

 vulcabras.com
 vulcabras.official
 vulcabras

 **VULCABRAS**



SPORTTECH 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 **801,0 milhões¹** 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 pares²**.

Considerando apenas calçados esportivos, o **consumo é de 0,4 pares** por habitante².



Mercado de CALÇADOS ESPORTIVOS em expansão repleto de oportunidades

EXPANSÃO DO MERCADO ENDEREÇÁVEL

Apenas **30% da população** brasileira pratica atividades físicas hoje³

SEGMENTO DE ESPORTES EM CONTINUA EXPANSÃO

Percentual de habitantes que praticam **atividades físicas** nas no país **cresceu 33% no últimos 5 anos⁴**

EXPANSÃO DO CONSUMO LIFESTYLE ESPORTIVO

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

¹Fonte: Relatório setorial indústria de calçados | Brasil 2024

²Fonte: Relatório setorial indústria de calçados | Brasil 2023

³Fonte: PNS 2019 | Vigilância em Saúde Brasil 2006-2023

⁴Fonte: Estimativa World Footwear

CORRIDA NO BRASIL

VULCABRAS

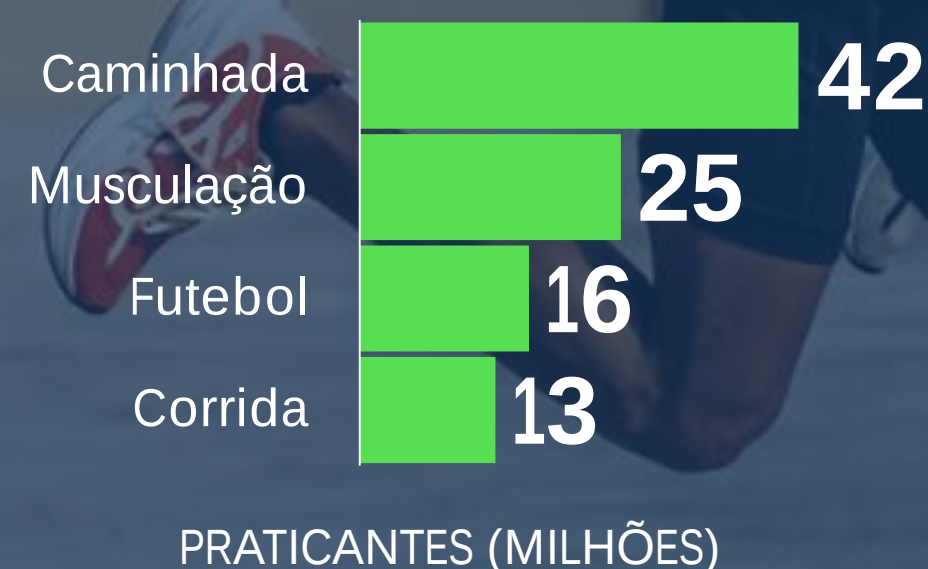
Muito além de um esporte.

Quanto
brasileiros
correm?



13 milhões de pessoas
no Brasil praticam corrida com
alguma regularidade. Isso
representa cerca de
6% da população brasileira¹.

A corrida é o
4º esporte
mais praticado
no Brasil



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.

¹Fonte: Pesquisa Olympikus + Box 1824 “Por Dentro do Corre”

PERFIL DO
CORREDOR



Gênero

42%

mulheres

58%

homens

Idade

58%

entre 18 e 45 anos

42%

acima de 45 anos

Classe social

64%

classe A/B

36%

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

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
Designers, Pesquisadores e
projetistas dedicados ao P&D

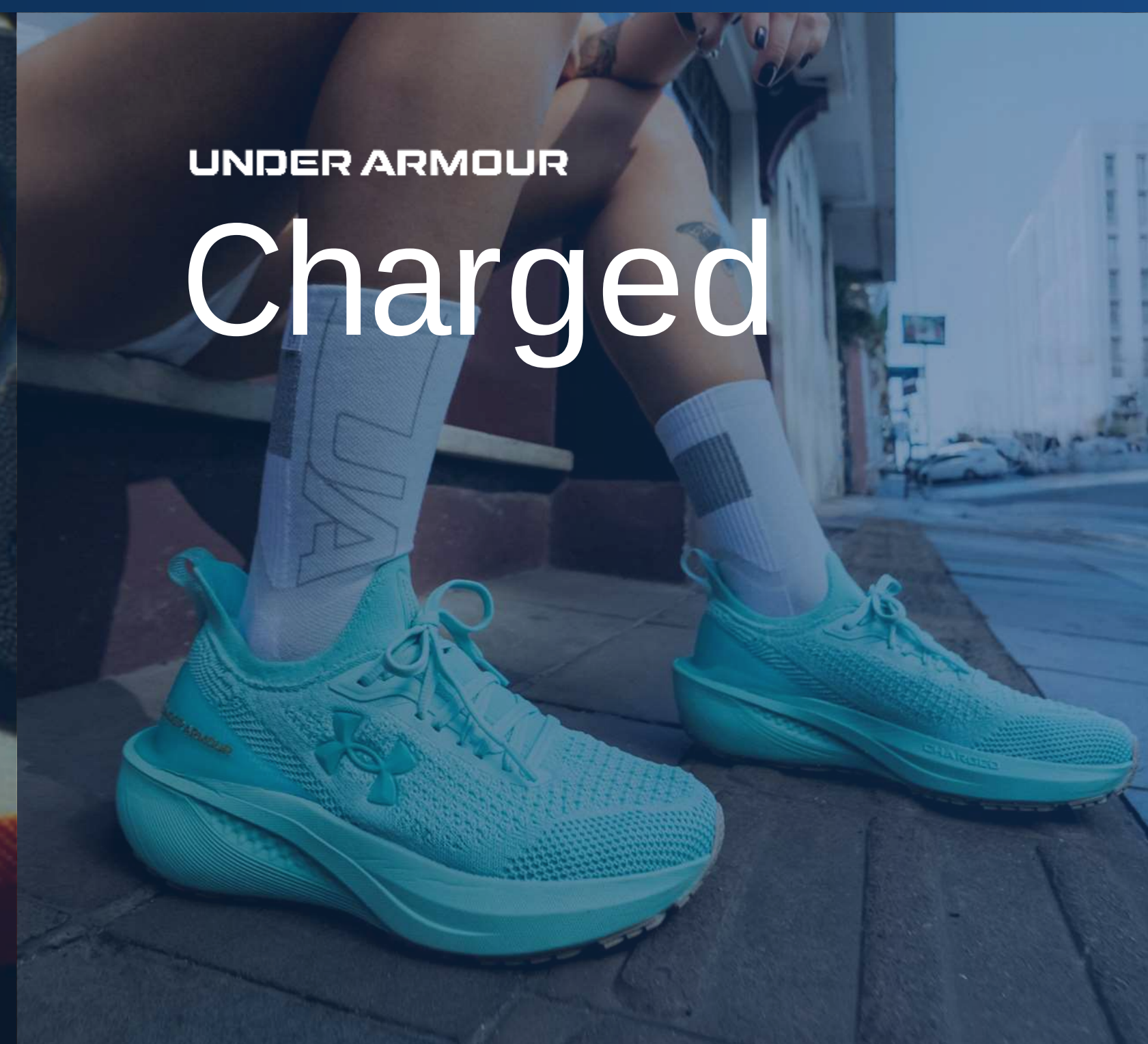
+ 800 NOVOS MODELOS
esportivos por ano

**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.



VULCABRAS

PARQUE FABRIL COM TECNOLOGIA DE PONTA

capaz de produzir as melhores
tecnologia existente no mundo

**+ 25,6 MILHÕES
DE PARES NO ANO DE 2024**

+ R\$ 726 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	Benefício para o mercado
Prazo para desenvolvimento até a entrega no mercado	4 meses	12 meses	Rápida identificação das últimas tendências 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

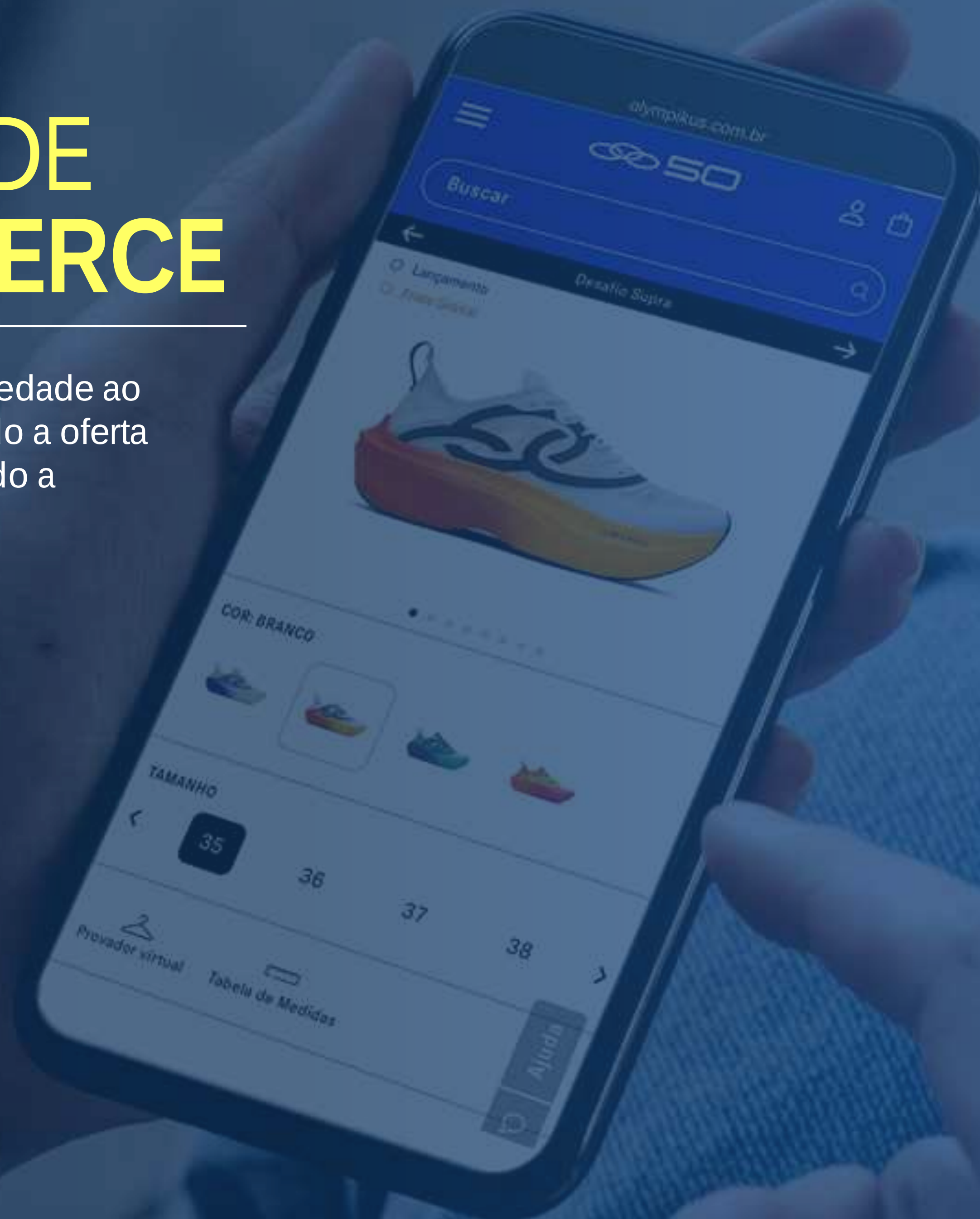
treinados em todas as marcas

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



42,6% DE CRESCIMENTO na receita líquida (6M25 x 6M24)

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 tendências 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 e 2024)***

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 2025



O DESAFIO DE CRIAR O TÊNIS DE PERFORMANCE PARA O BRASILEIRO



Provar para a comunidade da corrida
que, **quando o assunto é inovação,**
podemos produzir no Brasil tecnologia
esportiva de padrão mundial

INOVAÇÃO ABERTA

Comunidade
de corrida

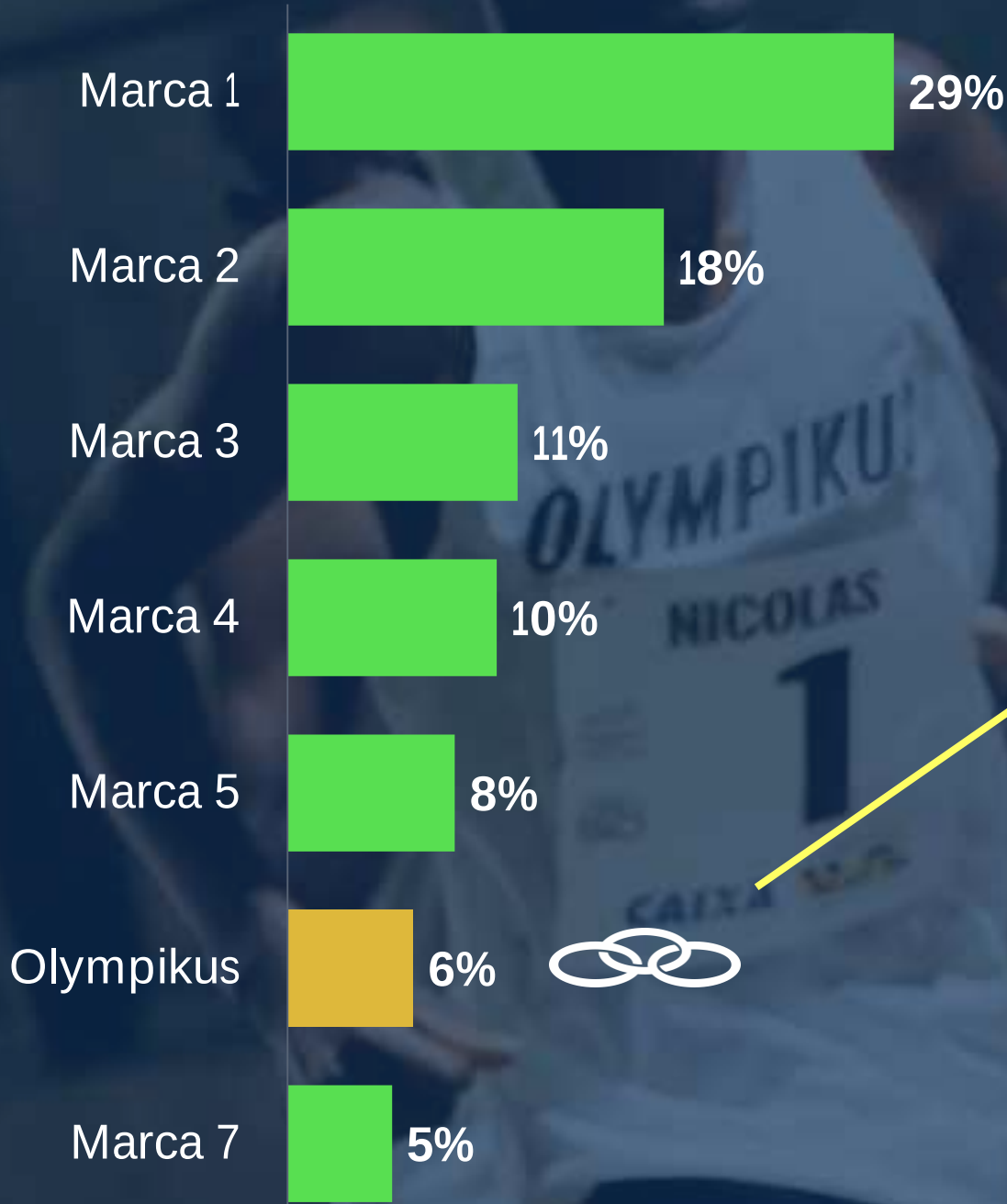


Modelo
de negócio
verticalizado

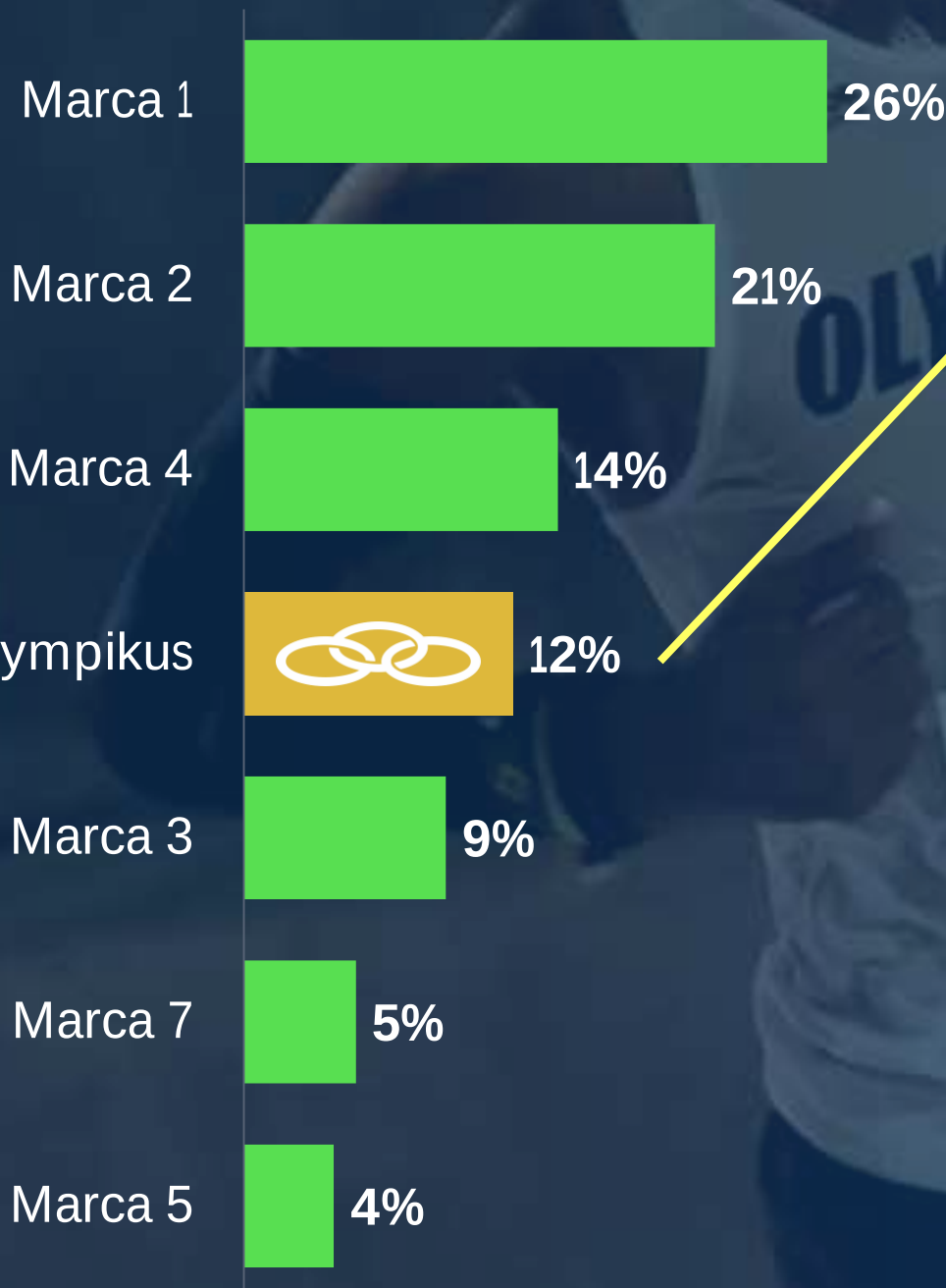
MARATONA INTERNACIONAL DE SP

Crescimento de Olympikus

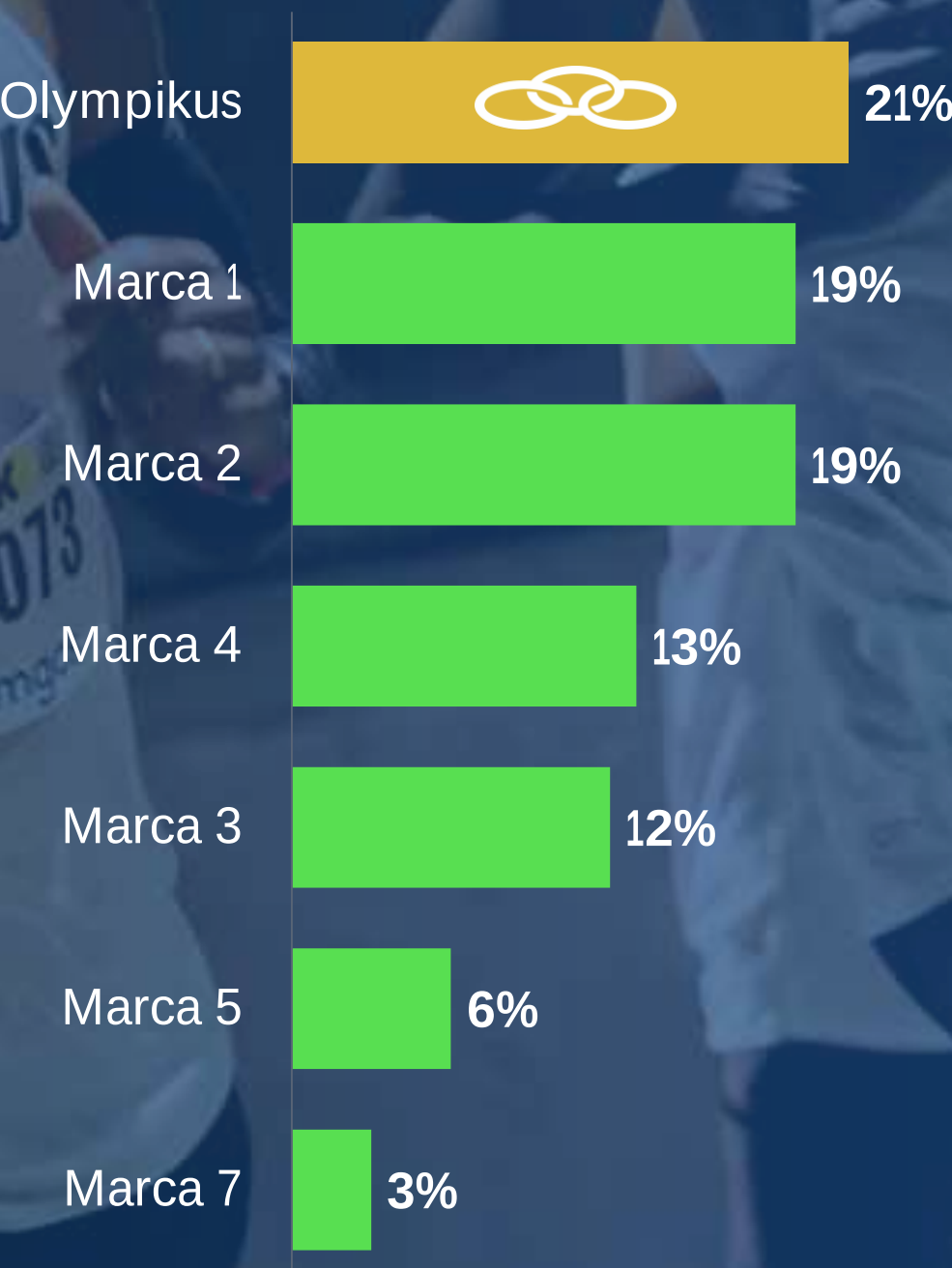
GERAL MARATONA SP 2022



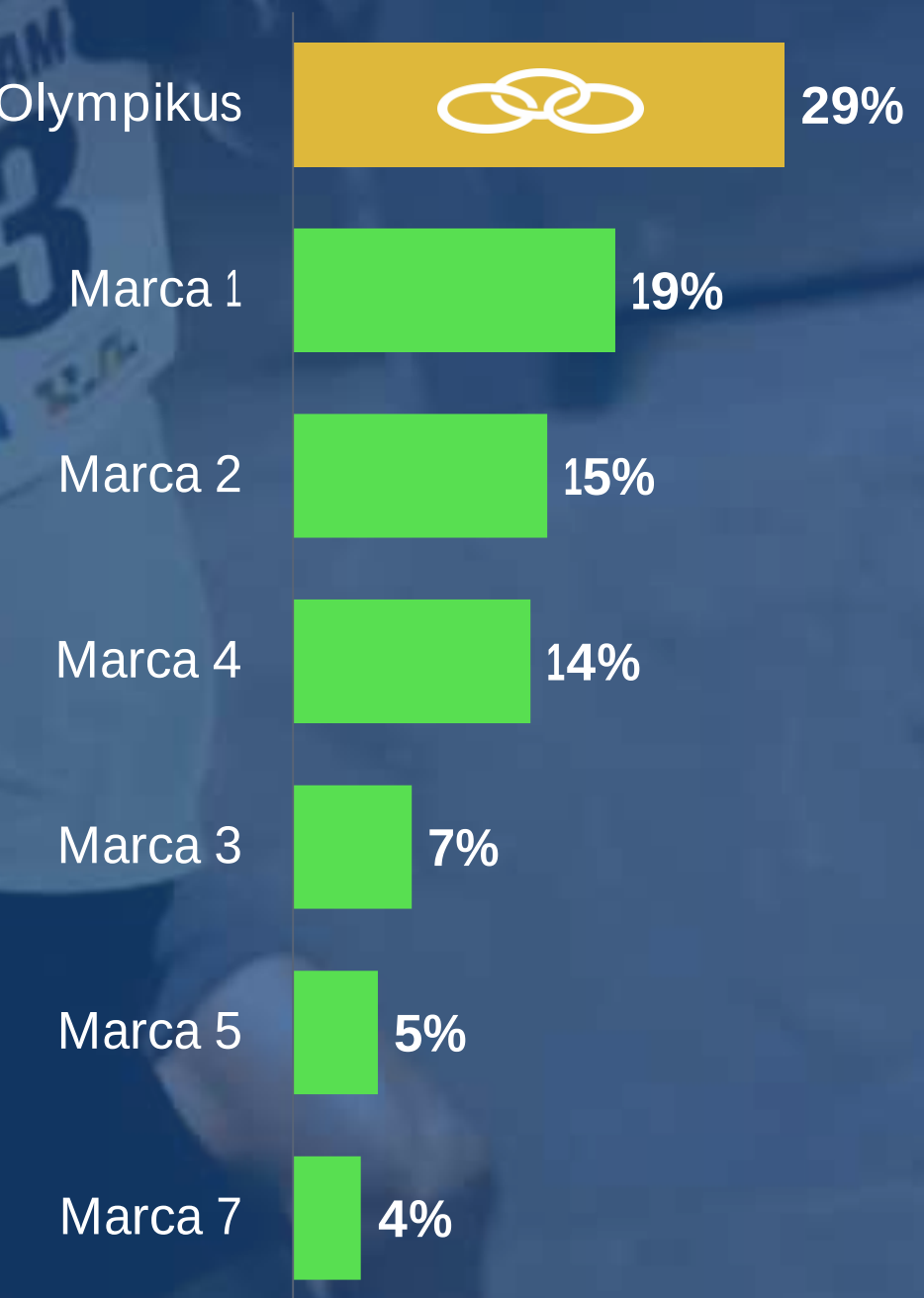
GERAL MARATONA SP 2023



GERAL MARATONA SP 2024



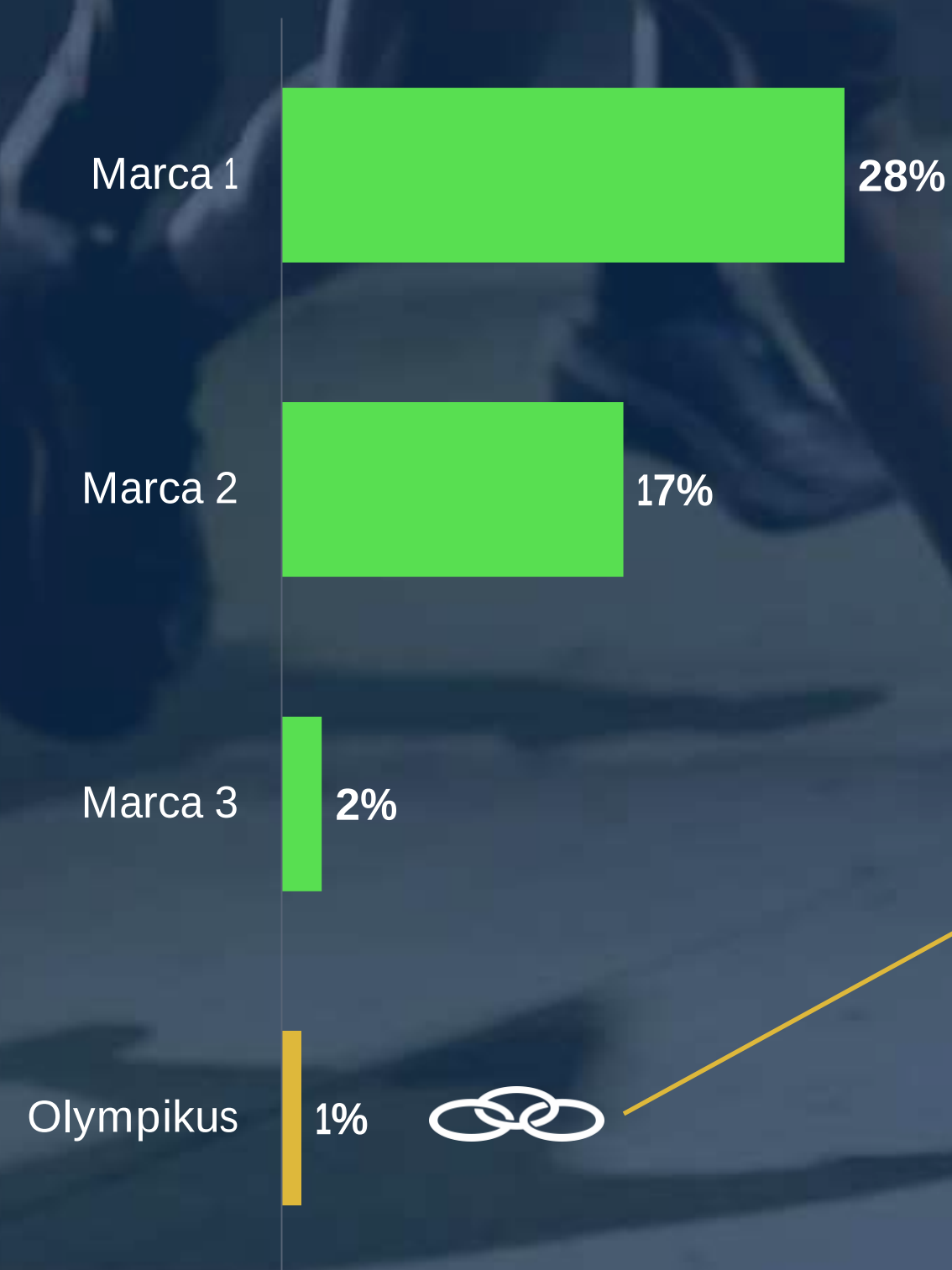
GERAL MARATONA SP 2025



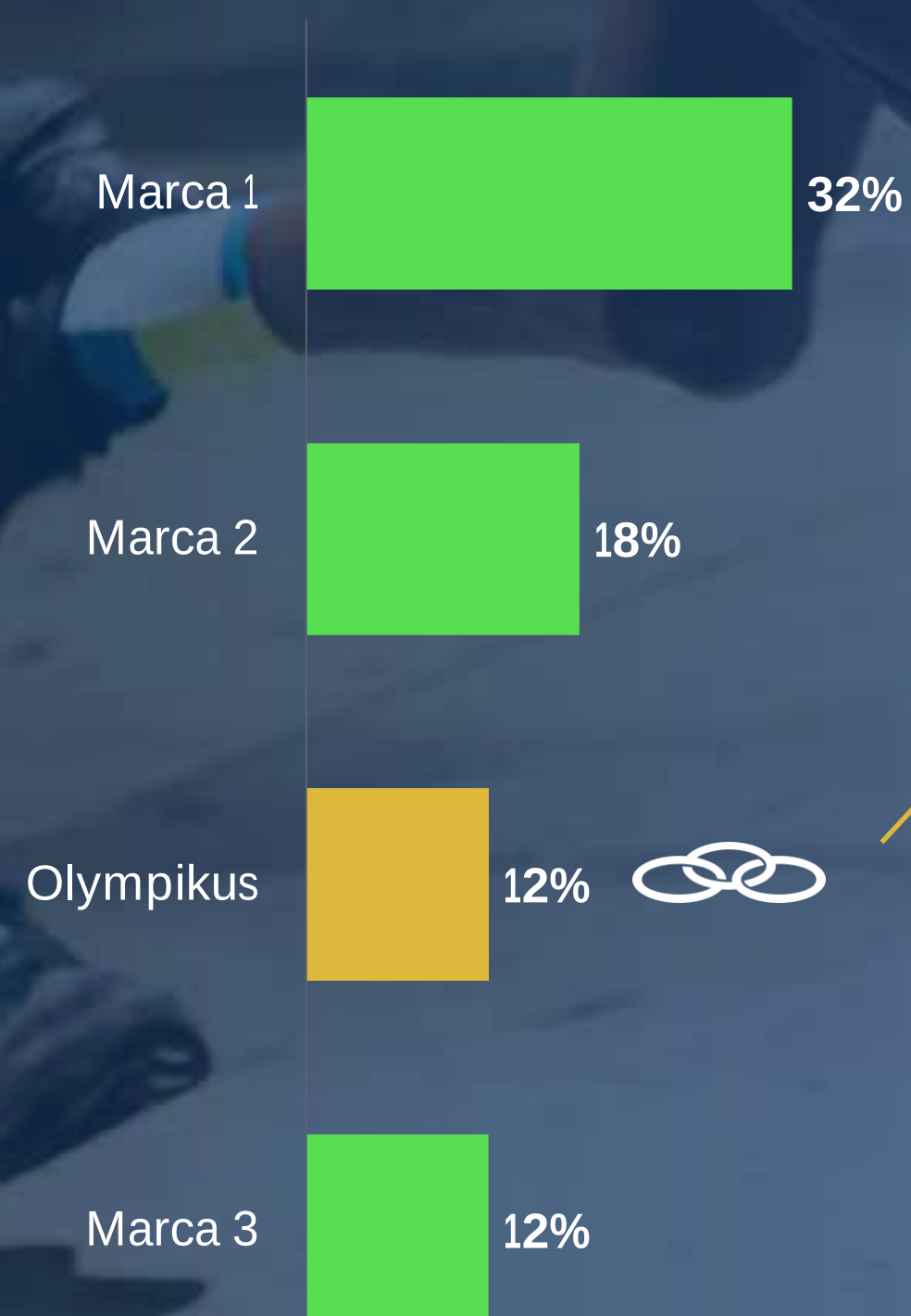
MARATONA INTERNACIONAL DE PORTO ALEGRE

Crescimento de Olympikus

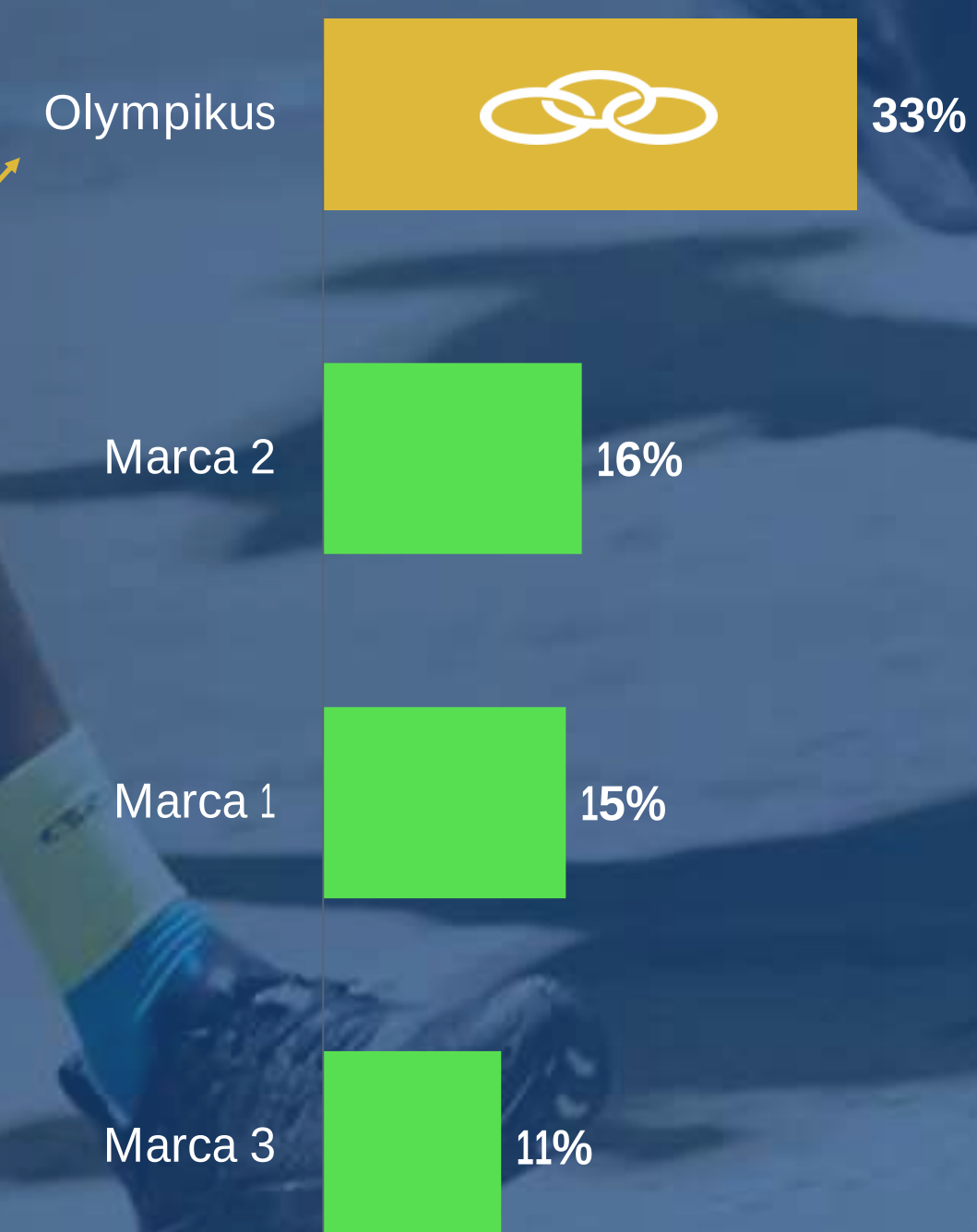
GERAL MARATONA POA 2022



GERAL MARATONA POA 2023



GERAL MARATONA POA 2024





STRAVA

OLYMPIKUS CORRE

**PELO 2º ANO CONSECUTIVO, O TÊNIS MAIS USADO PELOS
CORREDORES BRASILEIROS NO STRAVA, COM MAIS DE 100 PÓDIOS
NAS PRINCIPAIS MARATONAS DO PAÍS EM 2023 E 2024.**

GESTÃO ESTRATÉGICA E COMPLEMENTAR DE MARCAS

Estratégia de preço para todos os perfis de consumidor



NOSSAS MARCAS



Democratizar tecnologia e ao estilo de vida esportivo



Alta performance para todos os perfis de corredores



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 **66% DOS EFLUENTES REUTILIZADOS** na unidade de Horizonte (CE)

97% DOS RESÍDUOS diretos do processo produtivo são **REUTILIZADOS, RECICLADOS OU COPROCESSADOS**

SOCIAL

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

Formação de **1.028 JOVENS POR ANO** no programa de capacitação do Senai nas unidades

+559.882h DE TREINAMENTO ANUAL para capacitação de mão de obra e formação de liderança em 2024

PROGRAMA DE INCENTIVO À PRÁTICA esportiva em parceria com o Wellhub (antigo Gympass) com **MAIS DE 342.497 TREINOS REALIZADOS POR MÊS** pelos nossos colaboradores em 2024

DESTAQUES FINANCEIROS

20º TRIMESTRE CONSECUTIVO DE CRESCIMENTO (2T25)

3,8 BI

RECEITA BRUTA
2T25 LTM

17,2%

MARGEM LÍQUIDA
RECORRENTE 2T25 LTM

567 MI

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE
2T25 LTM

21,6%

MARGEM EBITDA
RECORRENTE 2T25 LTM

709 MI

EBITDA
RECORRENTE 2T25 LTM

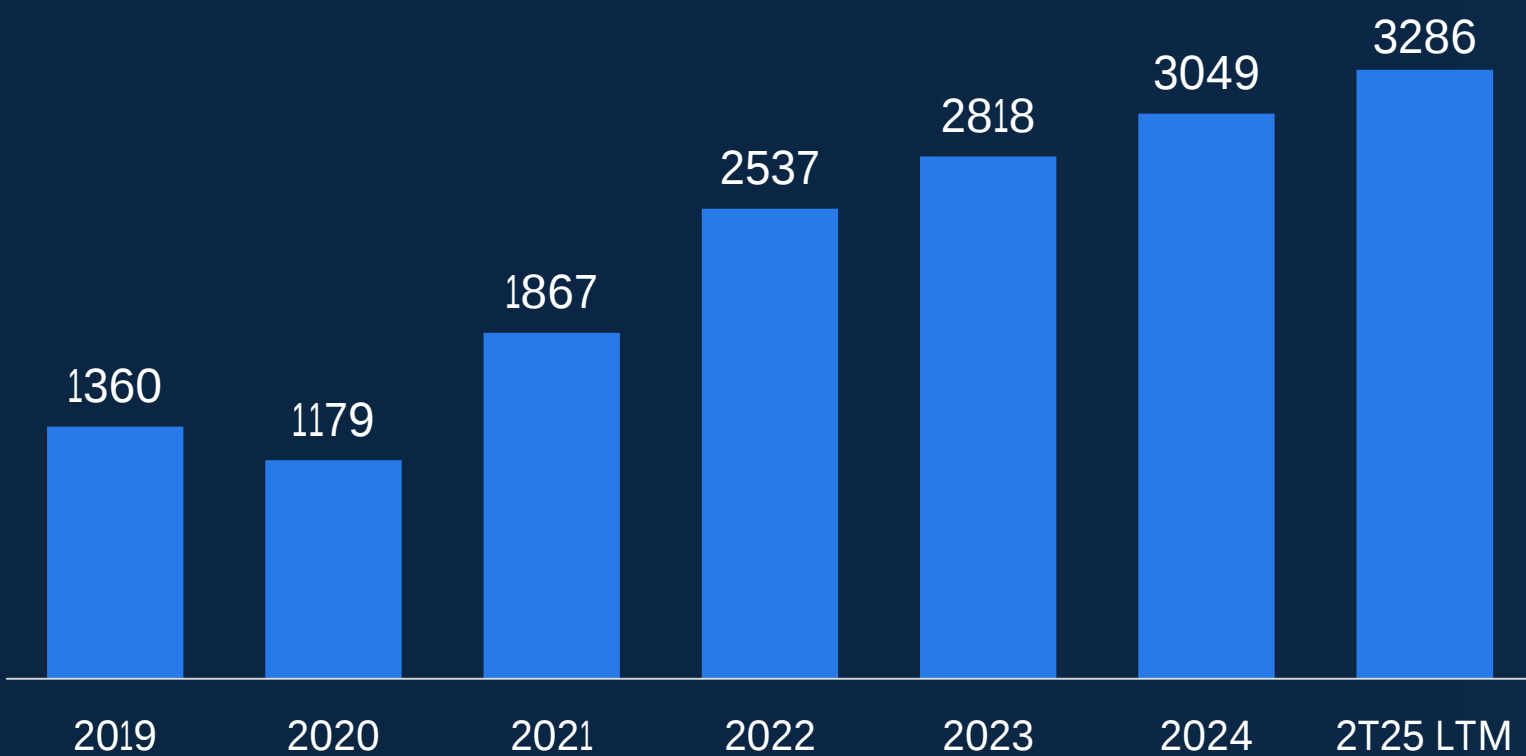
32,0%

ROIC AJUSTADO
ANUALIZADO 2T25 LTM

NOSSOS NÚMEROS – LTM 2T25

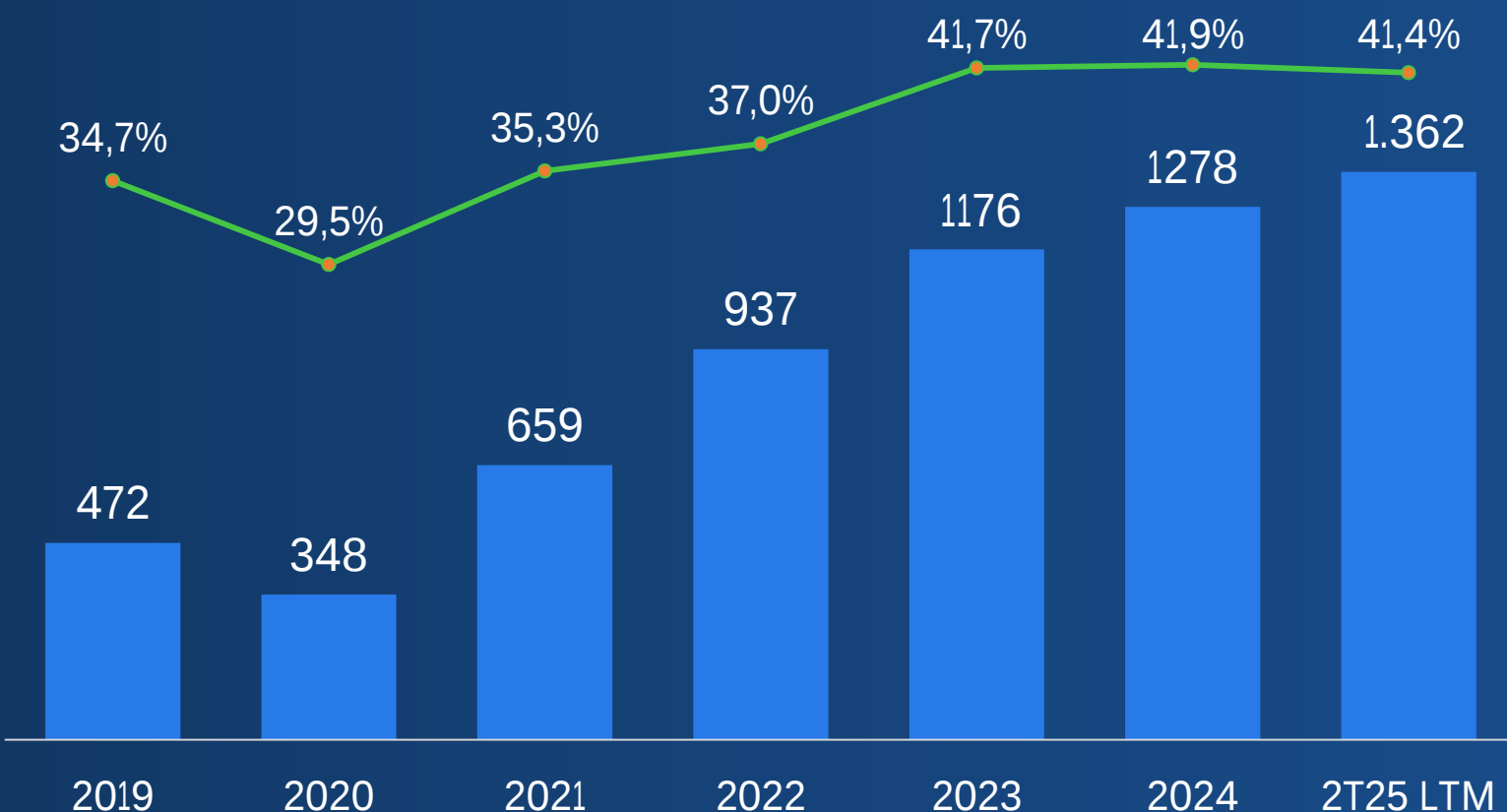
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ MM; %)



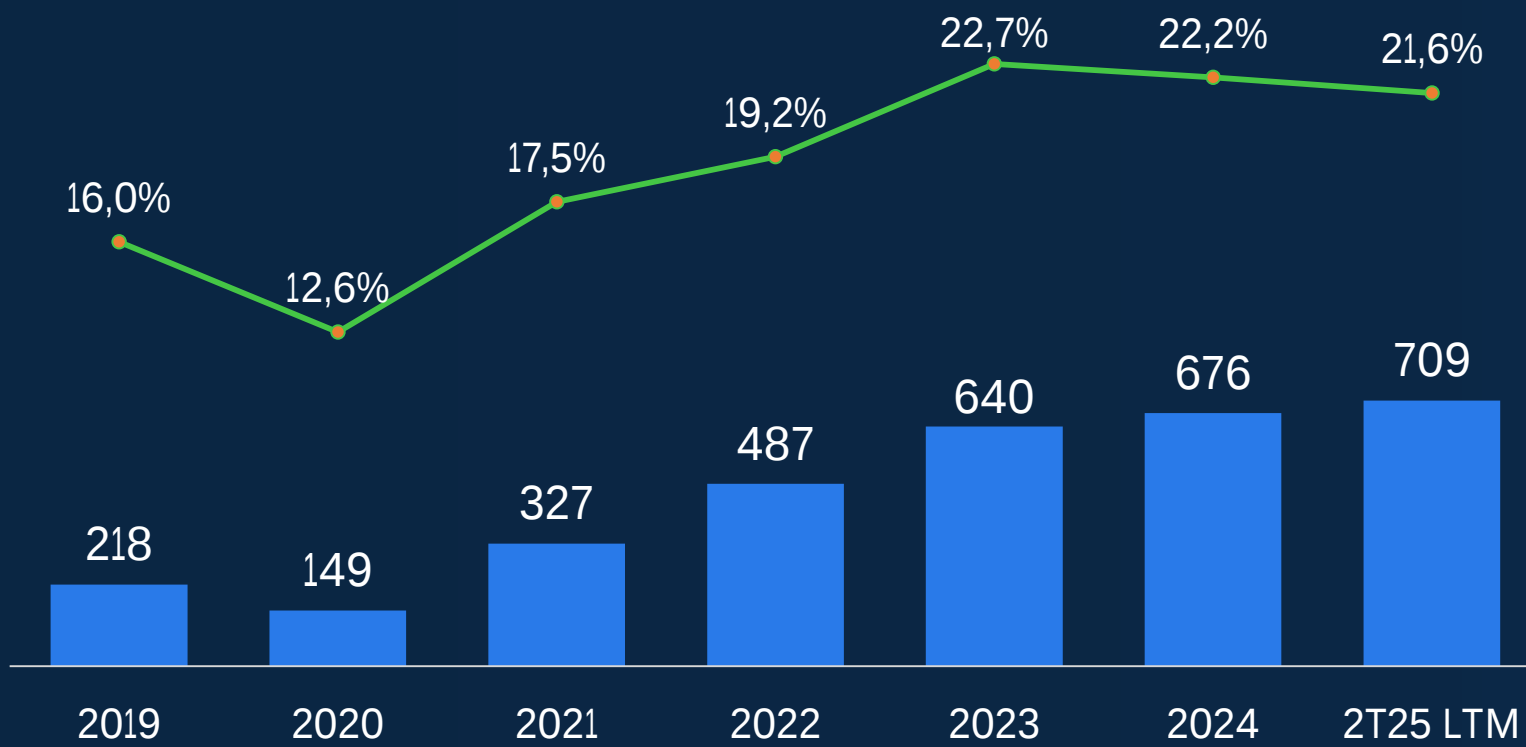
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

(R\$ MM; %)



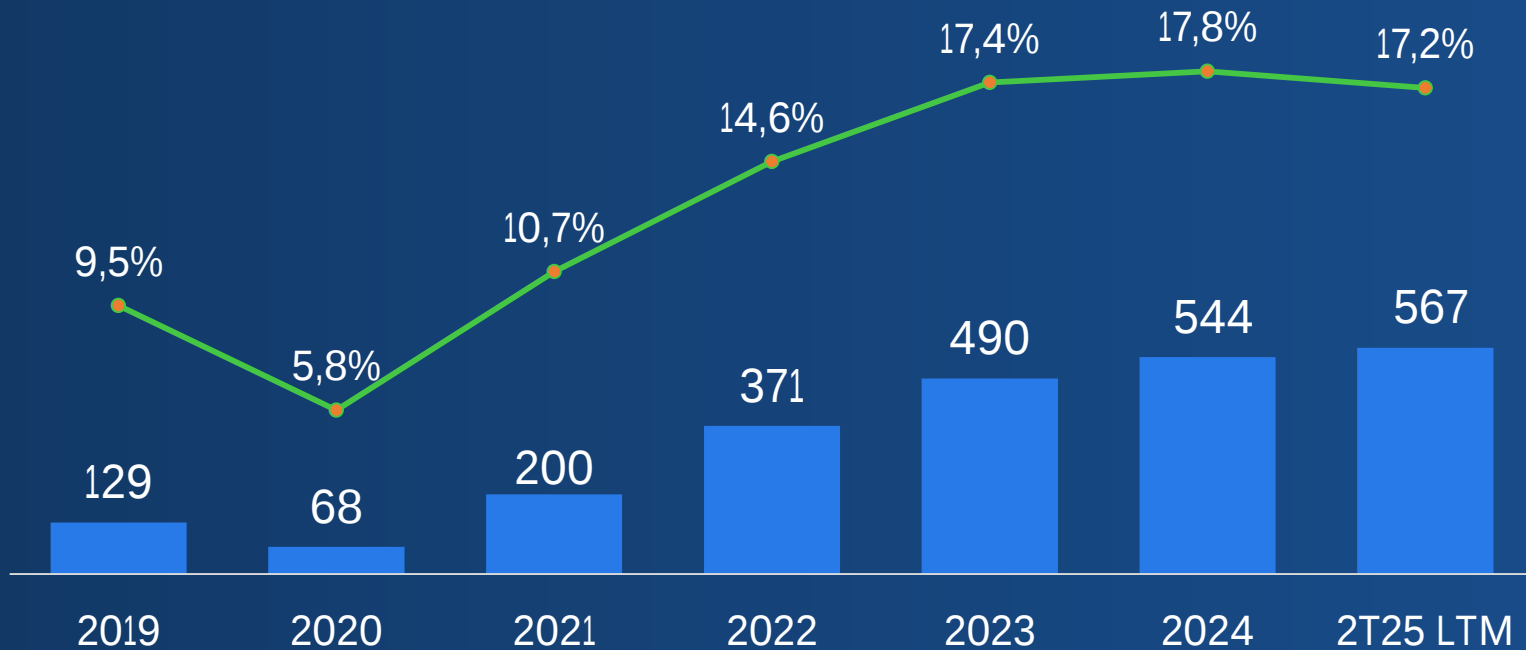
EBITDA E MARGEM EBITDA RECORRENTE

(R\$ MM ; %)



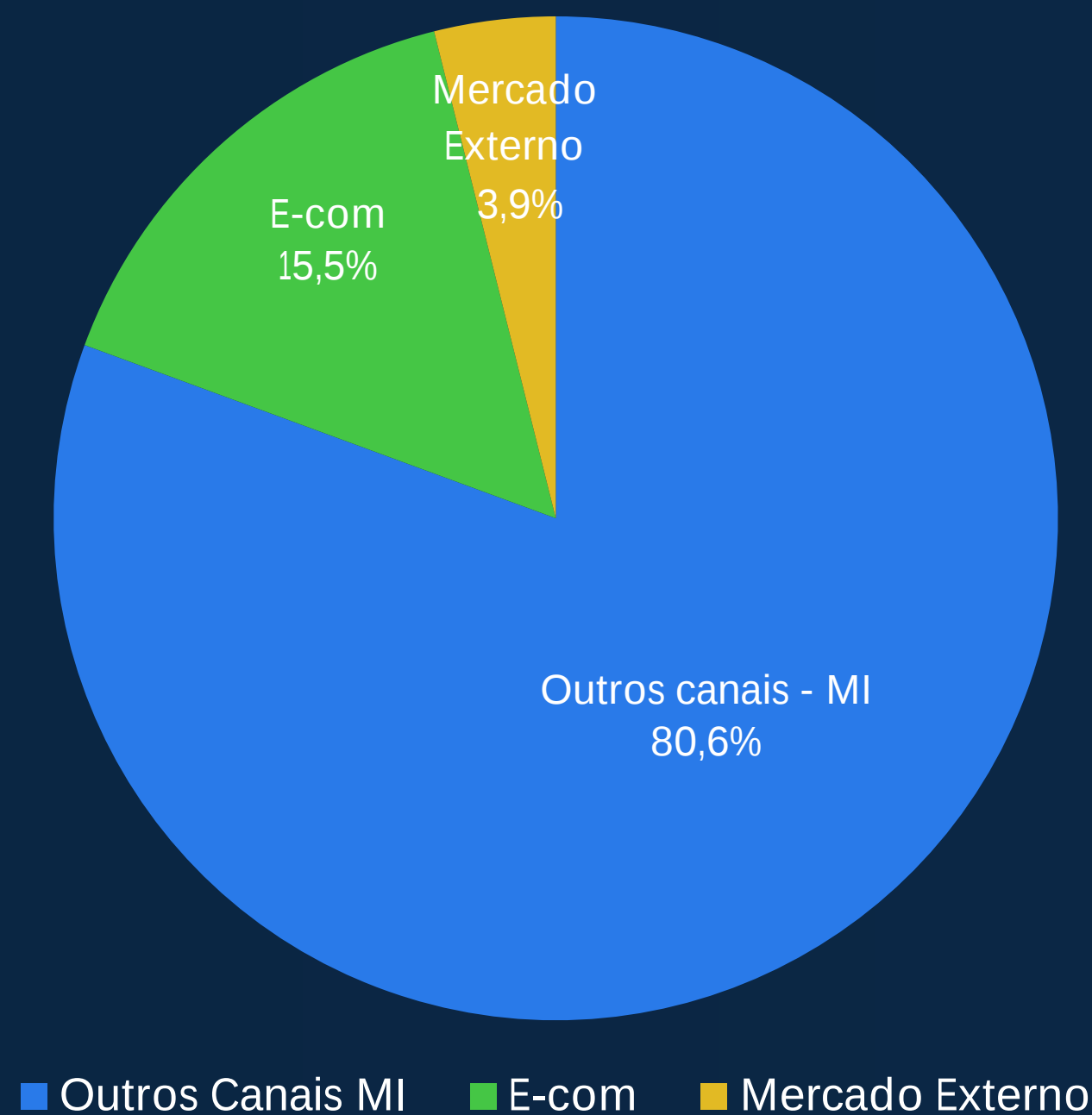
LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE

(R\$ MM ; %)

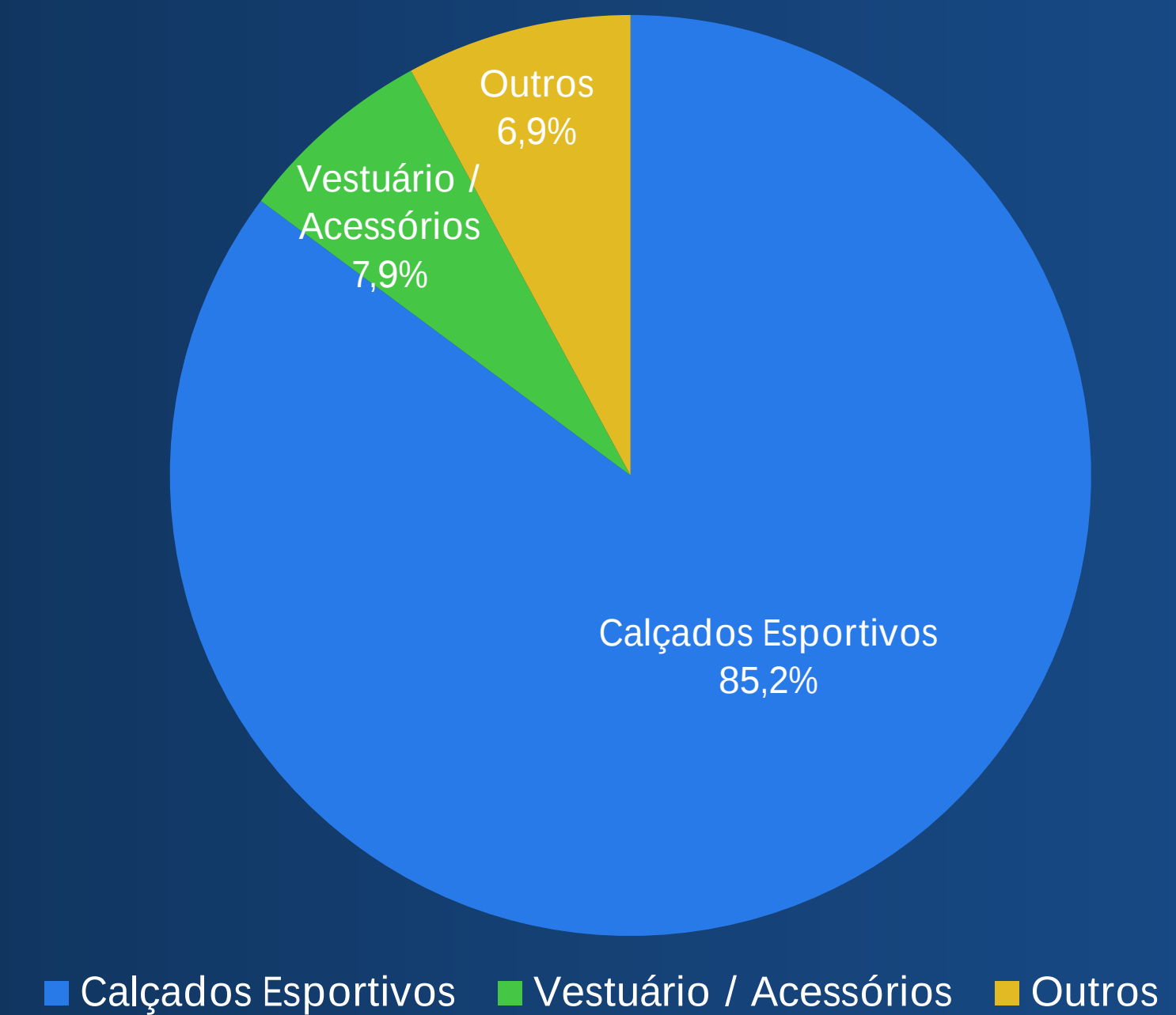


NOSSOS NÚMEROS

RECEITA LÍQUIDA POR CANAL – 2T25_{LTM}



RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 2T25_{LTM}



NOSSAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO

AQUISIÇÕES

NOVAS
CATEGORIAS

DTC

VESTUÁRIOS E
ACESSÓRIOS

VULCABRAS

ADMINISTRAÇÃO JOVEM E EXPERIENTE



Pedro Bartelle
CEO

49 anos
+32 anos de experiência
+25 anos de Vulcabras
+32 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	45	45	57	54	46
Anos de Experiência	+26	+27	+41	+36	+28
Anos na Vulcabras	+7	+10	+26	+17	+14
Anos no Esportivo	+12	+15	+36	+30	+28

Experiências
Profissionais



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

A photograph of three people standing in a factory setting. In the center is a man with a beard and short brown hair, wearing a black t-shirt. He has his arms around the shoulders of two women on either side of him. The woman on the left is wearing glasses and a light-colored short-sleeved shirt with a pink lanyard. The woman on the right is also wearing glasses and a similar light-colored short-sleeved shirt with a blue lanyard that has "VULCABRAS" written on it. The background is a blurred industrial environment with other workers and machinery.

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

VULCABRAS

 vulcabras.com
 vulcabras.official
 vulcabras



 vulcabras.com
 vulcabras.official
 vulcabras

 **VULCABRAS**



GLOBAL SPORTECH

BUILD A BETTER COUNTRY
THROUGH SPORT.

ONE OF THE LARGEST FOOTWEAR MARKETS IN THE WORLD

Brazil is the **4th largest market in the world** with **801,0 million¹** pairs consumed per year

ADDRESSABLE MARKET EXPANSION

Only **30% of the Brazilian population** practices physical activities today³.

ATHLETIC FOOTWEAR MARKET

expanding and full of opportunities

SPORTS SEGMENT IN CONTINUOUS EXPANSION

The share of the population engaging in **physical activity in Brazil** grew by **33% over the last 5 years⁴**

MARKET WITH STRONG GROWTH POTENTIAL

Brazil occupies the **43rd position** in terms of pairs per inhabitant with **3.8 pairs²**.

Considering only Athletic footwear, the **consumption is 0.4 pairs** per inhabitant²

EXPANSION OF SPORTS LIFESTYLE CONSUMPTION

Consumption of sports lifestyle products has grown post pandemic and continues to expand

Source;

¹ Footwear industry sector report | Brasil 2024

² Footwear industry sector report | Brasil 2023

³ PNS 2019 | Vigitel Brazil 2006-2023

⁴ World Footwear Estimate

RUNNING IN BRAZIL

Much more than a sport.

How many
brazilians
run?



13 million people
in Brazil run regularly.
About 6% of the population¹.

Running is the
4th most
practiced
sport in Brazil



55 million people run or walk regularly.

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.

¹Source: Olympikus & Box 1824 Research — “Por Dentro do Corre” Report”

RUNNER PROFILE



Gender

42% 58%
women men

Age

58% 42%
between 18 and 45 over
years old 45 years old

Social Class

64% 36%
class A/B classs C

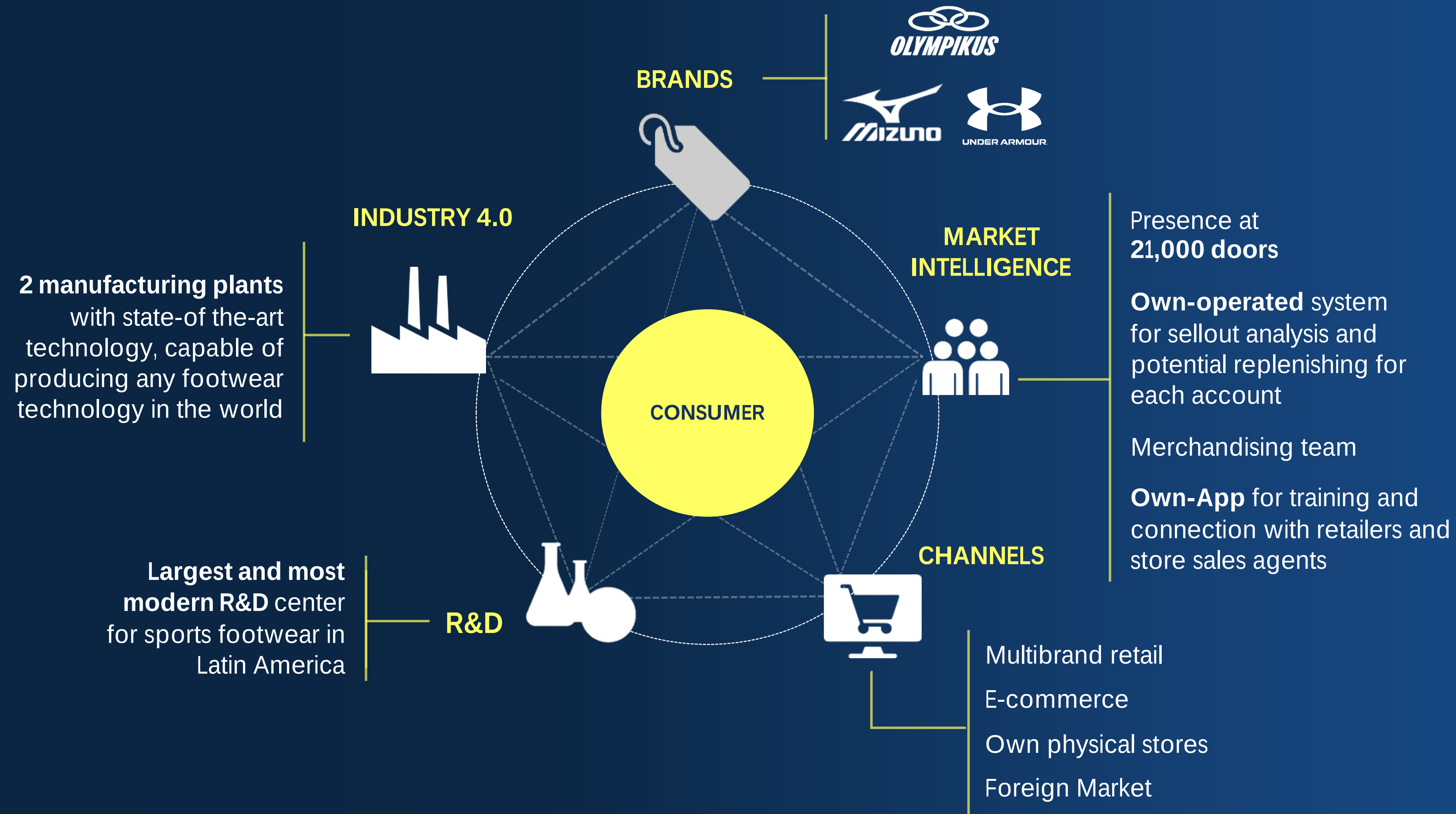
75%

started running
after 2021/2022

More than 7 decades, building a unique expertise, full of innovation, technology and market reference brands



BUSINESS MODEL





RESEARCH & INNOVATION

The largest footwear Research & Development center in Latin America

+20,000 m2

Laboratory, Design Center, Complete mini factory, Virtual reality, Materials research

+700 PROFESSIONALS

professionals Designers, Researchers and Engineers dedicated to R&D

+ 800 NEW SPORTS MODELS

developed per year

OPEN INNOVATION PLATFORM

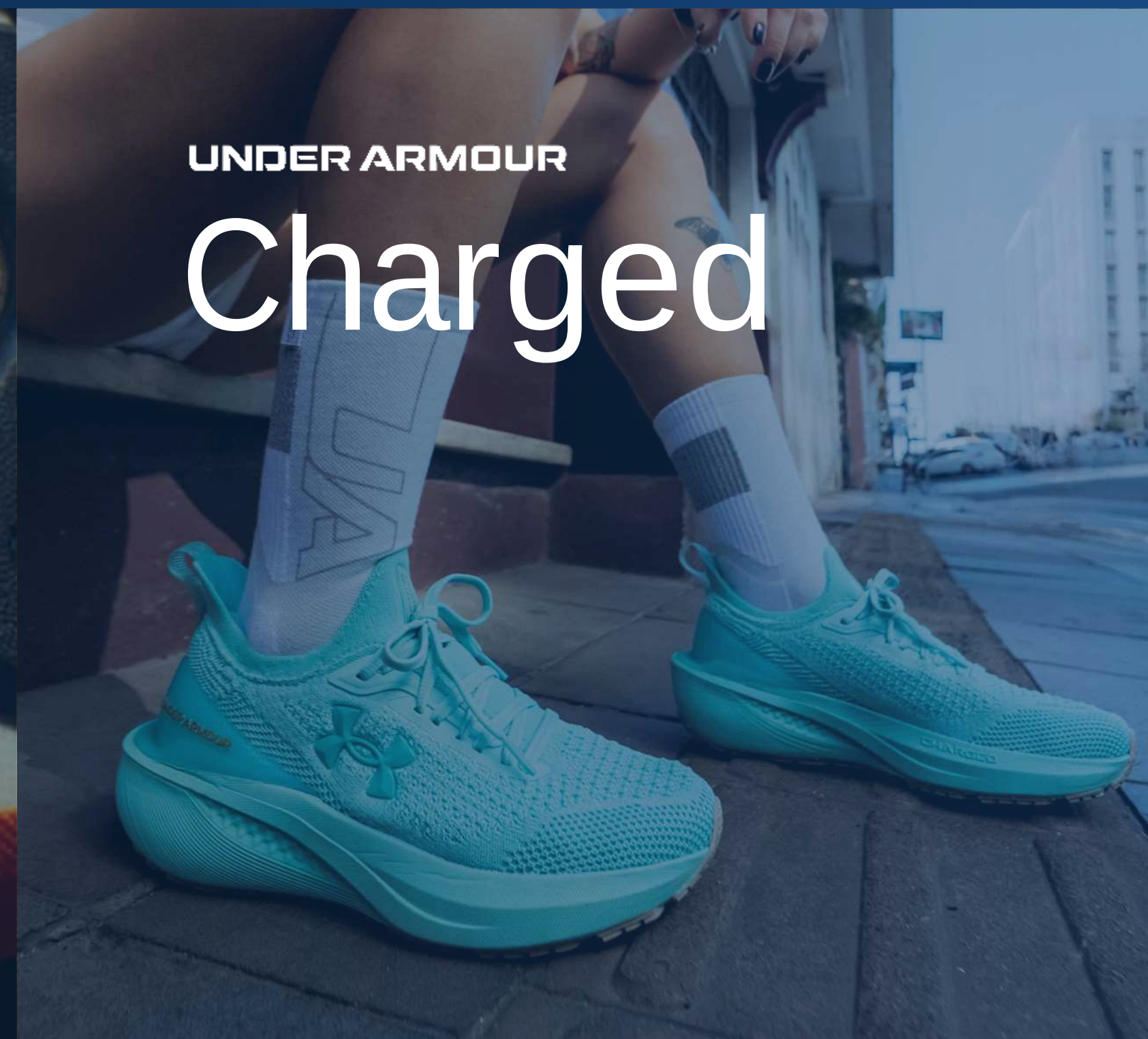
Partnerships with universities and international collaborations

AWARD-WINNING AND CERTIFIED PRODUCTS

by the main market appraisers and institutes

INNOVATION AND WORLD-CLASS TECHNOLOGY

FOR THE MIZUNO, OLYMPIKUS AND UNDER ARMOUR BRANDS



Graphene carbon plate that offers greater propulsion and durability. Lightweight, stable, and ultra-responsive, it was developed for maximum running performance.

New cushioning technology developed in Brazil and deployed globally with Under Armour. It enhances shock absorption and energy return for athletes.

High-performance responsive foam that combines cushioning, lightness, and energy return for a more comfortable and efficient run.

INDUSTRY 4.0 WITH CUTTING EDGE TECHNOLOGY

Ensuring agility in supply chain
and point-of-sale replenishment.



VULCABRAS

MODERN INDUSTRIAL PARK

capable of producing the most
advanced footwear technology in
the world

**+ 25.6 MILLION PAIRS
PRODUCED IN 2024**

+ R\$ 726 MILLION IN CAPEX
invested in industrial modernization
and R&D over the past 5 years

Lead time between order
confirmation and production
of **ONLY 5 WEEKS**.

SHORTER TIME-TO-MARKET
compared to international
competitors.

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

Monitoring more than 50% of our client base to ensure constant sell-out tracking, improving restocking accuracy and speed

MARKET INTELLIGENCE

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

+10,000
active clients

46 REPRESENTATION OFFICES

326 SELLERS
of all brands

ACTIVE PRESENCE AT THE POINT OF SALE

Largest merchandising team
in the sports market

21 THOUSAND POINTS OF SALE
supported by the trade structure

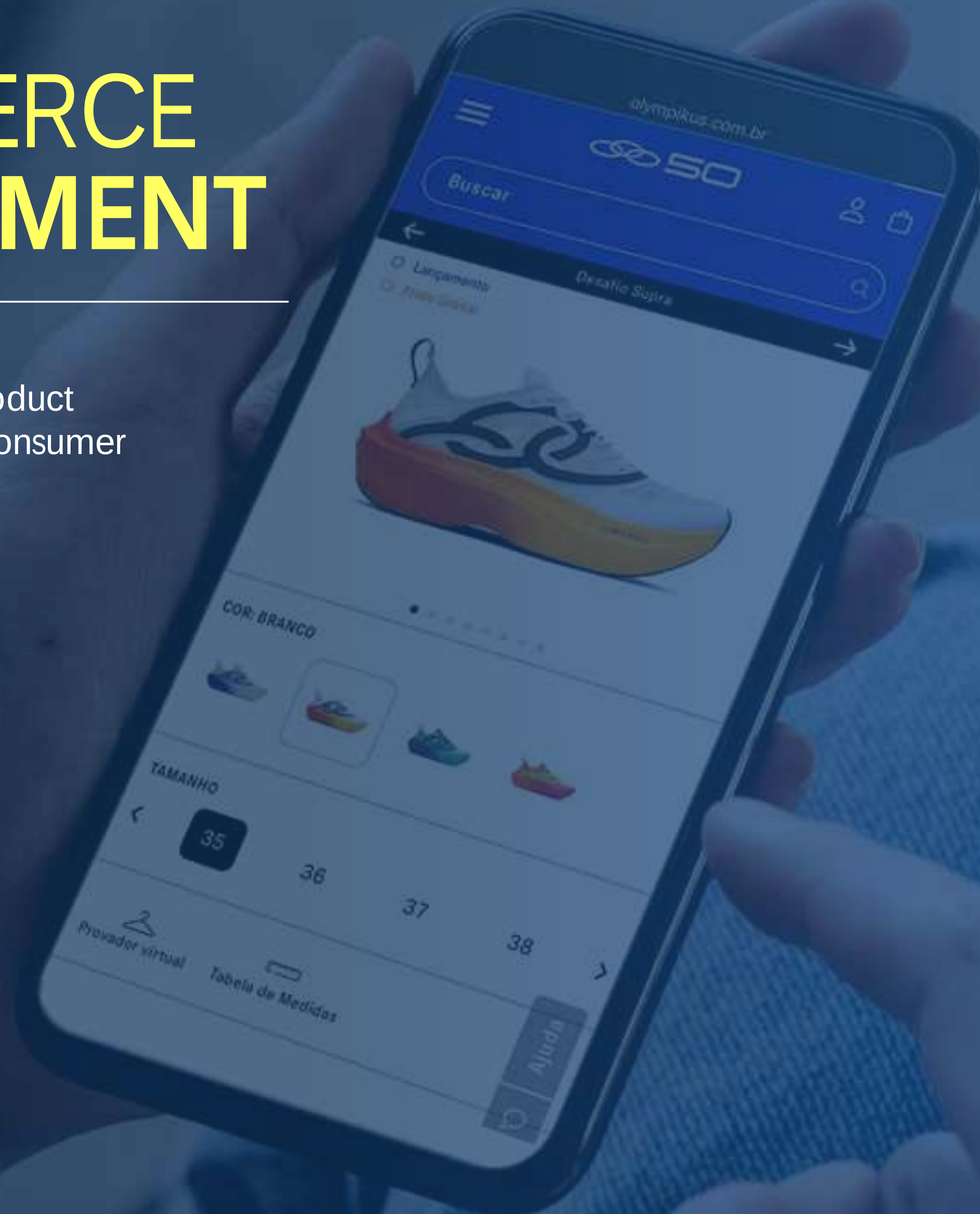
324 THOUSAND
merchandising pieces
produced annually

96 THOUSAND SALESPeOPLE
trained on all brands

NATIONAL COVERAGE
with a trade team of 92 promoters
and merchandizers

E-COMMERCE MANAGEMENT

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



42.6% GROWTH
in net revenue (6M25 x 6M24)

Presence in the **13 LARGEST MARKETPLACES** of Brazil

DEDICATED LOGISTICS OPERATION exclusively to serve the Company's e-commerce (Extrema/MG)

DISTRIBUTION CENTER

Extrema/MG



+ 21,500m²

+75,000
storage addresses

Current production of
12.5 THOUSAND
pairs and pieces/day
(70% Footwear x 30% apparel and accessories)



MARKETING

Real engagement with those who live and breathe sports

STRATEGIC AND COMPLEMENTARY BRAND MANAGEMENT

Each brand has a clear territory, with its own identity, defined audience, and strategies built through active listening, innovation, and connection with each user 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 listening to connect with trends and co-create products.

PROPRIETARY BRAND ACTIVATIONS AND EVENTS

Initiatives that bring brands into the calendar of those who move through sport.

ROLE SHIFT

Brands has moved from being “advertisers” to become true partners and enablers of real stories.



A Brazilian brand that democratizes technology and high performance in running, offering great cost-benefit and genuine connection with the community.



American brand that inspires and empowers athletes with products designed to make all athletes better. Strong presence in training — whether at the gym or crossfit - and in basketball.



A performance brand with Japanese heritage that combines tradition and innovation. Present in triathlon, elite running, football, and multisport, always connected to global trends and sports communities.

OLYMPIKUS CASE

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

DEMOCRATIZING SPORTS, now
also **AT THE ELITE LEVEL OF
RUNNING**

Brazilian leading brand in sales
volume and **THE MOST USED BY
BRAZILIAN RUNNERS ON
STRAVA**

Earning the confidence of the
**MARKET, ATHLETES, EXPERTS
AND PUBLIC OPINION**

RUNNING PERFORMANCE
category represents **23.4% OF THE
BRAND'S REVENUE**

**Top 6 finishes in the
42km race** at the 2025
São Paulo Marathon



THE CHALLENGE OF CREATING A HIGH-PERFORMANCE RUNNING SHOE FOR BRAZILIANS

Proving to the running community that, when it comes to innovation, Brazil can produce world-class sports technology.



OPEN
INNOVATION

RUNNING
COMMUNITY

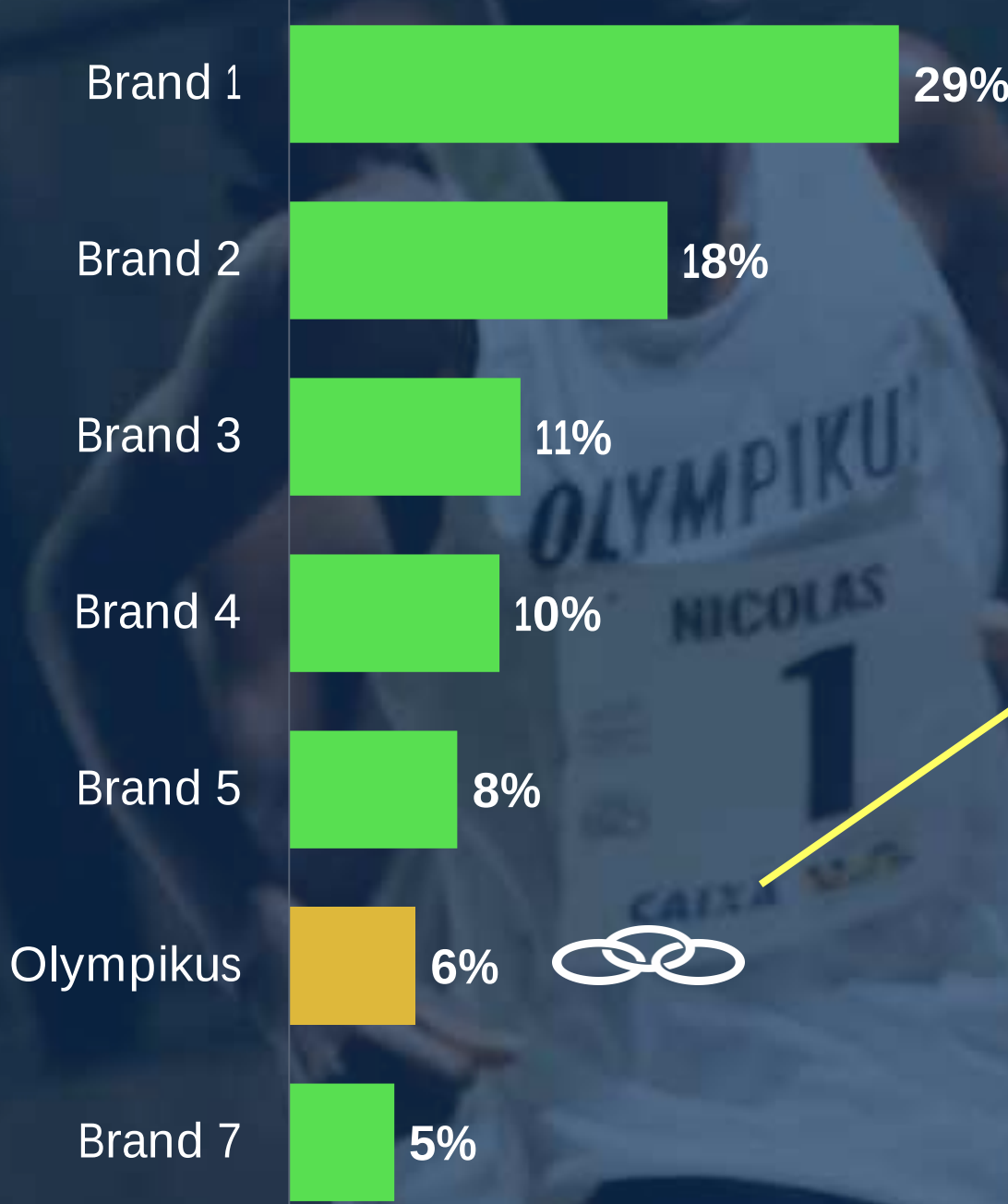


VERTICALLY
INTEGRATED
BUSINESS
MODEL

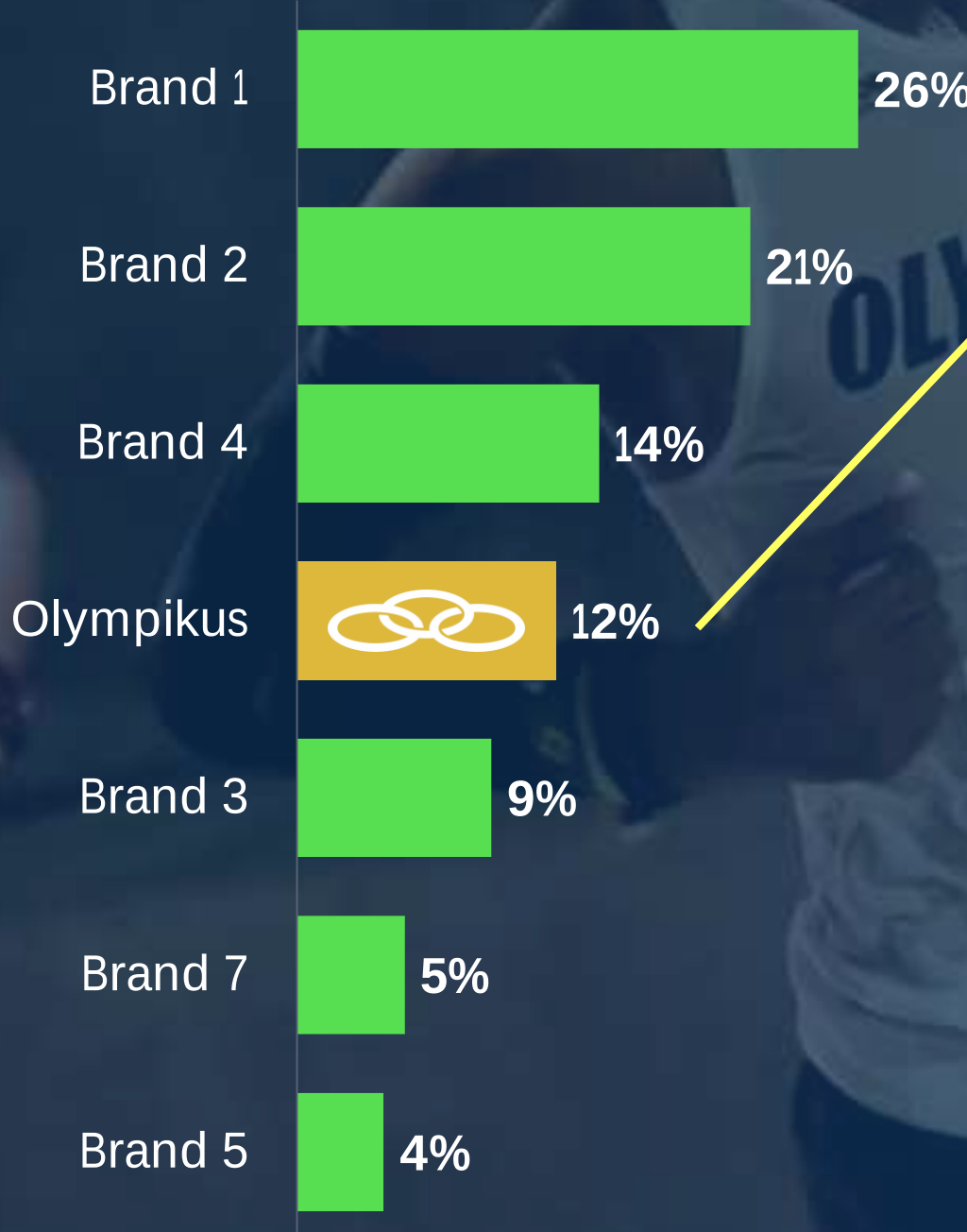
INTERNATIONAL MARATHON OF SÃO PAULO

Olympikus Growth

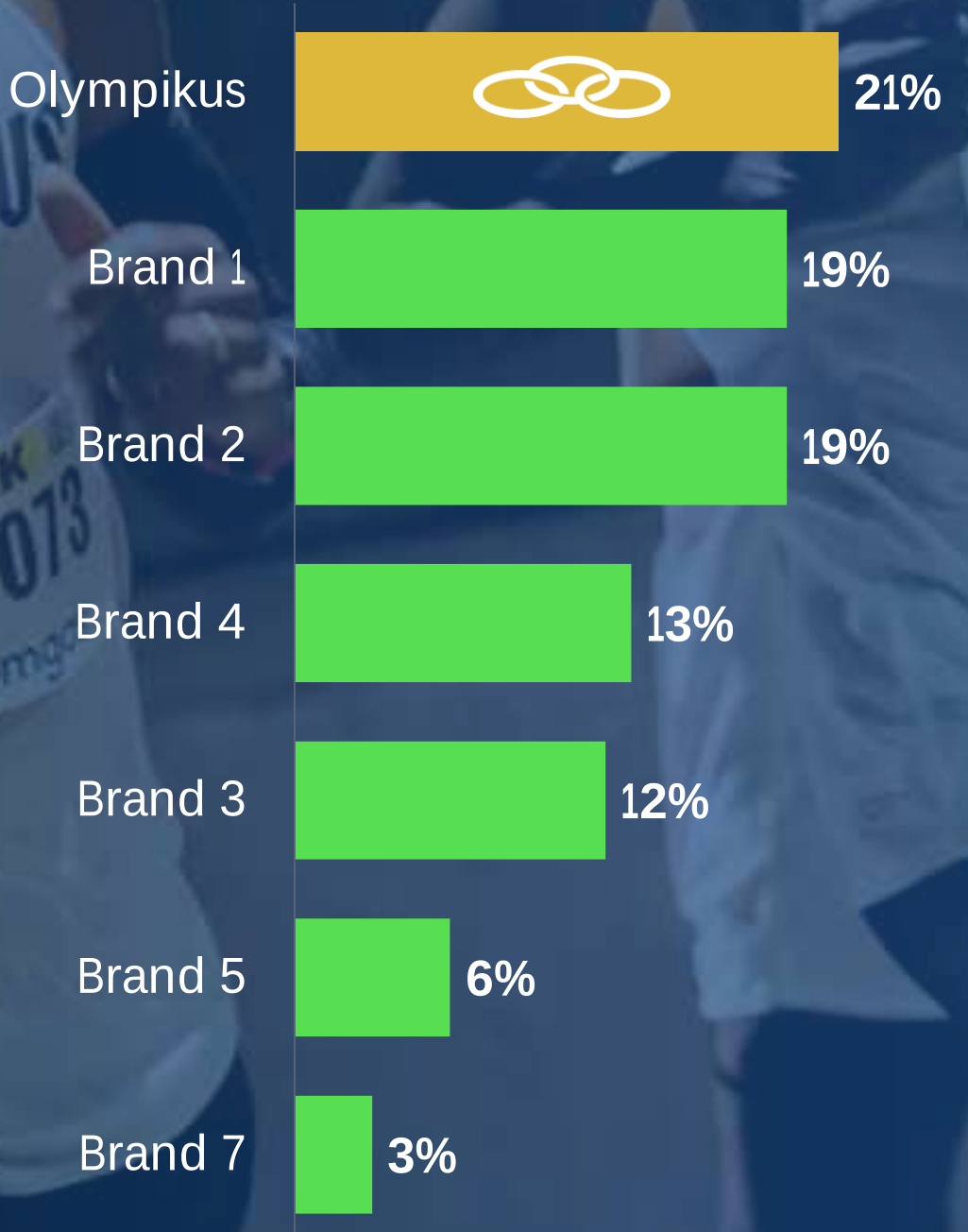
OVERALL – SP MARATHON 2022



OVERALL – SP MARATHON 2023



OVERALL – SP MARATHON 2024



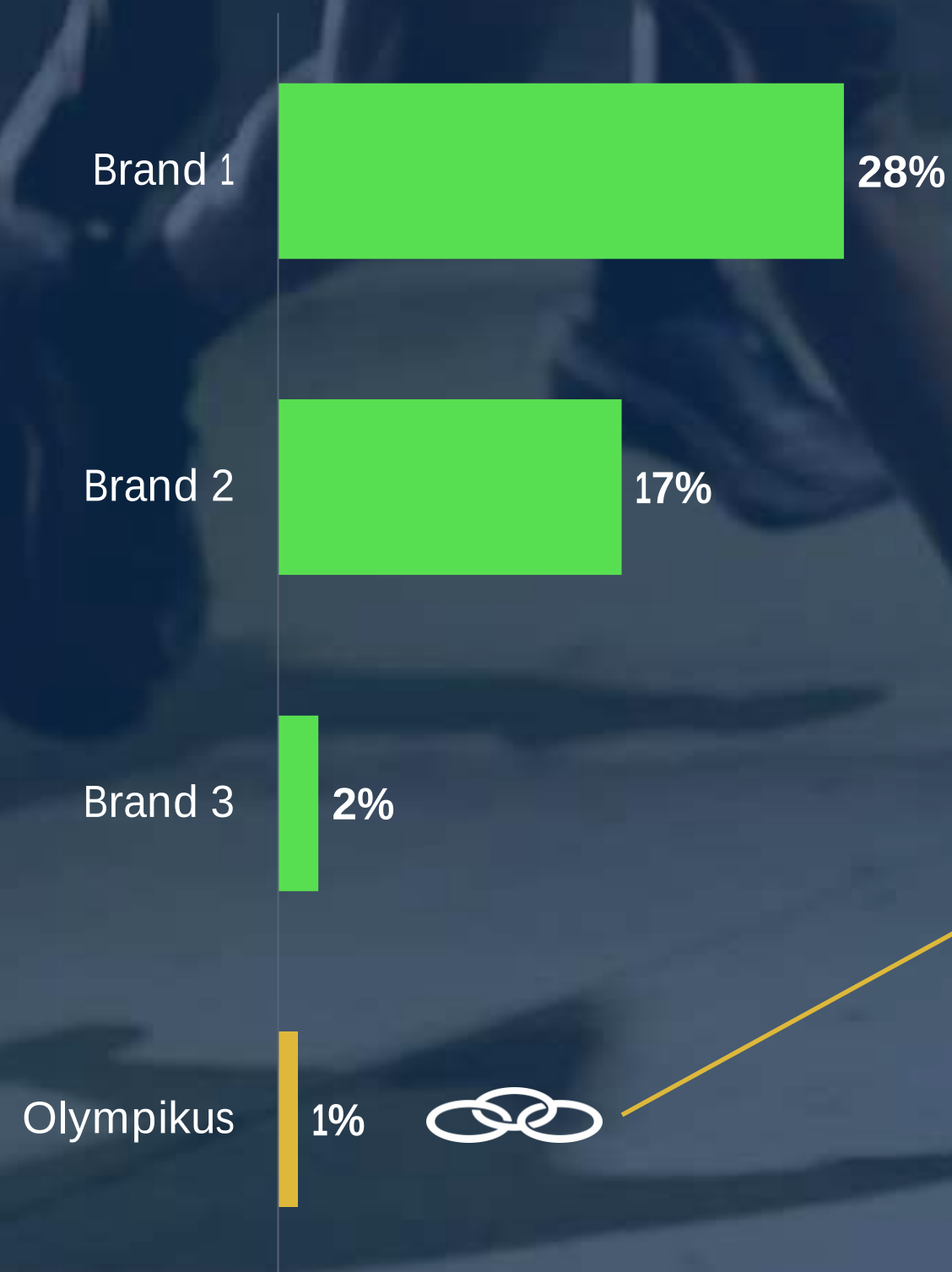
OVERALL – SP MARATHON 2025



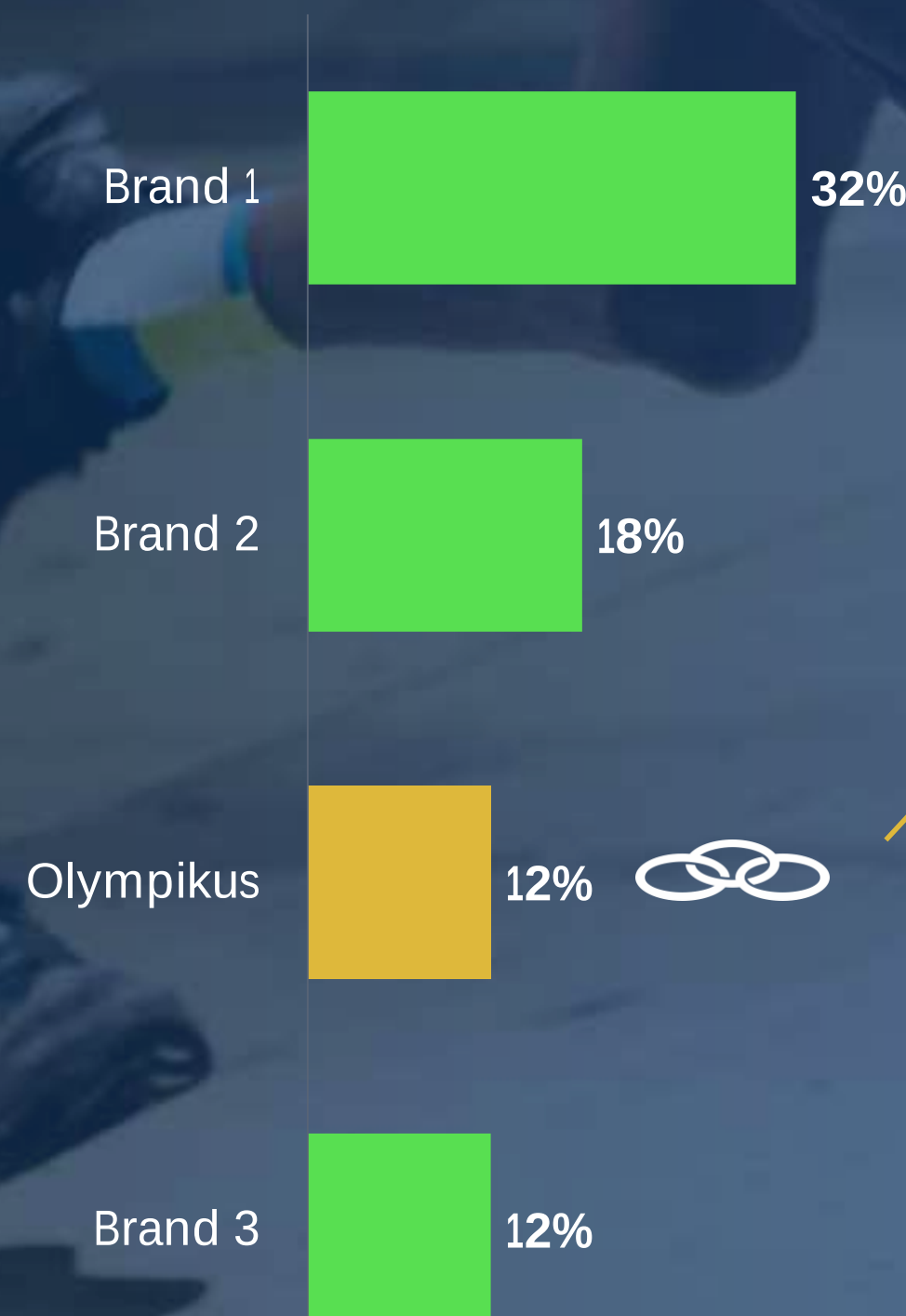
INTERNATIONAL MARATHON OF PORTO ALEGRE

Olympikus Growth

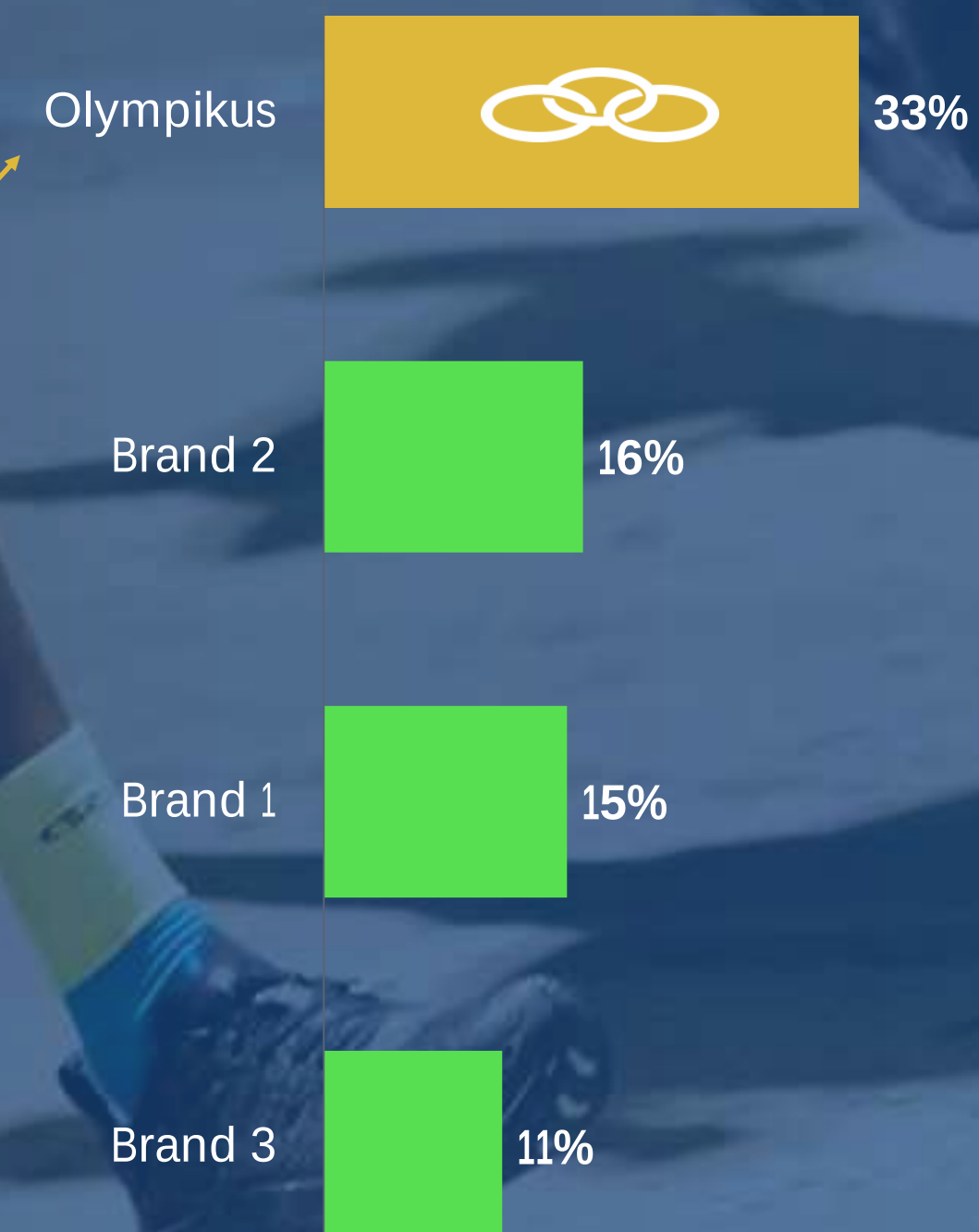
OVERALL – POA MARATHON 2022



OVERALL – POA MARATHON 2023



OVERALL – POA MARATHON 2024





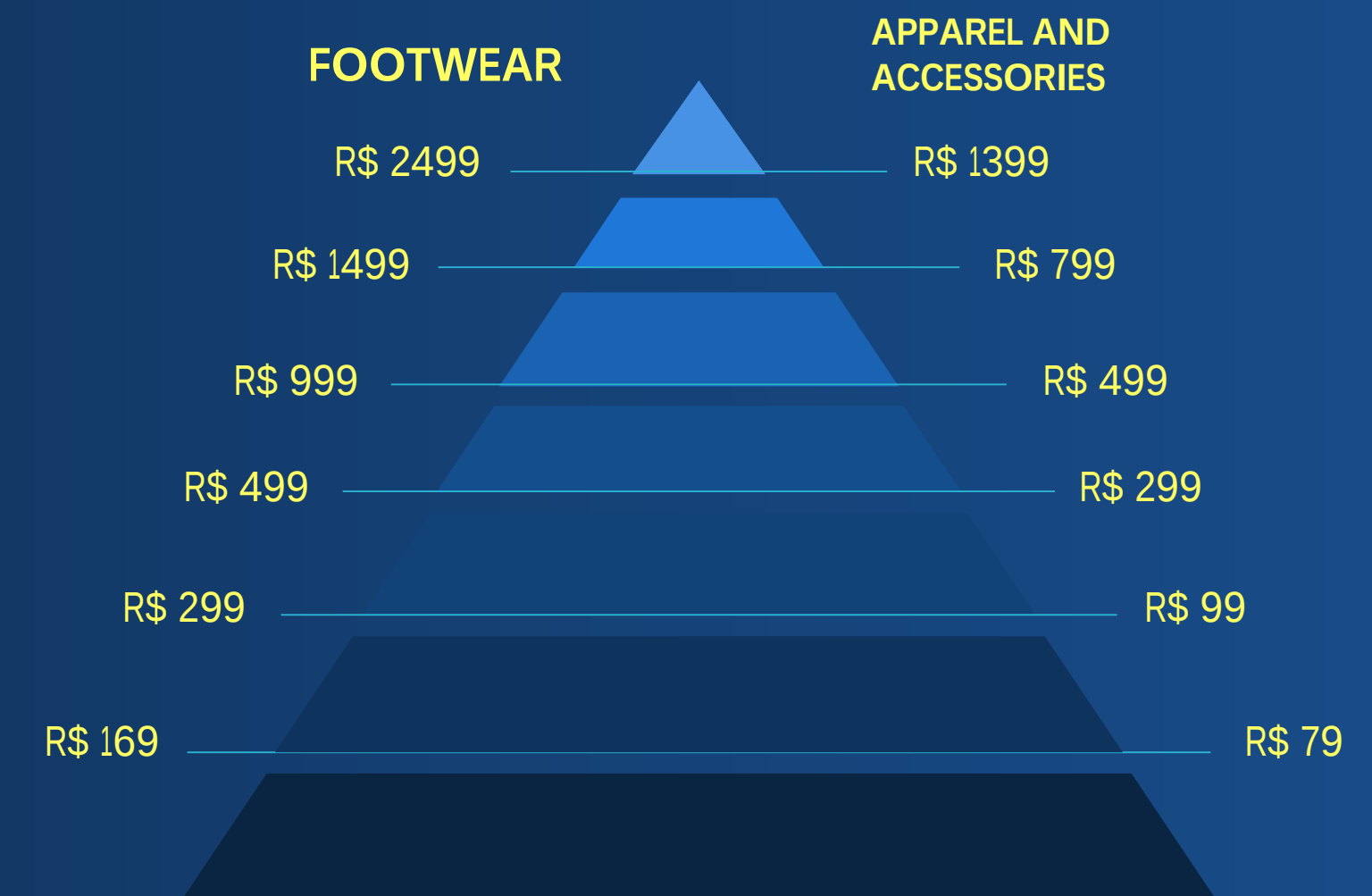
STRAVA

OLYMPIKUS CORRE

FOR THE 2ND CONSECUTIVE YEAR, THE MOST RUNNING SHOE BY
BRAZILIAN RUNNERS ON STRAVA, ACHIEVING OVER 100 PODIUMS IN
THE COUNTRY'S MAIN MARATHONS IN 2023 AND 2024.

STRATEGIC AND COMPLEMENTARY BRAND MANAGEMENT

Pricing strategy for all consumer profiles



OUR BRANDS



Democratize technology and the sporting lifestyle



High performance for all runner profiles



Multicategory focused on the entire athlete's journey

SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY

ENVIRONMENT

Our factories are powered by **WIND ENERGY**

100% EFFLUENTS TREATED at all units, and **66% REUSED** at the Horizonte unit (CE)

97% of the direct waste from the production process are **RECYCLED, REUSED OR CO-PROCESSED**

SOCIAL

127,309 CHILDREN AND ADOLESCENTS impacted by social programs supported by the company since 2021

Training of **1,028 YOUNG PEOPLE PER YEAR** in the SENAI training program at the units

+559,882h OF ANNUAL TRAINING for employees and leadership training in 2024

SPORTS PRACTICE INCENTIVE PROGRAM in partnership with Wellhub (formerly Gympass) achieving **OVER 342,497 TRAININGS SECTIONS PER MONTH** by our employees in 2024

FINANCIAL HIGHLIGHTS

20TH QUARTER CONSECUTIVE GROWTH (2Q25)

3.8 BI

GROSS REVENUE 2Q25 LTM

17.2%

RECURRING NET
MARGIN 2Q25 LTM

567 MI

RECURRING NET
INCOME 2Q25 LTM

21.6%

RECURRING EBITDA
MARGIN 2Q25 LTM

709 MI

RECURRING
EBITDA 2Q25 LTM

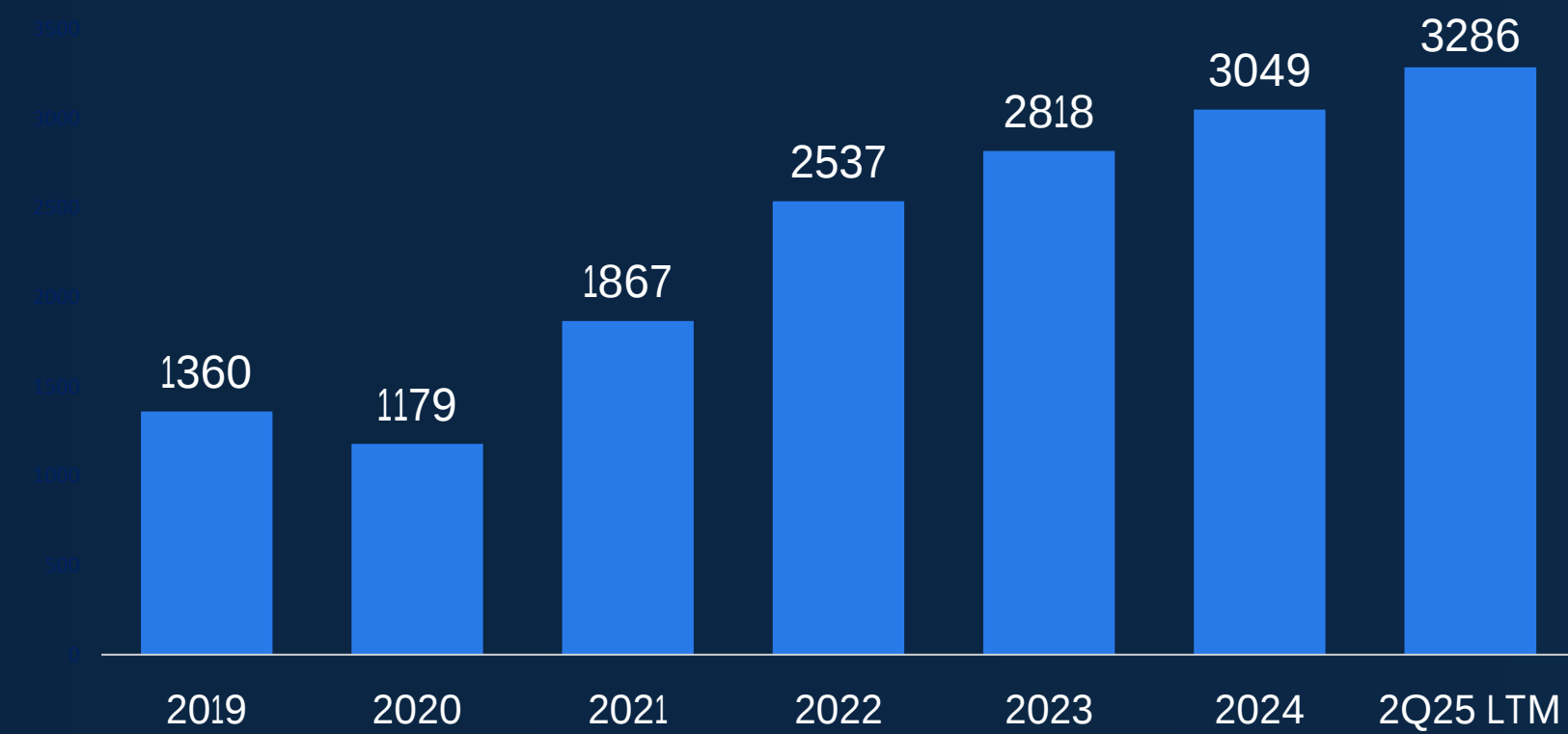
32.0%

ADJUSTED ANNUALIZED
ROIC 2Q25 LTM

OUR NUMBERS – LTM 2Q25

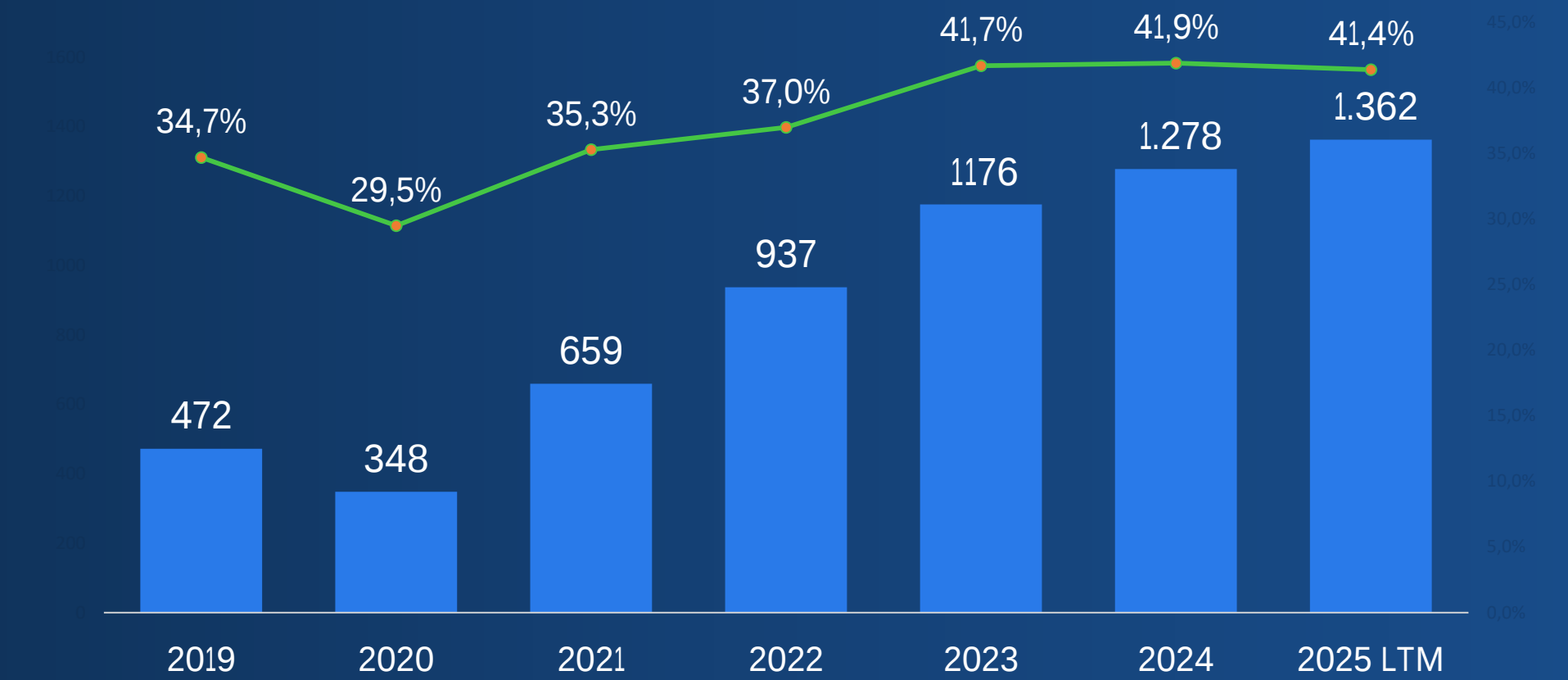
NET REVENUE

(R\$ MM; %)



GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN

(R\$ MM; %)



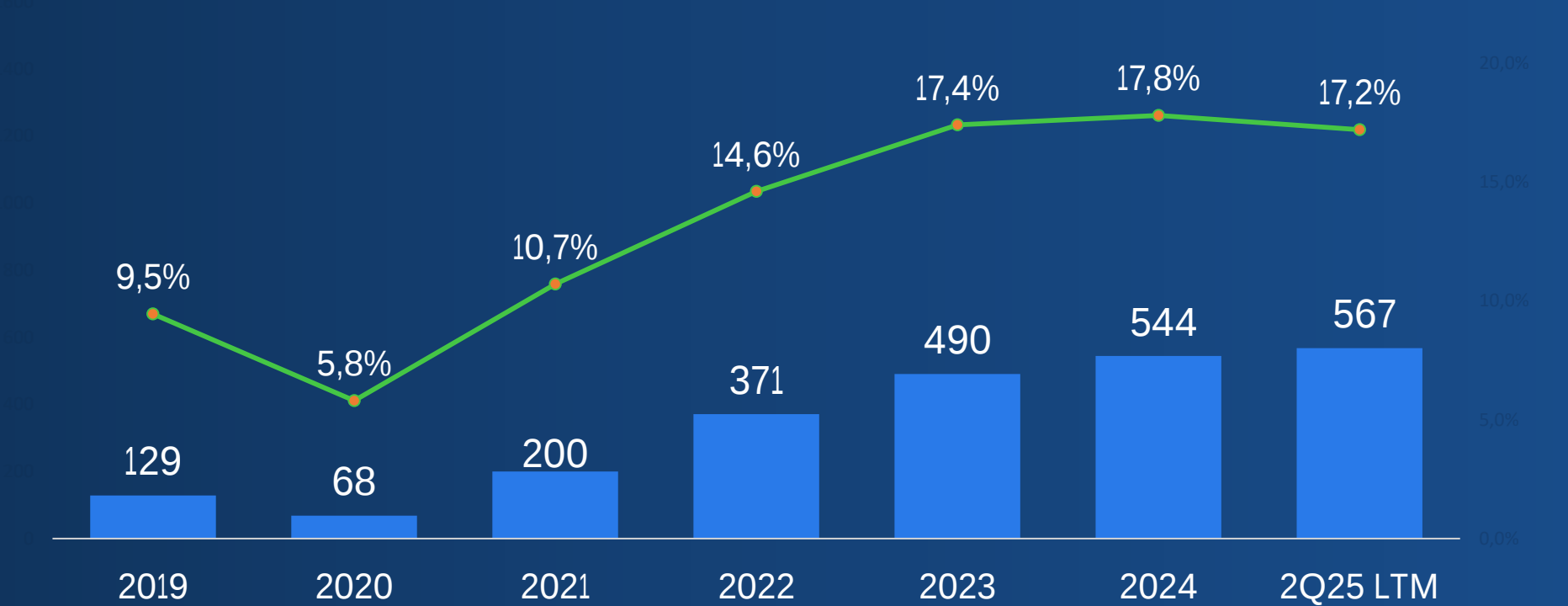
EBITDA AND MARGIN EBITDA RECURRING

(R\$ MM ; %)



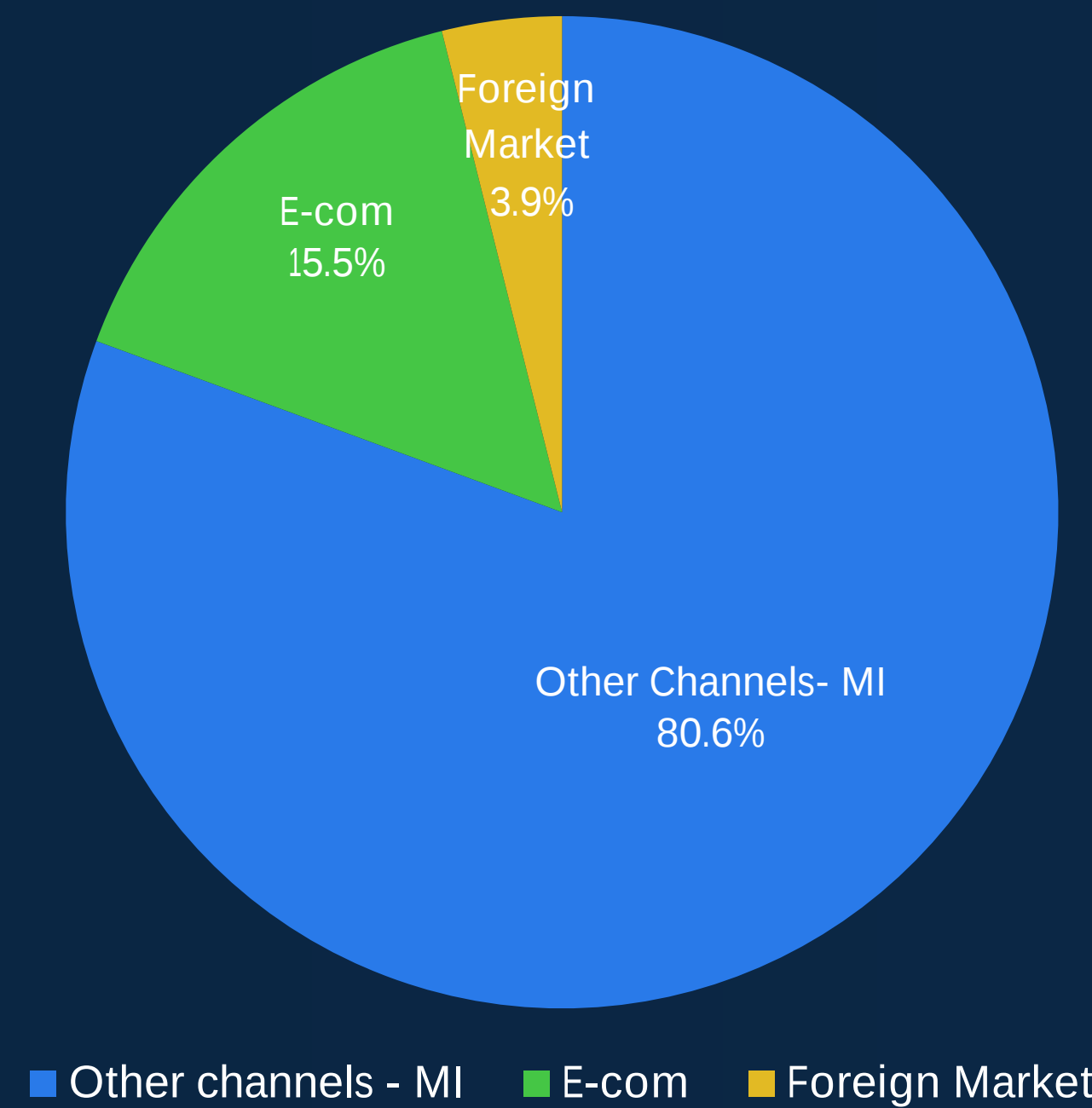
NET PROFIT AND NET PROFIT MARGIN RECURRING

(R\$ MM ; %)

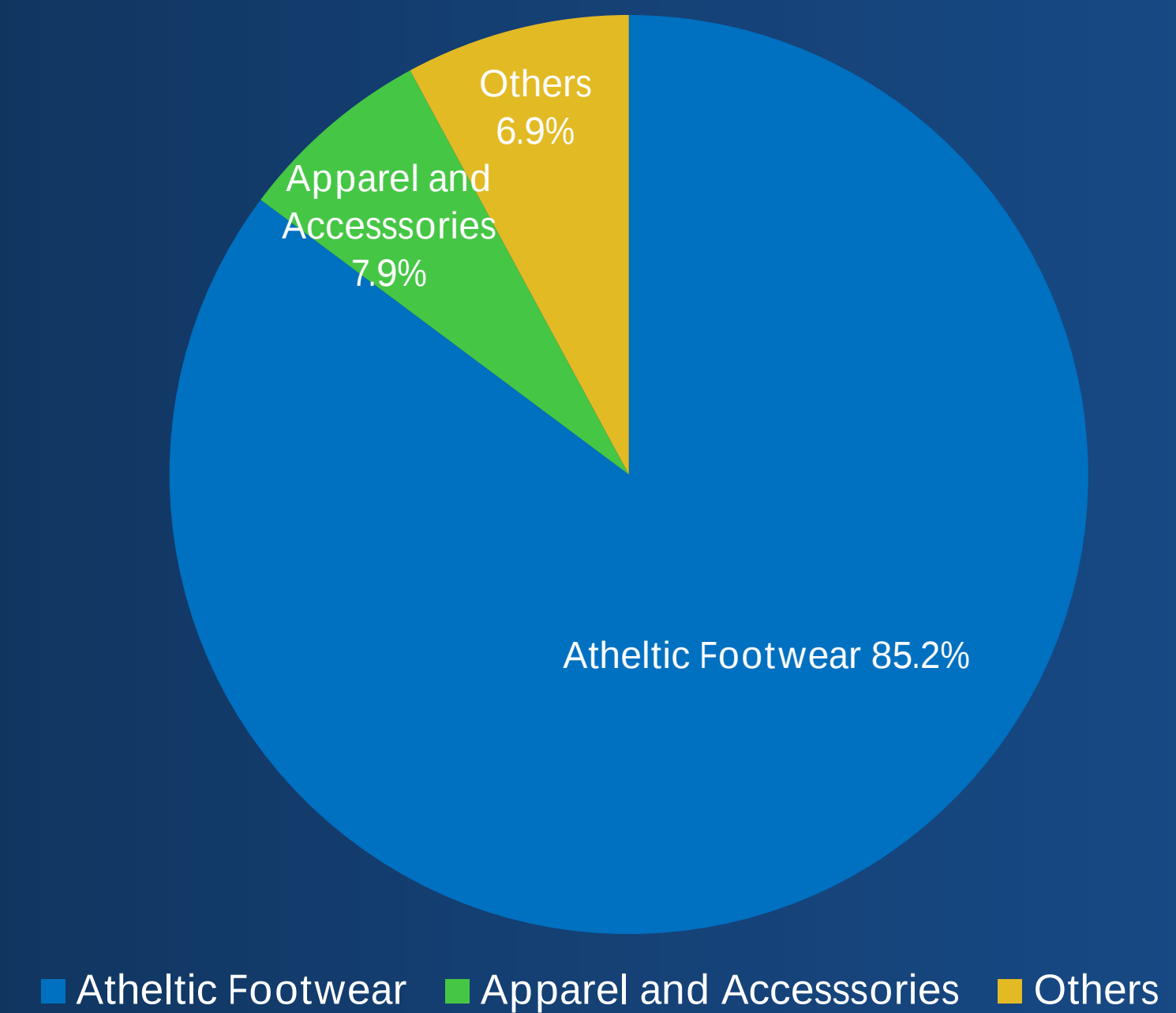


OUR NUMBERS

NET REVENUE BY CHANNEL – 2Q25_{LTM}



NET REVENUE BY CATEGORY – 2Q25_{LTM}



OUR GROWTH AVENUES

ACQUISITIONS

NEW
CATEGORIES

DTC

APPAREL AND
ACCESSORIES

VULCABRAS

YOUNG AND EXPERIENCED MANAGEMENT



Pedro Bartelle
CEO

49 years old
+32 years of experience
+25 years of Vulcabras
+32 years of Sports Market



Wagner Dantas
CFO / IRO



Rafael Gouveia
Commercial and Channels



Evandro Kollet
R&D



Rodrigo Micelli
Supply e HR



Marcio Callage
Marketing

Age	45	45	57	54	46
Years of Experience	+26	+27	+41	+36	+28
Years at Vulcabras	+7	+10	+26	+17	+14
Years In Sports	+12	+15	+36	+30	+28

Professional
Experience



FINAL CONSIDERATIONS



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 standing in a factory setting. In the center is a man with a beard and short brown hair, wearing a black t-shirt. He has his arms around the shoulders of two women on either side of him. The woman on the left is wearing glasses and a light-colored short-sleeved shirt with a pink lanyard. The woman on the right is wearing safety glasses and a similar light-colored short-sleeved shirt with a blue lanyard that has "VULCABRAS" printed on it. The background is a blurred industrial environment with other workers and machinery.

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

VULCABRAS

 vulcabras.com
 vulcabras.official
 vulcabras

