



Sportech global

Construindo um país melhor a partir do esporte

Um dos maiores mercados de calçados do mundo

Brasil é o 4º maior mercado do mundo com 775,0 milhões* 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*.

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

Mercado de calçados esportivos em expansão repleto de oportunidades

Expansão do consumo Lifestyle Esportivo

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

Expansão do mercado endereçável

Apenas 30% da população brasileira pratica atividades físicas hoje

Segmento de esportes em continua expansão

Percentual de habitantes que praticam atividades físicas cresceu 33% nos últimos 5 anos

Corrida no Brasil:

Muito além de um esporte.

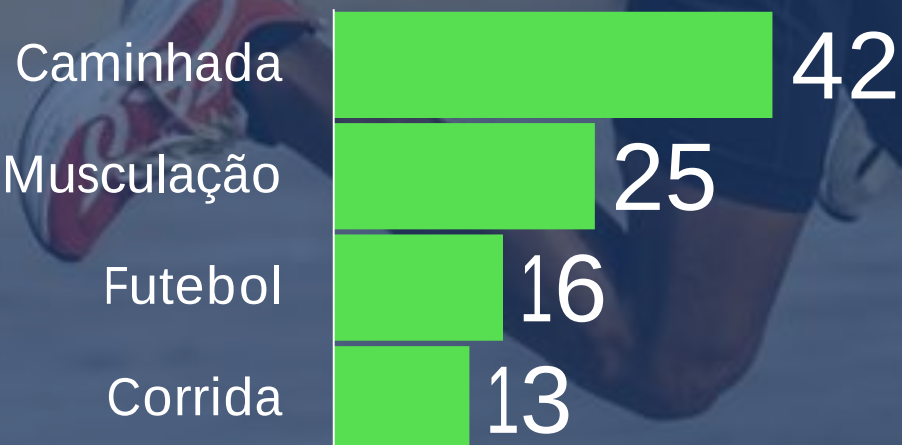
VULCABRAS

Quanto
brasileiros
correm?



13 milhões de pessoas no Brasil praticam corrida com alguma regularidade, isso representa cerca de 6% da população brasileira.

A Corrida é o
4º esporte
mais praticado
no Brasil



PRATICANTES (MILHÕES)

55,0 milhões de pessoas praticam corrida ou caminhada

Corrida é Lifestyle

77% veem a corrida como um estilo de vida, não apenas um esporte

50% concordam que “Fazer amigos e conhecer pessoas novas é a melhor parte da corrida”.

40% utilizam 1 ou mais acessórios (bonés, shorts com bolso, meias de poliamida, pochetes, etc)

97% usam tênis apropriado para corrida.

Perfil do
corredor



Gênero

42% 58%
mulheres homens

Idade

58% 42%
entre 18 e 45 anos acima de 45 anos

Classe social

64% 36%
classe A/B classe C

75%

começaram a praticar
corrida após 2021/2022

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



MODELO DE NEGÓCIO



PESQUISA E INOVAÇÃO



PESQUISA E INOVAÇÃO



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



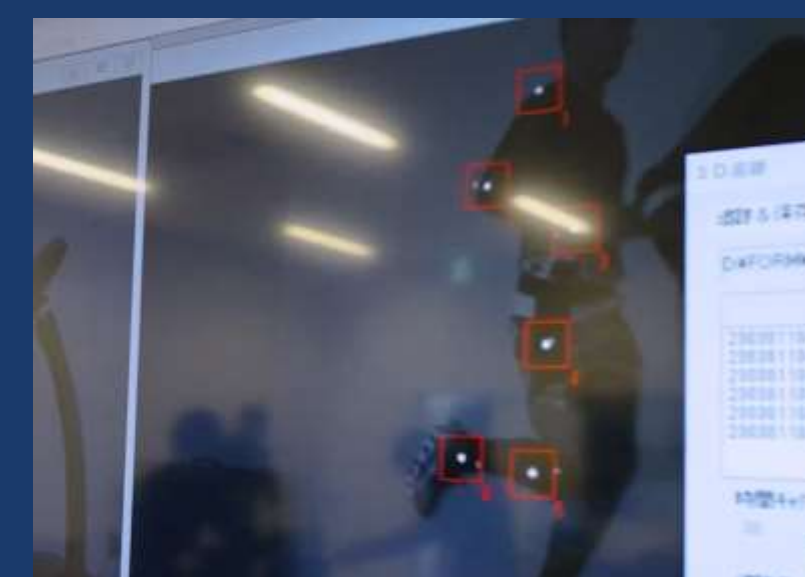
+ 700 profissionais
Designers, Pesquisadores e
projetistas dedicados ao P&D

+ 800 novos modelos
esportivos por ano



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

Plataforma de inovação
aberta
Parceria com universidades
Colaborações internacionais



Produtos Premiados
e certificados pelos
Principais avaliadores do
mercado e institutos.

Criamos, desenvolvemos e produzimos inovação e tecnologia de padrão internacional com as nossas marcas Mizuno, Olympikus e Under Armour.

OLYMPIKUS

Carbono + Grafeno



CORRE SUPRA, O PRIMEIRO SUPERTÊNIS DESENVOLVIDO E PRODUZIDO NO BRASIL, QUE CONTA COM INÉDITA PLACA DE PROPULSÃO DE CARBONO + GRAFENO, DEMOCRATIZAÇÃO DA TECNOLOGIA DE ALTA PERFORMANCE

UNDER ARMOUR

Charged



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

CHARGED

MIZUNO

Responsive Foam



A TECNOLOGIA WAVE DA MIZUNO É A SOLUÇÃO UNIVERSAL QUE GARANTE UM PASSEIO ESTÁVEL E MAIOR AMORTECIMENTO DINÂMICO OFERECENDO MELHOR COMBINAÇÃO DE AMORTECIMENTO E ESTABILIDADE.

RESPONSE FOAM

INDÚSTRIA 4.0 COM TECNOLOGIA DE PONTA



INDÚSTRIA 4.0 COM TECNOLOGIA DE PONTA

A garantia de agilidade no abastecimento dos pontos de venda.
Menor *time-to-market* comparado aos competidores internacionais.



Parque fabril com tecnologia de ponta capaz de produzir qualquer tecnologia existente no mundo

+ 25,6 milhões de pares no ano de 2024



Lead Time entre confirmação de pedido e produção de apenas 5 semanas



+ 726 mi CAPEX investidos para modernização das fábricas e P&D nos últimos 5 anos



VERTICALIZAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

	Calçados nacionais das marcas Vulcabras	Calçados marcas Internacionais	Benefício 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 a mais de 10 mil clientes com monitoramento constante de sell-out para garantir assertividade e velocidade de reposição



52 escritórios
de representação

331 vendedores
de todas as marcas

10.000
Clientes ativos

Inteligência de mercado
Mapeamento de perfil de loja,
níveis de estoques, sortimento
oferecido, análise SWOT e
desenho potencial de cada
conta





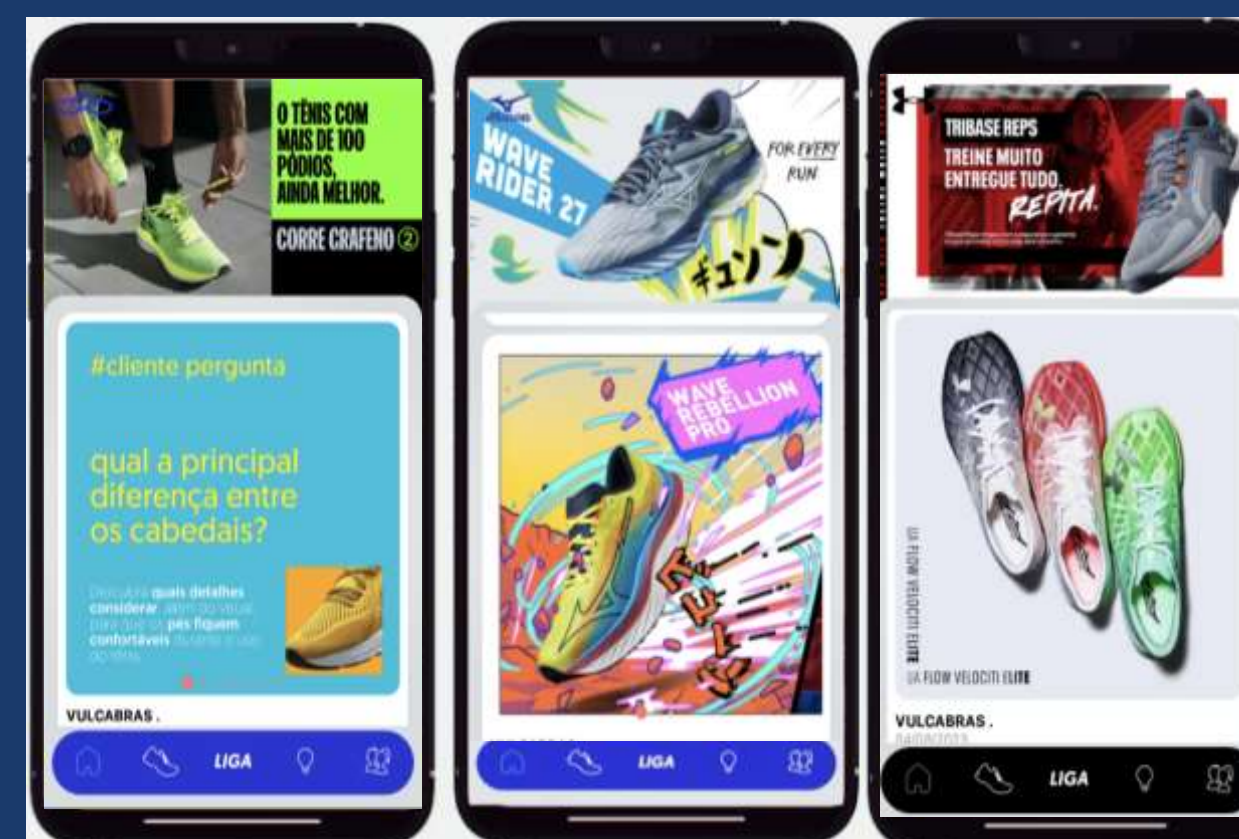
Presença ativa no ponto de venda

Maior equipe de merchandising do mercado esportivo

19 mil Pontos de Venda suportados pela estrutura de trade

273 mil peças de merchandising produzidas anualmente

VULCABRAS



85 mil vendedores treinados em todas as marcas

Cobertura nacional com equipe de trade com mais de 100 promotores e vendedores



Gestão de E-commerce

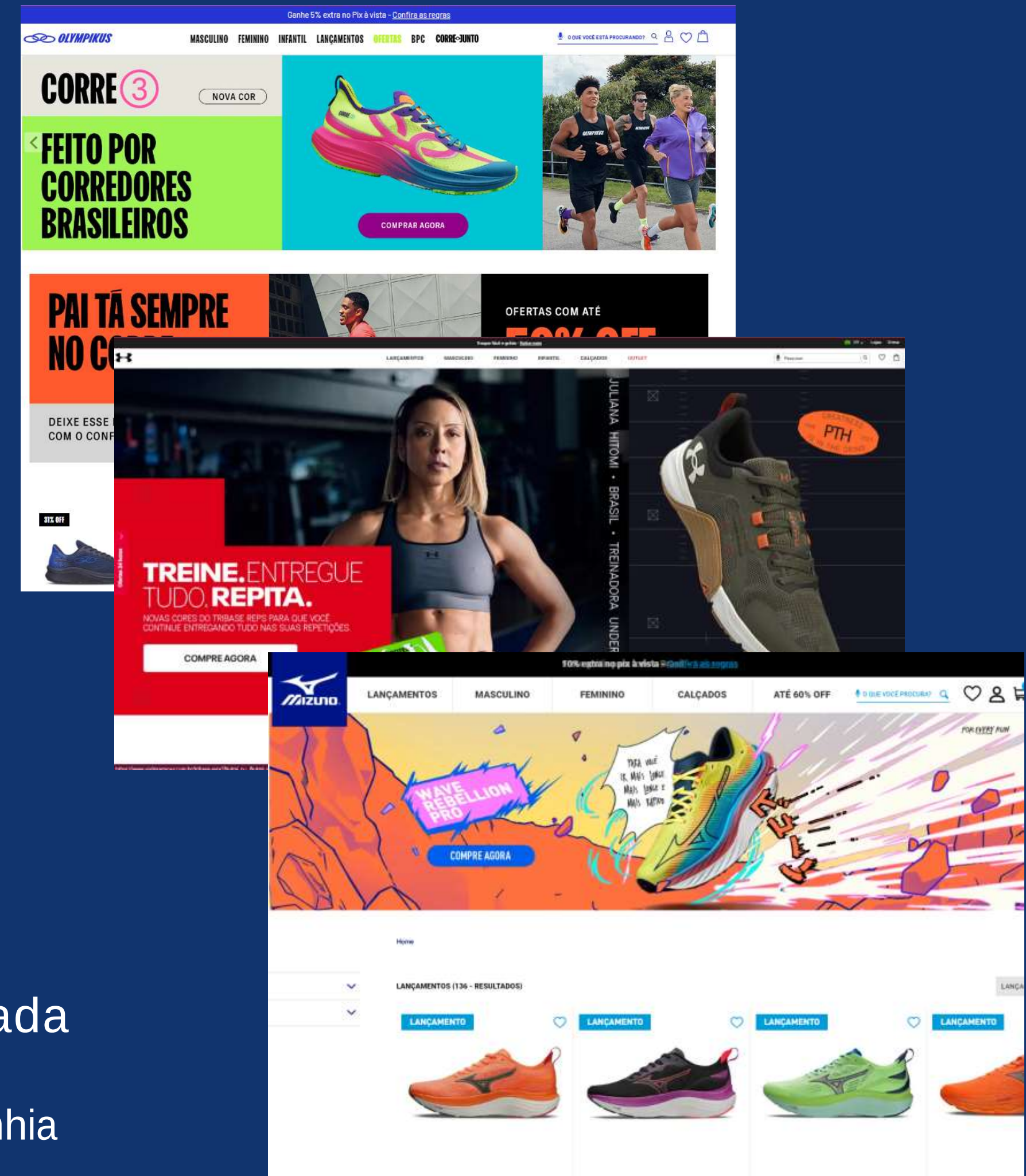
E-commerce com operação logística e equipe dedicada para expandir a presença digital das marcas

+53,8% de crescimento na receita líquida (1T25x 1T24)

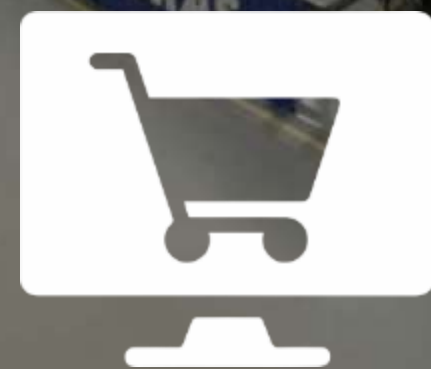
Presença nos 20 maiores marketplaces do Brasil

Operação logística dedicada exclusivamente para atender aos e-commerces da Companhia (Local: Extrema MG)

VULCABRAS



CD Extrema



SPORTECH

VULCABRAS

+ 11.500m²
(Ecom ocupando 50%)

+65.000 Endereços
de armazenagens



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

Produção Potencial de
15 mil pares e peças/dia



2024

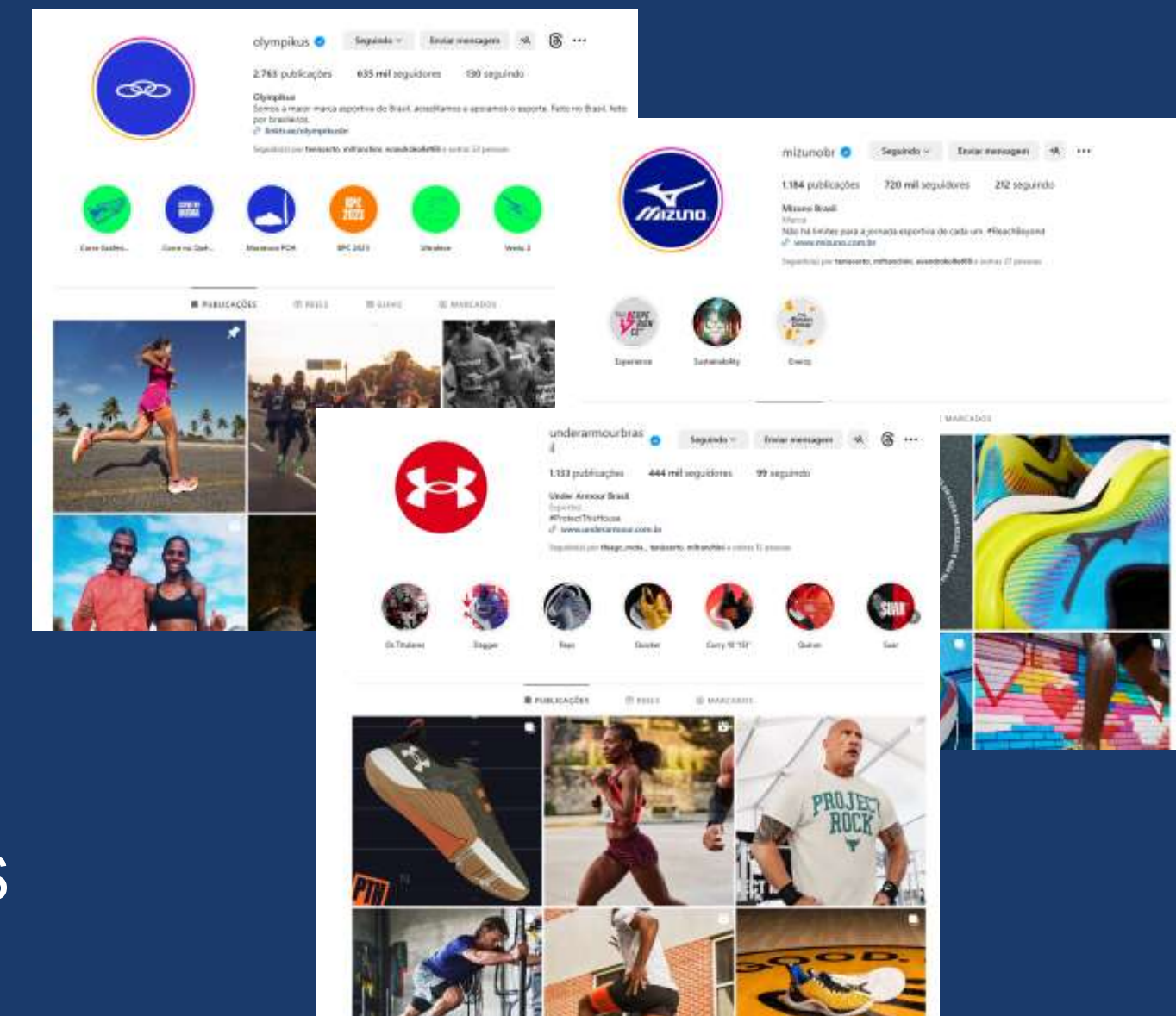
Marketing dedicado por marca



20 campanhas/ano
Always on na cabeça
do consumidor

28,6 milhões de
seguidores
em nossas redes sociais

Patrocínio de grandes
eventos, atletas
brasileiros e apoio à
profissionais do esporte





Democratizando o esporte também na elite da corrida

Marca brasileira, líder de vendas em volume

Conquistando o mercado, atletas, especialistas e a opinião pública

Linha de Running performance responde por 20% do volume de vendas da marca

VULCABRAS



12 Pódios Maratona de São Paulo 2024



Sucesso nas aquisições

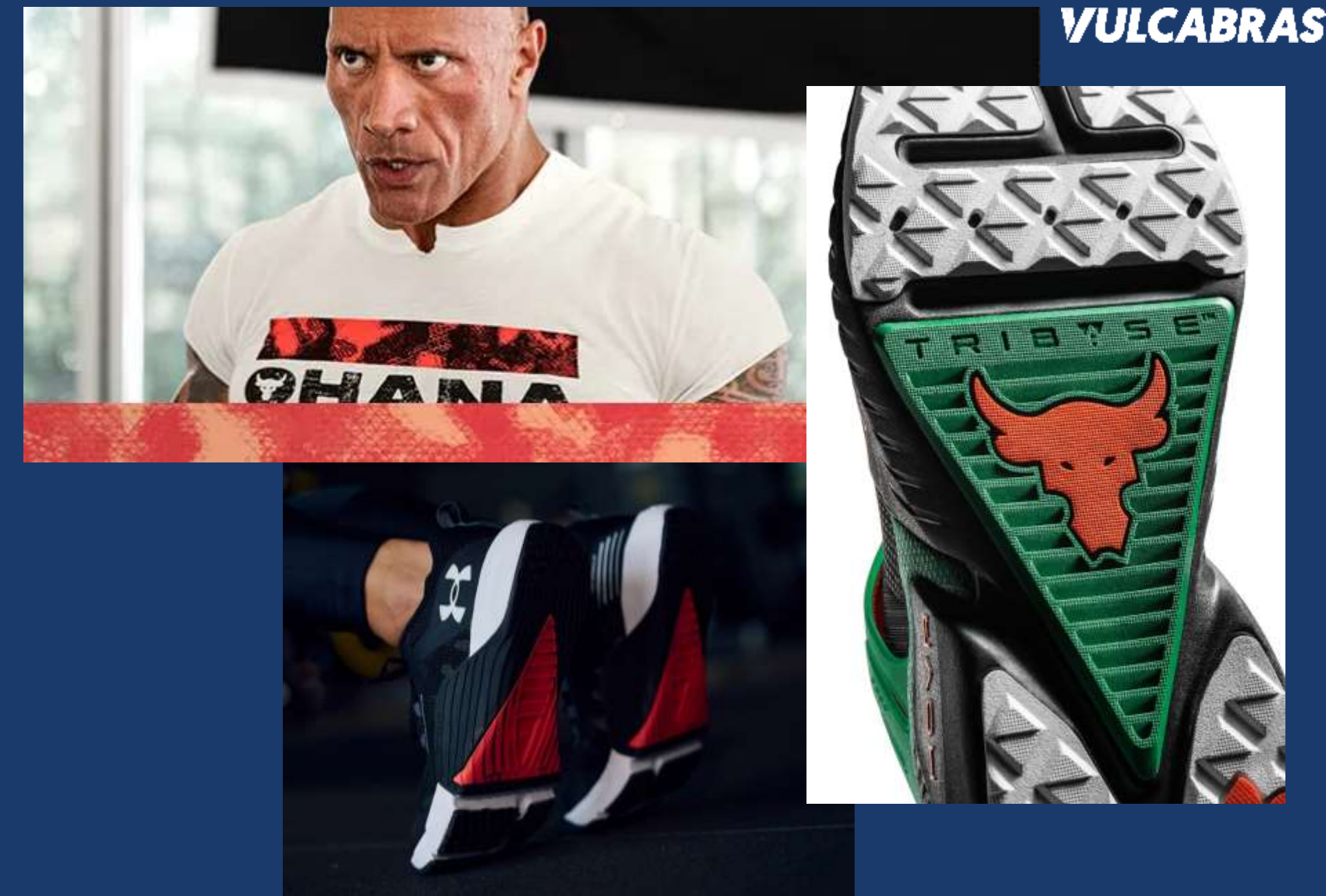
Crescimento exponencial das marcas dentro do ecossistema Vulcabras

UNDER ARMOUR

3X Receita desde a aquisição

Transformação de um DTC com prejuízo para um DTC rentável e direcionado a crescimento

Calçados Nacionais competitivos e conectados com o consumidor brasileiro



MIZUNO

2X Receita em apenas 3 anos de operação

Renovação do portfólio de produtos, reconectando com o corredor



Estratégia de preço para todos os perfis de consumidor



Nossas marcas



SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

MEIO AMBIENTE

100% EFLUENTES TRATADOS EM TODAS AS UNIDADES, E 66% DOS EFLUENTES TRATADOS E REUTILIZADOS NA UNIDADE DE HORIZONTE (CE)

100% DOS RESÍDUOS DIRETOS DO PROCESSO PRODUTIVO SÃO REUTILIZADOS, RECICLADOS OU COPROCESSADOS

NOSSAS FÁBRICAS SÃO ABASTECIDAS POR ENERGIA EÓLICA

100% FEITO POR BRASILEIROS

SOCIAL

100.000 CRIANÇAS E ADOLESCENTES IMPACTADOS PELOS PROGRAMAS SOCIAIS APOIADOS PELA EMPRESA DESDE 2021

FORMAÇÃO DE 920 JOVENS POR ANO NO PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO DO SENAI NAS UNIDADES

+440.061h DE TREINAMENTO ANUAL PARA CAPACITAÇÃO DE MÃO DE OBRA E FORMAÇÃO DE LIDERANÇA EM 2023

PROGRAMA DE INCENTIVO À PRÁTICA ESPORTIVA EM PARCERIA COM O GYMPASS COM MAS DE 170.829 TREINOS REALIZADOS POR MÊS PELOS NOSSS COLABORADORES EM 2023

GOVERNANÇA

NOVO MERCADO

Estratégia de negócio focada no esportivo levou a Vulcabras para um novo patamar

AQUISIÇÕES

Under Armour e Mizuno

MUDANÇAS NO PORTFOLIO

Licenciamento da Azaleia



+R\$ **3,7** bi

Receita Bruta 1T25 LTM

+147%

vs. 2018

+32,7 mi

Pares e Peças
Vendidos 1T25 LTM

+31%

vs. 2018

41,9%

Margem Bruta 1T25 LTM

+6,0 p.p

vs. 2018

3,7 Bi

Receita Bruta 1T25 LTM

19º tri

Crescimento consecutivo

40,2%

Margem Bruta 1T25

29,2%

ROIC 1T25 LTM

20,0%

Margem Ebitda
Recorrente 1T25

10,1 mi

Dívida Líquida 1T25

15,1%

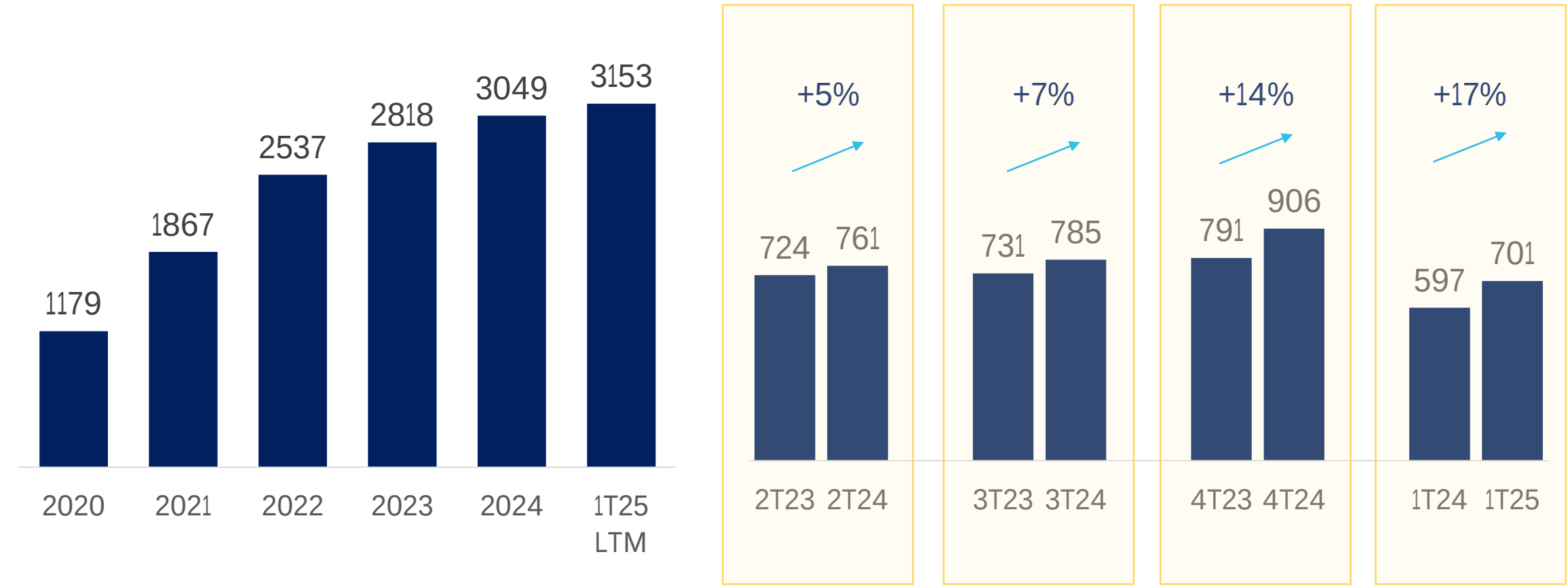
Margem Líquida
Recorrente 1T25

DESTAQUES FINANCEIROS

NOSSOS NÚMEROS

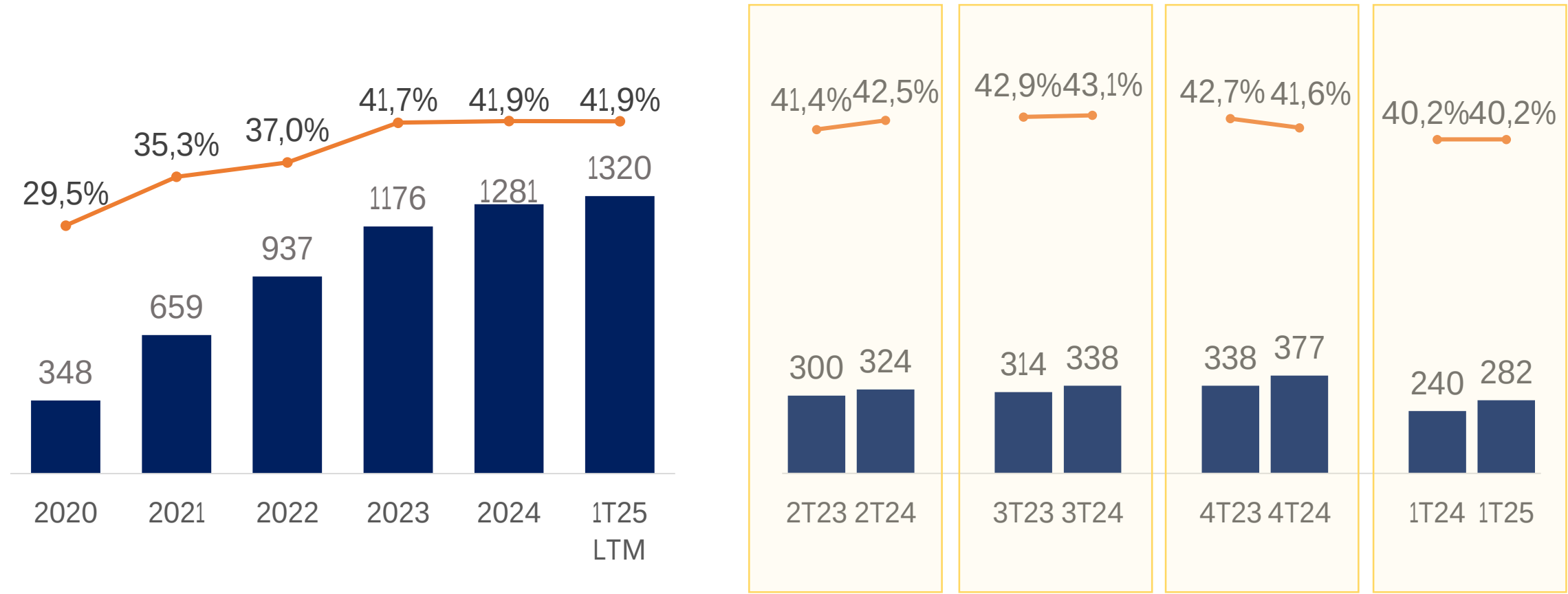
Receita Líquida

(R\$ mm; %)



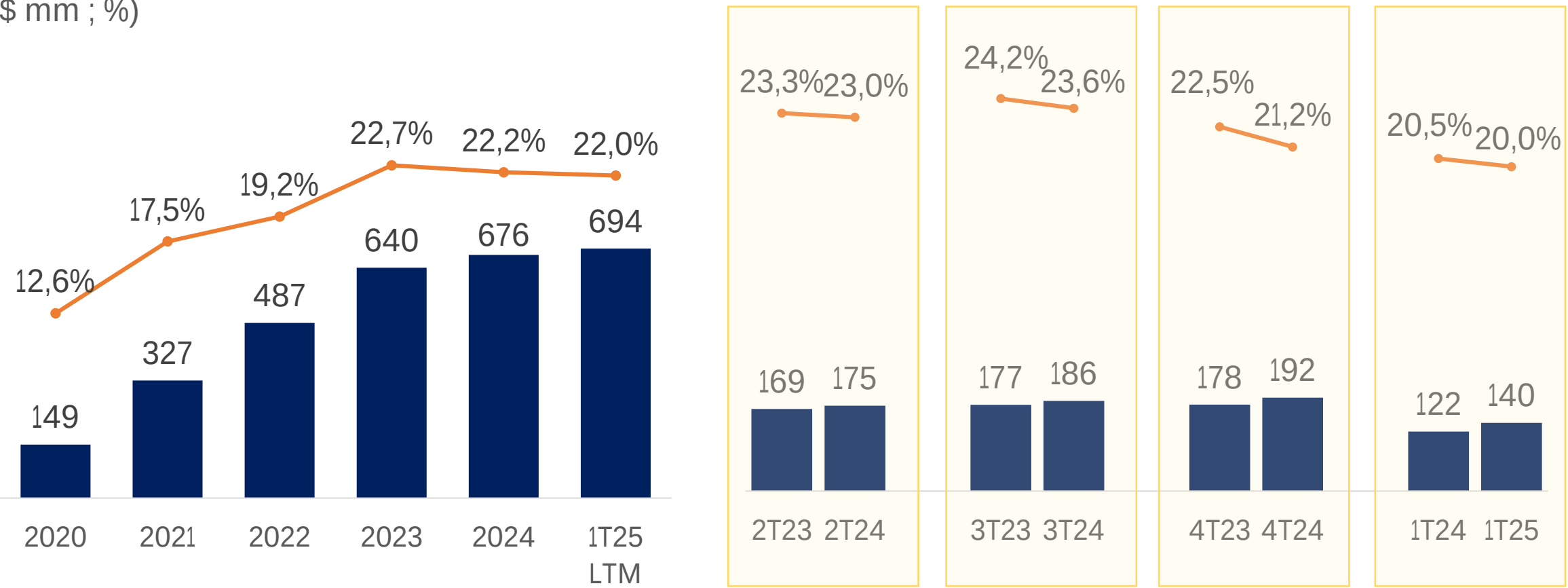
Lucro Bruto e Margem Bruta

(R\$ mm; %)



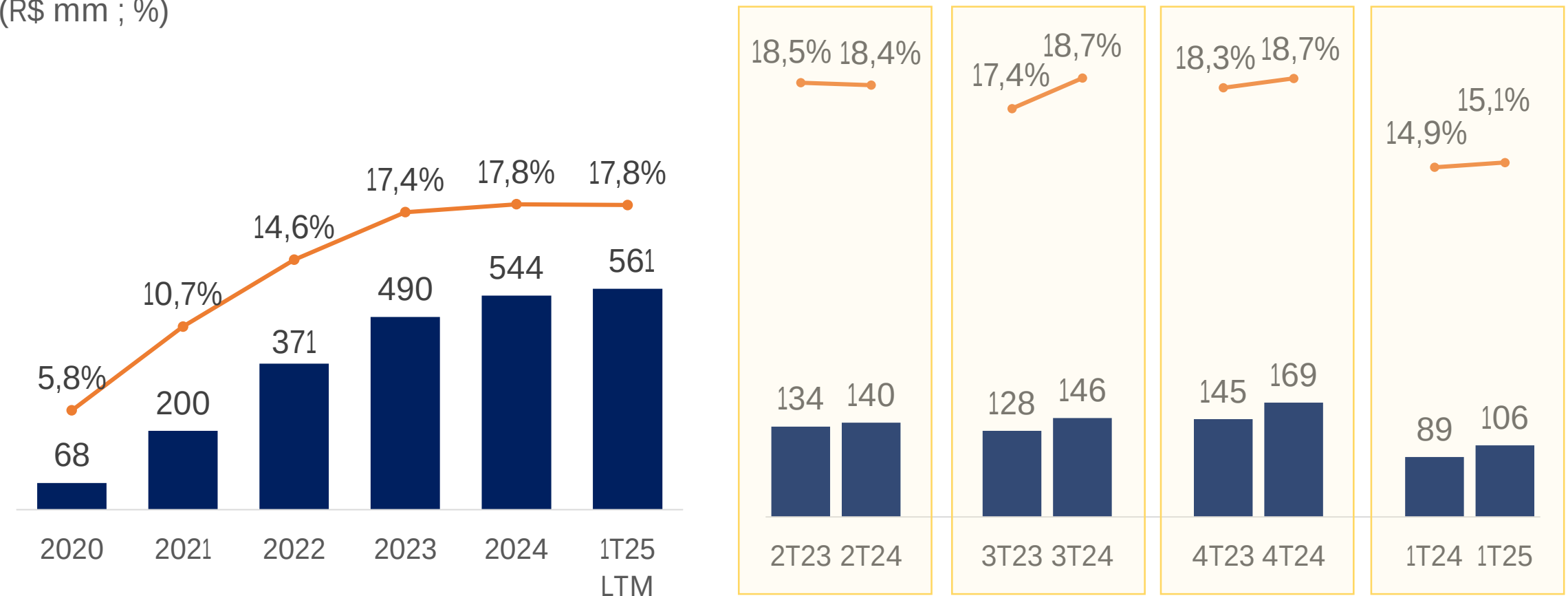
EBITDA e Margem EBITDA recorrente

(R\$ mm ; %)

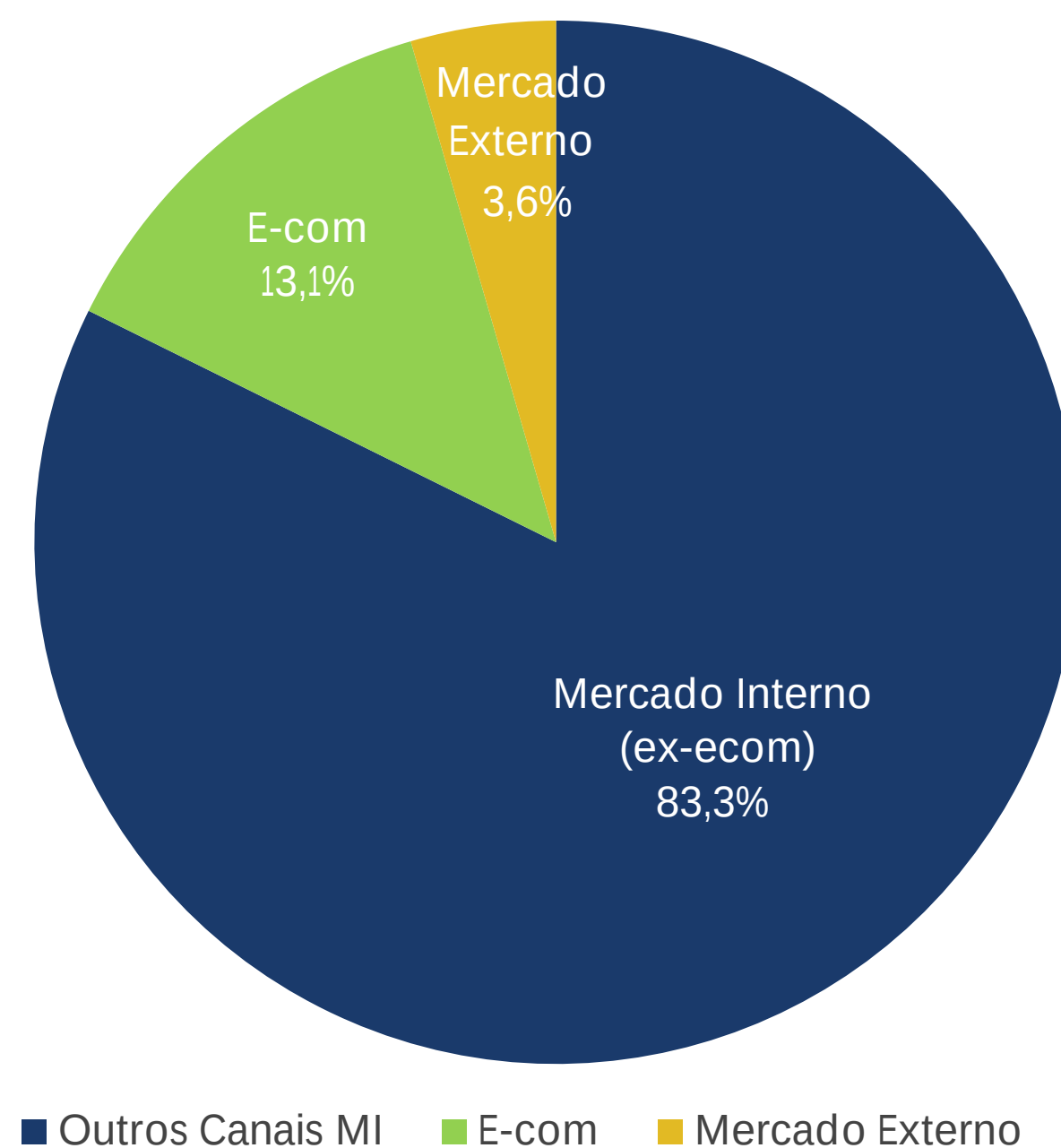


Lucro Líquido e Margem Líquida recorrente

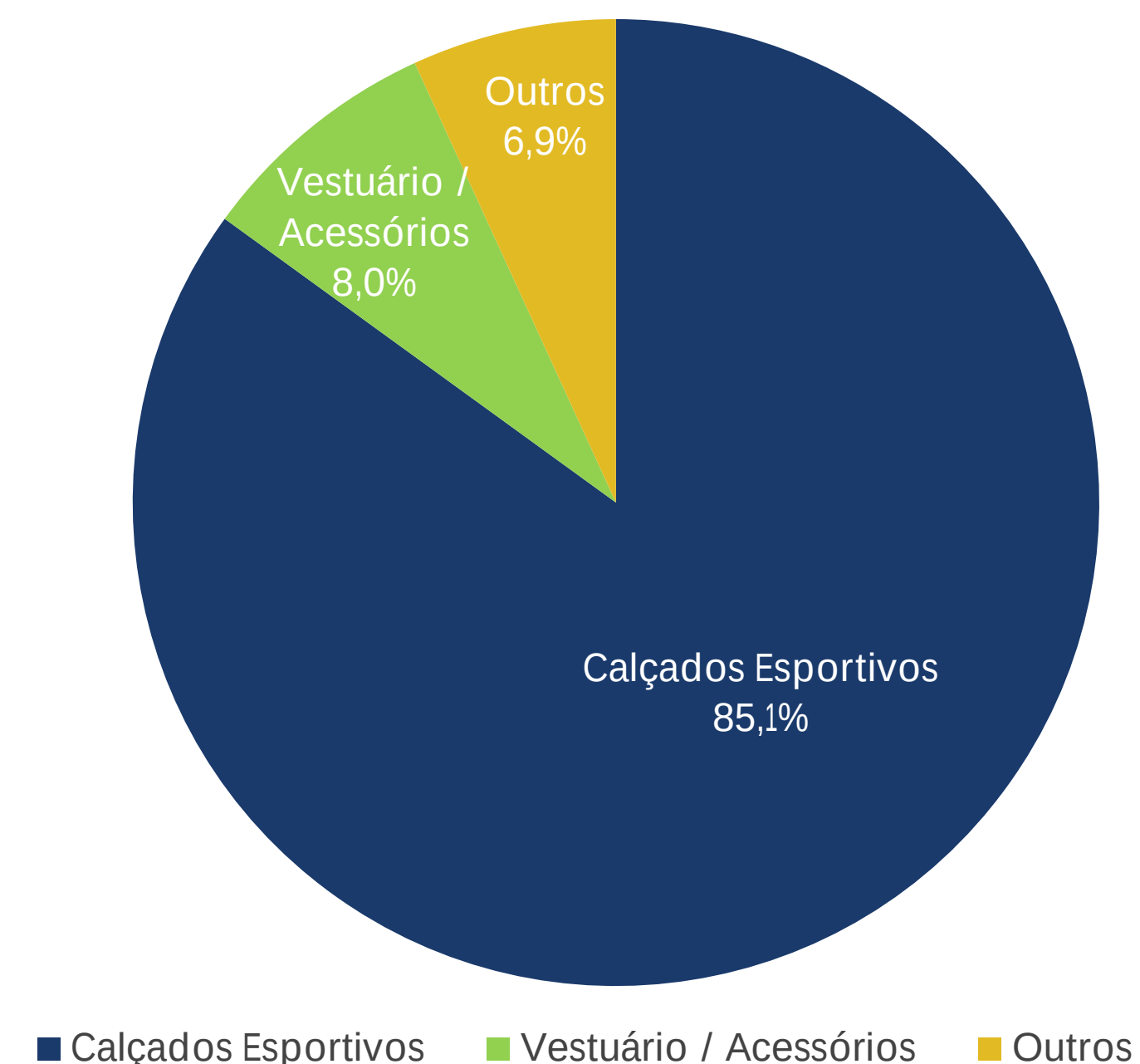
(R\$ mm ; %)



RECEITA LÍQUIDA POR CANAL – 1T25 LTM



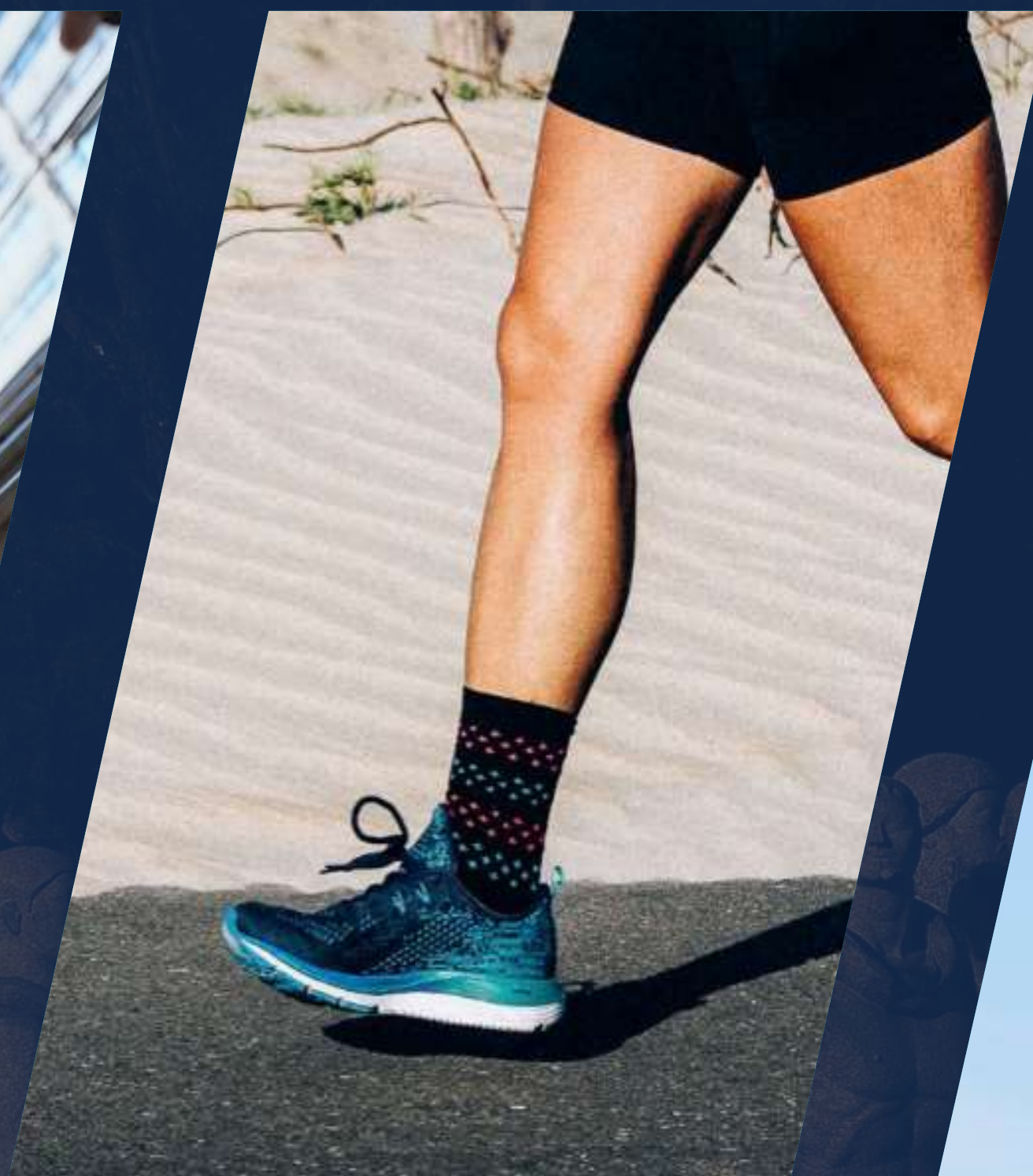
RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 1T25 LTM



NOSSAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO



Novas
Categorias



DTC



Vestuários e
Acessórios



Aquisições

ADMINISTRAÇÃO JOVEM E EXPERIENTE



Pedro Bartelle
CEO

48 anos
+31 anos de experiência
+24 anos de Vulcabras
+31 anos de Mercado Esportivo



Wagner Dantas
CFO / RI



Rafael Gouveia
Comercial e Canais



Evandro Kollet
P&D



Rodrigo Micelli
Supply e RH



Marcio Callage
Marketing

Idade	44	45	56	54	46
Anos de Experiência	+25	+26	+40	+35	+27
Anos na Vulcabras	+6	+9	+25	+16	+13
Anos no Esportivo	+11	+14	+35	+29	+27

Experiências Profissionais



CONSIDERAÇÕES FINAIS

VULCABRAS



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

A photograph of three people, two women and one man, standing in a factory or industrial setting. They are all smiling and looking towards the camera. The man is in the center, wearing a black t-shirt. The two women are on either side of him, wearing light-colored short-sleeved shirts with 'VULCABRAS' printed on the chest. They are also wearing lanyards with ID badges. The background is blurred, showing other workers and industrial equipment.

Muito prazer, nós somos a Vulcabras.
E vivemos para o esporte.





Global Sportech

Build a better country through
sport

One of the biggest footwear markets in the world

Brazil is the 4th largest market in the world with 775.0 million* pairs consumed per year

Market with strong growth potential

Brazil occupies the 43rd position in terms of pairs per inhabitant with 3.8 pairs*. Considering only Athletic footwear, the consumption is 0.4 pairs per inhabitant

Athletic footwear market expanding and full of opportunities

Expansion of Sports Lifestyle consumption

Consumption of sports lifestyle products grows after the pandemic and continues to expand

Addressable market expansion

Only 30% of the Brazilian population practices physical activities today

Sports segment in continuous expansion

Percentage of inhabitants who practice physical activities grew 33% in the last 5 years

Running in Brazil :

Much more than just a sport.

VULCABRAS

How many
Brazilians
run



13 million people in Brazil run with some regularity — that represents about 6% of the Brazilian population.

Running is the
4th most
practiced sport
in Brazil.



(PARTICIPANTS (MILLIONS))

Running is a Lifestyle

- 77% see running as a lifestyle, not just a sport
- 50% agree that “Making friends and meeting new people is the best part of running.”
- 40% use one or more accessories (caps, pocketed shorts, polyamide socks, waist packs).
- 97% wear proper running shoes.

55.0 million people practice running or walking.

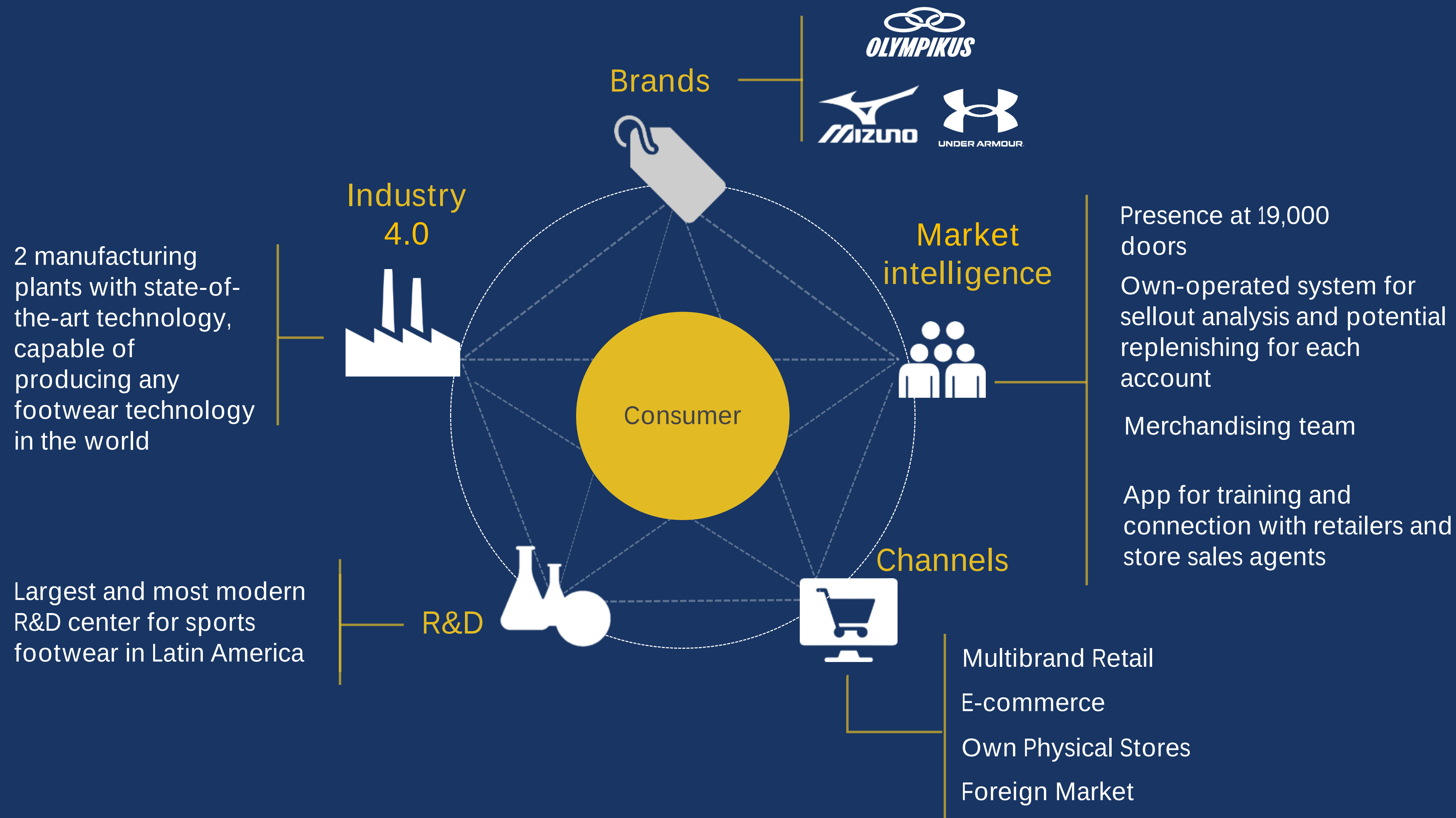
Runner Profile



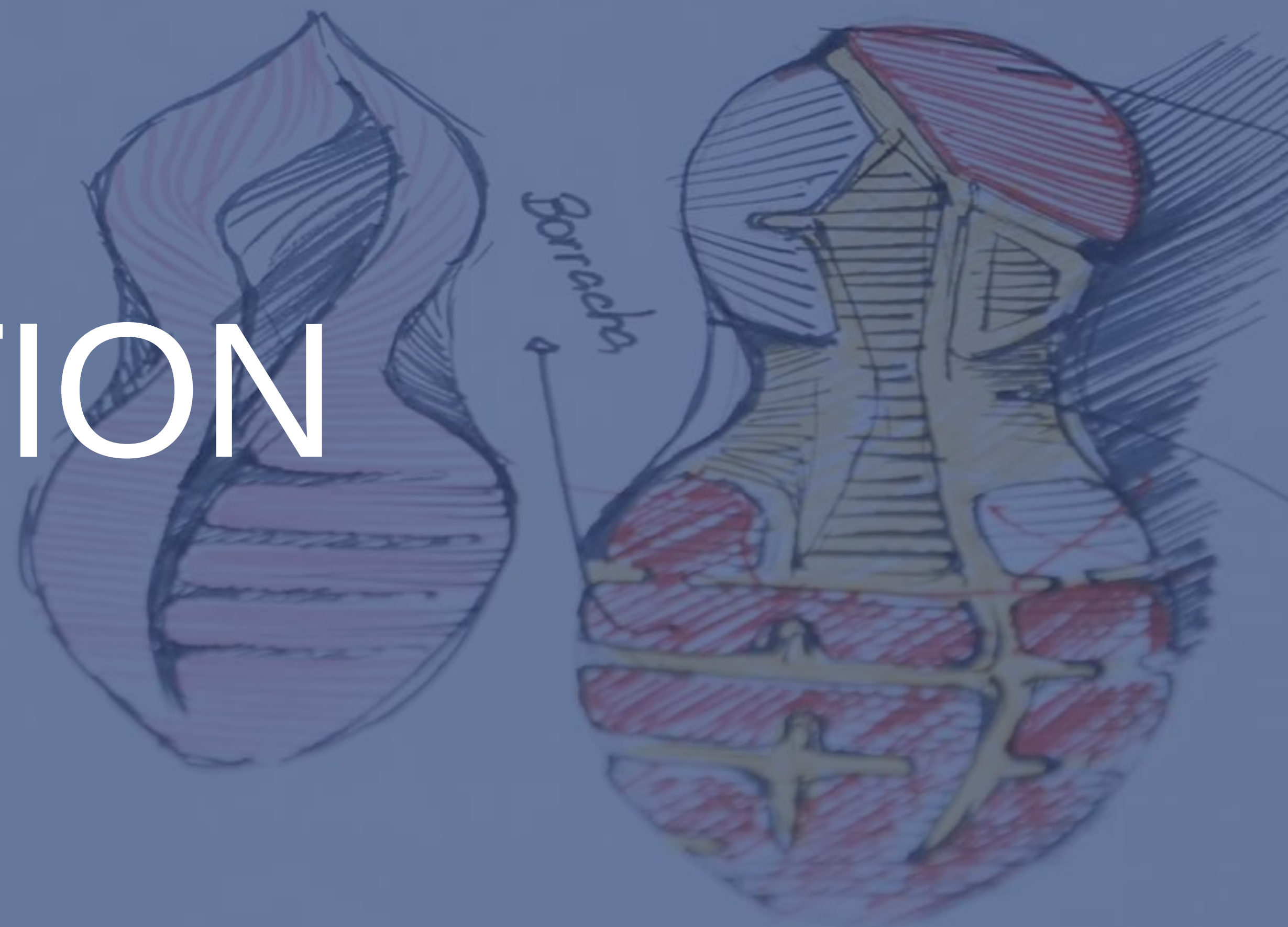
Gender		Age		Social class		75% started running after 2021/2022
42%	58%	58%	42%	64%	36%	
women	men	Between 18 and 45 years old	Over 45 years old	Class A/B	Class C	

BUSINESS MODEL

VULCABRAS



RESEARCH AND INNOVATION



RESEARCH AND INNOVATION



The largest footwear Research & Development center in Latin America



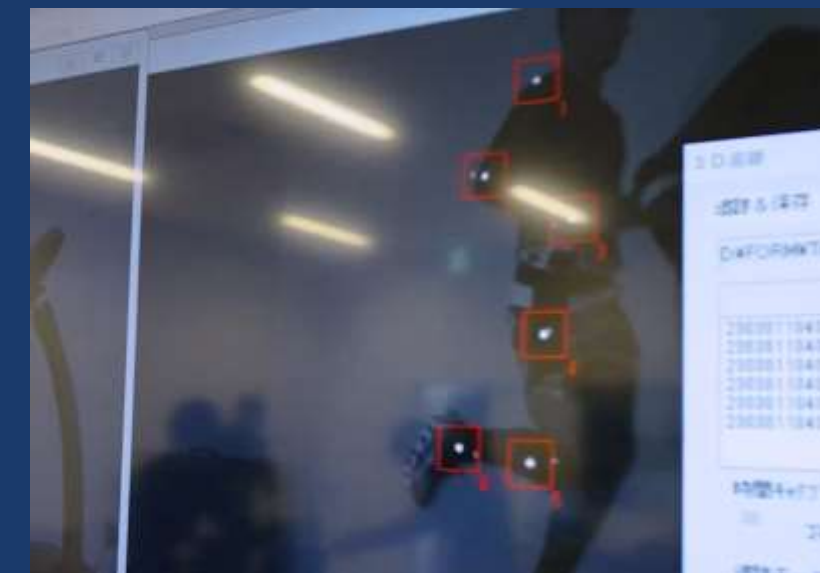
+700 professionals
Designers, Researchers and
Engineers dedicated to R&D

+ 800 new sports
models per year



+20,000 m2
Laboratory, Design Center,
Complete mini factory, Virtual
reality, Materials research

Open innovation platform
Partnership with universities
International collaborations



Award-winning and
certified products by the
main market appraisers and
institutes

Create, develop and produce world-class innovation and technology with our Mizuno, Olympikus and Under Armour brands.

OLYMPIKUS

Carbon + Grafenus



CORRE SUPRA, THE FIRST SUPERSHOES DEVELOPED AND PRODUCED IN BRAZIL, WHICH FEATURES AN UNPRECEDENTED CARBON + GRAPHENE PROPULSION PLATE. DEMOCRATIZATION OF HIGH PERFORMANCE TECHNOLOGY

UNDER ARMOUR

Charged



NEW CUSHIONING TECHNOLOGY DEVELOPED IN BRAZIL AND TAKEN TO THE WORLD WITH UNDER ARMOUR. MORE CUSHIONING AND ENERGY RETURN FOR ATHLETES

CHARGED

MIZUNO

Response Foam



MIZUNO'S WAVE TECHNOLOGY IS THE UNIVERSAL SOLUTION THAT GUARANTEES A STABLE RIDE AND HIGHER DYNAMIC DAMPING OFFERING THE BEST COMBINATION OF CUSHIONING AND STABILITY.

RESPONSE FOAM

INDUSTRY 4.0 WITH CUTTING EDGE TECHNOLOGY



INDUSTRY 4.0 WITH CUTTING EDGE TECHNOLOGY

The guarantee of agility in supplying points of sale.
Smaller time-to-market compared to international competitors.



Modern industrial park
capable of producing any
existing footwear
technology in the world

+ 25.6 million
pairs in 2024



Lead Time
between order confirmation
and production
of only 5 weeks

VULCABRAS



+ 726 mi CAPEX
invested in industrial
modernization and R&D over
the past 5 years



VERTICALIZATION AS A COMPETITIVE DIFFERENTIAL

	National Footwear from Vulcabras brands	International brands' Footwear	Benefit for the market
From development to market delivery	4 months	12 months	Quick identification of the latest market trends and minimum term to launch the product at the point of sale
Service deadline	5 weeks	6 months	Placing the order close to the sale increases the assertiveness of the purchase and enhances the sale
Delivery grid	Flexible (6 pairs or more)	Without flexibility (12 pairs or more)	Flexibility for retailers to adjust orders and reduce excess inventory of different sizes.
Excess of inventory Lead to liquidations	Low	High	Higher margins for retail
Increase in business	Immediate replenishment	No replenishment in less than 6 months	Oriented replenishment based on product rotation

Broad Commercial structure

Direct service to more than 10 thousand customers with constant sell-out monitoring to ensure assertiveness and speed of replacement



52 representation offices

331 sellers of all brands

10,000 Active clients

Market intelligence
Mapping the store profile, inventory levels, right assortment, SWOT analysis and potential design of each account



Active presence at the point of sale

Largest merchandising team in the sports market



VULCABRAS

19 thousand points of sale supported by the trade structure

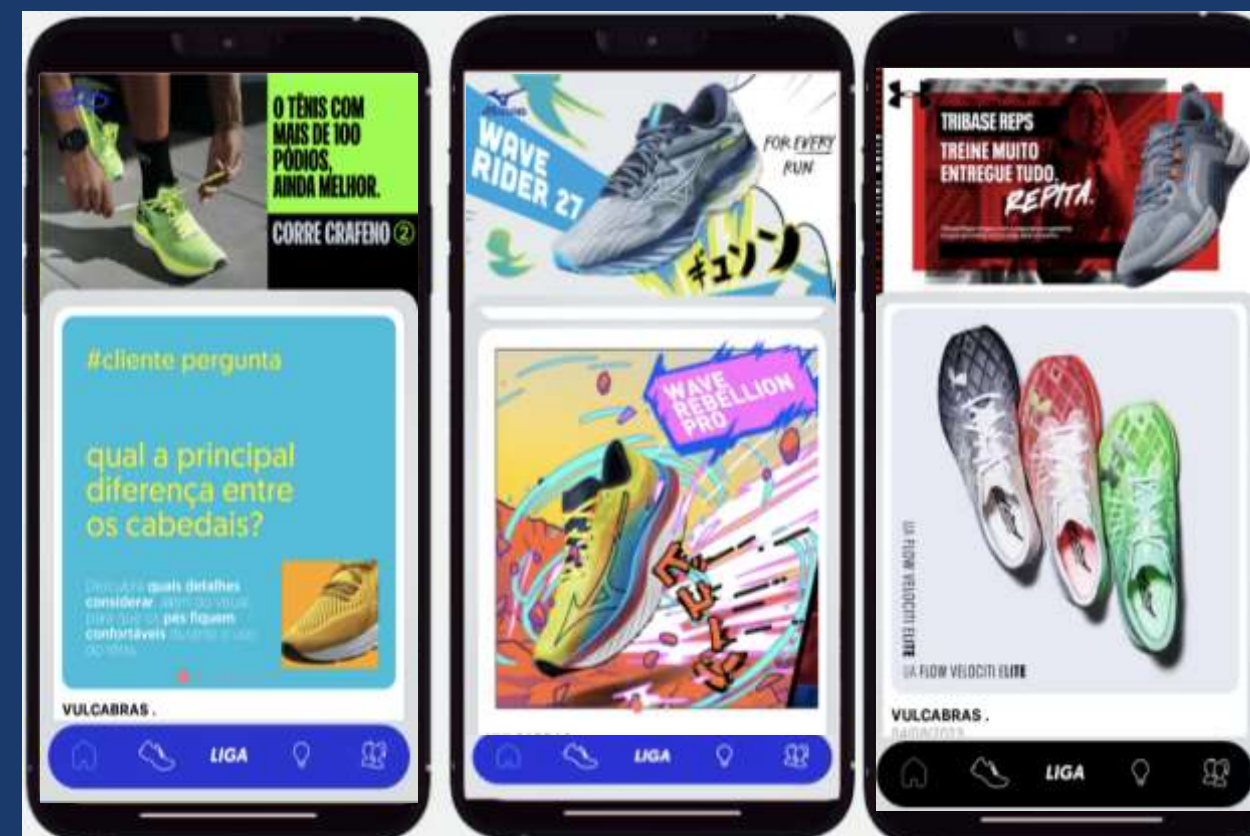


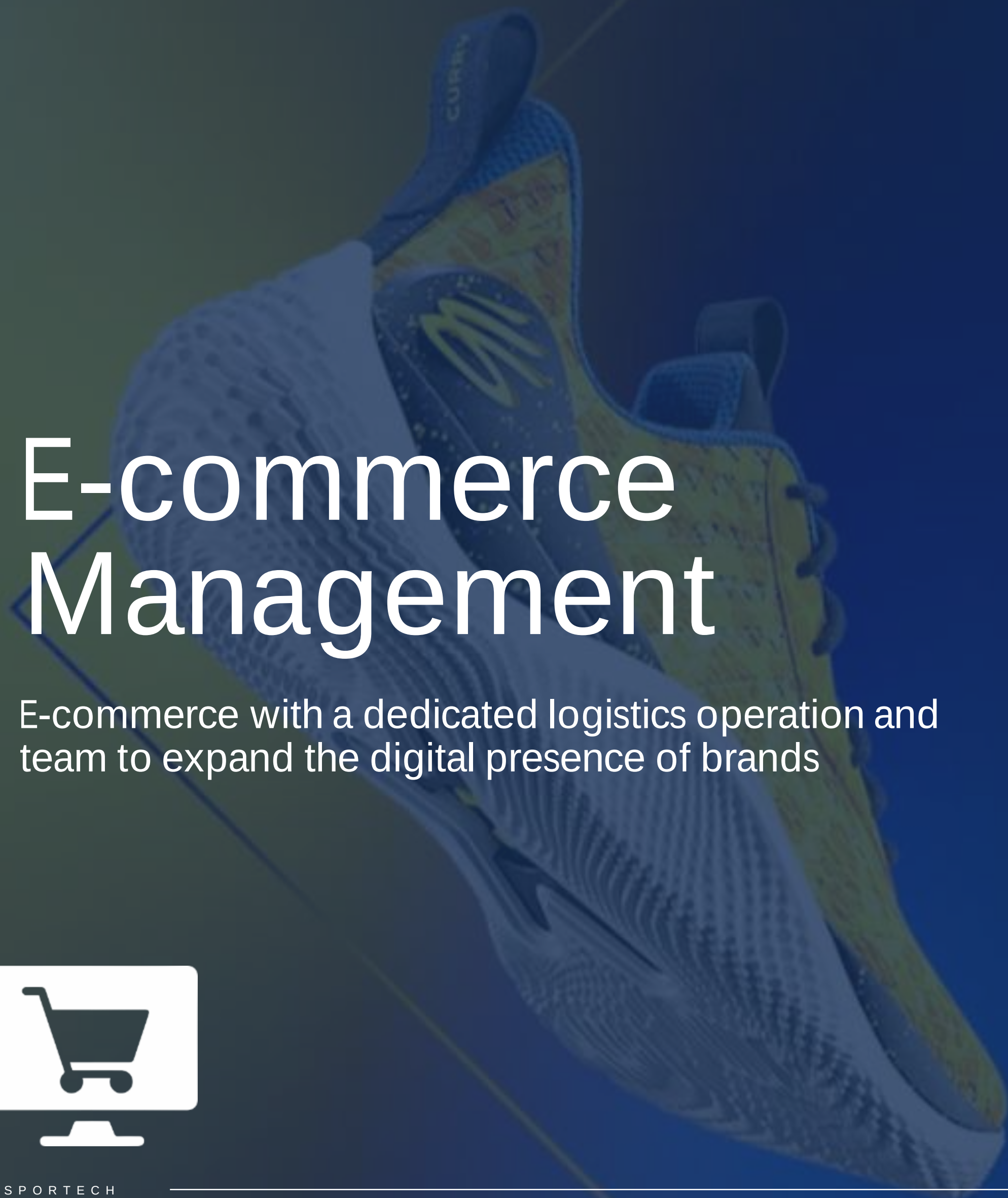
273 thousand merchandising pieces produced annually



85 thousand salespeople trained on all brands

National coverage with a trade team of more than 100 promoters and sellers





E-commerce Management

E-commerce with a dedicated logistics operation and team to expand the digital presence of brands

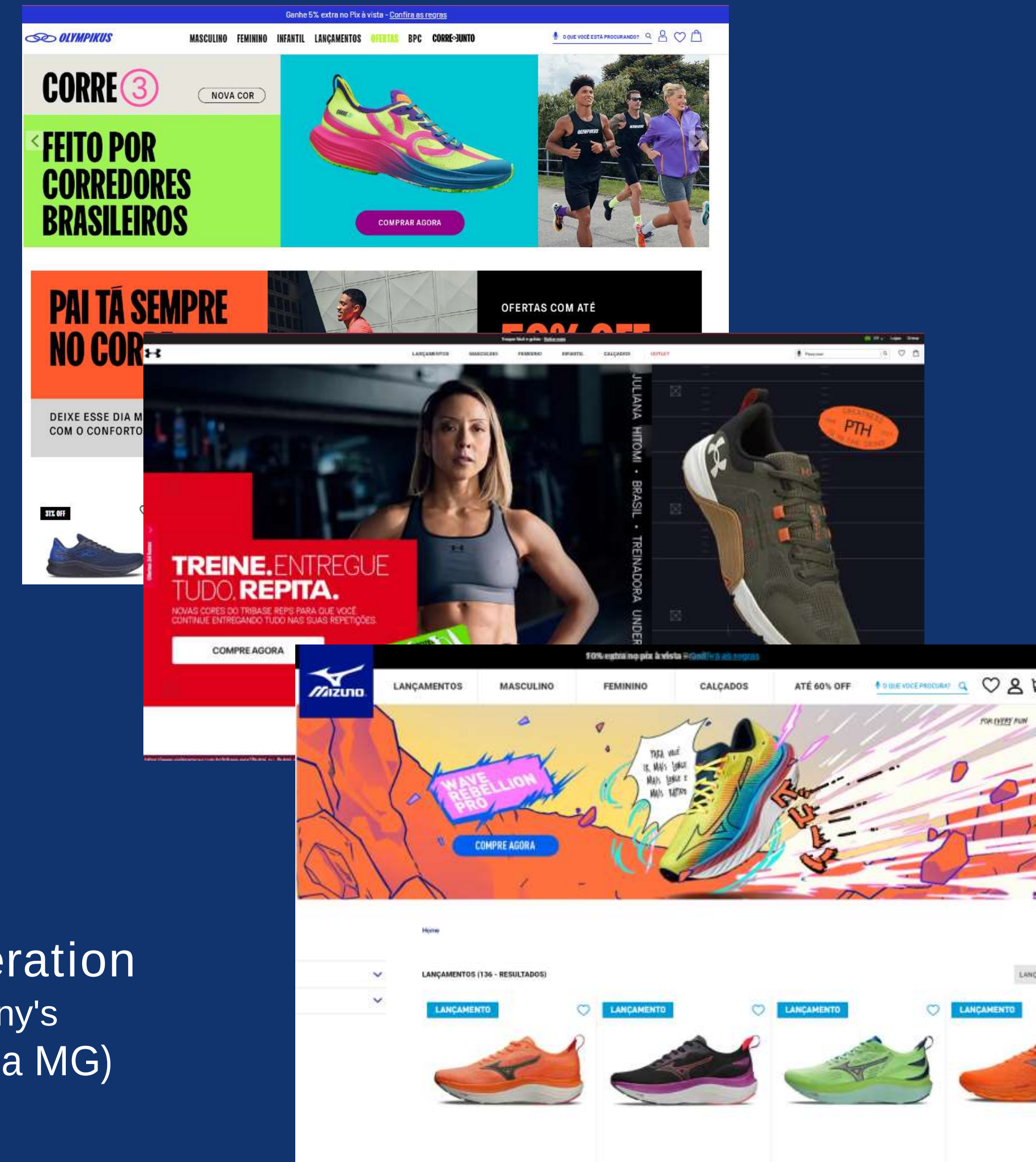


+53.8% growth in net revenue (1Q25 x 1Q24)

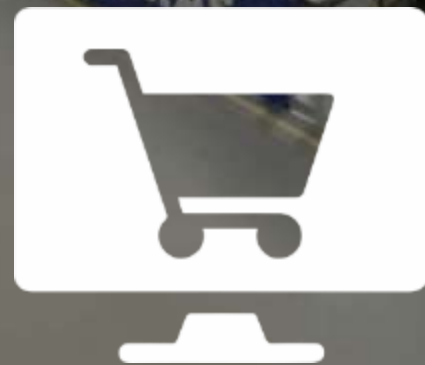
Presence in the 20 largest marketplaces of Brazil

Dedicated logistics operation exclusively to serve the Company's e-commerce (Location: Extrema MG)

VULCABRAS



Extrema DC



SPORTECH

VULCABRAS

+ 11,500m²
(Ecom occupying 50%)

+65,000 Storage
addresses



Current production of
12 thousand pairs and pieces/day
(70% Footwear x 30% Apparel and accessories)

Potential Production of
15 thousand pairs and
pieces / day



2024

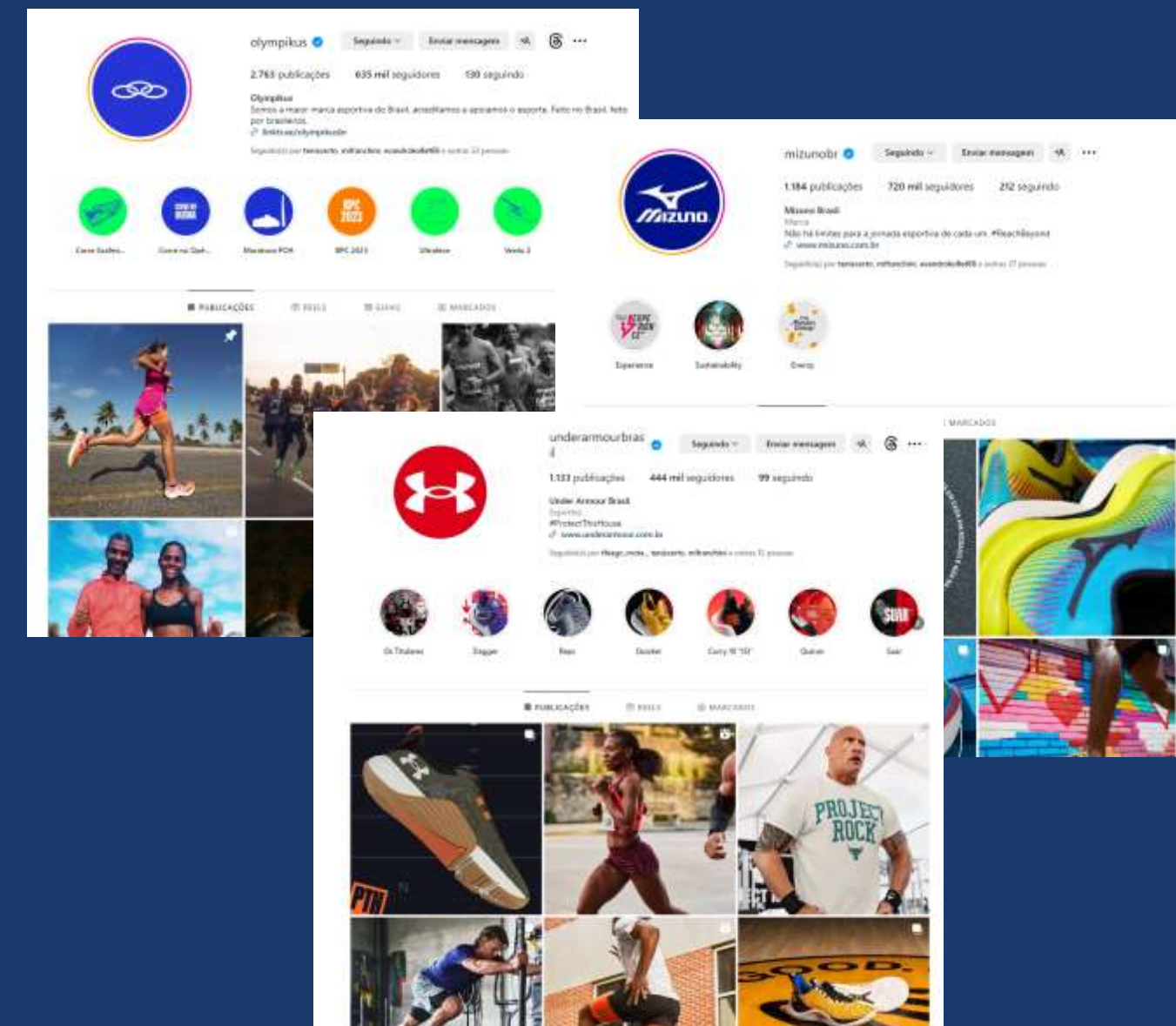
Dedicated marketing per brand



20 campaigns / year
- Always on in the consumer's mind

28.6 million followers on our social networks

Sponsorship of major events, Brazilian athletes and support to sports professionals



Olympikus Case

Brazilian brand, competing toe-to-toe in the global sporting goods arena

Democratizing sports brand,
now also in Running Elite

Brazilian brand, leader in
Sales volume

Conquering the market,
athletes, experts and public
opinion

Running performance
category represents 20%
of the brand's sales
volume

VULCABRAS



12 Sao Paulo Marathon
2024 Podiums



Success in acquisitions

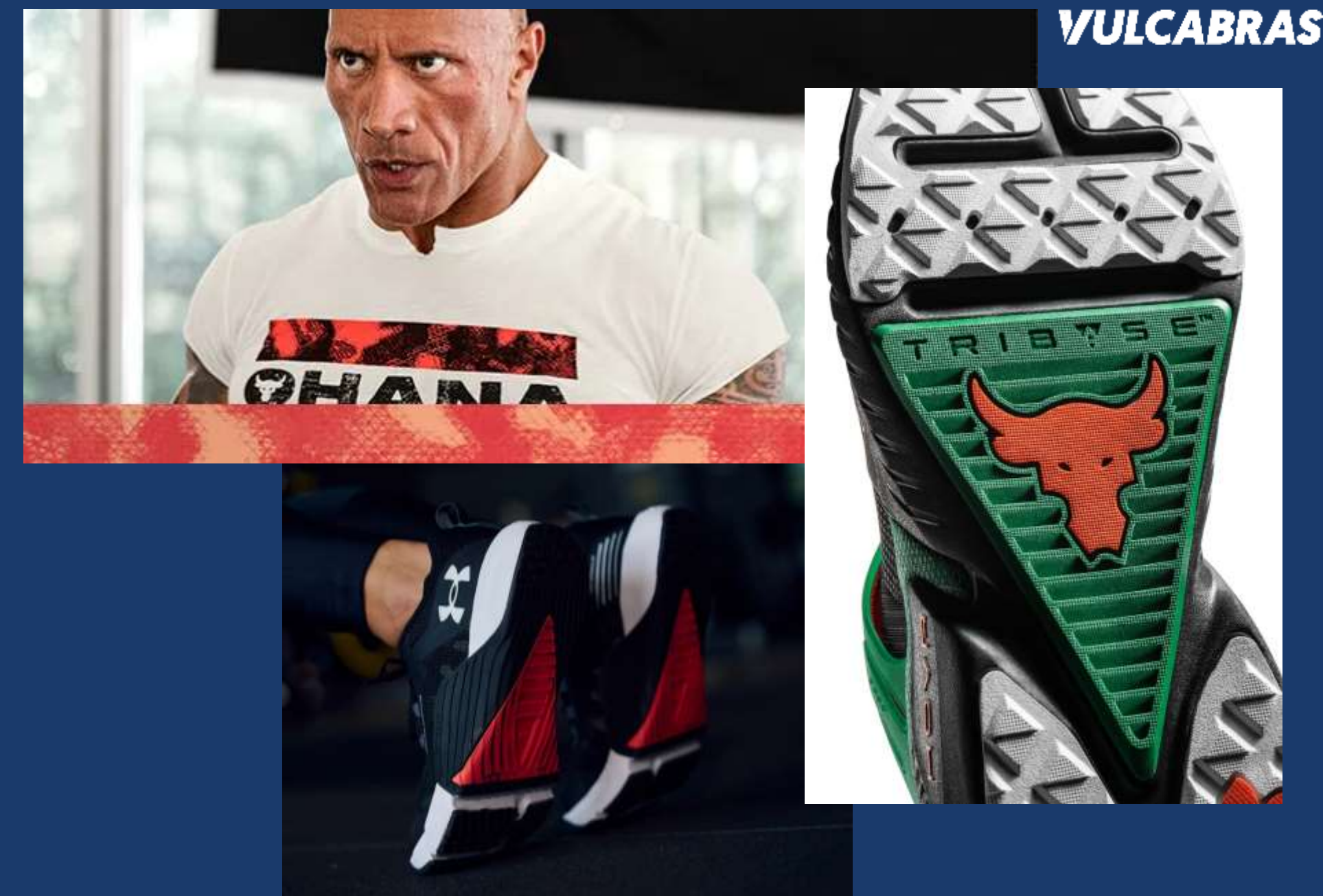
Exponential growth of brands within the Vulcabras ecosystem

UNDER ARMOUR

3X Revenue since acquisition

Transformation of a DTC with loss to a Profitable, growth-driven DTC

Competitive Domestic footwear and connected with the Brazilian consumer



MIZUNO

2X Revenue in just 3 years of operation

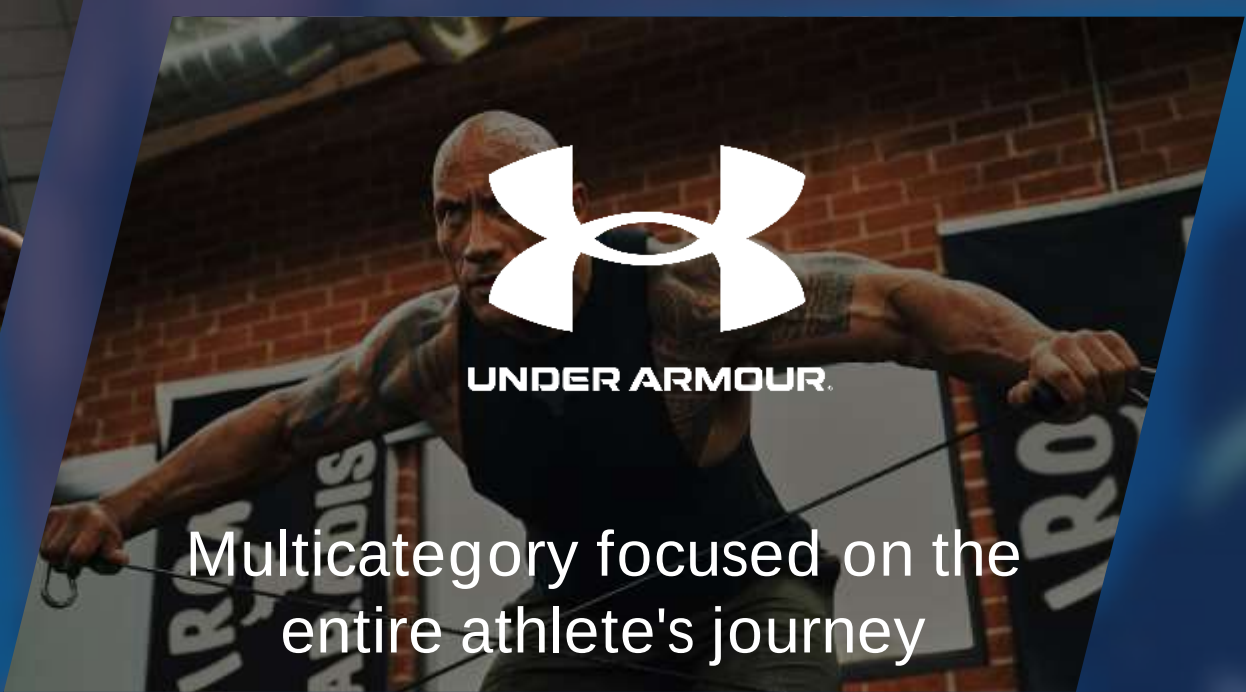
Renewal of the product portfolio, reconnecting with the runner



Price strategy for all consumer profiles



Our brands



SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY

SOCIAL

100,000 CHILDREN AND ADOLESCENTS IMPACTED BY SOCIAL PROGRAMS SUPPORTED BY THE COMPANY SINCE 2021

TRAINING OF 920 YOUNG PEOPLE PER YEAR IN THE SENAI TRAINING PROGRAM AT THE UNITS

+440,061 hours OF ANNUAL TRAINING FOR LABOR TRAINING AND LEADERSHIP TRAINING IN 2023

SPORTS PRACTICE INCENTIVE PROGRAM IN PARTNERSHIP WITH GYMPASS WITH MORE THAN 170,829 TRAININGS CARRIED OUT PER MONTH BY OUR EMPLOYEES IN 2023

GOVERNANCE

NOVO MERCADO

ENVIRONMENT

100% EFFLUENTS TREATED AT ALL UNITS, AND 66% OF EFFLUENTS TREATED AND REUSED AT THE HORIZONTE UNIT (CE)

100% OF THE DIRECT WASTE FROM THE PRODUCTION PROCESS ARE RECYCLED AND REUSED OR CO-PROCESSED

OUR FACTORIES ARE POWERED BY WIND ENERGY

100% MADE BY BRAZILIANS

Business strategy focused on sports took Vulcabras to a new level

ACQUISITIONS
Under Armour and Mizuno

**PORTFOLIO
CHANGES**
Licensing of Azaleia



+R\$ **3.7** bi

Gross Revenue
1Q25 LTM

+147%

vs. 2018

+32.7 mi

Pairs and Pieces
Sold 1Q25 LTM

+31%

vs. 2018

41.9%

Gross Margin
1Q25 LTM

+6.0 p.p.

vs.2018

3.7 Bi

Gross Revenue 1Q25 LTM

19th quarter

Consecutive growth

40.2%

Gross Margin 1Q25

29.2%

ROIC 1Q25 LTM

20.0%

Recurring EBITDA Margin 1Q25

10.1 mi

Net Debt 1Q25

15.1%

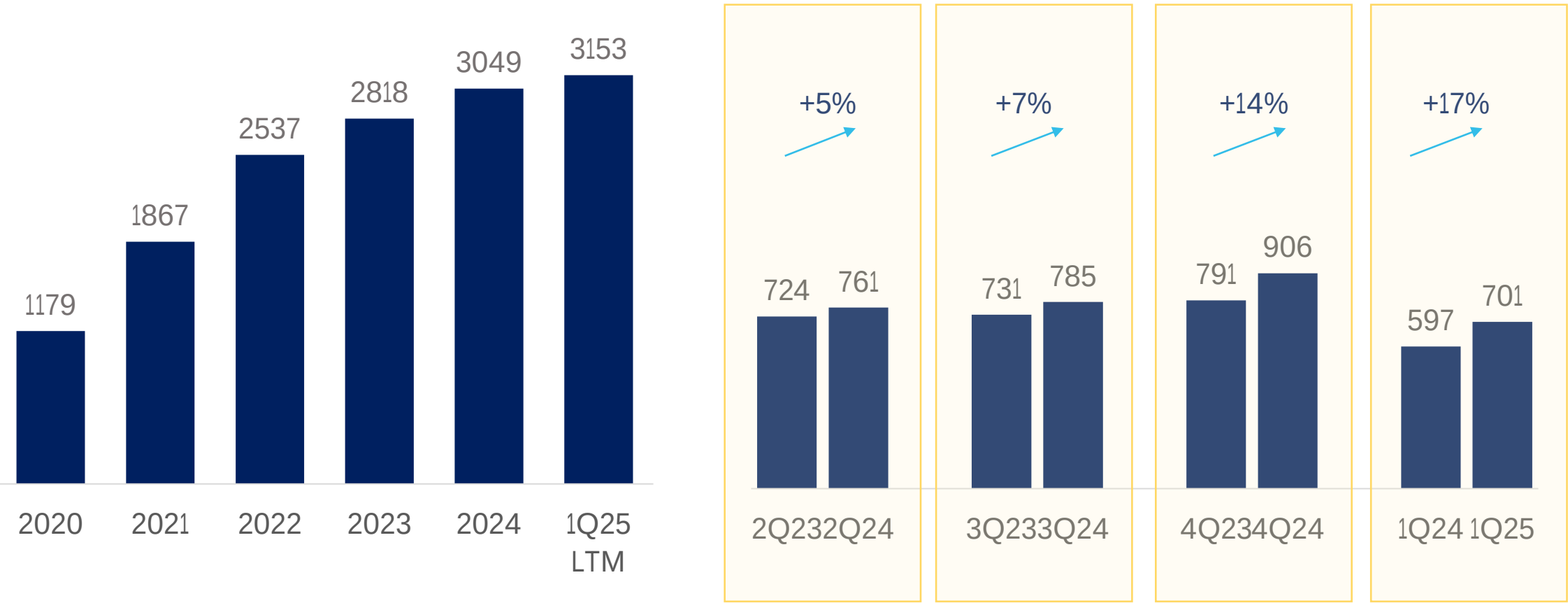
Recurring Net Margin 1Q25

FINANCIAL HIGHLIGHTS

OUR NUMBERS

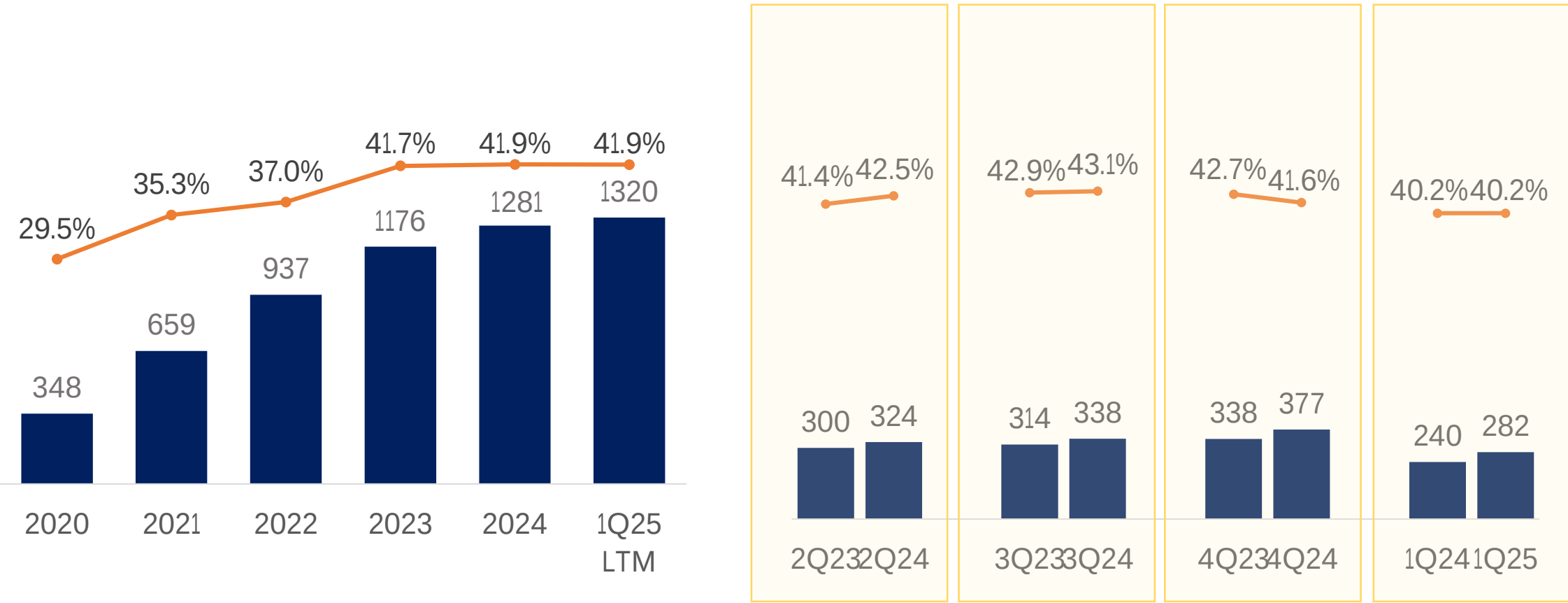
Net Revenue

(R\$ mm; %)



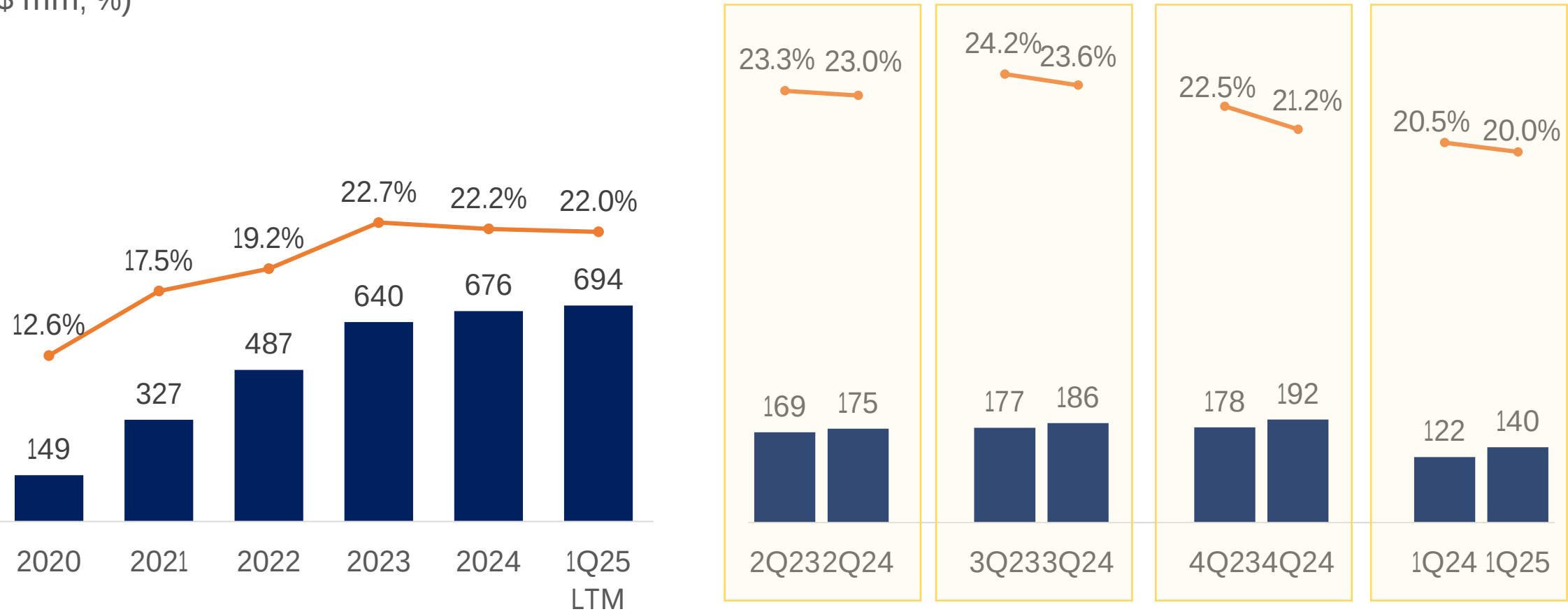
Gross Profit and Gross Margin

(R\$ mm; %)



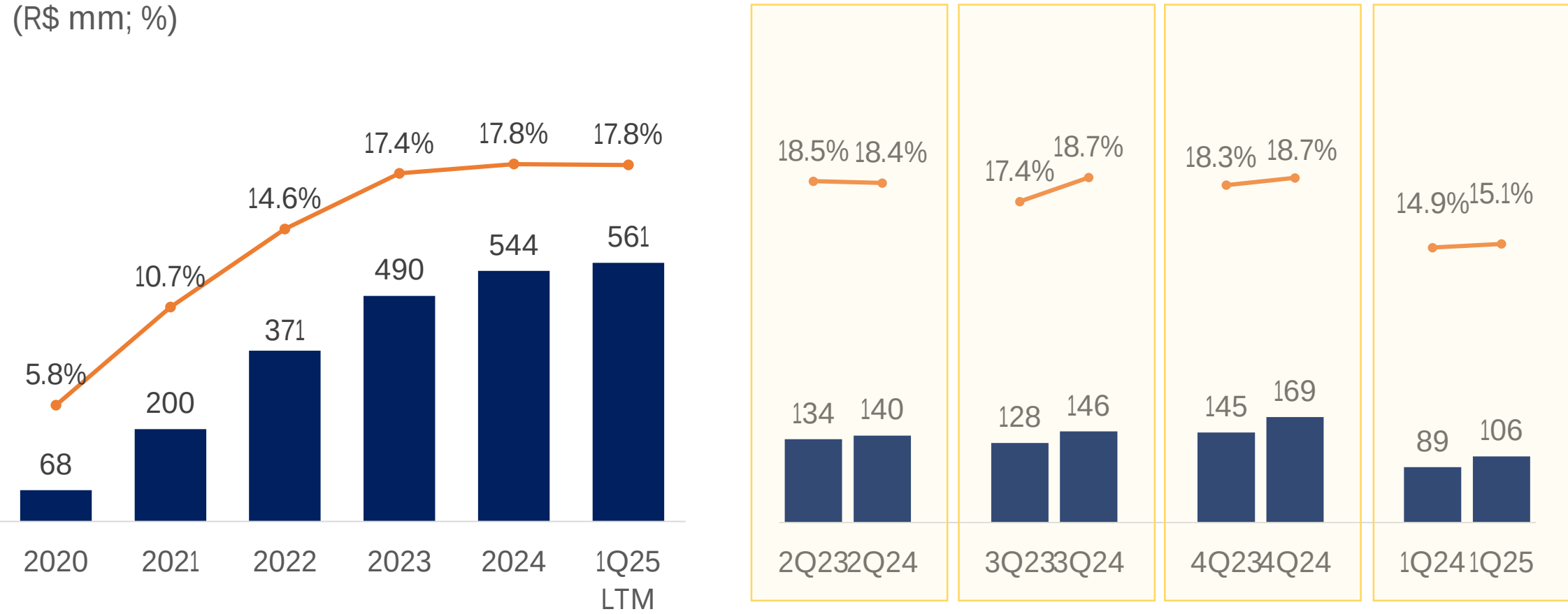
EBITDA and Margin EBITDA Recurring

(R\$ mm; %)

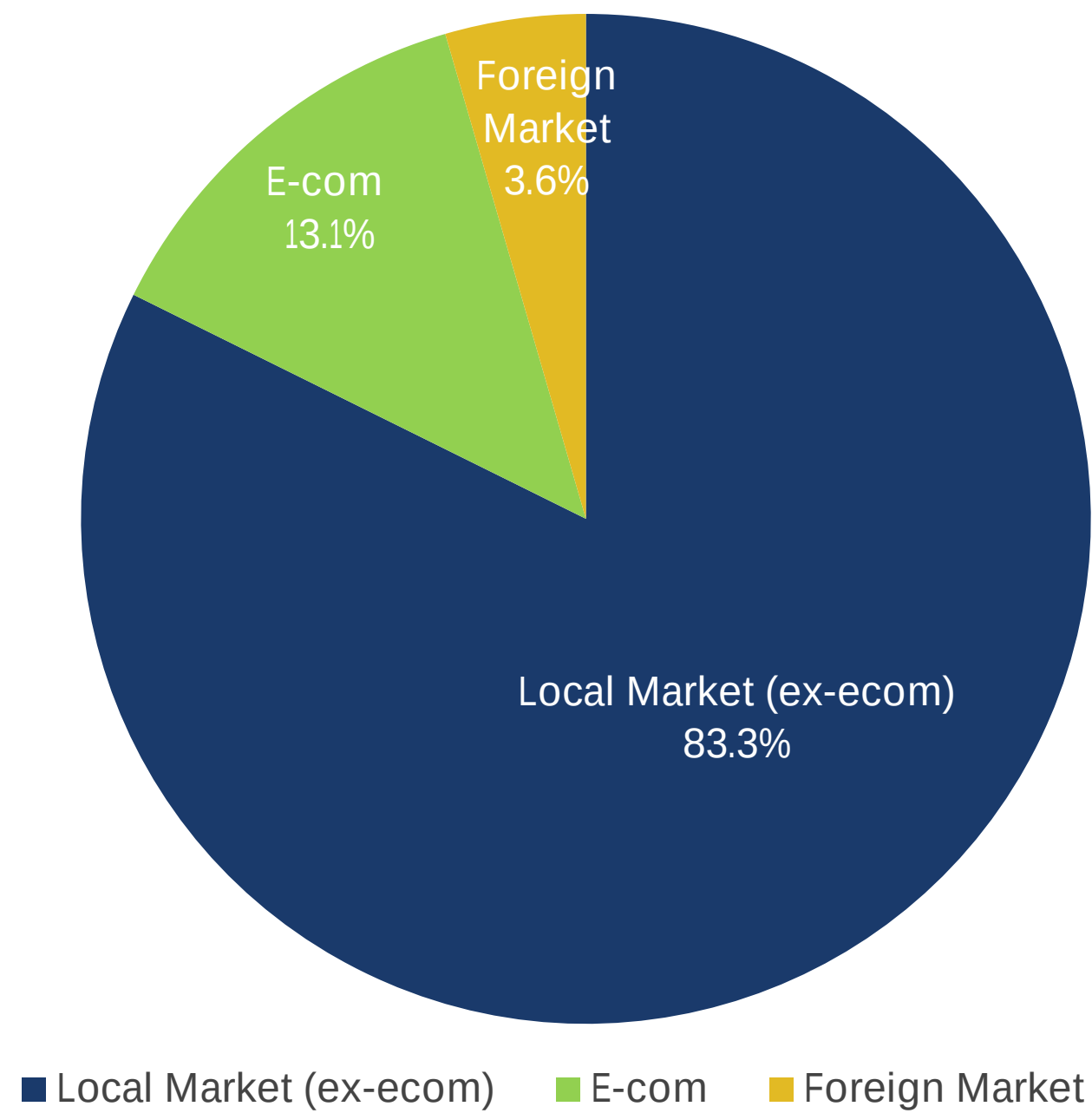


Net Profit and Net Profit Margin Recurring

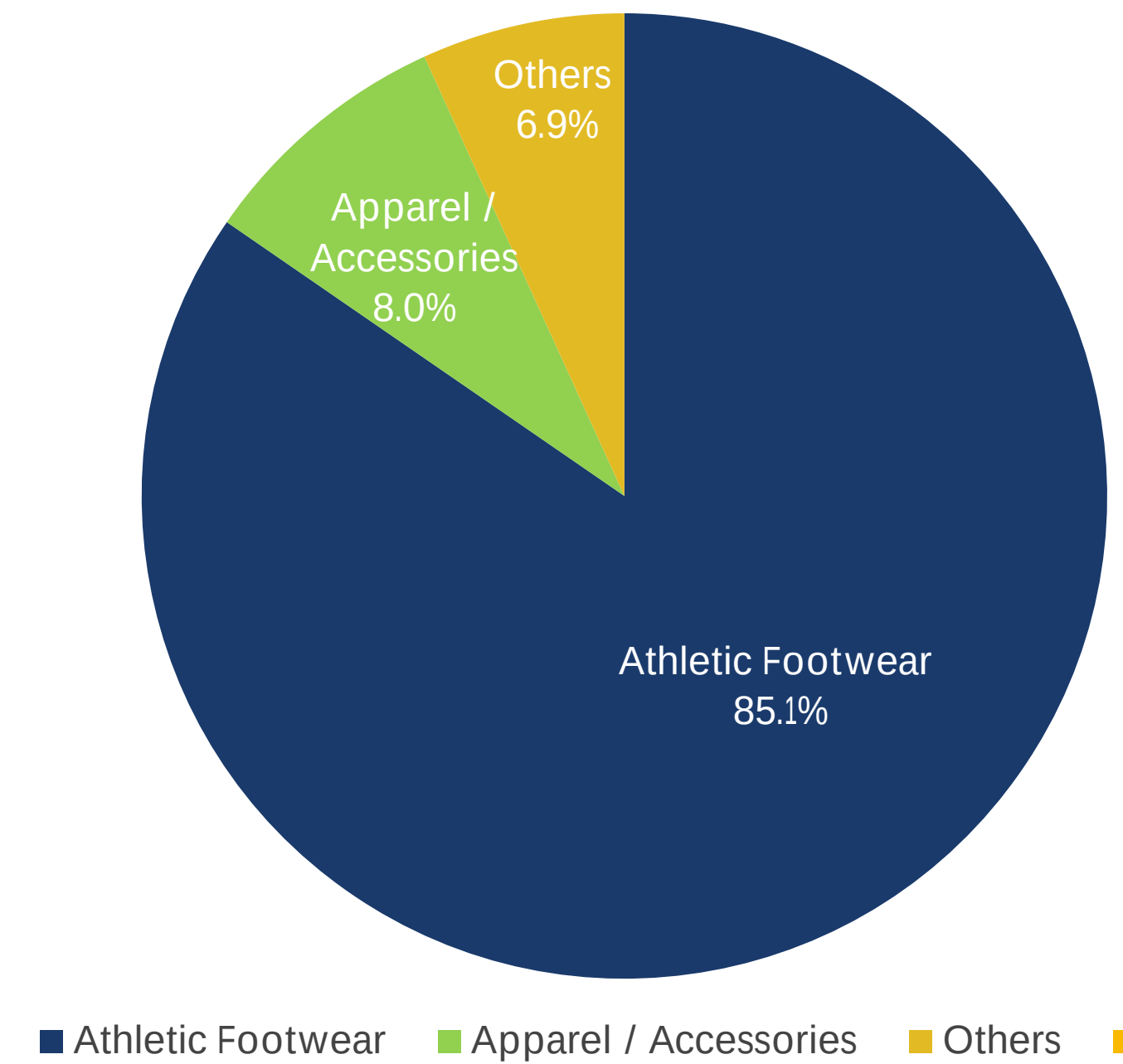
(R\$ mm; %)



NET REVENUE BY CHANNEL – 1Q25_{LTM}



NET REVENUE BY CATEGORY – 1Q25_{LTM}



OUR GROWTH AVENUES



New
Categories



DTC



Apparel and
Accessories



Acquisitions

YOUNG AND EXPERIENCED MANAGEMENT



Wagner Dantas
CFO / IRO



Rafael Gouveia
Commercial and Channels



Evandro Kollet
R&D



Rodrigo Micelli
Supply and HR



Marcio Callage
Marketing



Pedro Bartelle
CEO

48 years old
+31 years of experience
+24 years of Vulcabras
+31 years of Sports Market

Age	44	45	56	54	46
Years of Experience	+25	+26	+40	+35	+27
Years at Vulcabras	+6	+9	+25	+16	+13
Years in Sports	+11	+14	+35	+29	+27

Professional Experience



FINAL CONSIDERATIONS

VULCABRAS



Up-to-date, modern, innovative, highly technological, flexible, agile Company. Capable and ready to absorb new businesses



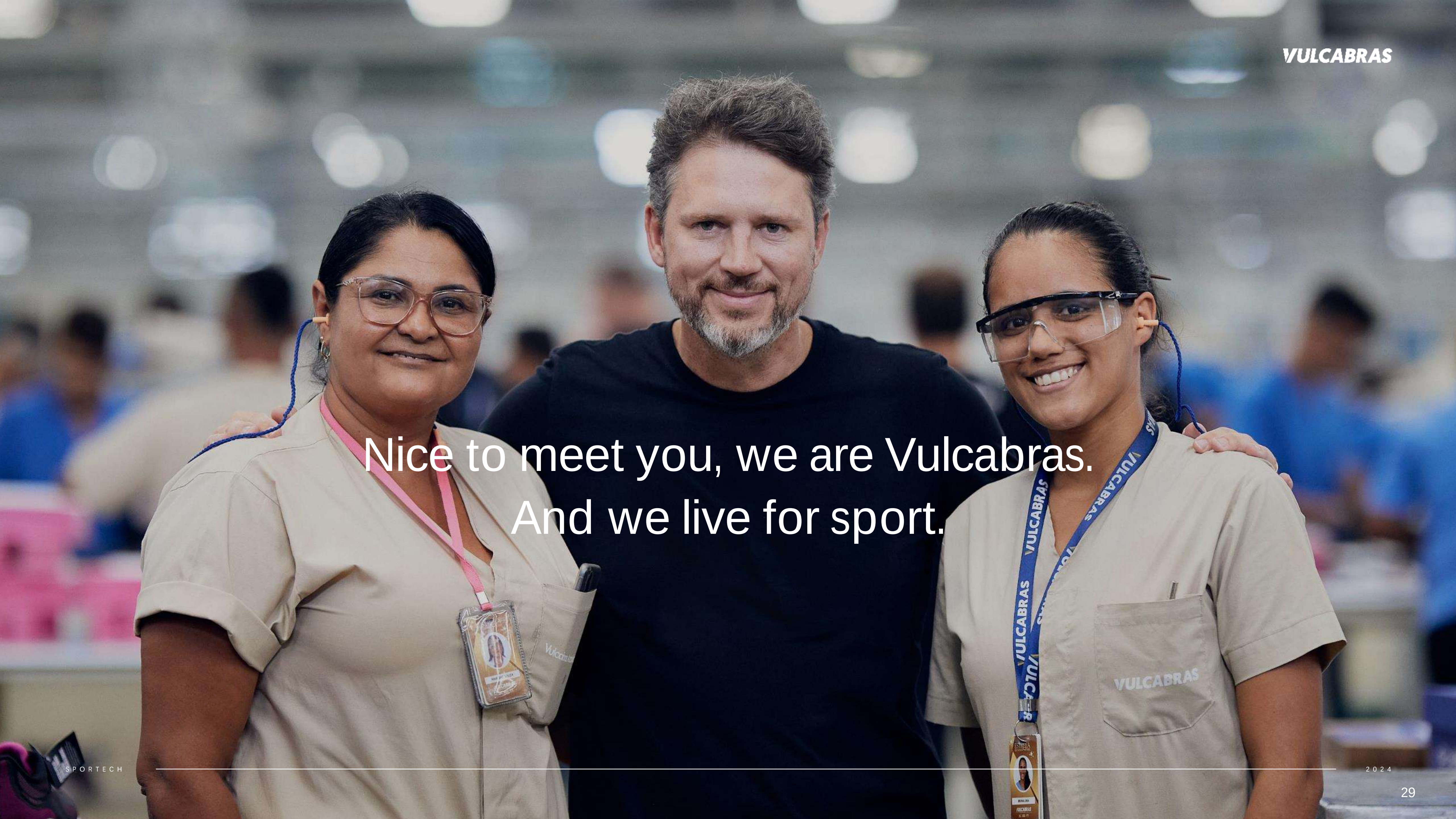
Young, experienced management, ready to absorb new business



Profitable, unleveraged, cash-generating operation focused on value-generating capital allocation and dividends



Verticalized and getting closer and closer to the consumer

A photograph of three people, two women and one man, standing in a factory or industrial setting. They are all smiling and looking towards the camera. The woman on the left is wearing a light-colored short-sleeved shirt, glasses, and a pink lanyard with an ID badge. The man in the center is wearing a black t-shirt. The woman on the right is wearing a light-colored short-sleeved shirt, safety glasses, and a blue lanyard with an ID badge. The background is a blurred industrial environment with other workers and machinery.

Nice to meet you, we are Vulcabras.
And we live for sport.

