CFO / RI	Rafael Gouveia Comercial e Canais	Evandro Kollet P&D	Rodrigo Miceli Supply, Industria e RH	Marcio Callage Marketing
Idade	46	46	58	55	47
Anos de Experiência	+27	+28	+42	+37	+29
Anos na Vulcabras	+8	+11	+27	+18	+15
Anos no Esportivo	+13	+16	+37	+31	+29
Experiências Profissionais	VULCABRAS, GrandVision by FOTÓPTICA, UNDER ARMOUR, VIVARA, Valeo, etna	VULCABRAS, PENALTY, JBS, Unilever, ARNO, BRASIL KIRIN	VULCABRAS, azaléia	VULCABRAS, Colombo, CALÇADOS BEIRA RIO S.A., azaléia	VULCABRAS, azaléia, DM9, prstrk

CONSIDERAÇÕES FINAIS



Empresa atualizada, moderna, inovadora, altamente tecnológica, flexível, ágil, capaz de absorver novos negócios

Administração jovem, experiente, pronta absorver novos negócios

Operação rentável, desalavancada, geradora de caixa, focada em alocação de capital geradora de valor e dividendos

Verticalizada e se aproximando cada vez mais do consumidor


MUITO PRAZER, NÓS SOMOS A VULCABRAS.
E VIVEMOS PARA O ESPORTE.


VULCABRAS
vulcabras.com
vulcabras.oficial
vulcabras
OLYMPIKUS
21K
11073
comgas
CIDADE DE SÃO PAULO
TURISMO
SãoPaulo
comgas
POWER

vulcabras.com
vulcabras.oficial
vulcabras

VULCABRAS




VULCABRAS
A GLOBAL SPORTECH
BUILD A BETTER COUNTRY
THROUGH SPORT.

ATHLETIC FOOTWEAR MARKET
growing and full of opportunities

ONE OF THE LARGEST FOOTWEAR MARKETS IN THE WORLD

Brazil is the 4th largest footwear market globally with 801.0 million[1] pairs consumed annually

MARKET WITH STRONG GROWTH POTENTIAL

Brazil ranks **43rd in pairs per inhabitant**, with **3.8 pairs/year**[2]

When considering only athletic footwear, consumption is 0.4 pairs/year per inhabitant[2]

ADDRESSABLE MARKET EXPANSION

Only 30% of the Brazilian population currently engages in physical activity[3]

SPORTS SEGMENT IN CONTINUOUS EXPANSION

The proportion of Brazilians engaging in physical activity has increased by 33% over the past five years[4]

SPORTSTYLE CONSUMPTION GROWTH

Consumption of sports lifestyle products has consistently grown since the pandemic

Source;
[1] Footwear industry sector report | Brasil 2024
[2] Footwear industry sector report | Brasil 2023
[3] | Vigitel Brazil 2006-2023
[4] World Footwear Estimate

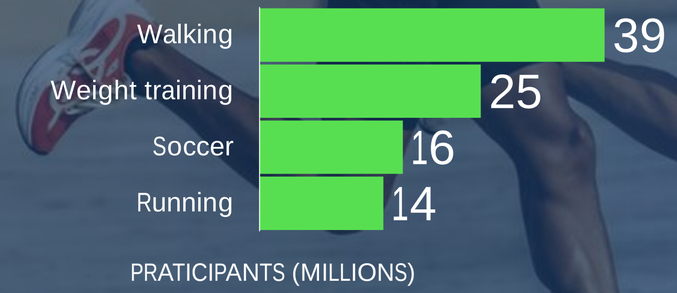
RUNNING IN BRAZIL

More than a sport.

How many brazilians run?

In 2025, 15 million people in Brazil run regularly, representing +14% annual growth.[1]

Running is the 4th most practiced sport in Brazil



53 million people run or walk regularly.

RUNNING IS A LIFESTYLE

74% of runners see it as a lifestyle — not just a sport.

47% agree that making friends and meeting new people is the best part of running.

81% intend to continue running in the coming years.

[1]Source: Olympikus & Box 1824 Research — "Por Dentro do Corre" **Report** – 2nd Edition"

RUNNER PROFILE

Gender
- 50% women
- 50% men

Age
- 20% between 18–24 years
- 60% between 25–44 years
- 20% over 45 years

Social Class
- 57% class A/B
- 43% class C

48% started running within the last year

Over 70 years of building unique expertise, powered by innovation, technology, and leading brands.

1952
VULCABRAS 752



1973
ADIDAS



1977
IPO

1981
LE COQ SPORTIF

1986
PUMA

1988
ACQUIRED BY CURRENT CONTROLLING SHAREHOLDERS



1992
LOTTO

1999
REEBOK

2002
ASICS

2007
ACQUISITION OF AZALEIA S/A



2008
JOINT VENTURE ADIDAS

BRAZIL / ARGENTINA

2017
RE-IPO

2018
ACQUISITION OF UNDER ARMOUR



2020
FOCUS ON SPORTS SEGMENT

AZALEIA LICENSING



2021
ACQUISITION OF MIZUNO



2022
WORLD'S FIRST RUNNING SHOE WITH A GRAPHENE PLATE



2024
FIRST SUPER SHOE MADE IN BRAZIL — "CORRE SUPRA"

FOLLOW-ON



2025
MIZUNO NEO WITH BRAZILIAN DNA



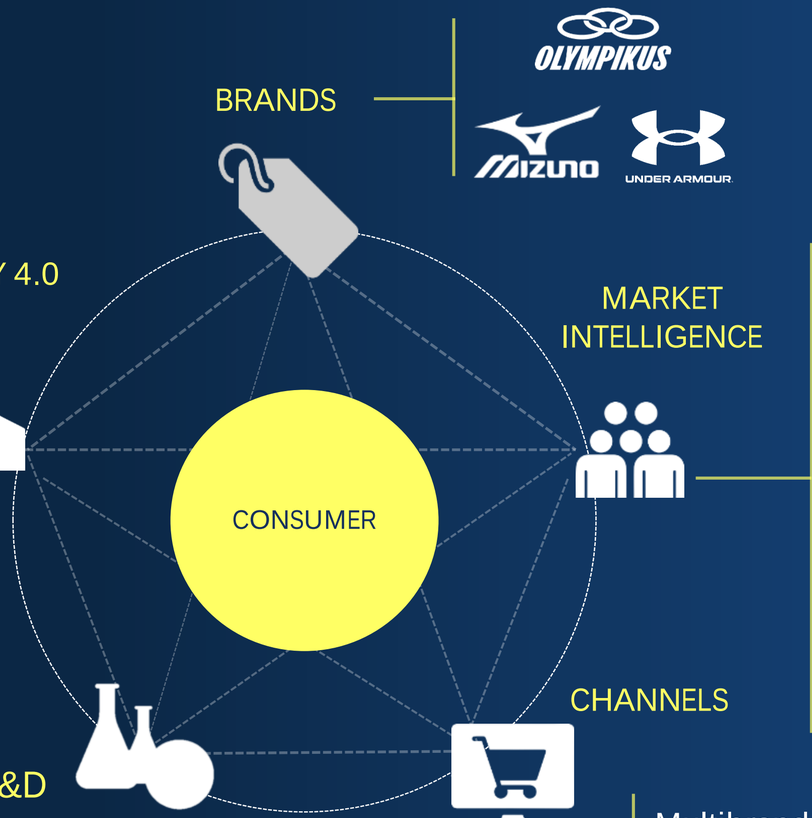
2026
FIRST ULTRA-LIGHTWEIGHT PERFORMANCE RUNNING SHOE MADE IN **BRAZIL"CORRE PACE"**

UNDER ARMOUR VELOCITI RUNNING LINE DEVELOPED IN BRAZIL





BUSINESS MODEL



21,000+ point of sale served nationwide.

Proprietary system for sell-out analysis and replenishment tailored to each account.

Merchandising team.

Proprietary app designed for training and engagement with retailers and in-store sales teams.

Multibrand retail channel

E-commerce

Proprietary Physical Stores

International Markets

The largest and most advanced R&D center for sports footwear in Latin America.

2 manufacturing plants equipped with state-of-the-art technology, capable of producing any type of footwear technology in the world.



RESEARCH & INNOVATION

the largest footwear Research & Development center in Latin America

+20,000 m2
Laboratory, Design Center, Samples factory, Virtual reality infrastructure, materials research facilities

+700 PROFESSIONALS
Dedicated to R&D

+ 800 NEW SPORTS MODELS
developed per year

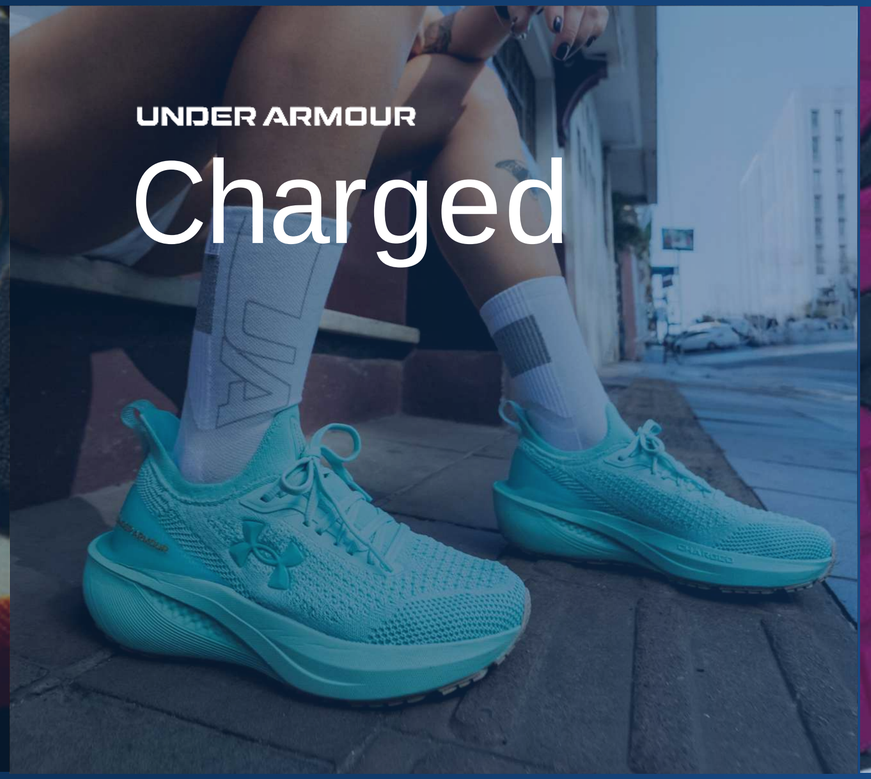
OPEN INNOVATION PLATFORM
university partnerships and international collaboration.

AWARD-WINNING AND CERTIFIED PRODUCTS
Recognized by the industry's top certifiers and awarding bodies.

INNOVATION AND WORLD-CLASS TECHNOLOGY
FOR MIZUNO, OLYMPIKUS AND UNDER ARMOUR



A graphene carbon plate engineered to deliver superior propulsion and durability. Lightweight, stable, and ultra-responsive — developed for high-performance running



A new cushioning technology developed in Brazil and implemented globally in partnership with Under Armour. It improves shock absorption and optimizes energy return for athletes.



A high-performance, responsive foam that blends cushioning, lightness, and energy return — delivering a more comfortable and efficient running experience.

INDUSTRY 4.0 WITH CUTTING EDGE TECHNOLOGY

ensuring agility across the supply chain and faster point-of-sale replenishment.







VULCABRAS

MODERN INDUSTRIAL FACILITIES capable of producing the world's most advanced footwear technology

+ 26.7 MILLION PAIRS SOLD IN 2025

+ R$ 880 MILLION IN CAPEX invested in industrial modernization and R&D over the past 5 years

Lead time from order confirmation to production is ONLY 5 WEEKS.

SHORTER TIME-TO-MARKET compared to international competitors.

VERTICAL INTEGRATION AS COMPETITIVE ADVANTAGE

	Vulcabras (Locally Produced)	International brands' footwear	Market Benefit
Time from Development to Market	4 months	12 months	Fast trend response and shorter time-to-shelf at retail.
Service Lead Time	5 weeks	6 months	Placing the order close to the sale, increases the assertiveness of the purchase and enhances the sales
Delivery grid	Flexible (from 6 pairs)	No flexibility (minimum 12 pairs)	Provides flexibility for retailers to fine-tune orders and minimize size-specific overstock.
Excess Inventory / Liquidation Risk	Low	High	Improved retail margins.
Business Growth	Immediate replenishment	No replenishment in less than 6 months	Demand-driven replenishment based on product sell-out.

BROAD COMMERCIAL STRUCTURE



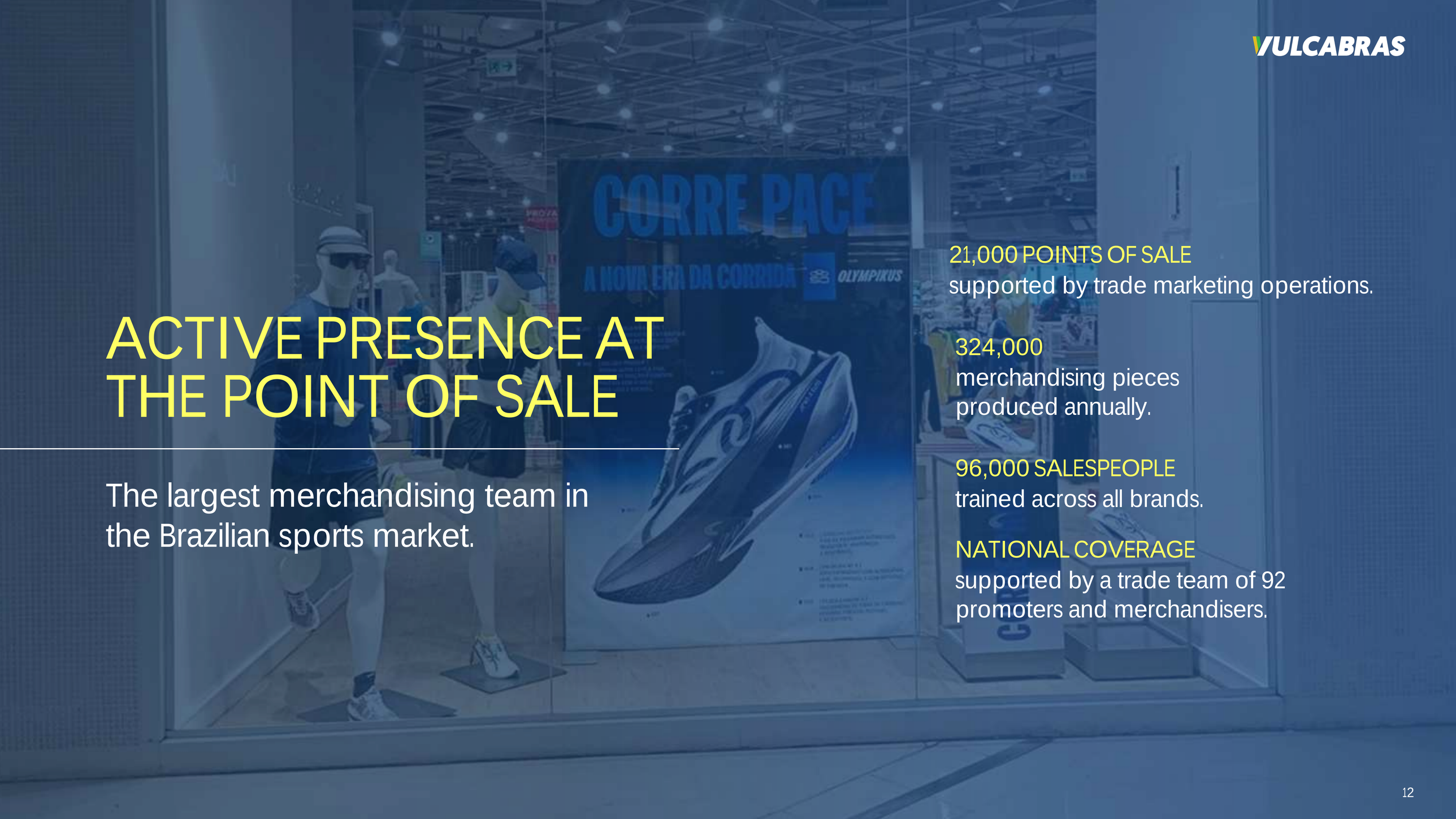
DIRECT SERVICE
Direct monitoring of over 50% of our client base ensures continuous sell-out tracking, improving the accuracy and speed of restocking.

MARKET INTELLIGENCE
Mapping store profiles, inventory levels, optimal assortments, and SWOT analyses to define the full potential of each account.

+10,000 active clients

46 REPRESENTATION OFFICES

326 SALES REPS
across all Vulcabras brands.



ACTIVE PRESENCE AT THE POINT OF SALE

The largest merchandising team in the Brazilian sports market.

21,000 POINTS OF SALE
supported by trade marketing operations.

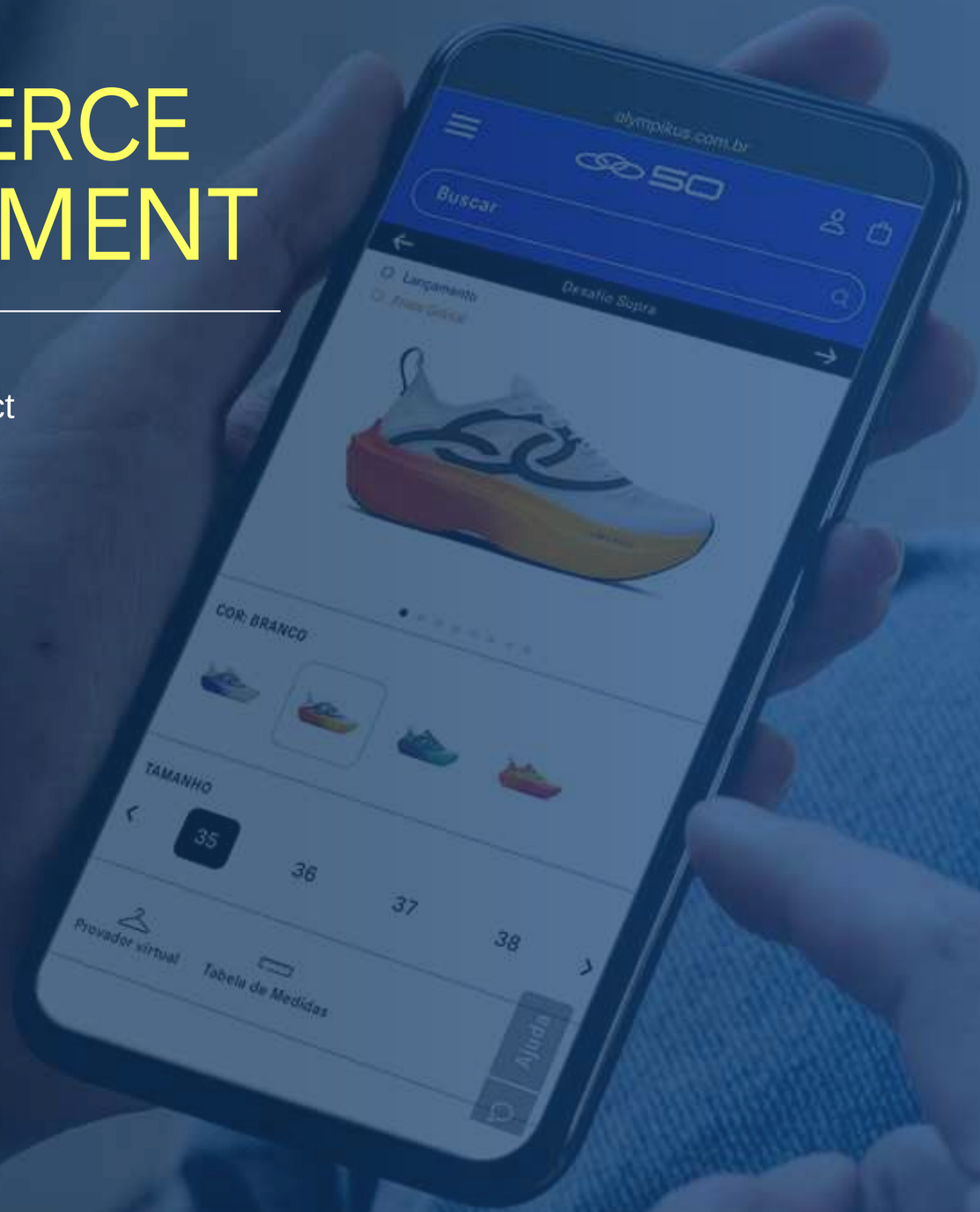
324,000
merchandising pieces produced annually.

96,000 SALESPEOPLE
trained across all brands.

NATIONAL COVERAGE
supported by a trade team of 92 promoters and merchandisers.

E-COMMERCE MANAGEMENT

Complementary strategy to wholesale, expanding product availability and enhancing the consumer experience.



50.5% CAGR
Average Annual Growth from 9M20 to 9M26.

Presence in Brazil's **13 LARGEST MARKETPLACES**

DEDICATED LOGISTICS OPERATION serving the Company's e-commerce, based in Extrema (MG).

DISTRIBUTION CENTER

Extrema/MG







+ 21,500m²

+75,000
pick locations

Daily output of
12,500 units
(70% Footwear x 30% apparel and accessories)



MARKETING

True engagement with people who live and breathe sports

STRATEGIC AND COMPLEMENTARY BRAND MANAGEMENT

Each brand operates with its own identity, target audience, and strategies shaped by active interaction, innovation, and meaningful connection with each consumer profile.

REAL CONNECTION

Partnerships with athletes, experts, and content creators strengthen credibility, boost engagement, and deepen our presence in environments where sport truly happens.

OPEN INNOVATION

Active interaction anticipating trends and co-creating products alongside our communities.

PROPRIETARY BRAND ACTIVATIONS AND EVENTS

Initiatives that embed our brands into the routines and calendars of those who live an active lifestyle.

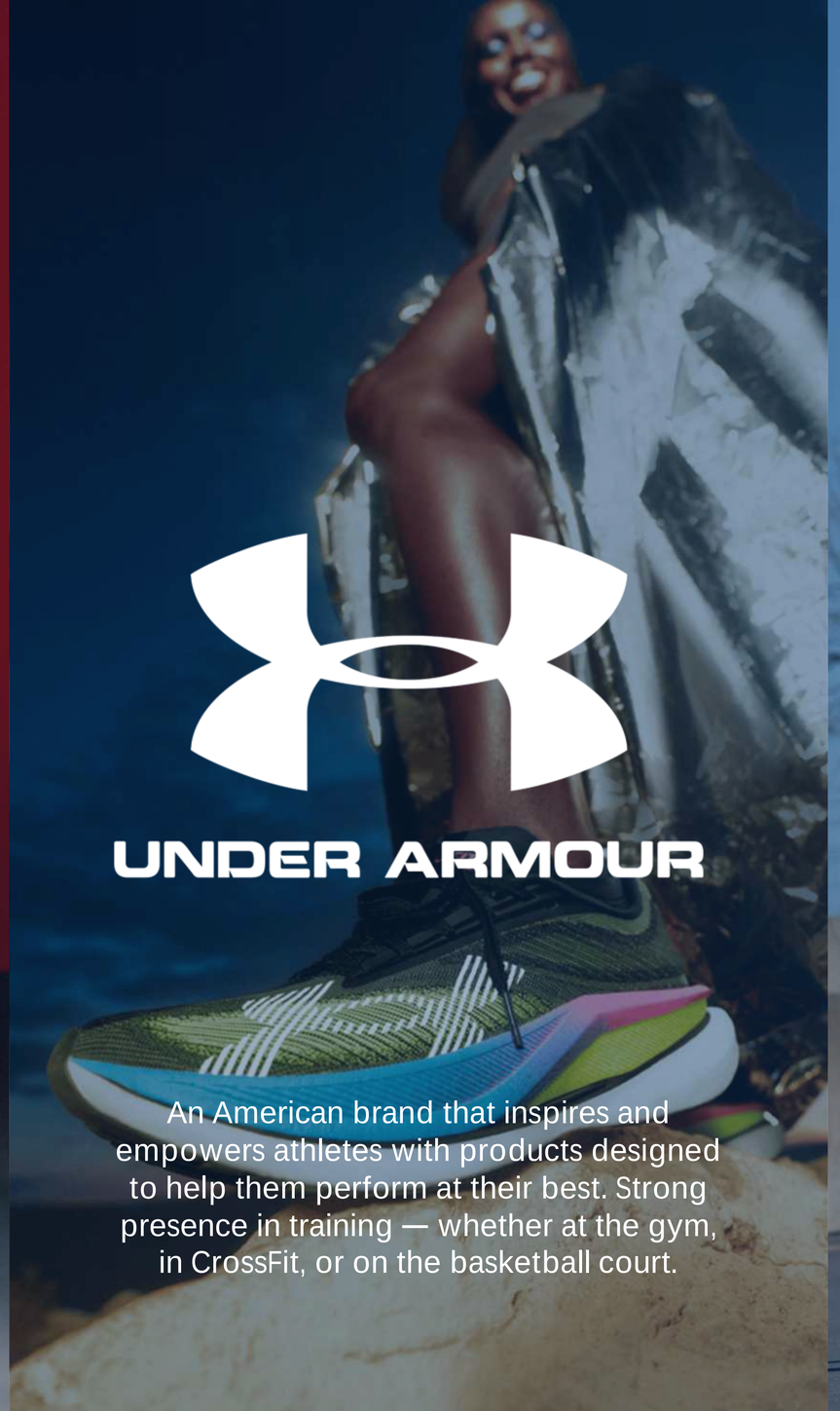
ROLE SHIFT

Brands have moved from being mere advertisers to becoming true partners and enablers of authentic stories.



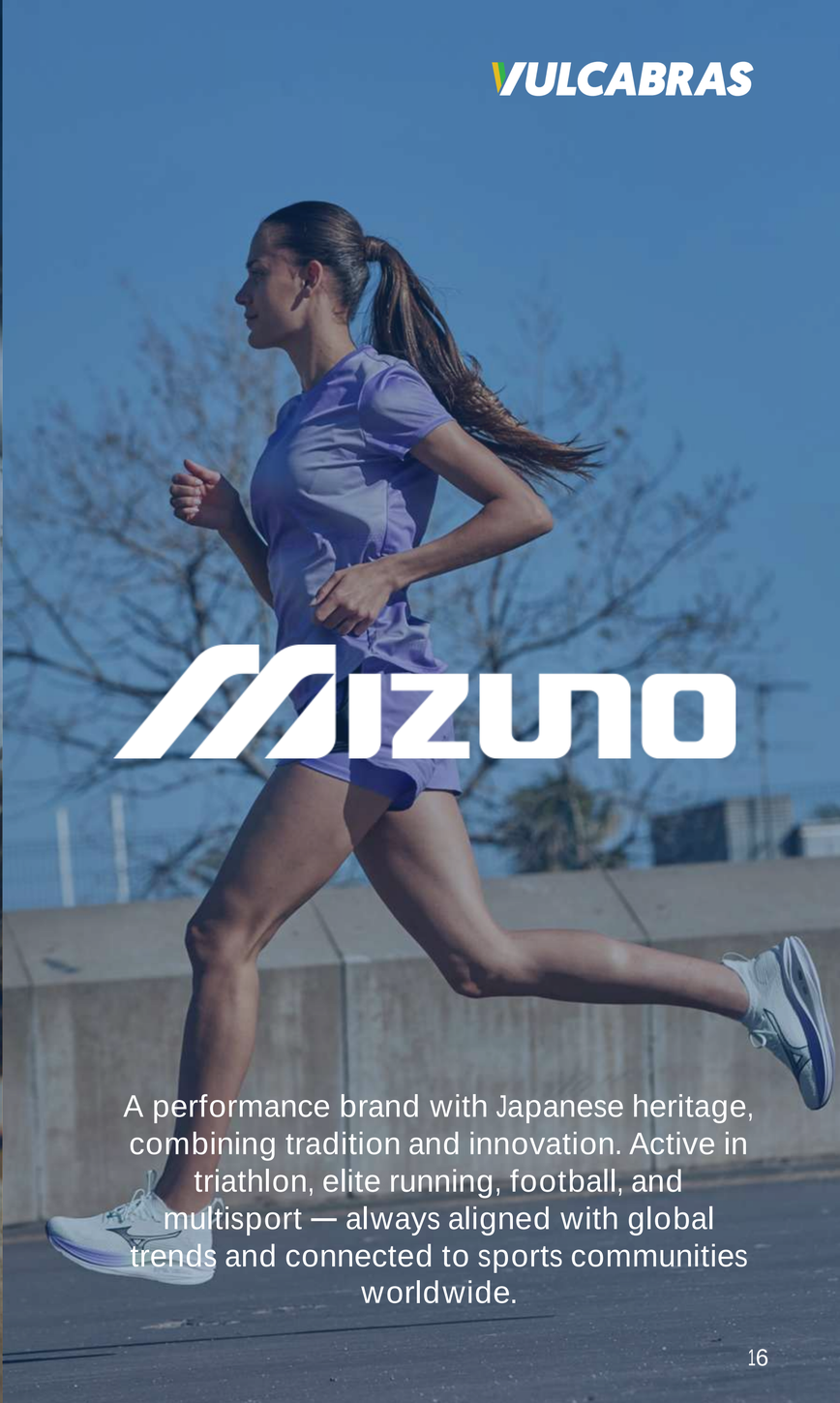
OLYMPIKUS

A Brazilian brand that democratizes technology and high-performance running, delivering excellent value for money and a genuine connection with the community.



UNDER ARMOUR

An American brand that inspires and empowers athletes with products designed to help them perform at their best. Strong presence in training — whether at the gym, in CrossFit, or on the basketball court.



Mizuno

A performance brand with Japanese heritage, combining tradition and innovation. Active in triathlon, elite running, football, and multisport — always aligned with global trends and connected to sports communities worldwide.

OLYMPIKUS CASE

A Brazilian brand competing head-to-head with global leaders in sporting goods.

DEMOCRATIZING SPORTS , now also REACHING THE ELITE LEVEL OF RUNNING

Brazil´s leading brand in sales volume and THE MOST USED BY BRAZILIAN RUNNERS ON STRAVA (2023, 2024, 2025*)

Gaining the confidence of the MARKET, ATHLETES, EXPERTS AND PUBLIC OPINION

RUNNING PERFORMANCE category represents 23.4% OF OVERALL BRAND REVENUE





Top 6 in the 42km event - 2026 São Paulo International Marathon

Source : https://www.mktesportivo.com/2024/12/olympikus-corre-segue-como-o-tenis-preferido-e-mais-usado-pelos-brasileiros-no-strava/
Source: Strava data – 1st half of 2025

STRATEGIC AND COMPLEMENTARY BRAND MANAGEMENT

Pricing strategy for all consumer profiles



OUR BRANDS

OLYMPIKUS

Democratizing access to technology and the sporting lifestyle

MIZUNO

High-performance solutions for every runner profile.

UNDER ARMOUR

A multicategory brand that supports and empowers athletes throughout their performance journey.

SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY

ENVIRONMENT

Our factories are powered by WIND ENERGY

100% OF EFFLUENTS ARE TREATED across all units, with 70% REUSED at the Horizonte facility (CE)

93% of direct production waste is RECYCLED, REUSED OR CO-PROCESSED

SOCIAL

136,062 CHILDREN AND ADOLESCENTS impacted by social programs supported by the company since 2021.

954 YOUNG APPRENTICES UNDERGOING TRAINING through the professional training program conducted in partnership with SENAI at the Company's facilities, as well as 1,099 YOUNG PEOPLE HIRED IN 2025 who participated in the program in the previous year.

+154,000 HOURS in-person and digital, dedicated to employee training and professional development in 2025.

SPORTS PARTICIPATION INCENTIVE PROGRAM with 35,974 CHECK-INS FOR PHYSICAL ACTIVITIES RECORDED IN 2025 by employees and their family members.

FINANCIAL HIGHLIGHTS

25th CONSECUTIVE QUARTER OF GROWTH (3Q26)

4.4 BI
GROSS REVENUE
3Q26 LTM

14.3%
RECURRING NET
MARGIN 3Q26

139.9 MI
RECURRING NET
INCOME 3Q26

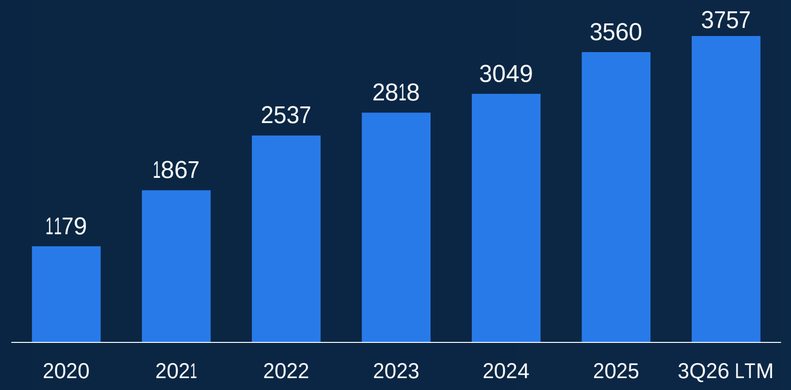
20.8%
RECURRING EBITDA
MARGIN 3Q26

203.2 MI
RECURRING
EBITDA 3Q26

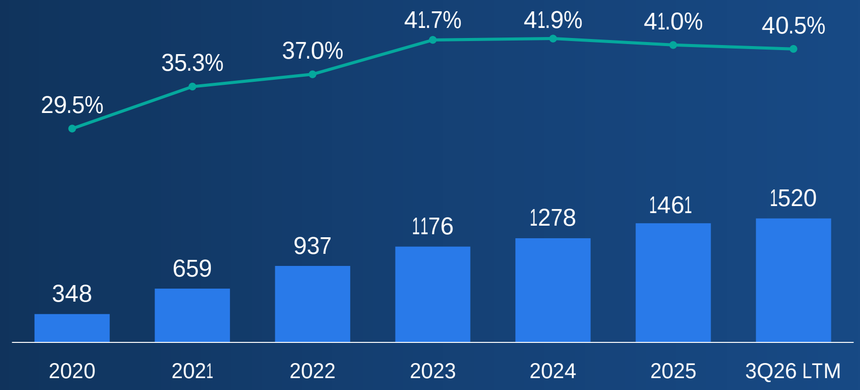
20.8%
ADJUSTED ANNUALIZED
ROIC 3Q26 LTM

OUR NUMBERS – 3Q26 LTM

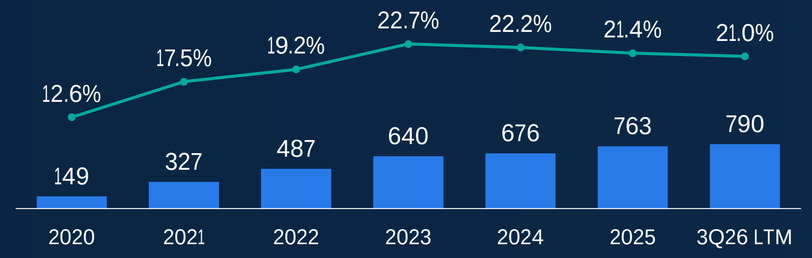
NET REVENUE
(R$ MM; %)



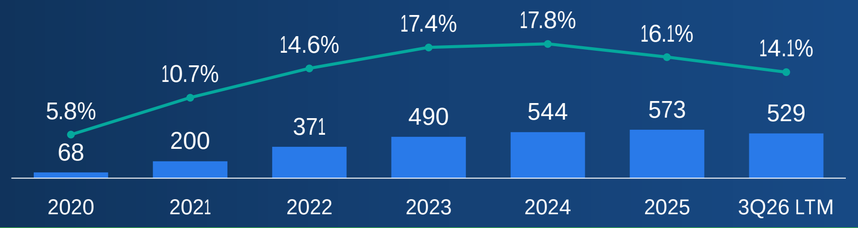
GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN
(R$ MM; %)



RECURRING EBITDA AND RECURRING EBITDA MARGIN
(R$ MM ; %)

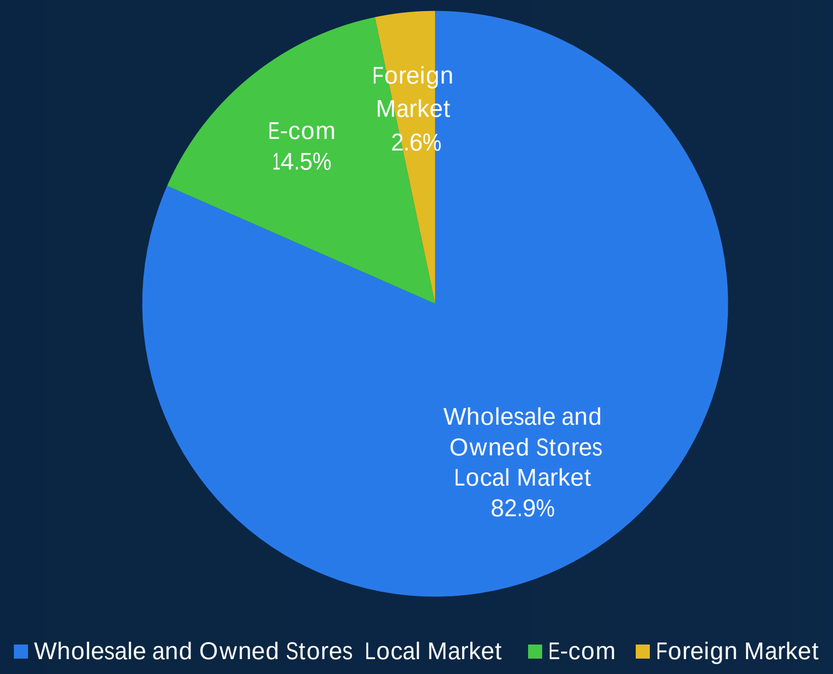


RECURRING NET PROFIT AND RECURRING NET PROFIT MARGIN
(R$ MM ; %)

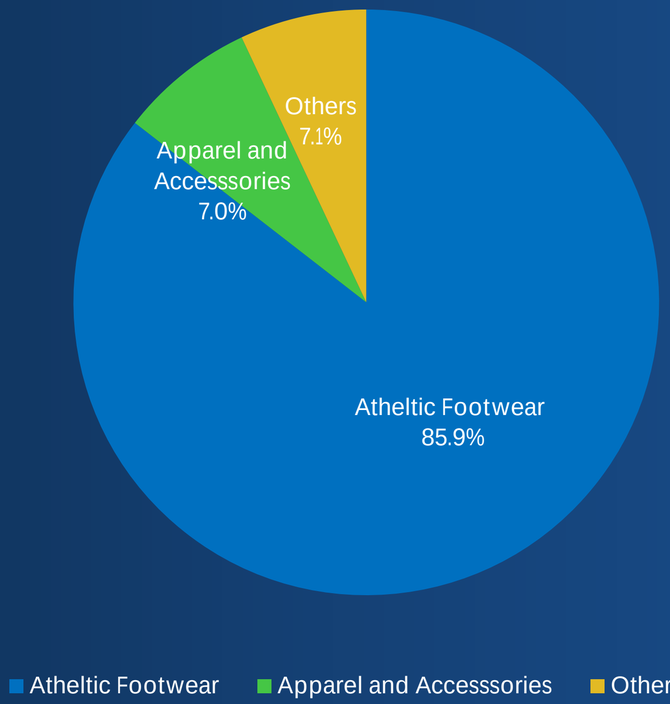


OUR NUMBERS

NET REVENUE BY CHANNEL – 3Q26 LTM



NET REVENUE BY CATEGORY – 3Q26 LTM



GROWTH AVENUES

VULCABRAS

ACQUISITIONS

NEW CATEGORIES

DTC

APPAREL AND ACCESSORIES

YOUNG AND EXPERIENCED MANAGEMENT



Pedro Bartelle
CEO

50 years old
+33 years of experience
+26 years at Vulcabras
+33 years in Sports Market



Wagner Dantas
CFO / IRO



Rafael Gouveia
Commercial and Channels



Evandro Kollet
R&D



Rodrigo Micelli
Supply, Industry and HR



Marcio Callage
Marketing

Age	46	46	58	55	47
Years of Experience	+27	+28	+42	+37	+29
Years at Vulcabras	+8	+11	+27	+18	+15
Years In Sports	+13	+16	+37	+31	+29
Professional Experience	VULCABRAS, GrandVision by FOTÓTICA, UNDER ARMOUR, VIVARA, Valeo, etna	VULCABRAS, PENALTY, JBS, Unilever, ARNO, BRASIL KIRIN	VULCABRAS, azaléia	VULCABRAS, Colombo, CALÇADOS BEIRA RIO S.A., azaléia	VULCABRAS, azaléia, DM9, prstrk

FINAL CONSIDERATIONS



A modern, innovative, and technology-driven company — flexible, agile, and fully prepared to embrace new business opportunities.

A young and experienced management team, ready to lead and integrate new businesses.

A profitable, unleveraged, cash-generating operation focused on value-driven capital allocation and consistent dividends.

Fully verticalized and increasingly connected to the end consumer.


VULCABRAS
NICE TO MEET YOU – WE ARE VULCABRAS.
AND WE LIVE FOR SPORT.


VULCABRAS
vulcabras.com
vulcabras.oficial
vulcabras
OLYMPIKUS
21K
11073
comgas
CIDADE DE SÃO PAULO
TURISMO
SãoPaulo
POWER