

3T25

APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS



VULCABRAS

Jundiaí, 30 de outubro de 2025 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do terceiro trimestre de 2025 (3T25). As informações operacionais e financeiras da Vulcabras S.A. ["Companhia"] são apresentadas com base em números consolidados e em milhões de reais, elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com os padrões contábeis internacionais (CPC 21 e ISA 34). Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do terceiro trimestre de 2025, comparado ao mesmo período de 2024, exceto quando especificado de forma diversa.



DESTAQUES

VOLUME BRUTO

9,0 milhões

de pares/peças no 3T25, registrando um crescimento de 7,7% em relação ao 3T24. No acumulado de nove meses, o volume atingiu 24,6 milhões de pares/peças no 9M25, expansão de 5,8% frente ao 9M24.

RECEITA LÍQUIDA

R\$ 955,7 milhões

no 3T25, representando um aumento de 21,8% em relação ao 3T24. No acumulado de nove meses, o valor alcançou R\$ 2.551,7 milhões no 9M25, crescimento de 19,1% frente ao mesmo período do ano anterior.

LUCRO BRUTO

R\$ 395,8 milhões

no 3T25, apresentando crescimento de 17,1% em relação ao valor registrado no 3T24. No acumulado de nove meses o montante alcançou R\$ 1.043,1 milhões no 9M25, o que representa uma alta de 15,7% frente ao mesmo período do ano anterior.

MARGEM BRUTA

41,4%

no 3T25, redução de 1,7 p.p. em relação ao 3T24. No acumulado de nove meses a margem bruta foi de 40,9% no 9M25, queda de 1,2 p.p. frente ao 9M24.

LUCRO LÍQUIDO E

MARGEM LÍQUIDA DO PERÍODO

R\$ 547,2 milhões

no 3T25, representando um aumento de 217,8% em comparação ao 3T24, com Margem Líquida de 57,3%, 35,4 p.p. acima do mesmo período do ano anterior. No acumulado de nove meses o lucro líquido atingiu R\$ 1.006,5 milhões no 9M25, crescimento de 151,2% frente ao 9M24, com Margem Líquida de 39,4% avanço de 20,7 p.p. em relação ao 9M24.

EBITDA E MARGEM

EBITDA DO PERÍODO

R\$ 226,5 milhões

no 3T25, registrando um crescimento de 15,1% sobre o 3T24, com Margem EBITDA de 23,7%, redução de 1,4 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. No 9M25, o resultado foi de R\$ 663,3 milhões, alta de 34,1% ante o 9M24, com Margem EBITDA de 26,0%, 2,9 p.p. acima do registrado no 9M24.

COTAÇÃO VULC3
(30/09/2025)

R\$ 19,68

VALOR DE
MERCADO

R\$ 5,4 bilhões

QUANTIDADE DE
AÇÕES ORDINÁRIAS:

275.536.244

RELAÇÃO COM INVESTIDORES

Wagner Dantas da Silva
CFO e DRI

SITE RI VULCABRAS
<http://vulcabrasri.com>

E-MAIL RI
dri@vulcabras.com

TELEFONE RI
+55 (11) 4532-1000

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS
31/10/2025 às 10h00 (Brasília)
[Acesse em Português](#)



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A Vulcabras encerrou o terceiro trimestre de 2025 com mais um marco histórico ao atingir a Receita Operacional Bruta (ROB) de R\$ 1,1 bilhão em um único trimestre. O 21º trimestre consecutivo de crescimento representa o maior faturamento trimestral já registrado em sua história e reflete a solidez de seu modelo de negócio, o fortalecimento contínuo de suas marcas e a eficiência operacional sustentada ao longo do tempo.

Entre os destaques do período, a Olympikus segue protagonista no mercado nacional de corrida, com a linha Corre se consolidando como referência em tecnologia, desempenho e acessibilidade. A Under Armour por sua vez registrou o melhor trimestre de sua operação no Brasil, impulsionada pelas categorias de treino e running Inspired. A Mizuno manteve o ritmo de crescimento, fortalecendo sua presença no segmento de alta performance.

A divisão de calçados esportivos registrou crescimento de 22,9% no 3T25, refletindo o forte desempenho de todas as marcas do grupo. O resultado foi potencializado pelo aumento da disponibilidade de produtos, viabilizado pelas recentes ampliações nas unidades fabris, que contribuiu para maior capilaridade e agilidade no abastecimento do varejo.

No canal de e-commerce o crescimento foi de 25,4%, alcançando R\$ 144,8 milhões e representando 15,2% da Receita Líquida. O lançamento do aplicativo da Mizuno se destacou como um dos movimentos estratégicos do trimestre para o canal aprofundando a relação com o consumidor por meio de uma experiência personalizada, ampliando a conversão do canal mobile e aumentando o ticket médio por transação.

O Lucro Líquido atingiu R\$ 547,2 milhões, com Margem Líquida de 57,3%, crescimento de 217,8% em relação ao 3T24, impulsionado também pelo reconhecimento de mais de R\$ 366 milhões de impostos diferidos. O EBITDA foi de R\$ 226,5 milhões, com Margem EBITDA de 23,7%.

ALOCÇÃO DE CAPITAL

Em função da eminente reforma tributária que tramita entre o senado e a câmara dos deputados, a Companhia segue atenta e buscando caminhos para o melhor equilíbrio entre alocação de capital, retorno ao seu acionista e preservação de um balanço com alavancagem razoável (frente a taxas de juros que continuam muito altas) e sem exposições que possam comprometer ou colocar em risco a sua operação. Desta forma, adicionalmente aos dividendos já anunciados, a Companhia anuncia mais um pagamento extraordinário de dividendos no valor de R\$ 597,7 milhões, onde concomitante a este pagamento extraordinário a Companhia também anuncia um aumento de capital, através de uma subscrição privada, no mesmo valor de R\$ 597,7 milhões, o qual tem como objetivo aumentar o estoque de Capital Social passível de futura redução.

A Vulcabras segue acompanhando de perto a evolução da tramitação da reforma tributária e ainda avaliando novos pagamentos de dividendos em 2025, até o limite das suas reservas de lucros disponíveis, sempre com o compromisso de geração de valor para o acionista e uma gestão disciplinada de capital.

VISÃO DE LONGO PRAZO E COMPROMISSO COM O VALOR

O ritmo consistente de confirmação das carteiras para o quarto trimestre, a manutenção do elevado giro no varejo e os investimentos direcionados ao atendimento da demanda reforçam a confiança da Vulcabras em sustentar seu ciclo de crescimento. Com marcas fortes, foco contínuo em inovação, expansão de portfólio e eficiência operacional, a Companhia consolida sua posição de liderança no mercado esportivo nacional.



DESEMPENHO CONSOLIDADO

R\$ milhões	3T25	3T24	Var. % 3T25/3T24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Volume (milhões pares/peças)	9,0	8,3	7,7%	24,6	23,2	5,8%
Receita Operacional Bruta	1.114,3	915,1	21,8%	2.984,0	2.512,2	18,8%
Receita Líquida	955,7	784,6	21,8%	2.551,7	2.142,9	19,1%
Mercado Interno	920,0	749,1	22,8%	2.452,5	2.035,5	20,5%
Mercado Externo	35,7	35,5	0,6%	99,2	107,4	-7,6%
Lucro Bruto	395,8	337,9	17,1%	1.043,1	901,5	15,7%
Margem bruta	41,4%	43,1%	-1,7 p.p.	40,9%	42,1%	-1,2 p.p.
Despesas Operacionais SG&A	-221,3	-187,4	18,1%	-616,1	-515,2	-19,6%
Outras receitas (despesas) operacionais	16,1	16,6	-3,0%	136,8	25,0	447,2%
EBITDA societário	226,5	196,8	15,1%	663,3	494,6	34,1%
Margem EBITDA	23,7%	25,1%	-1,4 p.p.	26,0%	23,1%	2,9 p.p.
EBITDA recorrente	211,2	185,6	13,8%	542,4	483,4	12,2%
Margem EBITDA recorrente	22,1%	23,6%	-1,5 p.p.	21,3%	22,6%	-1,3 p.p.
Lucro Líquido societário	547,2	172,2	217,8%	1.006,5	400,7	151,2%
Margem Líquida	57,3%	21,9%	35,4 p.p.	39,4%	18,7%	20,7 p.p.
Lucro Líquido recorrente	163,2	146,3	11,6%	414,1	374,8	10,5%
Margem Líquida recorrente	17,1%	18,6%	-1,5 p.p.	16,2%	17,5%	-1,3 p.p.



VOLUME BRUTO

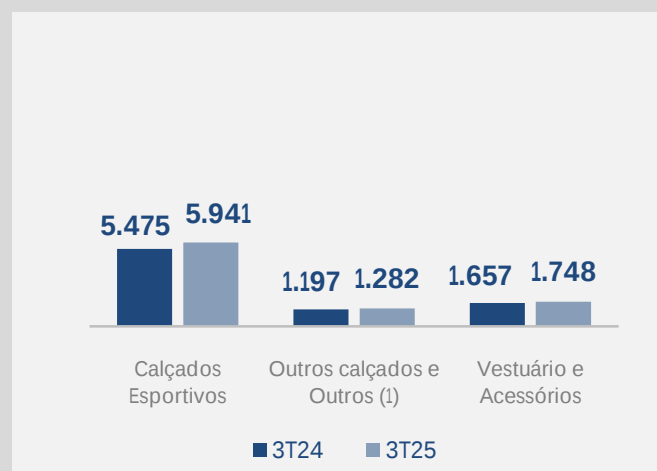
No 3T25, a Vulcabras seguiu ampliando o volume vendido, demonstrando solidez no desempenho e consistência na execução de sua estratégia de crescimento. Esse avanço resulta da combinação entre fortalecimento de suas marcas e portfólio equilibrado, sustentando um ritmo de expansão contínuo e de qualidade.

No 3T25, o volume bruto faturado atingiu 9,0 milhões de pares/peças, representando um crescimento de 7,7% em relação aos 8,3 milhões registrados no 3T24. Os principais destaques por categoria foram:

- I. Calçados Esportivos acelerou seu ritmo de expansão no 3T25, registrando crescimento de 8,5% no trimestre, impulsionado pela maior demanda nos mercados interno e externo e pelo crescimento consistente das três marcas da Companhia.
- II. Outros Calçados e Outros manteve a trajetória positiva, com crescimento de 7,1% no 3T25, sustentado pela forte demanda por chinelos esportivos, que seguem ganhando espaço no mix da Companhia.
- III. Vestuário e Acessórios registrou crescimento de 5,5% no 3T25, com destaque para o desempenho do vestuário e acessórios da marca Olympikus. O resultado reflete o fortalecimento da presença da Companhia nesse segmento e a consolidação da estratégia de diversificação do portfólio.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL - 3T25 vs 3T24

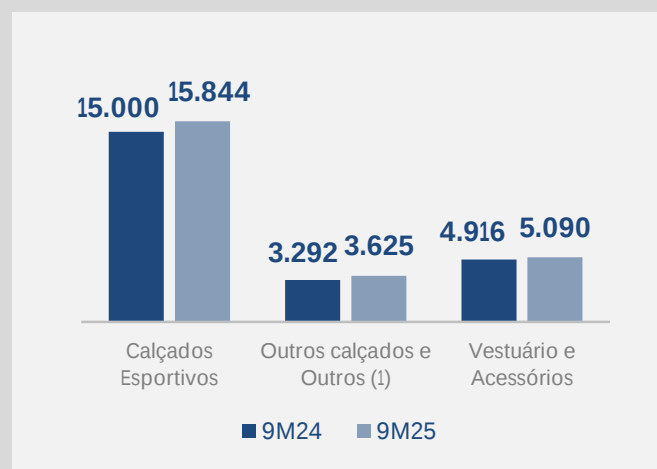
Pares e Peças (Mil)	3T25	Partic. %	3T24	Partic. %	Var. % 3T25/3T24
Calçados Esportivos	5.941	66,2%	5.475	65,7%	8,5%
Outros Calçados e Outros (1)	1.282	14,3%	1.197	14,4%	7,1%
Vestuário e Acessórios	1.748	19,5%	1.657	19,9%	5,5%
Total	8.971	100,0%	8.329	100,0%	7,7%



No acumulado do 9M25 o volume bruto faturado somou 24,6 milhões de pares/peças, registrando crescimento de 5,8% em relação ao registrado no mesmo período do ano anterior.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL - 9M25 vs 9M24

Pares e Peças (Mil)	9M25	Partic. %	9M24	Partic. %	Var. % 9M25/9M24
Calçados Esportivos	15.844	64,5%	15.000	64,6%	5,6%
Outros Calçados e Outros (1)	3.625	14,8%	3.292	14,2%	10,1%
Vestuário e Acessórios	5.090	20,7%	4.916	21,2%	3,5%
Total	24.559	100,0%	23.208	100,0%	5,8%



(1) Chinelos, botas, calçados femininos e componentes para calçado



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

CATEGORIAS

No 3T25, a Vulcabras manteve desempenho sólido de expansão em Receita Líquida, consolidando os avanços obtidos ao longo do ano. O trimestre foi marcado por evolução consistente, sustentada pelo fortalecimento das marcas, atuações estratégicas nos canais de venda e equilíbrio de portfólio.

O ambiente favorável de consumo no varejo brasileiro continuou a impulsionar o crescimento das três marcas e de todas as categorias da Companhia.

Pelo 21º trimestre consecutivo a Companhia apresentou crescimento consistente nas vendas. A Receita Líquida totalizou R\$ 955,7 milhões no 3T25, representando alta de 21,8% em relação aos R\$ 784,6 milhões registrados no 3T24. Esse desempenho evidencia a capacidade da Companhia de crescer de forma sustentável, com disciplina na execução e foco permanente em rentabilidade.

A categoria de Calçados Esportivos registrou aumento de 22,9% no 3T25 em comparação com o 3T24. As três marcas da Companhia apresentaram crescimento. A Olympikus, destaca-se pela linha de corrida de performance que segue impulsionando o resultado da categoria. A Under Armour também se destacou, alcançando seu novo recorde histórico de receita em Calçados Esportivos.

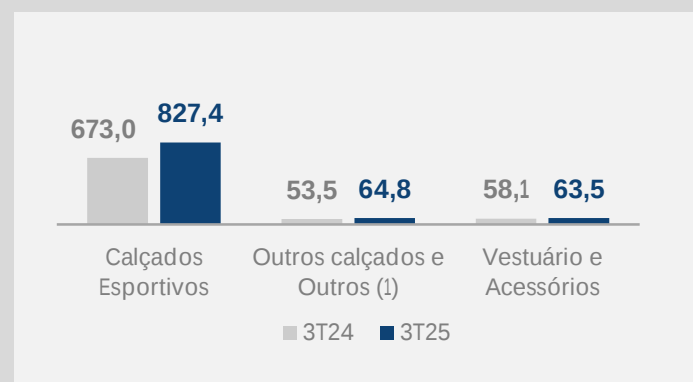
A categoria de Outros Calçados e Outros apresentou crescimento de 21,1% em relação ao 3T24, refletindo o bom desempenho dos chinelos esportivos, que seguiram ganhando relevância no mix de produtos da Companhia.

A categoria de Vestuário e Acessórios apresentou crescimento de 9,3% no 3T25, com destaque para a Olympikus, que manteve forte desempenho, e para a Under Armour, que atingiu recorde histórico de receita em vestuário e acessórios.

No 9M25, a receita líquida resultou em R\$ 2.551,7 milhões, 19,1% superior à do 9M24, quando a mesma foi R\$ 2.142,9 milhões.

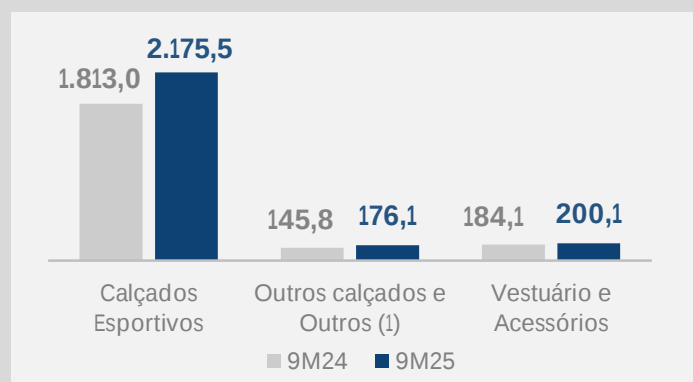
RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 3T25 vs 3T24

R\$ Milhões	3T25	Partic. %	3T24	Partic. %	Var. % 3T25/3T24
Calçados Esportivos	827,4	86,6%	673,0	85,8%	22,9%
Outros Calçados e Outros (1)	64,8	6,8%	53,5	6,8%	21,1%
Vestuário e Acessórios	63,5	6,6%	58,1	7,4%	9,3%
Receita Líquida Total	955,7	100,0%	784,6	100,0%	21,8%



RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 9M25 vs 9M24

R\$ Milhões	9M25	Partic. %	9M24	Partic. %	Var. % 9M25/9M24
Calçados Esportivos	2.175,5	85,3%	1.813,0	84,6%	20,0%
Outros Calçados e Outros (1)	176,1	6,9%	145,8	6,8%	20,8%
Vestuário e Acessórios	200,1	7,8%	184,1	8,6%	8,7%
Receita Líquida Total	2.551,7	100,0%	2.142,9	100,0%	19,1%





RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

MERCADOS

MERCADO INTERNO

O mercado interno manteve forte tração no 3T25, com avanço significativo da Receita Líquida, que totalizou R\$ 920,0 milhões crescimento de 22,8% frente aos R\$ 749,1 milhões do 3T24. A performance reflete a evolução de todas as marcas e categorias, o fortalecimento da distribuição e a eficiência das ações comerciais, que seguem impulsionando o crescimento consistente da Companhia no Brasil.

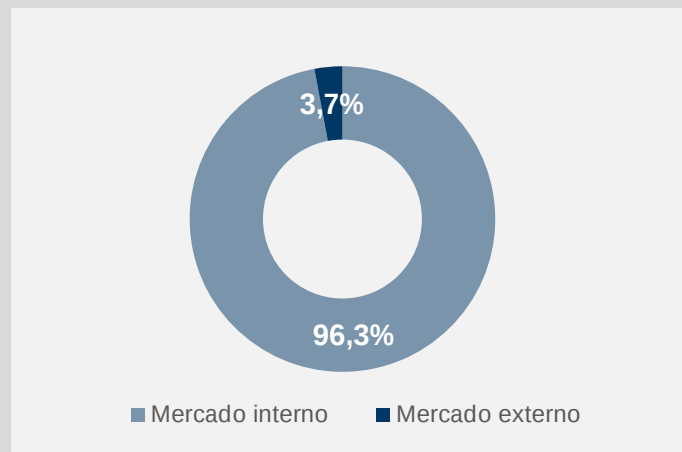
MERCADO EXTERNO

A Receita Líquida no mercado externo totalizou R\$ 35,7 milhões no 3T25, registrando leve crescimento de 0,6% em relação ao 3T24 e permanecendo, portanto, em linha com o desempenho do mesmo período do ano anterior. O resultado reflete a estabilidade das operações internacionais, com melhora gradual em comparação aos trimestres anteriores, mesmo diante de um cenário ainda desafiador na maioria dos mercados da América Latina.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 3T25 vs 3T24

R\$ Milhões	3T25	Partic. %	3T24	Partic. %	Var. % 3T25/ 3T24
Mercado Interno	920,0	96,3%	749,1	95,5%	22,8%
Mercado Externo	35,7	3,7%	35,5	4,5%	0,6%
Receita Líquida Total	955,7	100,0%	784,6	100,0%	21,8%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 3T25



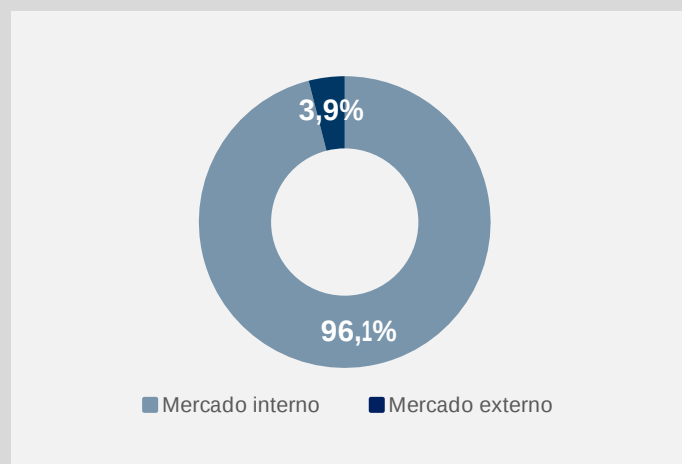
No 9M25, o mercado interno totalizou R\$ 2.452,5 milhões, apresentando aumento de 20,5% em relação ao 9M24, quando a receita líquida foi de R\$ 2.035,5 milhões. Já no mercado externo, a receita líquida no 9M25 foi de R\$ 99,2 milhões, representando uma redução de 7,6% em comparação aos R\$ 107,4 milhões obtidos no mesmo período do ano anterior.

Ao longo de todo o 9M25, a demanda no mercado interno manteve ritmo consistente de expansão, sustentada principalmente pelo desempenho da categoria de Calçados Esportivos. No mercado externo, as vendas apresentaram retração, principalmente influenciadas pelo ambiente econômico desafiador na Argentina.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 9M25 vs 9M24

R\$ Milhões	9M25	Partic. %	9M24	Partic. %	Var. % 9M25/ 9M24
Mercado Interno	2.452,5	96,1%	2.035,5	95,0%	20,5%
Mercado Externo	99,2	3,9%	107,4	5,0%	-7,6%
Receita Líquida Total	2.551,7	100,0%	2.142,9	100,0%	19,1%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 9M25



E-COMMERCE

O canal de e-commerce seguiu em expansão neste trimestre, com crescimento de 25,4% na receita líquida, que totalizou R\$ 144,8 milhões. Esse desempenho elevou a participação do canal para 15,2% da receita líquida da Companhia, um avanço de 0,5 ponto percentual em relação ao mesmo período do ano anterior, reforçando sua relevância crescente no portfólio de canais.

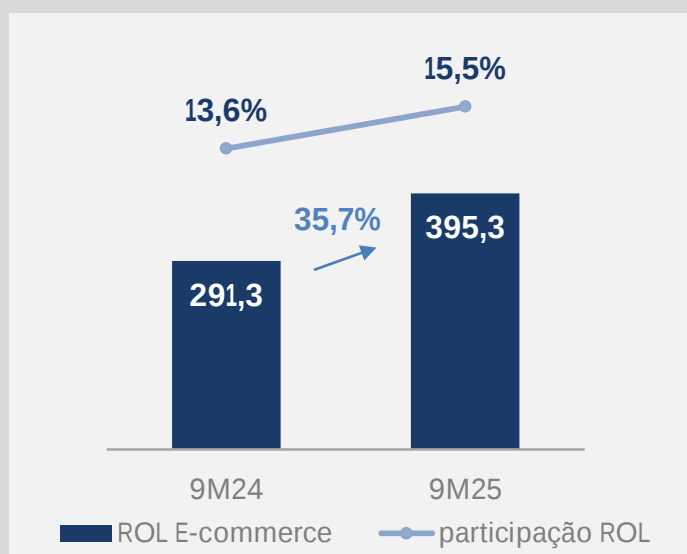
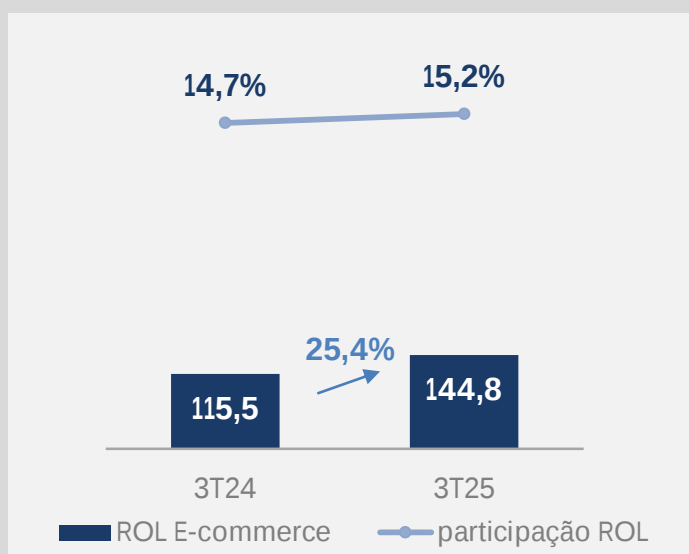
O resultado reflete a evolução da jornada de compra e o comprometimento com a rentabilidade sustentável,

consolidando o posicionamento digital da Companhia e seu foco em oferecer a melhor experiência ao consumidor.

No acumulado dos nove meses, o canal atingiu R\$ 395,3 milhões em receita líquida, representando um crescimento de 35,7% e participação de 15,5% na receita total da Companhia.

RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	3T25	3T24	Var. % 3T25/3T24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Receita Líquida e-commerce	144,8	115,5	25,4%	395,3	291,3	35,7%
Participação ROL %	15,2%	14,7%	0,5 p.p.	15,5%	13,6%	1,9 p.p.





CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

Embora o volume de produção e comercialização tenha aumentado, a margem bruta do 3T25 foi novamente temporariamente impactada pelo crescimento nos custos dos produtos vendidos. Assim como ocorrido no 2T25, o sucesso da família do Corre e a oportunidade de ampliar de forma relevante o Market Share na categoria de corrida de performance resultaram em uma forte demanda por produtos mais técnicos e sofisticados, que exigem tempos médios de produção superiores aos demais.

Para atender a esse aumento de demanda, a Companhia precisou ampliar rapidamente seu quadro de mão de obra direta, em um ritmo acima do histórico de contratações dos últimos anos. Esse crescimento acelerado do quadro impactou temporariamente a eficiência produtiva, especialmente na planta do Ceará que é responsável pela produção da linha Corre, elevando assim o custo dos produtos fabricados durante o período.

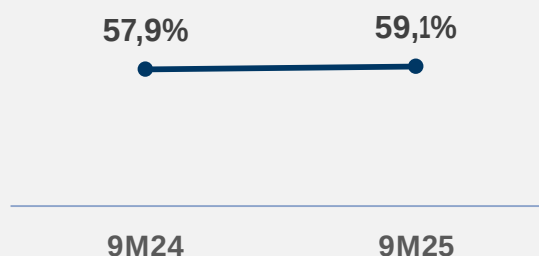
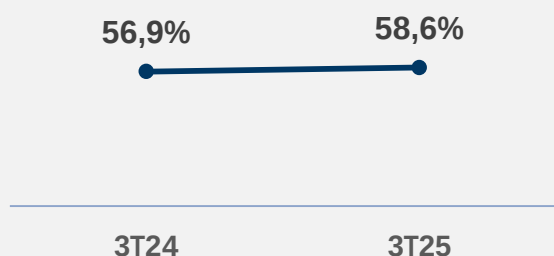
Esse aumento de custos continua sendo tratado como um investimento estratégico para sustentar o crescimento da Companhia. O processo recente de contratações implica em

um período natural de adaptação e treinamento, durante o qual a eficiência fabril tende a ficar abaixo do padrão histórico. À medida que os novos colaboradores ganham experiência e consolidam o aprendizado, esses índices devem gradualmente retornar aos níveis anteriores.

No 3T25, o custo dos produtos vendidos (CPV) atingiu 58,6% da receita líquida de vendas, representando um acréscimo de 1,7 pontos percentuais em comparação ao 3T24. Mesmo em um cenário ainda desafiador, ao longo do 3º trimestre de 2025 já foi possível observar uma melhora nos indicadores de performance industrial. A Companhia permanece focada na implementação de iniciativas voltadas ao aumento da eficiência operacional e à captura de ganhos de escala, reforçando seu compromisso com a evolução contínua dos resultados produtivos.

No acumulado dos nove meses, (9M25), o custo das vendas representou 59,1% da receita líquida, alta de 1,2 ponto percentual em relação aos 57,9% apurados no mesmo intervalo de 2024.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (% CPV/ROL)

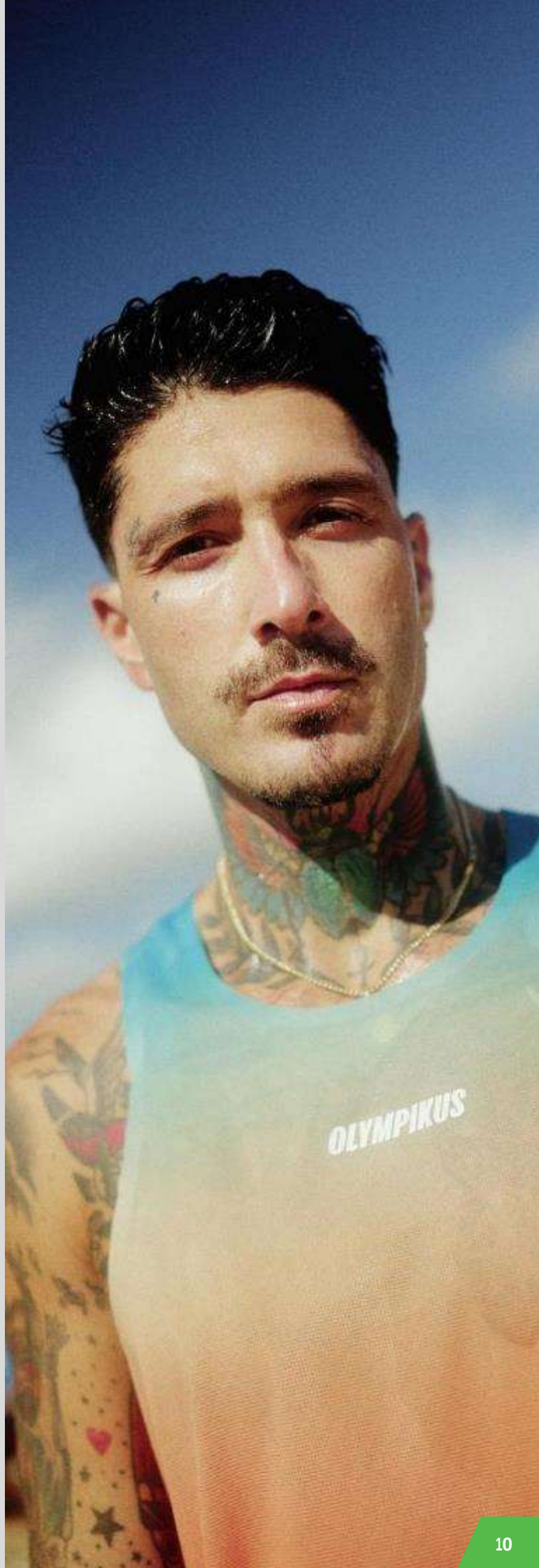
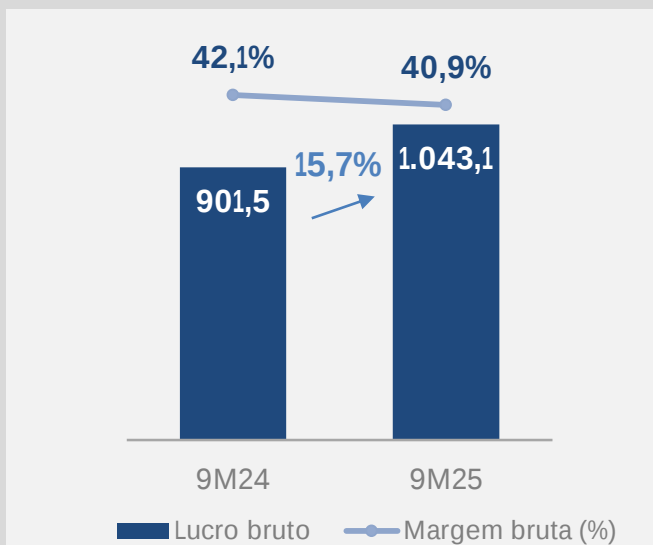
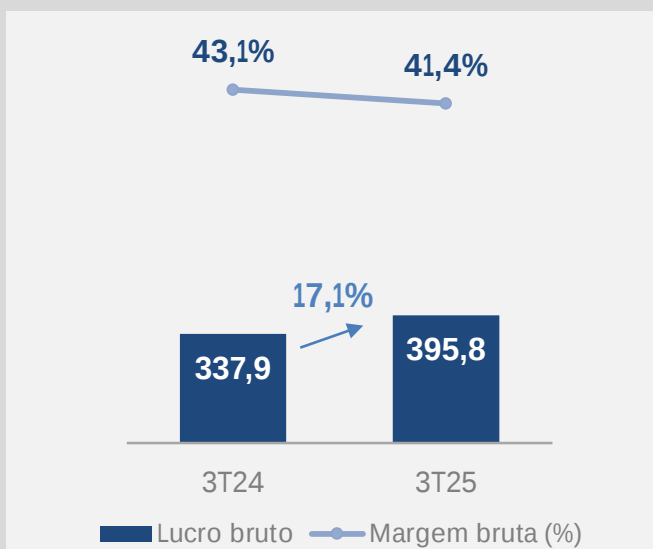


LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

A Vulcabras registrou no 3T25, lucro bruto recorde para um trimestre, totalizando R\$ 395,8 milhões, o que representa crescimento de 17,1% em relação aos R\$ 337,9 milhões obtidos no mesmo período de 2024. A margem bruta consolidada atingiu 41,4%, apresentando retração de 1,7 p.p. frente ao 3T24.

Essa redução já era prevista pela Companhia, em função dos investimentos realizados em contratações aceleradas. Apesar desse efeito temporário, ao comparar com a margem bruta alcançada no 2T25, observa-se uma elevação de 0,6 p.p., evidenciando uma melhora gradual na eficiência operacional e avanço consistente na rentabilidade. Com a estabilização das contratações, evolução do treinamento e o ganho de experiência, a expectativa é de que as eficiências e consequentemente as margens evoluam e retornem aos patamares anteriores.

No acumulado de nove meses o montante alcançou R\$ 1.043,1 milhões no 9M25, o que representa uma alta de 15,7% frente ao mesmo período do ano anterior. A Margem bruta no 9M25 foi de 40,9% sendo 1,2 p.p. inferior à obtida no mesmo período de 2024, quando atingiu 42,1%.



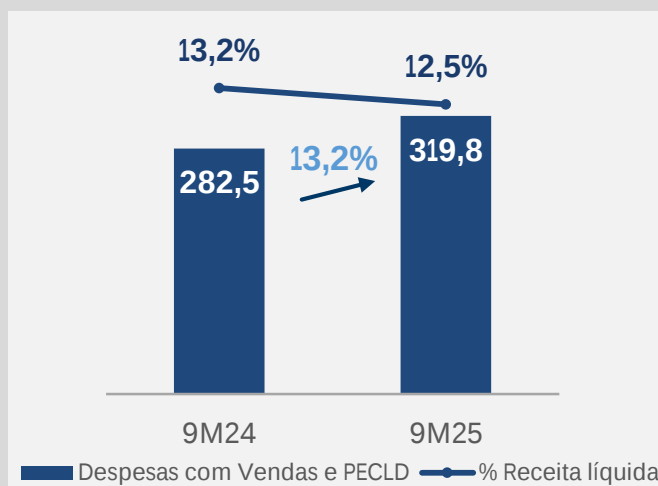
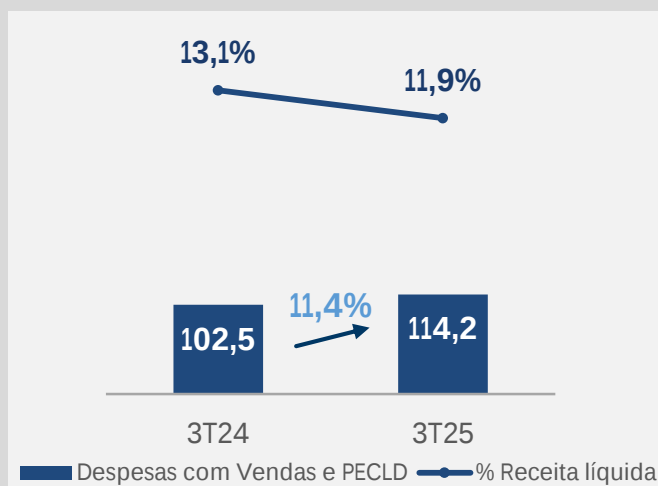
DESPESAS COM VENDAS E PECLD

No 3T25, as despesas relacionadas a vendas, propaganda e às Perdas Estimadas em Créditos de Liquidação Duvidosa (PECLD) totalizaram R\$ 168,5 milhões, o que representou um crescimento de 17,7% em relação ao mesmo período de 2024.

As despesas diretas associadas a vendas e PECLD, desconsiderando os investimentos em propaganda, somaram R\$ 114,2 milhões no 3T25, o que correspondeu a um crescimento de 11,4% frente aos R\$ 102,5 milhões registrados no 3T24. Quando comparadas à receita líquida, essas despesas representaram 11,9% no 3T25, uma redução

de 1,2 p.p. em relação aos 13,1% observados no mesmo trimestre do ano anterior. As despesas relacionadas às vendas apresentaram crescimento em ritmo inferior ao das receitas, resultando em menor participação relativa no total.

No 9M25, registrou-se despesa com vendas (ex propaganda) de R\$ 319,8 milhões, um acréscimo de 13,2% em comparação aos R\$ 282,5 milhões do 9M24. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida atingiu 12,5%, uma redução de 0,7 p.p em relação a apresentada no 9M24.



DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING

No 3T25, os investimentos em propaganda e marketing somaram R\$ 54,3 milhões, um crescimento de 33,4% em relação aos R\$ 40,7 milhões registrados no mesmo período de 2024. Esse aumento reflete a continuidade da intensificação das ações de comunicação e posicionamento de marca ao longo do trimestre.

Em relação à receita líquida, as despesas com propaganda e marketing representaram 5,7%, um avanço de 0,5 p.p. frente à participação de 5,2% observada no 3T24.

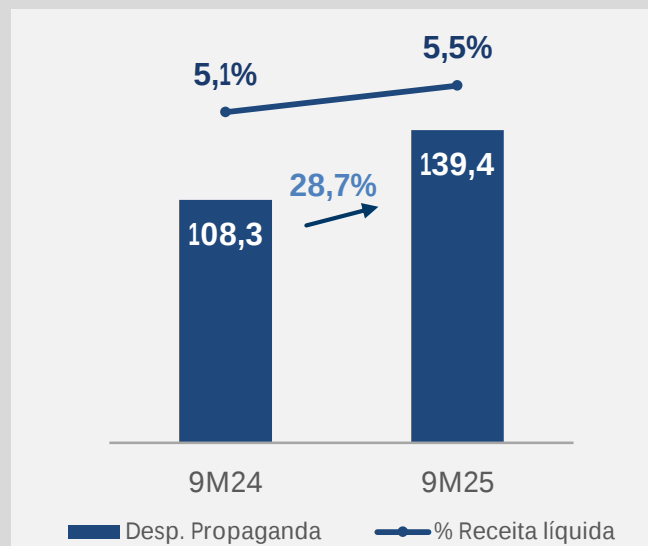
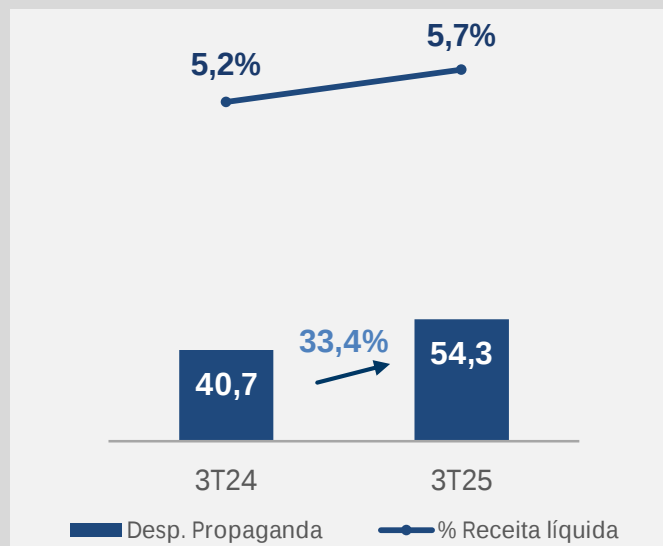
No terceiro trimestre de 2025, a Vulcabras reforçou a força de suas marcas, Olympikus, Mizuno e Under Armour em diferentes territórios esportivos e culturais, impulsionando resultados por meio de lançamentos relevantes, eventos proprietários e ativações que ampliaram a presença e o engajamento com consumidores, atletas e comunidades esportivas.

Na campanha “O Brasil corre com a Olympikus”, a marca fortaleceu sua conexão com corredores de todo o país, participando de 10 provas oficiais dentro do projeto das 50 corridas comemorativas pelos 50 anos da marca. As ações levaram a energia da Olympikus a todas as regiões do Brasil, reafirmando seu papel como a marca democrática que mais apoia a corrida nacional. O período também contou com

lançamentos especiais, como o pack comemorativo de 50 anos — com versões em branco e azul de modelos icônicos e o Corre 4 Vanderlei Cordeiro de Lima, em homenagem ao atleta olímpico brasileiro. Encerrando o trimestre, a marca apresentou novas cores para a Família Corre, reforçando seu equilíbrio entre performance e inovação.

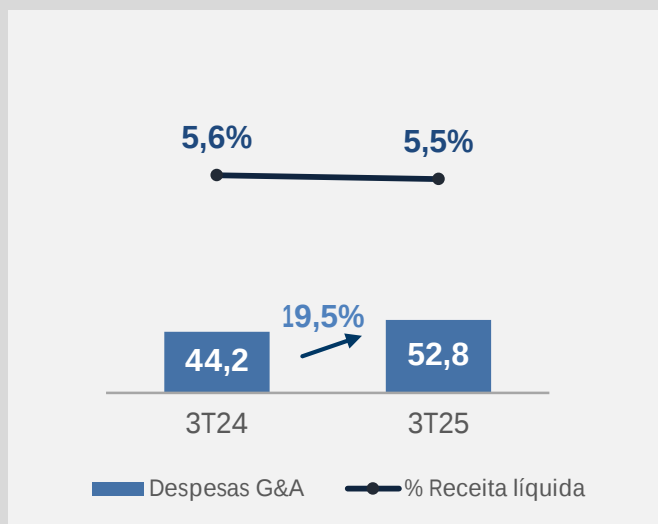
A Mizuno reforçou no 3T25 seu compromisso com performance e inovação, com destaque para os lançamentos Wave Rider 29, Wave Sky 9 e a coleção Hanabi Pack. O novo App e o programa Mizuno Sports Member aproximaram ainda mais a marca dos consumidores, consolidando sua presença no Brasil e seu papel no crescimento da Vulcabras.

No 9M25, registrou-se despesa com propaganda de R\$ 139,4 milhões, um acréscimo de 28,7% em comparação aos R\$ 108,3 milhões do 9M24. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida atingiu 5,5%, um aumento de 0,4 p.p em relação a apresentada no 9M24.



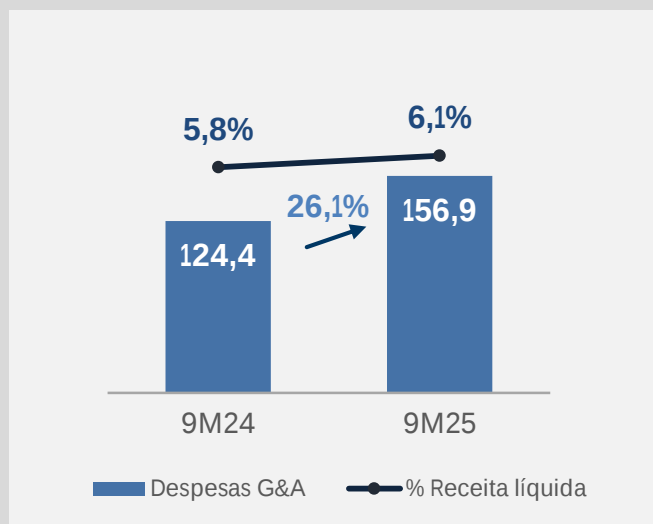
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

No 3T25, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 52,8 milhões, representando um aumento de 19,5% em relação ao mesmo período do ano anterior.



Quando analisadas em proporção à receita líquida, as despesas gerais e administrativas alcançaram 5,5% no trimestre, redução de 0,1 p.p. em relação a participação reportada no 3T24.

No 9M25, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$156,9 milhões, representando um crescimento de 26,1% em relação aos R\$124,4 milhões registrados no mesmo período de 2024. Em proporção à receita líquida,



representaram um aumento de 0,3 ponto percentual frente ao 9M24. Convém ressaltar que, ao longo de 2025, foram reconhecidos alguns eventos não recorrentes nessa rubrica.

Excluídos os efeitos desses eventos, o valor recorrente seria de R\$ 147,6 milhões, representando 5,8% da receita do período.



OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No 3T25, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas totalizaram uma receita de R\$16,1 milhões, valor 3,0% inferior à receita de R\$16,6 milhões registrada no mesmo período de 2024.

No período, foram reconhecidos eventos não recorrentes decorrentes à recuperação de créditos de PIS/COFINS, aferidos em Controladas, com reflexo positivo nesta rubrica. Esses efeitos impactaram em R\$ 15,3 milhões as outras receitas (despesas) operacionais líquidas, aumentando o valor contábil reportado no período. Como se trata de um efeito extraordinário, este aumento não reflete a tendência operacional recorrente da Companhia, sendo importante

considerar esse fator para uma análise adequada da evolução das despesas. Desconsiderado o evento não recorrente, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas totalizaram uma receita de R\$0,8 milhão, sendo 85,2% inferior à receita recorrente de R\$5,4 milhões registrada no mesmo período de 2024.

No 9M25, as outras receitas (despesas) operacionais líquidas totalizaram R\$136,8 milhões. Desconsiderando os eventos não recorrentes reconhecidos ao longo de 2025, as receitas totalizaram R\$ 6,6 milhões, representando uma redução de 7,2 milhões em relação aos R\$13,8 milhões de receitas recorrentes registrados no mesmo período de 2024.

EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	3T25	3T24	Var. % 3T25/3T24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	16,1	16,6	-3,0%	136,8	25,0	447,2%
(+) Valor principal de créditos de PIS/COFINS aferidos em Controladas PIS/COFINS sobre outras receitas	-15,3	-11,2	36,6%	-130,2	-11,2	1062,5%
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas recorrente	0,8	5,4	-85,2%	6,6	13,8	-52,2%





RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

No 3T25, o resultado financeiro líquido foi uma despesa de R\$ 0,2 milhão representando uma queda em relação ao mesmo período do ano anterior, quando o resultado foi de uma receita de R\$ 17,0 milhões. Neste trimestre, observou-se um aumento nas despesas com juros em função da elevação do passivo financeiro, efeito que foi parcialmente compensado pelo crescimento das receitas financeiras.

No período, foram reconhecidos eventos não recorrentes decorrentes à recuperação de créditos de PIS/COFINS, aferido em Controladas, com reflexo positivo no resultado financeiro. Esses efeitos contribuíram com R\$ 4,9 milhões na linha de resultado financeiro, elevando o valor contábil reportado no

período. Por se tratar de um efeito extraordinário, tal incremento não reflete a tendência operacional recorrente da Companhia, sendo, portanto, um fator importante a ser considerado para uma análise precisa da evolução desse resultado. Desconsiderado o evento não recorrente, o resultado financeiro totalizaria uma despesa de R\$ 5,1 milhões.

No 9M25, o resultado financeiro totalizou uma receita de R\$ 121,5 milhões. Desconsiderando os eventos não recorrentes reconhecidos no ano de 2025, o resultado financeiro totalizaria uma despesa de R\$ 6,4 milhões frente a receita de R\$ 5,5 milhões registrada no mesmo período de 2024.

R\$ Milhões	3T25	3T24	Var. % 3T25/3T24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Estrutura de capital	-30,6	-11,8	159,8%	-59,1	-40,4	46,2%
Operacionais	-3,1	-2,8	10,7%	-8,9	-7,8	14,0%
Cambiais	-7,3	-2,4	204,1%	-26,7	-12,2	118,1%
Despesas Financeiras	-41,0	-17,0	141,6%	-94,6	-60,4	56,6%
Estrutura de capital	20,2	12,4	63,3%	36,6	40,1	-8,7%
Operacionais	15,4	18,4	-16,4%	153,8	26,1	488,6%
Cambiais	5,2	3,2	62,6%	25,7	15,1	70,1%
Receitas Financeiras	40,8	34,0	20,0%	216,1	81,3	165,7%
Resultado Financeiro Líquido	-0,2	17,0	-101,1%	121,5	20,9	481,3%

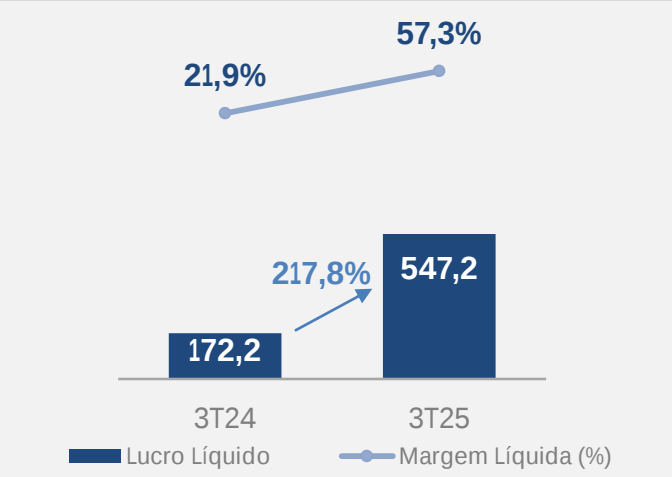
EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	3T25	3T24	Var. % 3T25/3T24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Resultado Financeiro Líquido	-0,2	17,0	-101,1%	121,5	20,9	481,3%
(+) Valor da correção em créditos de PIS/COFINS aferidos em Controladas	-4,9	-15,4	-68,2%	-127,9	-15,4	730,5%
Resultado financeiro Líquido Recorrente	-5,1	1,6	-418,8%	-6,4	5,5	-216,4%

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

No 3T25, a Companhia registrou lucro líquido de R\$ 547,2 milhões, o que representou um aumento de 217,8% em relação ao mesmo período do ano anterior, quando o lucro líquido totalizou R\$ 172,2 milhões.

A margem líquida do trimestre alcançou 57,3%, refletindo uma expansão de 35,4 p.p em comparação aos 21,9% observados no 3T24.



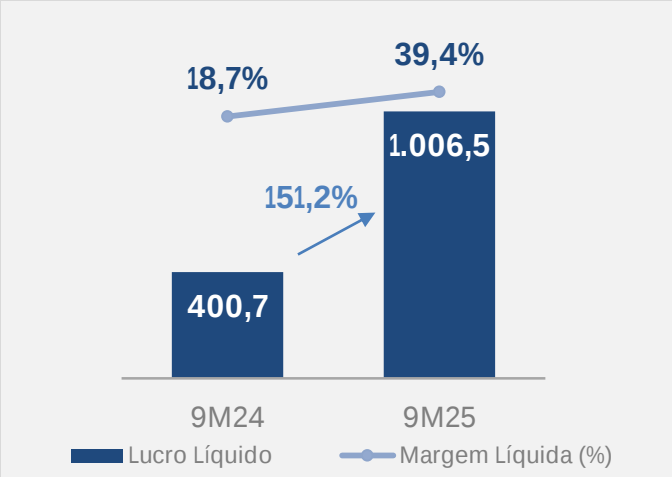
Importante destacar que, no 3T25, o lucro líquido foi impactado positivamente em R\$ 384,0 milhões em função do reconhecimento de créditos de PIS/COFINS, aferidos em Controladas e ao reconhecimento do IRPJ e CSLL diferidos sobre prejuízos fiscais, base negativa de contribuição social e diferenças temporárias.

Desconsiderado os eventos não recorrentes registrados no 3T25, o Lucro Líquido do trimestre totalizaria R\$163,2 milhões, sendo 11,6% superior ao valor de R\$146,3 milhões registrado no mesmo período de 2024. A margem líquida recorrente do trimestre alcançou 17,1%, refletindo uma queda de 1,5 p.p em comparação aos 18,6% observados no 3T24.

EVENTOS NÃO RECORRENTES

R\$ Milhões	3T25	3T24	Var. % 3T25 / 3T24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Lucro Líquido	547,2	172,2	217,8%	1.006,5	400,7	151,2%
(+) Valor principal em créditos de PIS/COFINS aferidos em Controladas PIS/COFINS	-15,3	-11,2	36,6%	-130,2	-11,2	1.062,5%
(+) Juros sobre créditos de PIS/COFINS aferido em Controladas	-4,9	-15,4	-68,2%	-127,9	-15,4	730,5%
(-) Honorários sobre créditos de PIS/COFINS aferido em Controladas	0,0	0,0	N/A	9,3	0,0	N/A
(-) IRPJ/CSLL sobre créditos de PIS/COFINS aferido em Controladas	2,3	0,7	228,6%	22,5	0,7	3.114,3%
(-) IRPJ/CSLL referente a impostos diferidos sobre prejuízos fiscais, base negativa de contribuição social e diferenças temporárias	-366,1	0,0	N/A	-366,1	0,0	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes no Lucro Líquido	-384,0	-25,9	1.386,1%	-592,4	-25,9	2.187,3%
Lucro Líquido Recorrente	163,2	146,3	11,6%	414,1	374,8	10,5%
Margem Líquida Recorrente	17,1%	18,6%	-1,5 p.p.	16,2%	17,5%	-1,3 p.p.

A Vulcabras registra mais um trimestre de robusto lucro líquido. O ótimo desempenho das vendas, aliado à maior diluição das despesas operacionais, contribuiu para compensar parcialmente a pressão sobre a margem bruta



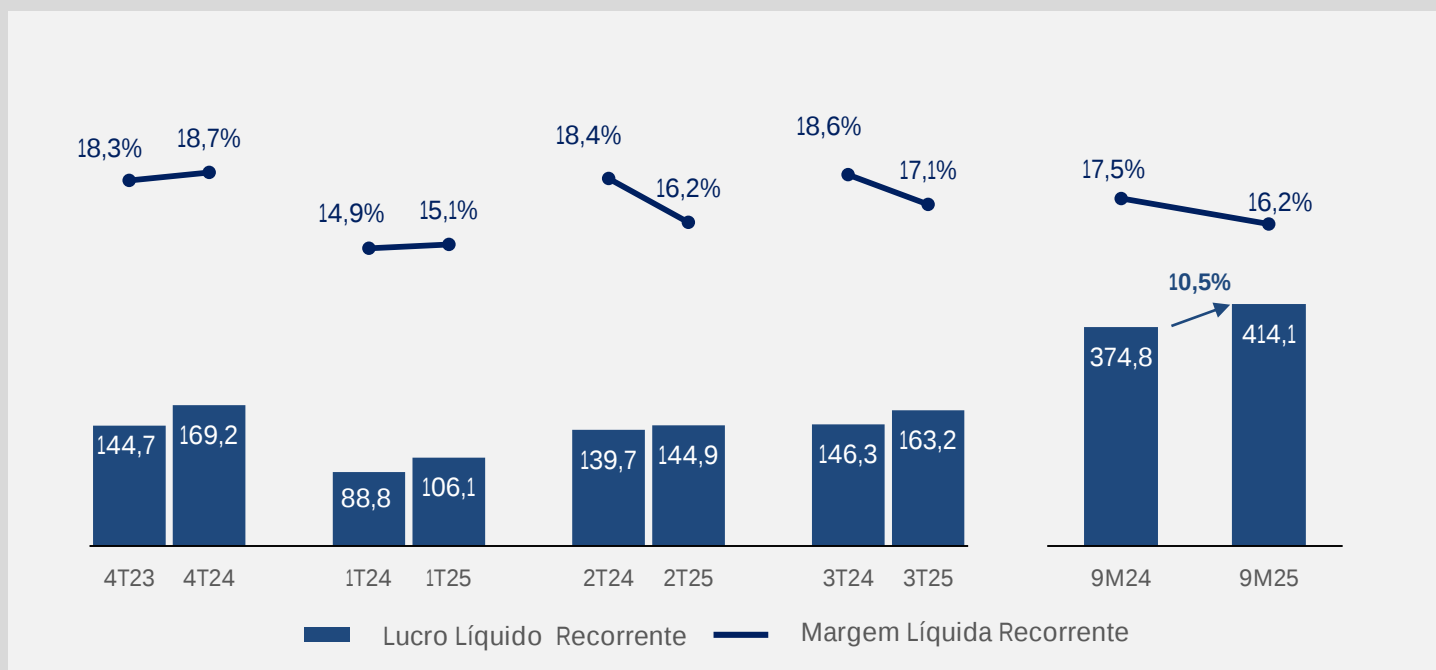
No acumulado do ano, o lucro líquido atingiu R\$ 1.006,5 milhões no 9M25, representando um crescimento de 151,2% em relação ao resultado apurado no mesmo período de 2024. A margem líquida evoluiu 20,7 pontos percentuais na comparação entre o os nove meses, passando de 18,7% no 9M24 para 39,4% no 9M25.

Na comparação do lucro líquido recorrente, o crescimento no 9M25 foi de 10,5% atingindo R\$ 414,1 milhões com margem líquida de 16,2%, 1,3 p.p inferior ao mesmo período do ano anterior.

Para melhor interpretação apresentamos a demonstração do impacto dos eventos não recorrentes sobre o lucro líquido.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

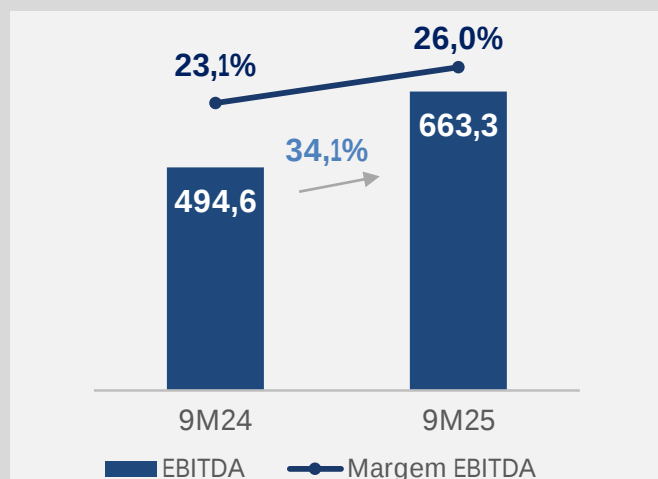
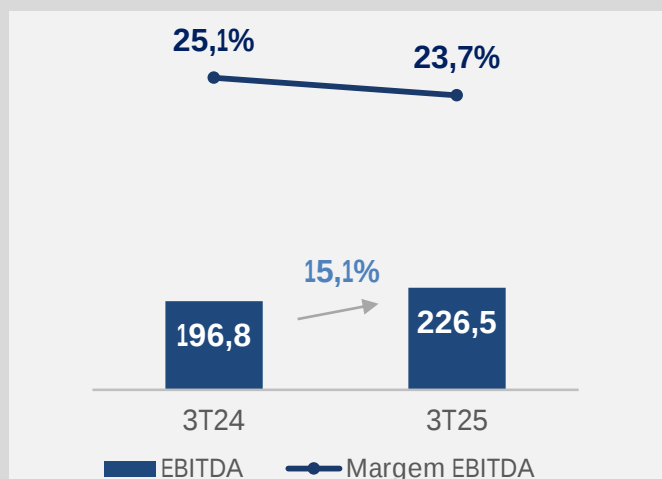
LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE





EBITDA E MARGEM EBITDA

No 3T25, o EBITDA da Companhia totalizou R\$ 226,5 milhões, representando um crescimento de 15,1% em relação aos R\$ 196,8 milhões registrados no mesmo período de 2024. A margem Ebitda reduziu 1,4 pontos percentuais, passando de 25,1% no 3T24 para 23,7% no 3T25.



Importante destacar que, no 3T25, o EBITDA foi impactado positivamente em R\$ 15,3 milhões em função do reconhecimento de créditos de PIS/COFINS, aferidos em Controladas, o que representa uma variação na Margem EBITDA de 1,6 p.p.

Desconsiderado os eventos não recorrentes registrados no 3T25, o Ebitda do trimestre totalizaria R\$ 211,2 milhões, sendo 13,8% superior ao valor de R\$ 185,6 milhões registrado no mesmo período de 2024. A margem Ebitda recorrente do trimestre alcançou 22,1%, refletindo uma redução de 1,5 p.p. em comparação aos 23,6% observados no 3T24.

Embora ainda pressionada pela queda na margem bruta, a margem EBITDA permaneceu em nível consistente, sustentada pela eficiência do modelo operacional da Companhia e refletindo sua capacidade contínua de adaptação e solidez na execução das estratégias.

Para melhor interpretação apresentamos a demonstração do impacto dos eventos não recorrentes sobre o EBITDA.

EVENTOS NÃO RECORRENTES

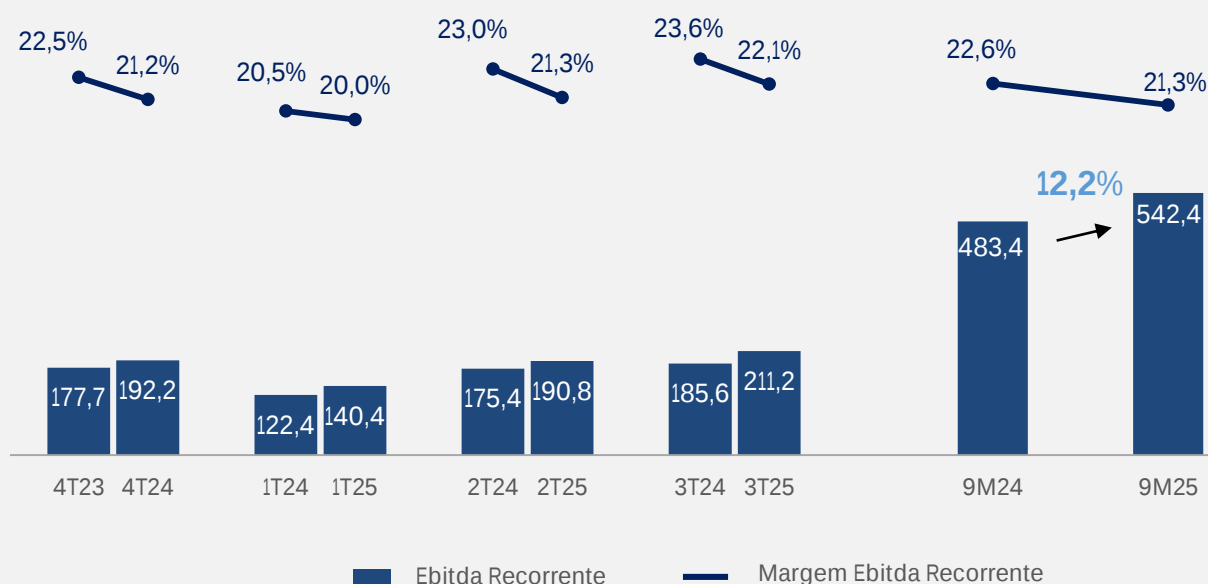
R\$ Milhões	3T25	3T24	Var. % 3T25/ 3T24	9M25	9M24	Var. % 9M25/ 9M24
EBITDA Contábil	226,5	196,8	15,1%	663,3	494,6	34,1%
(+) Valor principal em créditos de PIS/COFINS aferidos em Controladas PIS/COFINS sobre outras receitas	-15,3	-11,2	36,6%	-130,2	-11,2	1.062,5%
(-) Honorários sobre Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	0,0	0,0	N/A	9,3	0,0	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes no EBITDA	-15,3	-11,2	36,6%	-120,9	-11,2	979,5%
Ebitda Recorrente	211,2	185,6	13,8%	542,4	483,4	12,2%
Margem Ebitda Recorrente	22,1%	23,6%	-1,5 p.p.	21,3%	22,6%	-1,3 p.p.

EBITDA E MARGEM EBITDA

No acumulado do ano, o Ebitda atingiu R\$ 663,3 milhões no 9M25, representando um crescimento de 34,1% em relação ao resultado apurado no mesmo período de 2024. A margem Ebitda evoluiu 2,9 pontos percentuais na comparação entre os nove meses, passando de 23,1% no 9M24 para 26,0% no 9M25.

Na comparação do Ebitda recorrente, o crescimento no 9M25 foi de 12,2% atingindo R\$ 542,4 milhões com margem Ebitda de 21,3%, 1,3 p.p. inferior ao mesmo período do ano anterior.

EBITDA RECORRENTE E MARGEM EBITDA RECORRENTE





ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)

O retorno sobre capital investido – ROIC²– anualizado atingiu 41,5% no 3T25-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/09/2025), o qual representa aumento de 15,4 p.p. sobre o resultado de 26,1% obtido em 31/12/2024.

ROIC	2022	2023	2024	3T25 LTM
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	469,9	494,9	569,9	1.175,7
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(41,3)	4,8	(22,6)	(123,2)
NOPAT	428,6	499,7	547,3	1.052,5
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	417,0	437,8	336,9	1.006,4
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(197,2)	(361,0)	(307,7)	(567,2)
(-) Aplicações Financeiras	(8,9)	(13,4)	(6,6)	(2,9)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	18,4	–	–	–
(+) Patrimônio Líquido	1.711,8	1.995,3	2.110,3	2.503,4
Total Capital Investido	1.941,1	2.058,7	2.132,9	2.939,7
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.776,0	1.999,9	2.095,8	2.536,3
ROIC anualizado ⁽²⁾	24,1%	25,0%	26,1%	41,5%

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC-ajustado³) anualizado atingiu 46,2% no 3T25-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/09/2025), com aumento de 16,7 p.p. sobre o resultado de 29,5% obtido em 31/12/2024.

ROIC AJUSTADO	2022	2023	2024	3T25 LTM
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	469,9	494,9	569,9	1.175,7
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(41,3)	4,8	(22,6)	(123,2)
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(5,3)	(7,9)	(6,1)	(2,3)
NOPAT (Ajustado)	423,3	491,8	541,2	1.050,2
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	417,0	437,8	336,9	1.006,4
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(197,2)	(361,0)	(307,7)	(567,2)
(-) Aplicações Financeiras	(8,9)	(13,4)	(6,6)	(2,9)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	18,4	–	–	–
(-) Ágio da Compra	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(75,7)	(62,9)	(64,3)	(66,3)
(+) Patrimônio Líquido	1.711,8	1.995,3	2.110,3	2.503,4
Total Capital Investido Ajustado	1.667,2	1.797,6	1.870,4	2.675,2
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.505,3	1.732,4	1.834,0	2.272,8
ROIC ajustado anualizado ⁽³⁾	28,1%	28,4%	29,5%	46,2%

ROIC: Return on invested capital. Em Português, Retorno sobre o capital investido.

(1) Média do capital investido do final deste período e do final do ano anterior.

(2) Cálculo ROIC: NOPAT dos últimos 12 meses dividido pelo capital investido médio.

(3) O ROIC Ajustado é uma medida não contábil calculada dividindo-se NOPAT Ajustado (definido como o lucro (prejuízo) líquido acrescido do resultado financeiro líquido deduzido da equivalência patrimonial e o resultado de operações descontinuadas), dividido pela média de capital investido no período. O Capital Investido Ajustado é definido como a soma do capital próprio (Patrimônio líquido) e a Dívida Líquida (conforme definido abaixo), deduzido do Ágio registrado no intangível e o investimento em sociedades não controladas.

CAPEX

No 3T25, a Companhia realizou investimentos totalizando R\$ 63,7 milhões em ativos imobilizados e intangíveis, mantendo o montante investido na comparação com o mesmo período de 2024.

Os investimentos mais relevantes foram destinados à ampliação do parque fabril, por meio da ampliação de algumas áreas de apoio a produção e aquisição de equipamentos voltados ao incremento da capacidade produtiva, mantendo-se o foco na modernização e na otimização contínua da eficiência operacional. Essa estratégia reforça o compromisso com a alocação racional de capital, uma vez que a continuidade dos aportes tem como principal diretriz a expectativa de retorno em prazo reduzido.

ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

R\$ Milhões	3T25	3T24	Var. % 3T25/3T24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Moldes	8,8	11,8	-25,4%	31,0	31,7	-2,2%
Máquinas e Equipamentos	22,7	35,3	-35,7%	92,2	54,4	69,5%
Instalações	7,2	4,0	80,0%	15,8	8,9	77,5%
Outros	23,4	10,8	116,7%	32,8	29,1	12,7%
Imobilizado	62,1	61,9	0,3%	171,8	124,2	38,3%
Software	1,6	1,9	-15,8%	6,7	5,1	31,4%
Intangível	1,6	1,9	-15,8%	6,7	5,1	31,4%
Total Geral	63,7	63,8	-0,2%	178,6	129,3	38,1%

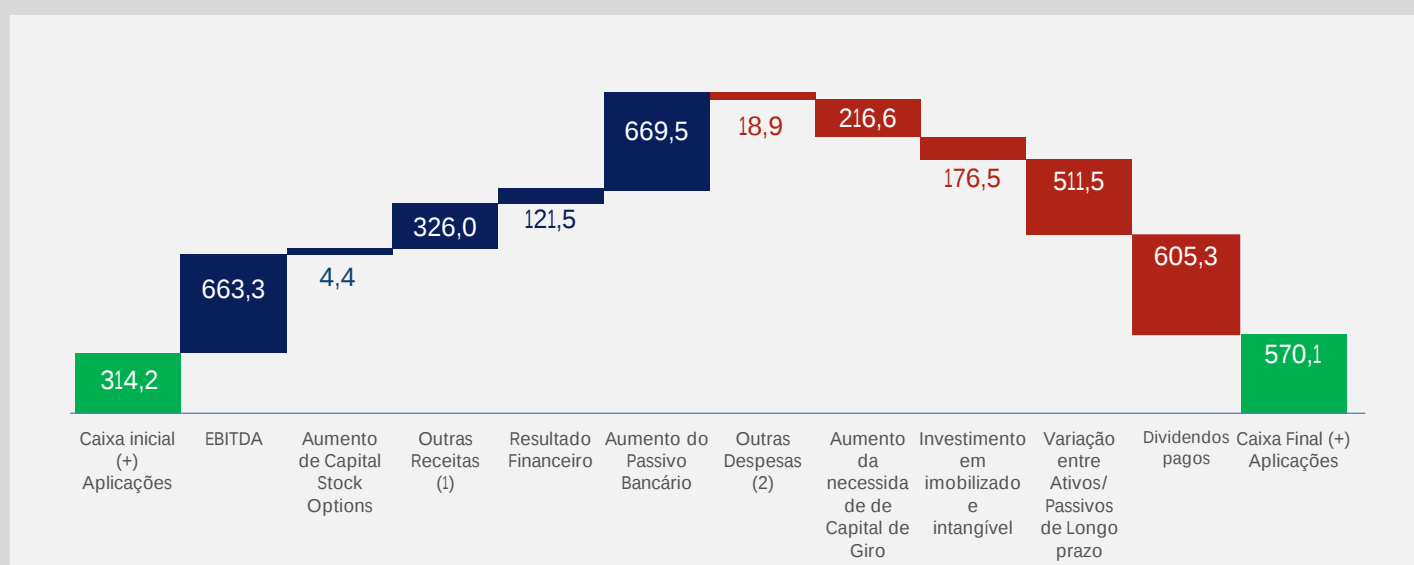


GERAÇÃO DE CAIXA

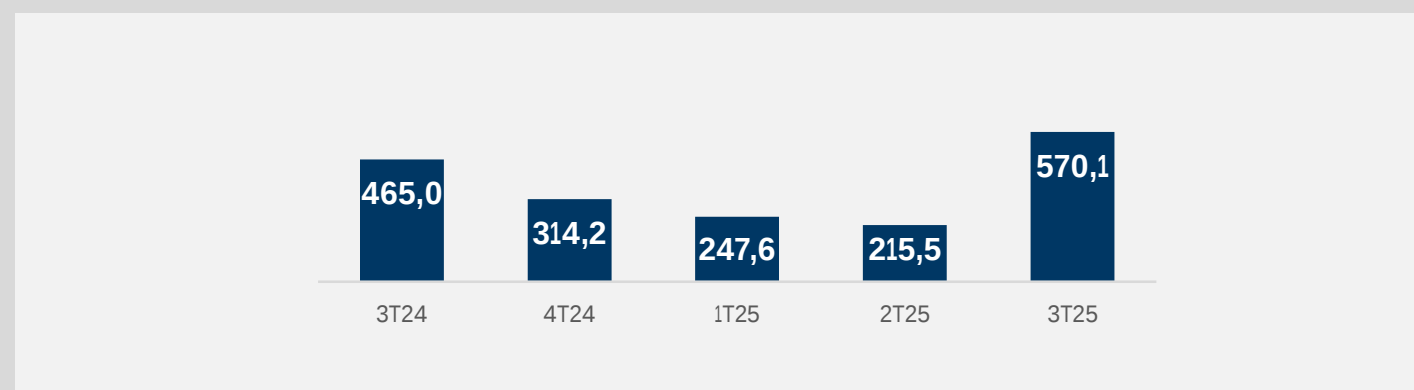
A variação de caixa no 9M25 totalizou R\$ 255,9 milhões e foi composta principalmente pelos seguintes eventos:

- EBITDA de R\$ 663,3 milhões;
- Aumento de capital pelo exercício do plano de Stock Option de R\$ 4,4 milhões;
- Outras receitas: R\$ 326,0 milhões (majoritariamente composto pelos R\$ 366,1 milhões de IRPJ e CSLL diferidos)
- Ganho em resultado financeiro de R\$ 121,5 milhões;
- Aumento do passivo bancário em R\$ 669,5 milhões;
- Aumento da necessidade de capital de giro de R\$ 216,6 milhões;
- Investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 176,5 milhões;
- Variação entre Ativos/Passivos de Longo Prazo de R\$ 511,5 milhões;
- Dividendos pagos de R\$ 605,3 milhões.

FLUXO DE CAIXA 9M25



FLUXO DE CAIXA - DISPONIBILIDADES



- (1) Outras Receitas: Alienação/Baixa do Imobilizado e Intangível + Recursos provenientes de alienação de investimentos + Efeito da conversão das investidas no exterior e IRPJ e CSLL diferidos.
- (2) Outras Despesas: IR e CSLL + Stock Option + Pagamento de passivos de arrendamentos financeiros.



ENDIVIDAMENTO

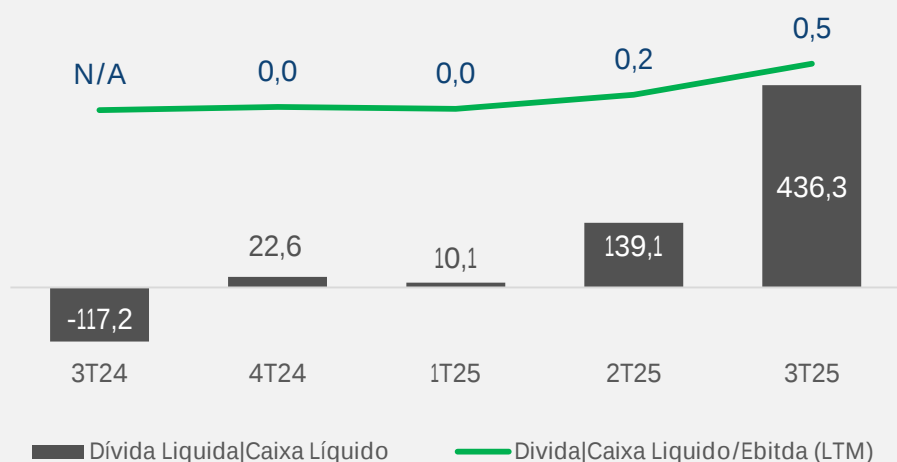
Em 30/09/2025 a Companhia apresentava dívida líquida de R\$ 436,3 milhões, sendo R\$ 413,7 milhões superior a observada no encerramento de 31/12/2024. O aumento do endividamento líquido decorreu, principalmente, da captação realizada em

julho de 2025, por meio de debêntures no montante de R\$ 500 milhões, em função do maior capital de giro necessário, da aceleração dos investimentos em capital (Capex) e da distribuição de dividendos.

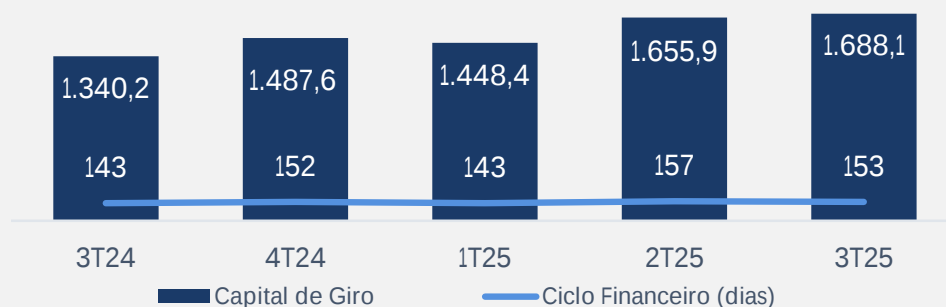
DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ Milhões	31/12/2023	31/12/2024	30/09/2025	Var. % 30/09/2025 / 31/12/2024
Financiamento, empréstimos e Debêntures	437,8	336,9	1.006,4	198,7%
Caixa e equivalentes de Caixa	-361,0	-307,7	-567,2	84,3%
Aplicações financeiras	-13,4	-6,6	-2,9	-56,1%
Dívida Líquida / Caixa Líquido	63,4	22,6	436,3	1.830,5%

EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E ALAVANCAGEM



CAPITAL DE GIRO E CICLO FINANCEIRO (EX-DIVIDENDOS)





MERCADO DE CAPITAIS

DIVIDENDOS

Em função da eminente reforma tributária que tramita entre o senado e a câmara dos deputados, a Companhia segue atenta e buscando caminhos para o melhor equilíbrio entre alocação de capital, retorno ao seu acionista e preservação de um balanço com alavancagem razoável (frente a taxas de juros que continuam muito altas) e sem exposições que possam comprometer ou colocar em risco a sua operação. Desta forma, adicionalmente aos dividendos já anunciados, a Companhia anuncia mais um pagamento extraordinário de dividendos no valor de R\$ 597,7 milhões, onde concomitante a este pagamento extraordinário a Companhia também anuncia um

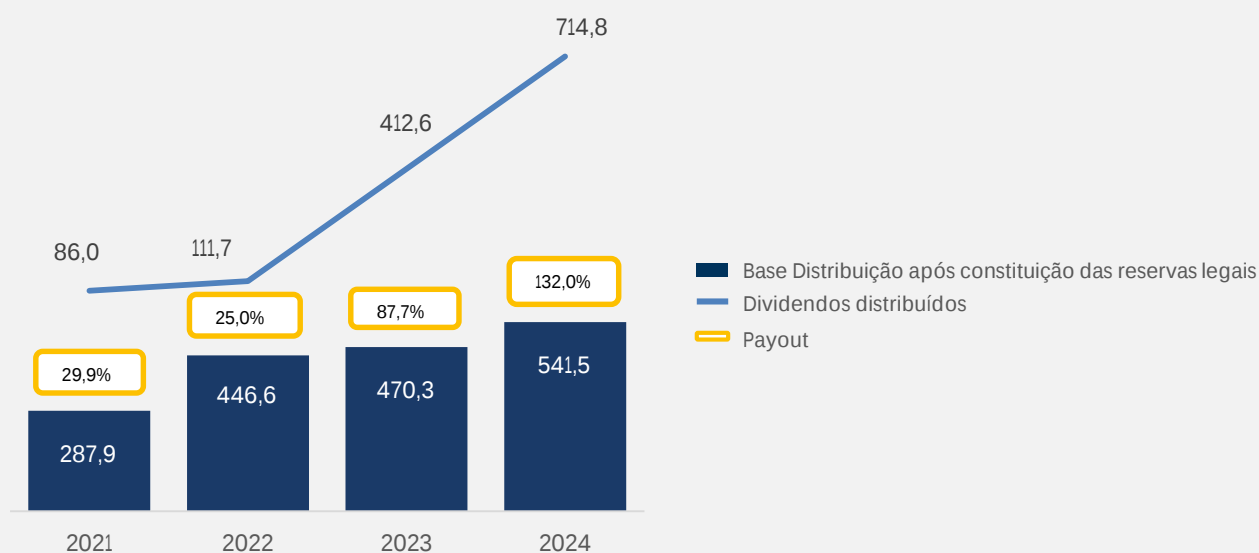
aumento de capital, através de uma subscrição privada, no mesmo valor de R\$ 597,7 milhões, o qual tem como objetivo aumentar o estoque de Capital Social passível de futura redução.

A Vulcabras segue acompanhando de perto a evolução da tramitação da reforma tributária e ainda avaliando potenciais possíveis movimentos, sempre com o compromisso de geração de valor para o acionista e uma gestão disciplinada de capital.

RETORNO AOS ACIONISTAS

Tipo de provento	Valor total	Valor pago por ação	Data base para distribuição	Data de pagamento
Dividendos Intermediários	245,1	1,000	25/01/2024	08/02/2024
Dividendos Intercalares	204,2	0,750	13/03/2024	25/03/2024
Dividendos Intermediários	122,6	0,500	25/01/2024	17/04/2024
Dividendos Intermediários	41,1	0,150	15/05/2024	29/05/2024
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	12/08/2024	23/08/2024
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	19/08/2024	02/09/2024
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	19/09/2024	01/10/2024
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	17/10/2024	01/11/2024
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	18/11/2024	02/12/2024
Total de Dividendos pagos em 2024	783,0			
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	16/12/2024	02/01/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	21/01/2025	03/02/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	17/02/2025	06/03/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	18/03/2025	01/04/2025
Dividendos Intercalares	33,8	0,125	17/04/2025	02/05/2025
Dividendos Intercalares	33,8	0,125	20/05/2025	02/06/2025
Dividendos Intercalares	33,8	0,125	18/06/2025	01/07/2025
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	17/07/2025	01/08/2025
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	18/08/2025	01/09/2025
Dividendos Intercalares	300,0	1,104	08/09/2025	22/09/2025
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	17/09/2025	01/10/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	20/10/2025	03/11/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	17/11/2025	01/12/2025
Dividendos Intercalares	587,4	2,130	04/11/2025	15/12/2025
Dividendos Intermediários	19,3	0,070	04/11/2025	15/12/2025
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	27/11/2025	29/12/2025
Total de Dividendos pagos em 2025	1.339,1			

MERCADO DE CAPITAIS



PROGRAMA DE RECOMPRA DE AÇÕES

Desde maio de 2022, a Companhia conta com o Programa de Recompria de ações, com o objetivo de otimizar a alocação de capital e gerar valor para os acionistas. Em 11 de março de 2025, o Conselho de Administração aprovou novo Programa de recompria de ações de emissão da Companhia pelo período de 18 meses. O programa autoriza a recompria de até 10 milhões de ações e tem vigência até setembro/2026.

Durante o 3T25, a Companhia não efetuou compras. Em 30/09/2025 o montante comprado no decorrer do ano de 2025 totalizava 762,2 mil ações e o saldo adquirido e detido em tesouraria era de 3.869,2 mil ações.

Esse programa de recompria de ações é uma estratégia que visa a otimização do capital e o aumento do valor para os acionistas, além de demonstrar a confiança da Companhia em seu desempenho futuro.

Tipo	Saldo 31/12/2023	Saldo 31/12/2024	Saldo 30/09/2025
QTD Ações em Tesouraria	766,2	3.107,0	3.869,2
R\$ Ações em Tesouraria	10,0	45,4	56,9

SUSTENTABILIDADE

Em setembro, a Vulcabras publicou seu Relatório de Sustentabilidade 2024, consolidando resultados relevantes em todas as dimensões da sua agenda ESG. Os resultados refletem o compromisso da Companhia em integrar inovação, performance e responsabilidade socioambiental em suas operações.

ECONOMIA CIRCULAR E GESTÃO DE RESÍDUOS

No eixo de economia circular, 97% dos resíduos industriais gerados foram reciclados, reutilizados ou coprocessados – uma evolução significativa ante os 85% de 2023. A destinação para aterros foi reduzida para apenas 3%. Destaque para a unidade de Horizonte (CE), que atingiu o marco de zerar o envio de resíduos para aterro. Houve ainda uma redução de 2% nos resíduos por par produzido, reforçando os ganhos em eficiência produtiva.

A Companhia também reaproveitou 3,5 mil toneladas de plásticos, EVA e TPU em processos produtivos, o que, se não reaproveitado, representaria 31% a mais de resíduos gerados. Combinada às demais iniciativas de circularidade dos resíduos, a Companhia deixou de emitir 13.201 toneladas de CO₂ eq.

GESTÃO HÍDRICA E ENERGÉTICA

Todas as unidades fabris trataram 100% dos efluentes. Em Horizonte (CE), 69% da água tratada foi reutilizada em atividades internas, contribuindo para a redução do consumo hídrico e maior eficiência operacional.

O uso de energia eólica em todas as unidades fabris mitigou a emissão de 4.966 toneladas de CO₂ eq. Considerando também os ganhos com circularidade, o total de emissões evitadas em 2024 somou 18.167 toneladas de CO₂ eq.

IMPACTO SOCIAL

Em 2024, foram destinados mais de R\$ 2 milhões a projetos sociais, que, desde 2021, já beneficiaram mais de 100 mil crianças, jovens e idosos como a Escolinha de Triathlon Formando Campeões (CE) e WímBelemDom (RS). No âmbito da saúde, a ação

especial Corre 4 Outubro Rosa, arrecadou mais de R\$ 1,2 milhão para a Santa Casa de Porto Alegre, referência no tratamento do câncer de mama no Brasil.

DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS E DIVERSIDADE

Foram realizadas mais de 546 mil horas de treinamentos ao longo do ano, impulsionando o desenvolvimento contínuo dos nossos colaboradores. Ao final de 2024 a Vulcabras contava com mais de 20.000 colaboradores, sendo 53% mulheres. Entre os cargos de gestão, 34% eram ocupados por mulheres e 67% dos gestores de autodeclaram pretos, pardos ou amarelos.

Esses avanços reforçam a visão de futuro da companhia: crescer com responsabilidade, reduzir impactos e gerar valor sustentável para a sociedade.

GESTÃO DE MARCAS



CONSTRUINDO MARCAS FORTES, CONECTADAS E EM MOVIMENTO

O terceiro trimestre de 2025 reforçou a força das marcas da Vulcabras em diferentes territórios esportivos e cultural para alavancar os resultados de suas marcas. O período foi marcado por lançamentos relevantes, eventos proprietários e ativações que ampliaram a presença e o engajamento de Olympikus, Mizuno e Under Armour junto a consumidores, atletas e comunidades esportivas.

A Olympikus seguiu celebrando seus 50 anos com energia e presença nacional, realizando, no trimestre, 10 provas dentro do projeto das 50 corridas comemorativas, além de lançamentos marcantes como o pack 50 anos da linha do Corre e o Corre 4 Vanderlei Cordeiro de Lima.

A Mizuno reafirmou seu protagonismo em tecnologia e performance, com os lançamentos do Wave Rider 29 e do Hanabi Pack, além do crescente desempenho da Mizuno Running Station e da expansão do relacionamento com consumidores por meio do novo App Mizuno.

Já a Under Armour consolidou sua atuação no Brasil com forte presença nas categorias de treino, e basquete, em iniciativas como o Curry Camp, o lançamento do Reps 2 SE e a nova edição do SUAR, reforçando sua conexão com atletas e criadores de conteúdo.

Com três marcas em plena sinergia e identidades complementares, a Vulcabras segue fortalecendo sua posição como uma Sportech global feita por brasileiros — que combina capacidade industrial, inovação, tecnológica e paixão pelo esporte.





OLYMPIKUS

O BRASIL CORRE COM A OLYMPIKUS

A Olympikus fortaleceu a conexão com corredores de todo o país. Entre julho e setembro, a marca participou de 10 provas de corrida oficiais, que integram o projeto das 50 corridas em comemoração aos 50 anos da Olympikus, reforçando seu papel como a marca democrática, que mais apoia e incentiva a corrida no Brasil.

Os eventos levaram a energia da marca a todas as regiões — de Brasília a Salvador, de Recife a Roraima — em corridas que unem esporte, cultura e diversidade. Entre os destaques do trimestre estiveram a Volta ao Lago Paranoá, a Corrida do Rock, a Corrida das Falésias, a Corrida Renê Jerônimo em Fernando de Noronha, a Maratona de Goiânia em Movimento, o Treinão do Corre com Chapadinhas de Endorfina, o Treinão SBN Running, a Maratona de Salvador, a Tepequém Up e o Treinão Corre Preto — encontros que reforçaram o propósito da marca de democratizar a alta performance e incluir cada vez mais pessoas na corrida.

O trimestre também foi marcado por lançamentos que celebram a história e a inovação da Olympikus. O pack comemorativo de 50 anos trouxe edições especiais dos modelos Corre 4, Grafeno 3, Supra 2, Max e Trilha 2 em branco e azul — cores que simbolizam o legado e o futuro da marca. Outro destaque foi o Corre 4 Vanderlei Cordeiro de Lima, inspirado no ídolo olímpico brasileiro e nas cores da bandeira nacional, com o número 1234 da Maratona de Atenas e a assinatura do atleta gravada na entressola.

Encerrando o trimestre, a marca apresentou novas cores para a Família Corre, com os drops Energia, Asfalto e All Black, ampliando as opções para diferentes estilos e reforçando o equilíbrio entre performance e brasilidade. Com presença em todo o território nacional e conexão genuína com os corredores, a Olympikus segue celebrando seus 50 anos fazendo o Brasil correr.





UNDER ARMOUR

TRIMESTRE DE CONSOLIDAÇÃO DA MARCA EM PERFORMANCE, TREINO E BASQUETE

A Under Armour consolidou sua presença no Brasil ao longo do terceiro trimestre de 2025 com iniciativas que reforçaram seu posicionamento em treino, basquete e esportes coletivos, ampliando a relevância da marca junto a novos públicos e fortalecendo sua estratégia de crescimento sob a gestão da Vulcabras.

O período foi marcado por lançamentos estratégicos que impulsionaram a performance da marca no país. O Tribase Reps 2 SE, produzido nacionalmente, ganhou atualização de design e fortaleceu a categoria de treino com uma campanha integrada em diferentes modalidades esportivas. No basquete, a Curry Brand manteve seu protagonismo com o lançamento do Curry 12 “What The Bay” e do Curry Fox 1, primeiro modelo assinado por De’Aaron Fox, que ampliaram o alcance da marca entre consumidores da Geração Z e fãs do esporte.

A Under Armour também marcou presença em eventos esportivos de destaque, como o Curry Camp e a NFL no Brasil, ampliando a visibilidade da marca e reforçando sua conexão com comunidades esportivas locais e globais. No segmento de treino, a nova parceria com a rede de academias Bio Ritmo fortaleceu o relacionamento com um público de alta performance, reforçando o posicionamento da Under Armour no treino.

Entre as iniciativas proprietárias, a Under Armour realizou a nova edição do SUAR — evento criado no Brasil que reforça o papel do treino como base da performance em qualquer modalidade. Em 2025, o SUAR mergulhou no universo do basquete, conectando cultura, juventude e comunidade sob o conceito “Quem sua junto, joga junto”. A iniciativa reuniu atletas e Brandon Payne, treinador pessoal de Stephen Curry, astro da NBA, em um treino de preparação física e mental como jornada coletiva, traduzindo os valores globais da marca em uma experiência local de alto impacto.

Com uma estratégia integrada entre performance, lifestyle e esportes coletivos, a Under Armour segue fortalecendo a sua presença no Brasil e ampliando a conexão com a nova geração de consumidores.





MIZUNO

INOVAÇÃO EM RUNNING, PERFORMANCE EM CAMPO E CONEXÃO COM COMUNIDADE ESPORTIVAS

A Mizuno encerrou o trimestre reafirmando seu compromisso com a performance, a inovação e a conexão com diferentes comunidades esportivas. A marca apresentou novos produtos, ampliou sua presença em competições e reforçou seu papel como referência em tecnologia no running, futebol e Triathlon.

No running, o trimestre foi marcado pelos lançamentos do Wave Rider 29 e do Wave Sky 9, que evoluíram em tecnologia e conforto com a entressola Energy NXT, oferecendo ainda mais amortecimento e estabilidade. Inspirada nos festivais de luz do Japão, a coleção Hanabi Pack trouxe colorways vibrantes para os modelos Neo Vista 2, Neo Zen e Wave Rebellion Pro 3, celebrando a energia e a estética japonesa. O Mizuno Running Station, que completou um ano, seguiu reunindo a comunidade de corredores na USP, consolidando-se como um ponto de encontro para treino, troca e inspiração.

No futebol, a Mizuno ampliou sua relevância com o lançamento da Morelia Neo IV β Japan Shadow Gem Pack, criada para atletas que unem disciplina e performance, e do Urban Electric Pack, com cores que traduzem energia e emoção em campo. A parceria com Gabigol manteve a visibilidade da linha Morelia, símbolo de tradição e qualidade japonesa.

Em Sportstyle, a marca reafirmou sua força criativa e relevância global por meio de colaborações e lançamentos exclusivos. Destaques incluem a collab com a marca francesa VRUNK, que celebrou a fusão entre moda e cultura Street, e o Mizuno Contender Rijksmuseum, inspirado em um dos museus mais icônicos de Amsterdã. Outras novidades incluíram o Osaka Pack, que homenageia a cidade de origem da Mizuno, e o MZR Space Lights Pack, que mistura estética futurista e nostalgia Y2K.

O trimestre também marcou um passo importante na estratégia de relacionamento com os consumidores com o lançamento do App Mizuno — uma plataforma que reúne lançamentos, experiências e benefícios, além do programa Mizuno Sports Member, que transforma cada compra em pontos e recompensas exclusivas. O App reforça a aproximação da marca com seus públicos e contribui para o fortalecimento do ecossistema digital da Vulcabras.

Com iniciativas que unem tecnologia, performance e lifestyle, a Mizuno segue fortalecendo sua presença no mercado brasileiro e ampliando sua contribuição para o crescimento sustentável da Vulcabras.



ANEXOS

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)

R\$ milhares

ATIVO	30/09/2025	31/12/2024	PASSIVO	30/09/2025	31/12/2024
Caixa e equivalentes de caixa	567.232	307.660	Fornecedores	151.751	94.950
Contas a receber de clientes	1.014.922	988.310	Financiamentos e empréstimos	401.496	200.209
Estoques	893.543	648.390	Debêntures	12.142	0
Impostos a recuperar	205.603	111.933	Passivo de arrendamento	9.672	7.855
Imposto de renda e contribuição social	36.648	31.161	Impostos a recolher	68.655	55.356
Outras contas a receber	40.112	40.304	Salários e férias a pagar	134.895	67.942
			Provisões	4.361	2.792
			Comissões a pagar	37.439	38.039
			Dividendos e lucros a pagar	136.183	136.141
			Outras Contas a pagar	83.768	65.596
ATIVO CIRCULANTE	2.758.060	2.127.758	PASSIVO CIRCULANTE	1.040.362	668.880
Aplicações financeiras	2.875	6.567	Financiamentos e empréstimos	94.983	136.643
Contas a receber de clientes	3.420	3.754	Debentures	497.737	0
Impostos a recuperar	154.346	15.496	Passivo de arrendamento	30.105	22.433
Impostos de renda e contribuição social diferidos	373.230	7.263	Provisões	49.032	51.243
Depósitos judiciais	8.954	11.305	Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.932	1.992
Bens destinados à venda	194	194	Outras contas a pagar	1.094	1.778
Outras contas a receber	1.377	1.447			
REALIZAVEL A LONGO PRAZO	544.396	46.026	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	674.883	214.089
Investimentos	66.276	64.320	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Propriedade para investimento	0	1	Capital social	1.277.962	1.273.553
Direito de uso	34.992	25.982	Reservas de capital	279.605	287.701
Imobilizado	598.460	516.489	Reservas de reavaliação	3.751	3.866
Intangível	216.441	212.732	Ajustes de avaliação patrimonial	26.779	31.225
	916.169	819.524	Reserva de lucros	111.756	513.631
			Lucros acumulados	803.222	0
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	1.460.565	865.550	Patrimônio líquido atribuível aos controladores	2.503.075	2.109.976
			Participações de não controladores	305	363
ATIVO	4.218.625	2.993.308	TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.503.380	2.110.339
			TOTAL DO PASSIVO	1.715.245	882.969
			TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.218.625	2.993.308

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



ANEXOS

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	3T25	3T24	VAR (%)	9M25	9M24	VAR (%)
R\$ milhares						
Receita líquida de vendas	955.676	784.589	21,8%	2.551.681	2.142.859	19,1%
Custo das vendas e revendas	-559.844	-446.664	25,3%	-1.508.543	-1.241.408	21,5%
Lucro bruto	395.832	337.925	17,1%	1.043.138	901.451	15,7%
Margem Bruta	41,4%	43,1%	-1,7 p.p.	40,9%	42,1%	-1,2 p.p.
Despesas com vendas	-168.128	-142.245	18,2%	-459.124	-388.537	18,2%
Reversão (provisão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-351	-974	-64,0%	-84	-2.295	-96,3%
Despesas administrativas	-52.788	-44.199	19,4%	-156.880	-124.409	26,1%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	16.094	16.548	-2,7%	136.810	24.984	447,6%
Resultado da equivalência patrimonial	1.868	3.420	-45,4%	2.215	6.059	-63,4%
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	192.527	170.475	12,9%	566.075	417.253	35,7%
Receitas financeiras	40.794	33.952	20,2%	216.074	81.320	165,7%
Despesas financeiras	-40.976	-16.963	141,6%	-94.600	-60.398	56,6%
Resultado financeiro líquido	-182	16.989	-101,1%	121.474	20.922	480,6%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	192.345	187.464	2,6%	687.549	438.175	56,9%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	354.827	-15.292	-2420,3%	318.965	-37.528	-949,9%
Lucro Líquido do período	547.172	172.172	217,8%	1.006.514	400.647	151,2%
Margem Líquida	57,3%	21,9%	35,4 p.p.	39,4%	18,7%	20,7 p.p.
Resultado atribuível aos:						
Acionistas controladores	547.170	172.187		1.006.527	400.674	
Acionistas não controladores	2	-15		-13	-27	
Lucro Líquido do período	547.172	172.172		1.006.514	400.647	
Resultado por ação						
Resultado por ação ordinária - básico	2,0159	0,6398		3,7083	1,4888	
Resultado por ação ordinária - diluído	2,0105	0,6380		3,6983	1,4845	
Quantidade de ações ao final do exercício						
Quantidade de ação ordinária - básico	271.423.947	269.121.483		271.423.947	269.121.483	
Quantidade de ação ordinária - diluído	272.158.366	269.902.318		272.158.366	269.902.318	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	9M25	9M24
R\$ Milhares		
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	1.006.514	400.647
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	97.223	77.328
Provisão (reversão) para perdas por valor recuperável dos estoques	5.533	36.820
Juros s/ arrendamentos provisionados	7.749	1.592
Juros sobre debêntures provisionados	12.732	0
Amortização custos de transação sobre debêntures	148	0
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	2.740	10.700
Rendimentos de aplicações financeiras	-334	-6.125
Provisões para contingências	11.896	23.727
Resultado da equivalência patrimonial	-2.215	-6.059
Transação com pagamento baseado em ações	3.441	2.300
Provisão (reversão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	84	2.295
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	35.029	33.309
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	-318.965	37.528
Participação de não controladores	13	27
Ganho ou perda na rescisão de arrendamento	0	-459
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-280.999	-31.703
Lucro líquido do período ajustado	580.589	581.927
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	-34.545	-50.680
Estoques	-250.686	-146.287
Impostos a recuperar	42.992	46.424
Outras contas a receber	262	14.246
Depósitos judiciais	13.145	-2.515
Fornecedores	58.213	69.244
Comissões a pagar	-600	4.506
Impostos e contribuições sociais a recolher	-3.100	9.562
Salários e férias a pagar	66.953	44.303
Outras contas a pagar	17.430	1.766
Provisões	-23.332	-5.693
Variações nos ativos e passivos	-113.268	-15.124
Caixa proveniente das (utilizadas nas) atividades operacionais	467.321	566.803
Juros pagos	-16.332	-31.034
Pagamento de Juros de arrendamento	-3.846	-1.128
Impostos pagos sobre o lucro	-29.275	-11.442
	-49.453	-43.604
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	417.868	523.199
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos		
Aquisições de imobilizado	-169.739	-122.385
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	4.026	8.607
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	624	854



ANEXOS

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	9M25	9M24
Aquisições de intangível	-6.735	-5.094
Recebimento de dividendos	1.128	5.433
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimentos	-170.696	-112.585
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	235.648	102.560
Debêntures tomados - Principal	500.000	0
Custos de transação sobre Debêntures	-3.001	0
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-96.752	-195.880
Aquisição de ações em tesouraria	-11.537	-24.987
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	-605.253	-681.014
Aumento de capital	4.409	186.791
Pagamento de passivo de arrendamento	-11.440	-8.421
Ágio na subscrição de ações	0	325.000
Realização do gasto com emissão de ações	0	-21.592
Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado) nas Atividades de Financiamento	12.074	-317.543
Aumento (redução) de Caixa e equivalente de Caixa	259.246	93.071
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	307.660	361.020
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	326	-10
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	567.232	454.081
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	259.246	93.071

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras

INSTITUCIONAL

Vulcabras atua há 73 anos no setor calçadista brasileiro e nesse período consolidou-se como a maior indústria do setor de calçados esportivos do País tornando-se gestora de marcas líderes em seus respectivos segmentos: Olympikus, campeã nacional em venda de tênis e a marca que está democratizando a alta performance na Corrida, Under Armour, uma das maiores marcas de confecções, calçados e acessórios esportivos do mundo, e Mizuno, a marca de performance que acredita no valor do esporte e suporta a jornada de todos que dão o melhor de si independente de quem são, nível e tipo de esporte.

Fundada em julho de 1952 com a constituição da Companhia Industrial Brasileira de Calçados Vulcanizados S.A., em São Paulo, fabricava sapatos de couro com sola de borracha vulcanizada, e teve como um de seus primeiros ícones o Vulcabras 752, cujo nome era referência ao mês e ano de fundação da Companhia. Em 1973 iniciamos a produção de marcas esportivas no Brasil e desde então nos especializamos em entregar tecnologia nos calçados para democratização da performance esportiva.

Os calçados produzidos pela Companhia são encontrados em lojas de todo o Brasil, com equipe comercial ampla que atende a mais de 10 mil clientes em território nacional e em Países da América do Sul, no ecommerce e lojas próprias das marcas. São mais de 800 novos modelos por ano, projetados e desenvolvidos no maior centro de tecnologia e desenvolvimento de calçados esportivos da América Latina, instalado em Parobé - RS.

Os produtos são confeccionados em duas modernas fábricas localizadas na região Nordeste, em Horizonte/CE e Itapetinga/BA. O centro administrativo da Companhia, por sua vez, está localizado em Jundiaí - SP, além de um Centro de Distribuição Logístico destinado ao Canal de E-commerce localizado em Extrema - MG. Há, ainda, uma filial com centro de distribuição no Peru. Estas seis unidades empregam, diretamente, mais de 24,0 mil colaboradores.

A Companhia trabalha com uma estratégia de diversificação de portfólios buscando constantemente inovação e aperfeiçoamento.



AUDITORIA INDEPENDENTE

AUDITORES INDEPENDENTES

Em conformidade com a Instrução CVM nº 381/03, a Vulcabras S.A. informa que desde 01/01/2022, nomeou a “Ernst & Young Auditores Independentes S/S Ltda” para a auditoria das suas demonstrações financeiras individuais e consolidadas.

Para os serviços referentes à revisão do 3T25 foram desembolsados honorários de aproximadamente R\$ 216,0 mil.

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA

De acordo com o artigo 25, parágrafo 1º, item 5 da Instrução CVM nº 480/09, o Conselho de Administração, em reunião realizada em 30/10/2025 declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis da Vulcabras S.A. do 3º trimestre de 2025 e com o relatório de revisão dos auditores independentes sobre as informações financeiras trimestrais individuais e consolidadas.



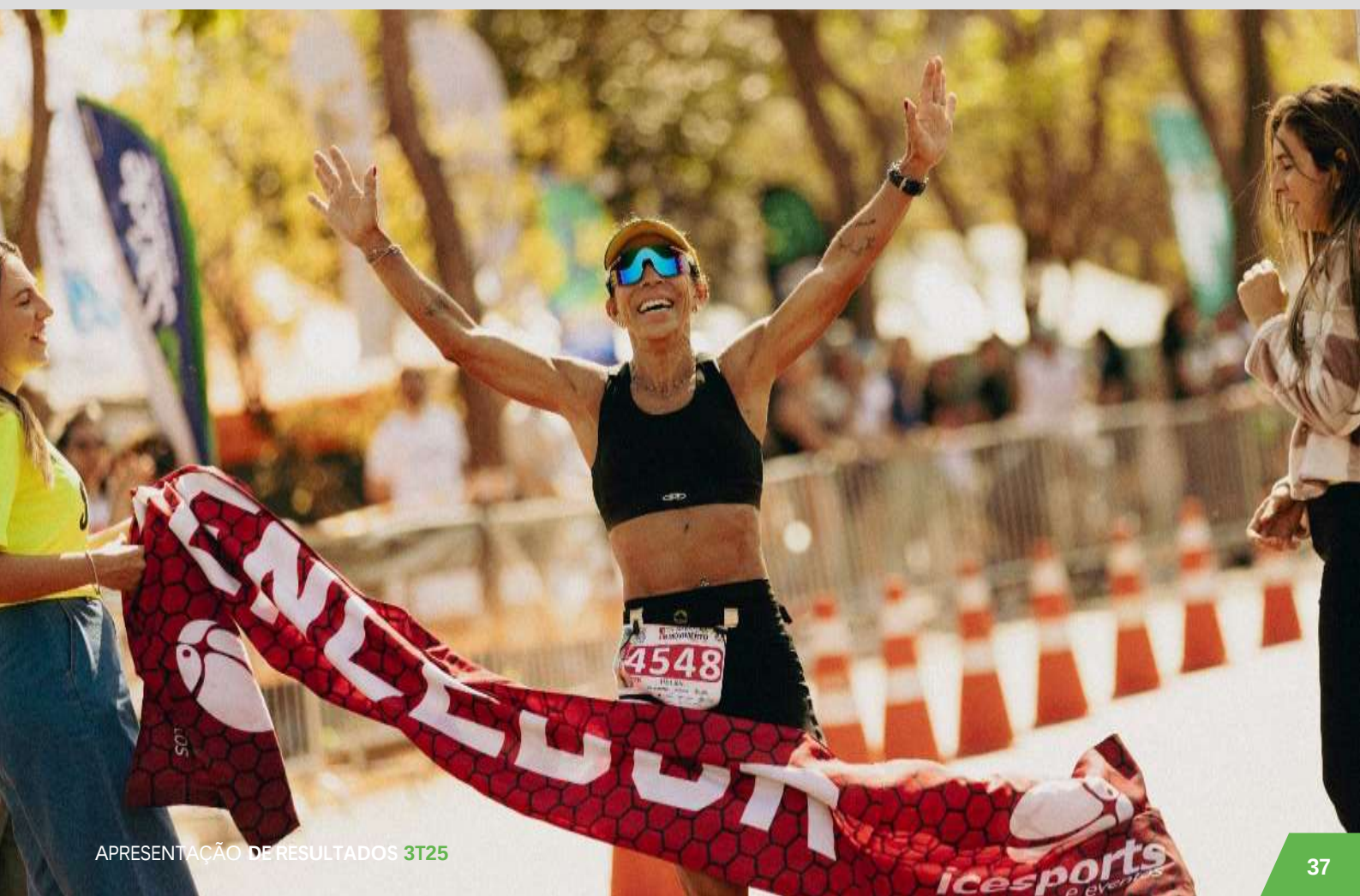
ADMINISTRAÇÃO

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Pedro Grendene Bartelle	Presidente do Conselho de Administração
André de Camargo Bartelle	1º Vice-Presidente
Pedro Bartelle	2º Vice-Presidente
Alberto Serrentino	Conselheiro Independente
Rafael Ferraz Dias de Moraes	Conselheiro Independente

COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA

Pedro Bartelle	Diretor Presidente
Rafael Carqueijo Gouveia	Diretor Superintendente
Wagner Dantas da Silva	Diretor Administrativo, Financeiro e Relações com Investidores
Evandro Saluar Kollet	Diretor Corporativo de Desenvolvimento de Produto e Tecnologia
Márcio Kremer Callage	Diretor de Marketing
Rodrigo Miceli Piazer	Diretor de Supply Chain e Recursos Humanos



VULCABRAS



3Q25

EARNINGS
RELEASE



 **VULCABRAS**



HIGHLIGHTS

GROSS VOLUME

9.0 million

in pairs/pieces in 3Q25, representing growth of 7.7% compared to 3Q24. In the nine-month period, volume reached 24.6 million pairs/pieces in 9M25, an increase of 5.8% over 9M24.

NET REVENUE

R\$ 955.7 million

in 3Q25, representing an increase of 21.8% compared to 3Q24. In the nine-month period, net revenue reached R\$ 2,551.7 million in 9M25, up 19.1% from the same period of the previous year.

GROSS PROFIT

R\$ 395.8 million

in 3Q25, showing growth of 17.1% compared to the amount recorded in 3Q24. In the nine-month period, the figure reached R\$ 1,043.1 million in 9M25, representing an increase of 15.7% over the same period of the previous year.

GROSS MARGIN

41.4%

in 3Q25, a reduction of 1.7 p.p. compared to 3Q24. In the nine-month period, gross margin reached 40.9% in 9M25, a decrease of 1.2 p.p. versus 9M24.

NET INCOME AND NET MARGIN

R\$ 547.2 million

in 3Q25, representing an increase of 217.8% compared to 3Q24, with a Net Margin of 57.3%, up 35.4 p.p. from the same period of the previous year. In the nine-month period, net income reached R\$ 1,006.5 million in 9M25, up 151.2% from 9M24, with a Net Margin of 39.4%, an improvement of 20.7 p.p. compared to 9M24.

EBITDA AND EBITDA MARGIN

R\$ 226.5 million

in 3Q25, posting growth of 15.1% over 3Q24, with an EBITDA Margin of 23.7%, a decrease of 1.4 p.p. compared to the same period of the previous year. In 9M25, EBITDA totaled R\$ 663.3 million, up 34.1% versus 9M24, with an EBITDA Margin of 26.0%, 2.9 p.p. higher than in 9M24.

VULC3 QUOTE
(09/30/2025)
R\$ 19.68

MARKET VALUE
R\$ 5.4 Billion

**NUMBER OF COMMON
SHARES**
275,536,244

INVESTOR RELATIONS
Wagner Dantas da Silva
(CFO e IRO)

VULCABRAS IR SITE
<http://vulcabrasri.com>

IR TELEPHONE
+55 (11) 4532-1000

VIDEO CONFERENCE
10/31/2025 at 10:00 am (Brasília)
[Access in Portuguese](#)

IRE-MAIL
dri@vulcabras.com



MESSAGE FROM MANAGEMENT

Vulcabras ended the third quarter of 2025 with another historic milestone, reaching Gross Operating Revenue (GOR) of R\$ 1.1 billion in a single quarter. The 21st consecutive quarter of growth represents the highest quarterly revenue ever recorded in the **Company's** history and reflects the strength of its business model, the continued strengthening of its brands, and sustained operational efficiency over time.

Among the highlights of the period, Olympikus remains a leading player in the domestic running market, with the Corre line consolidating its position as a benchmark in technology, performance, and accessibility. Under Armour, in turn, recorded the best quarter of its operation in Brazil, driven by the Training and Running Inspired categories. Mizuno maintained its growth pace, strengthening its presence in the high-performance segment.

The Athletic Footwear division recorded 22.9% growth in 3Q25, reflecting the strong performance of all the **group's** brands. The result was further boosted by increased product availability, enabled by recent expansions at the manufacturing units, which contributed to greater reach and agility in supplying the retail channel.

In the e-commerce channel, growth reached 25.4%, totaling R\$ 144.8 million and representing 15.2% of Net Revenue. The launch of the Mizuno app stood out as one of the **quarter's** strategic initiatives for the channel, deepening the relationship with consumers through a personalized experience, increasing mobile channel conversion, and boosting the average ticket per transaction.

Net Income reached R\$ 547.2 million, with a Net Margin of 57.3%, representing growth of 217.8% compared to 3Q24, also driven by the recognition of more than R\$ 366 million in deferred taxes. EBITDA totaled R\$ 226.5 million, with an EBITDA Margin of 23.7%.

CAPITAL ALLOCATION

Due to the imminent tax reform under discussion in the Senate and the Chamber of Deputies, the Company remains attentive and focused on finding the best balance between capital allocation, shareholder returns, and maintaining a sound balance sheet with reasonable leverage (considering interest rates that remain very high) and without exposures that could compromise or endanger its operations. Therefore, in addition to the dividends already announced, the Company is declaring an additional extraordinary dividend payment of R\$ 597.7 million. Concurrently with this extraordinary payment, the Company is also announcing a capital increase, through a Private placement, in the same amount of R\$ 597.7 million, aimed at increasing the share capital available for potential future reduction.

Vulcabras continues to closely monitor the progress of the tax reform discussions and is still evaluating new dividend payments in 2025, up to the limit of its available profit reserves, always with a firm commitment to generating shareholder value and maintaining disciplined capital management.

LONG-TERM VISION AND COMMITMENT TO VALUE

The consistent pace of confirmed orders for the fourth quarter, the sustained high sell-through levels at retail, and the ongoing investments to meet demand reinforce **Vulcabras'** confidence in sustaining its growth cycle. With strong brands, continuous focus on innovation, portfolio expansion, and operational efficiency, the Company consolidates its leadership position in the Brazilian sports market.



CONSOLIDATED PERFORMANCE

RS Million	3Q25	3Q24	Var. % 3Q25/3Q24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Volume (million pairs and Itens)	9.0	8.3	7.7%	24.6	23.2	5.8%
Gross Operating Revenue	1,114.3	915.1	21.8%	2,984.0	2,512.2	18.8%
Net Revenue	955.7	784.6	21.8%	2,551.7	2,142.9	19.1%
Domestic Market	920.0	749.1	22.8%	2,452.5	2,035.5	20.5%
Foreign Market	35.7	35.5	0.6%	99.2	107.4	-7.6%
Gross profit	395.8	337.9	17.1%	1,043.1	901.5	15.7%
Gross margin %	41.4%	43.1%	-1.7 p.p.	40.9%	42.1%	-1.2 p.p.
SG&A Operation Expenses	-221.3	-187.4	18.1%	-616.1	-515.2	-19.6%
Other Net Operating Income (Expenses)	16.1	16.6	-3.0%	136.8	25.0	447.2%
EBITDA	226.5	196.8	15.1%	663.3	494.6	34.1%
EBITDA Margin	23.7%	25.1%	-1.4 p.p.	26.0%	23.1%	-2.9 p.p.
Recurring EBITDA	211.2	185.6	13.8%	542.4	483.4	12.2%
Recurring EBITDA Margin	22.1%	23.6%	-1,5 p.p.	21.3%	22.6%	-1,3 p.p.
Net Income	547.2	172.2	217.8%	1,006.5	400.7	151.2%
Net Margin	57.3%	21.9%	35.4 p.p.	39.4%	18.7%	20.7 p.p.
Recurring Net Income	163.2	146.3	11.6%	414.1	374.8	10.5%
Recurring Net Margin	17.1%	18.6%	-1,5 p.p.	16.2%	17.5%	-1,3 p.p.



GROSS VOLUME

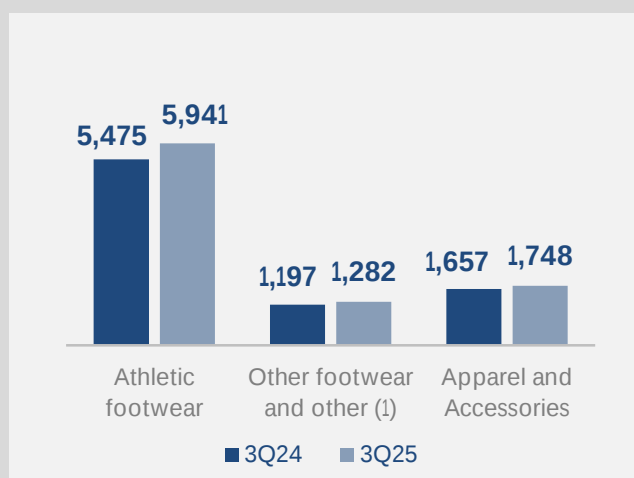
In 3Q25, Vulcabras continued to expand its sales volume, demonstrating solid performance and consistent execution of its growth strategy. This progress reflects the combination of stronger brands and a well-balanced portfolio, sustaining a continuous and high-quality growth pace.

In 3Q25, gross invoiced volume reached 9.0 million pairs/pieces, representing an increase of 7.7% compared to the 8.3 million recorded in 3Q24. The main highlights by category were:

- I. Athletic Footwear: accelerated its growth pace in 3Q25, posting an 8.5% increase in the quarter, driven by higher demand in both the domestic and foreign markets, as well as by the consistent growth of the Company's three brands.
- II. Others Footwear and Others: maintained its positive trajectory, with 7.1% growth in 3Q25, supported by strong demand for Sports flip-flops, which continue to gain share in the Company's product mix.
- III. Apparel and Accessories: recorded growth of 5.5% in 3Q25, with highlights from the performance of Olympikus apparel and accessories. The result reflects the Company has strengthened presence in this segment and the consolidation of its portfolio diversification strategy.

GROSS VOLUME OF PAIRS AND PIECES/THOUSAND - 3Q25 vs 3Q24

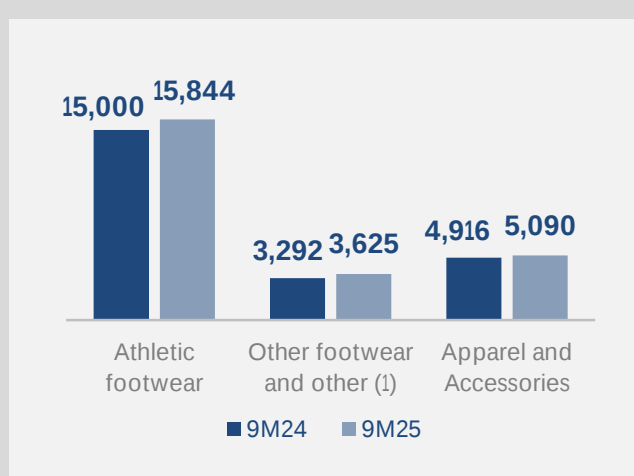
Pairs and itens (thousand)	3Q25	Share %	3Q24	Share %	Var. % 3Q25/ 3Q24
Athletic footwear	5,941	66.2%	5,475	65.7%	8.5%
Other footwear and other (1)	1,282	14.3%	1,197	14.4%	7.1%
Apparel and Accessories	1,748	19.5%	1,657	19.9%	5.5%
Total	8,971	100.0%	8,329	100.0%	7.7%



In the nine-month period, gross invoiced volume totaled 24.6 million pairs/pieces in 9M25, representing growth of 5.8% compared to the same period of the previous year.

GROSS VOLUME OF PAIRS AND PIECES/THOUSAND - 9M25 vs 9M24

Pairs and itens (thousand)	9M25	Share %	9M24	Share %	Var. % 9M25/ 9M24
Athletic footwear	15,844	64.5%	15,000	64.6%	5.6%
Other footwear and other (1)	3,625	14.8%	3,292	14.2%	10.1%
Apparel and Accessories	5,090	20.7%	4,916	21.2%	3.5%
Total	24,559	100.0%	23,208	100.0%	5.8%



(1) Flip-flops, boots, women footwear and shoe components



NET OPERATING REVENUE

CATEGORY

In 3Q25, Vulcabras maintained solid growth in Net Revenue, consolidating the advances achieved throughout the year. The quarter was marked by consistent progress, supported by the strengthening of its brands, strategic actions across sales channels, and a balanced portfolio.

The favorable retail consumption environment in Brazil continued to drive the growth of the Company's three brands and all its business categories.

For the 21st consecutive quarter, the Company delivered consistent sales growth. Net Revenue totaled R\$ 955.7 million in 3Q25, an increase of 21.8% compared to R\$ 784.6 million in 3Q24. This performance demonstrates the Company's ability to grow sustainably, with disciplined execution and a continued focus on profitability.

The Athletic Footwear category grew 22.9% in 3Q25 compared to 3Q24. All three Company brands posted growth. Olympikus stood out for its performance running line, which continues to drive the category's results. Under Armour also performed strongly, reaching a new historical record in Athletic Footwear revenue.

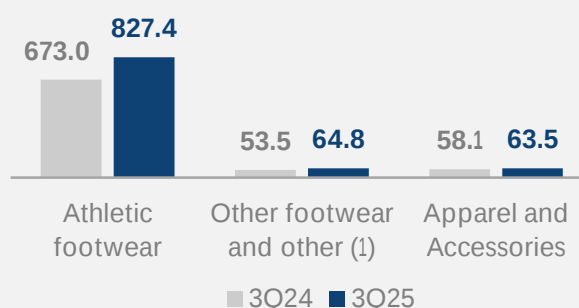
The Others Footwear and Others category grew 21.1% compared to 3Q24, reflecting the solid performance of sports flip flops, which continued to gain relevance within the Company's product mix.

The Apparel and Accessories category grew 9.3% in 3Q25, with highlights from Olympikus, which maintained strong performance, and Under Armour, which reached a record high in apparel and accessories revenue.

In 9M25, net revenue totaled R\$ 2,551.7 million, up 19.1% from R\$ 2,142.9 million recorded in 9M24.

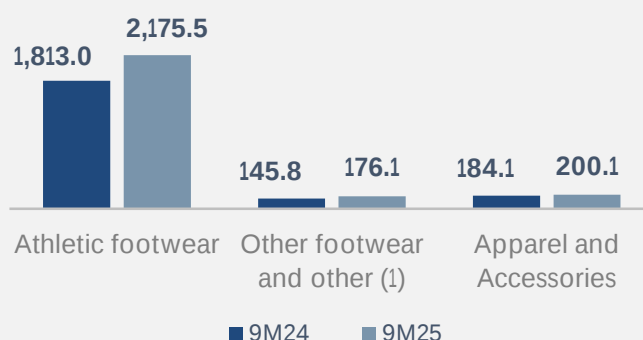
NET REVENUE BY CATEGORY – 3Q25 vs 3Q24

R\$ Million	3Q25	Share %	3Q24	Share %	Var. % 3Q25/3Q24
Athletic footwear	827.4	86.6%	673.0	85.8%	22.9%
Other footwear and other ⁽¹⁾	64.8	6.8%	53.5	6.8%	21.1%
Apparel and Accessories	63.5	6.6%	58.1	7.4%	9.3%
Total Net Revenue	955.7	100.0%	784.6	100.0%	21.8%



NET REVENUE BY CATEGORY – 9M25 vs 9M24

R\$ Million	9M25	Share %	9M24	Share %	Var. % 9M25/9M24
Athletic footwear	2,175.5	85.3%	1,813.0	84.6%	20.0%
Other footwear and other ⁽¹⁾	176.1	6.9%	145.8	6.8%	20.8%
Apparel and Accessories	200.1	7.8%	184.1	8.6%	8.7%
Total Net Revenue	2,551.7	100.0%	2,142.9	100.0%	19.1%



(1) Flip-flops, boots, women footwear and shoe components



NET OPERATING REVENUE

MARKET

DOMESTIC MARKET

The domestic market maintained strong momentum in 3Q25, with a significant increase in Net Revenue, which totaled R\$ 920.0 million, up 22.8% compared to R\$ 749.1 million in 3Q24. This performance reflects the progress of all brands and categories, the strengthening of the distribution network, and the effectiveness of commercial initiatives, which continue to drive the Company's consistent growth in Brazil.

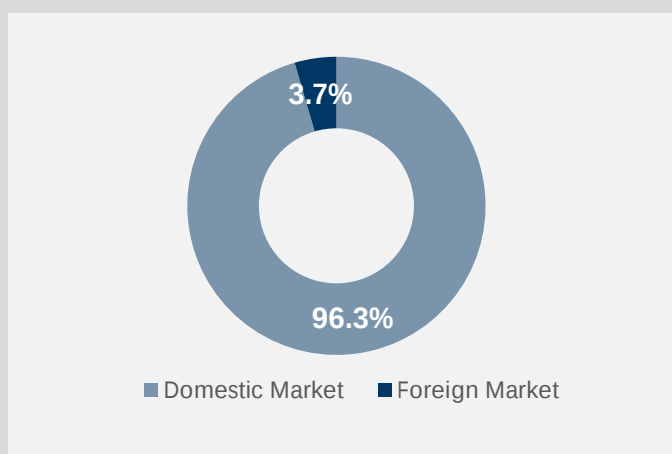
FOREIGN MARKET

Net revenue in the foreign market totaled R\$ 35.7 million in 3Q25, showing a slight increase of 0.6% compared to 3Q24 and thus remaining in line with the performance of the same period of the previous year. The result reflects the stability of international operations, with gradual improvement compared to previous quarters, despite a still challenging scenario in most Latin American markets.

NET REVENUE BY MARKET – 3Q25 vs 3Q24

R\$ Million	3Q25	Share %	3Q24	Share %	Var. % 3Q25/ 3Q24
Domestic Market	920.0	96.3%	749.1	95.5%	22.8%
Foreign Market	35.7	3.7%	35.5	4.5%	0.6%
Total Net Revenue	955.7	100.0%	784.6	100.0%	21.8%

MARKET SHARE – 3Q25



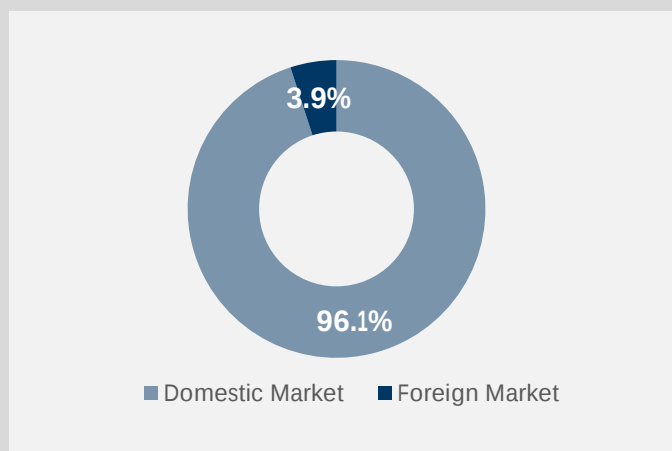
In 9M25, the domestic market totaled R\$ 2,452.5 million, representing an increase of 20.5% compared to 9M24, when net revenue was R\$ 2,035.5 million. In the foreign market, net revenue in 9M25 amounted to R\$ 99.2 million, a decrease of 7.6% compared to R\$ 107.4 million recorded in the same period of the previous year.

Throughout 9M25, domestic market demand maintained a consistent growth pace, driven mainly by the strong performance of the Athletic Footwear category. In the foreign market, sales declined, primarily impacted by the challenging economic environment in Argentina.

NET REVENUE BY MARKET – 9M25 vs 9M24

R\$ Million	9M25	Share %	9M24	Share %	Var. % 9M25/ 9M24
Domestic Market	2,452.5	96.1%	2,035.5	95.0%	20.5%
Foreign Market	99.2	3.9%	107.4	5.0%	-7.6%
Total Net Revenue	2,551.7	100.0%	2,142.9	100.0%	19.1%

MARKET SHARE – 9M25





E-COMMERCE

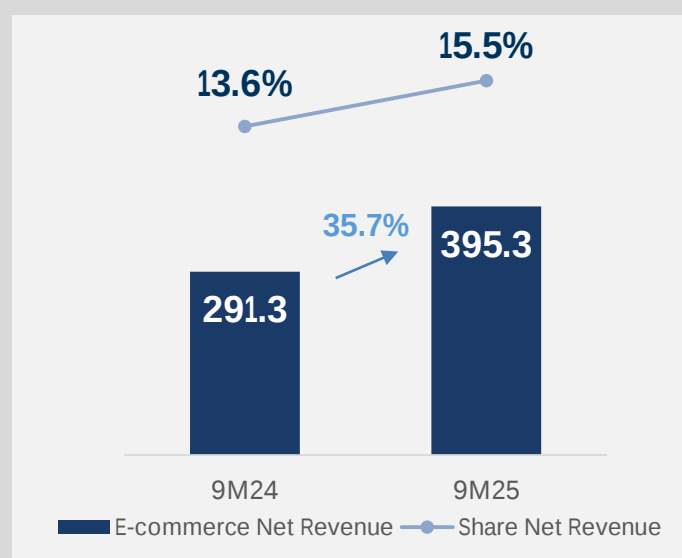
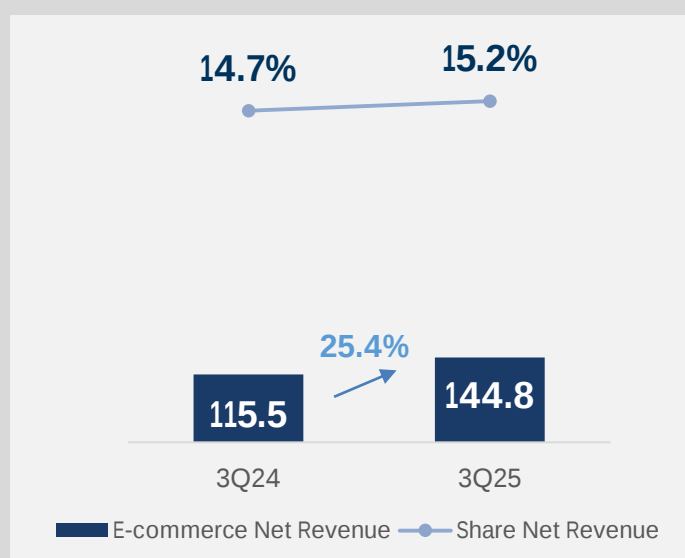
The e-commerce channel continued to expand this quarter, with Net Revenue growth of 25.4%, totaling R\$ 144.8 million. This performance increased the channel's share to 15.2% of the Company's Net Revenue, a 0.5 percentage point improvement compared to the same period last year, reinforcing its growing relevance within the Company's channel portfolio.

The result reflects the evolution of the shopping journey and the Company's commitment to sustainable profitability, consolidating its digital positioning and focus on delivering the best consumer experience.

In the nine-month accumulated period, the channel reached R\$ 395.3 million in Net Revenue, representing growth of 35.7% and accounting for 15.5% of the Company's total revenue.

NET REVENUE AND NOR PARTICIPATION

R\$ Million	3Q25	3Q24	Var. % 3Q25/3Q24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
E-commerce Net Revenue	144.8	115.5	25.4%	395.3	291.3	35.7%
NOR% Participation	15.2%	14.7%	0.5 p.p.	15.5%	13.6%	1.9 p.p.





COST OF GOODS SOLD (COGS)

Although production and sales volumes increased, the gross margin in 3Q25 was again temporarily impacted by higher cost of goods sold (COGS). As in 2Q25, the success of the Corre family and the opportunity to significantly expand market share in the performance running category resulted in strong demand for more technical and sophisticated products, which require longer average production times compared to other lines.

To meet this growing demand, the Company had to rapidly expand its direct workforce, at a pace above the historical hiring rate of recent years. This accelerated expansion temporarily affected production efficiency, especially at the Ceará plant, which is responsible for manufacturing the Corre line, thus increasing the cost of products manufactured during the period.

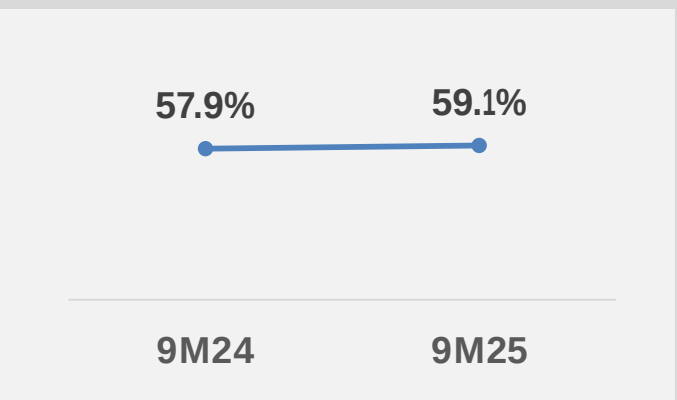
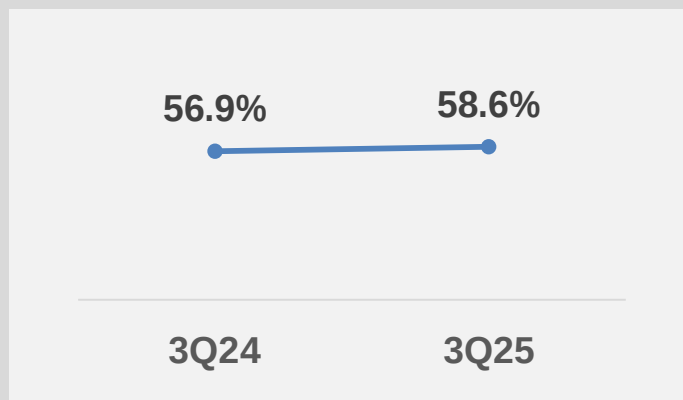
This cost increase continues to be treated as a strategic investment to sustain the Company's growth. The recent hiring process naturally involves a period of adaptation and training, during which factory efficiency tends to remain below

historical levels. As new employees gain experience and consolidate their learning, these indicators are expected to gradually return to previous standards.

In 3Q25, COGS represented 58.6% of Net Sales Revenue, an increase of 1.7 percentage points compared to 3Q24. Even in a still-challenging scenario, industrial performance indicators began to show improvement throughout the third quarter of 2025. The Company remains focused on implementing initiatives aimed at enhancing operational efficiency and capturing scale gains, reinforcing its commitment to the continuous improvement of production results.

In the nine-month accumulated period (9M25), cost of sales represented 59.1% of Net Revenue, an increase of 1.2 percentage points compared to 57.9% recorded in the same period of 2024

COST OF GOODS SOLD (%COGS/NOR)

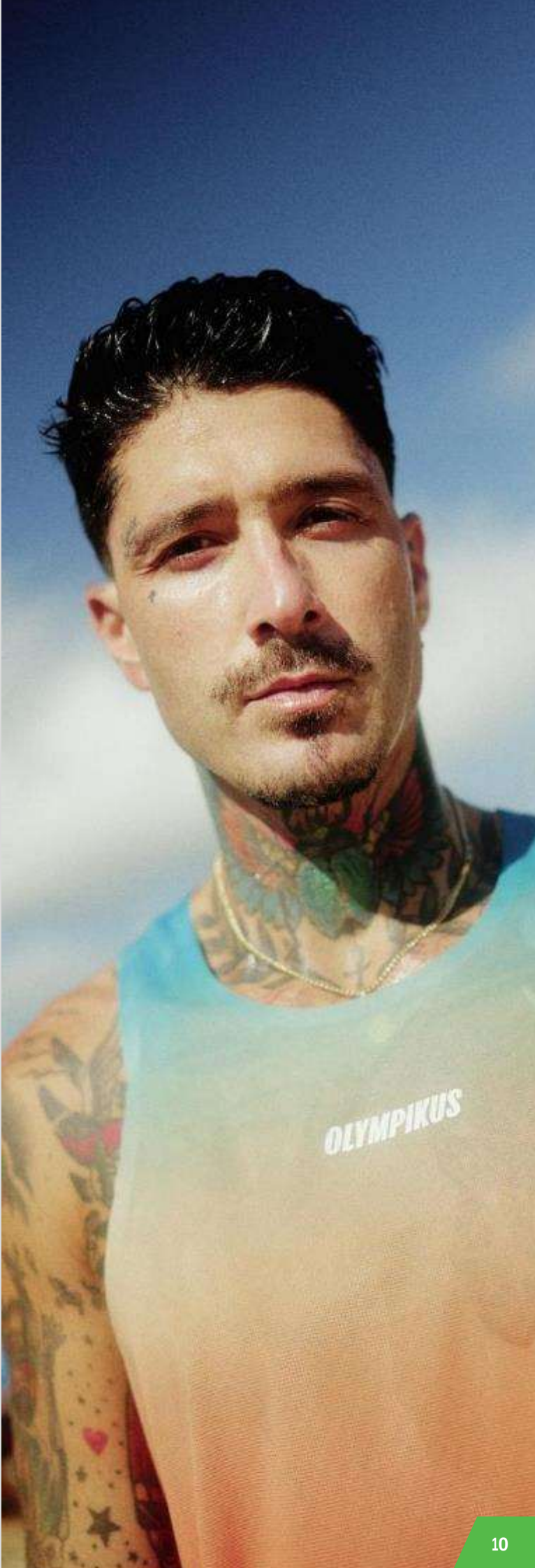
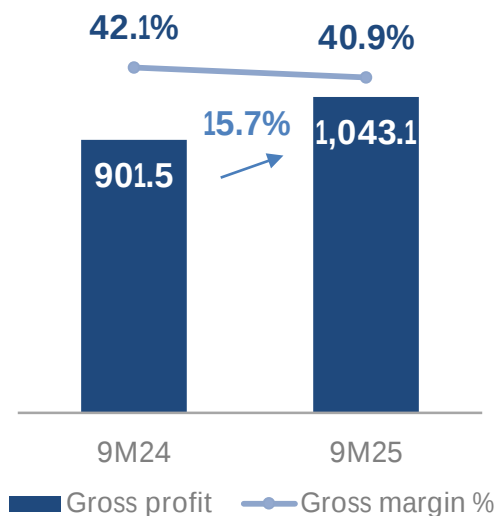
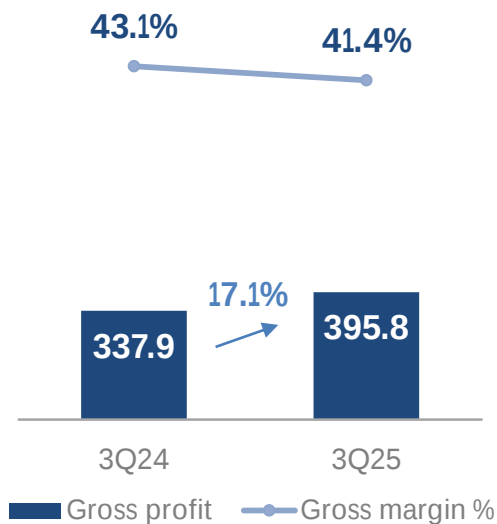


GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN

In 3Q25, Vulcabras recorded a record-high gross profit for a single quarter, totaling R\$ 395.8 million, representing growth of 17.1% compared to R\$ 337.9 million reported in the same period of 2024. The consolidated gross margin reached 41.4%, a decrease of 1.7 percentage points compared to 3Q24.

This reduction had already been anticipated by the Company, as a result of the investments made in accelerated hiring. Despite this temporary effect, when compared to the gross margin achieved in 2Q25, there was an increase of 0.6 percentage points, demonstrating a gradual improvement in operational efficiency and consistent progress in profitability. With the stabilization of hiring, training development, and accumulated experience, the expectation is that efficiency levels and, consequently, margins will continue to improve and return to previous levels.

In the nine-month accumulated period (9M25), gross profit totaled R\$ 1,043.1 million, an increase of 15.7% compared to the same period of the previous year. The gross margin in 9M25 was 40.9%, 1.2 percentage points lower than the 42.1% recorded in the same period of 2024.





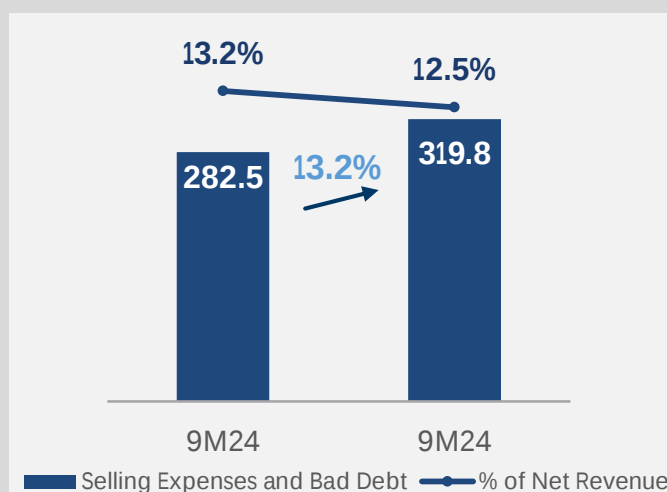
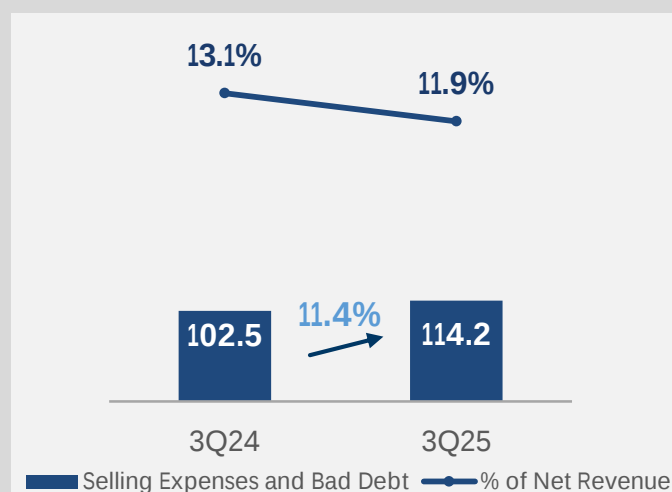
SELLING AND ALLOWANCE FOR DOUBTFUL ACCOUNTS EXPENSES

In 3Q25, expenses related to selling, advertising, and allowance for doubtful accounts, totaled R\$ 168.5 million, representing an increase of 17.7% compared to the same period in 2024.

Direct Selling and Bad Debt Expenses, excluding advertising investments, amounted to R\$ 114.2 million in 3Q25, a growth of 11.4% compared to R\$ 102.5 million in 3Q24. When compared to net revenue, these expenses represented 11.9% in 3Q25, a reduction of 1.2 p.p. compared to 13.1% in the

same quarter of the previous year. Selling expenses grew at a slower pace than revenue, resulting in a lower relative share of total expenses.

In 9M25, selling expenses (excluding advertising) totaled R\$ 319.8 million, an increase of 13.2% compared to R\$ 282.5 million in 9M24. Selling expenses as a percentage of net revenue reached 12.5%, a decrease of 0.7 p.p. compared to 13.2% in 9M24.





ADVERTISING AND MARKETING EXPENSES

In 3Q25, advertising and marketing investments totaled R\$ 54.3 million, a 33.4% increase compared to R\$ 40.7 million in the same period of 2024. This increase reflects the continued intensification of brand communication and positioning initiatives throughout the quarter.

As a percentage of net revenue, advertising and marketing expenses represented 5.7%, an increase of 0.5 p.p. compared to 5.2% in 3Q24.

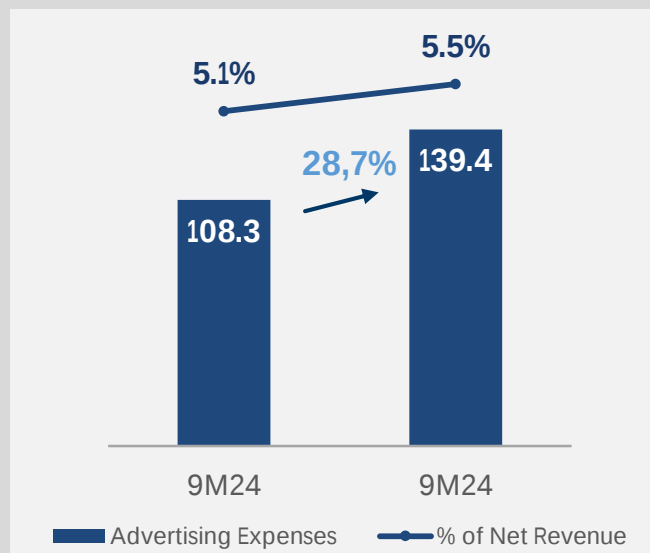
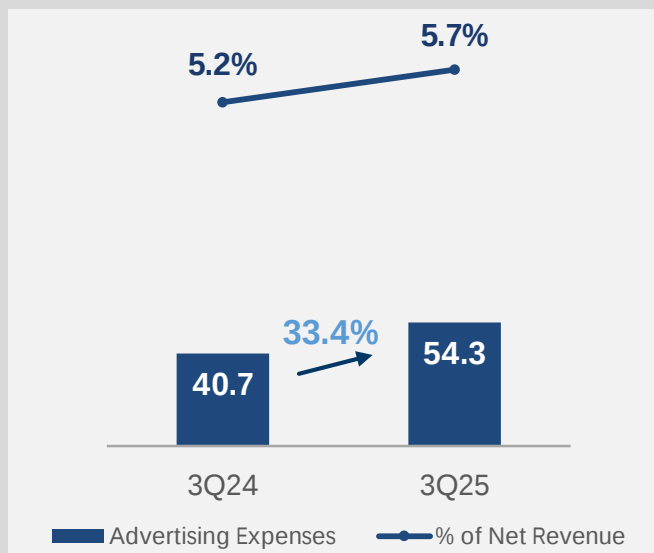
During the third quarter of 2025, Vulcabras strengthened the presence and equity of its brands Olympikus, Mizuno, and Under Armour across various sports and cultural territories, driving results through major launches, proprietary events, and activations that enhanced engagement with consumers, athletes, and sports communities.

In the “Brazil Runs with Olympikus” campaign, the brand reinforced its connection with runners across the country by participating in 10 official races as part of the 50 commemorative races celebrating the brand's 50th anniversary. These activations brought the energy of Olympikus to all regions of Brazil, reaffirming its role as the most democratic brand-supporting running nationwide. The period also featured special launches, including the 50th-anniversary commemorative pack with white and blue

versions of iconic models, and the Corre 4 Vanderlei Cordeiro de Lima, honoring the Brazilian Olympic athlete. Closing the quarter, the brand introduced new colorways for the Corre family, reinforcing its balance between performance and innovation.

Mizuno reaffirmed its commitment to performance and innovation in 3Q25, highlighted by the launches of Wave Rider 29, Wave Sky 9, and the Hanabi Pack collection. The brand also expanded its football segment with new Morelia line packs and strengthened its lifestyle positioning through international collaborations. The launch of the new Mizuno App and the Mizuno Sports Member program brought the brand even closer to consumers, consolidating its presence in Brazil and reinforcing its contribution to Vulcabras' growth.

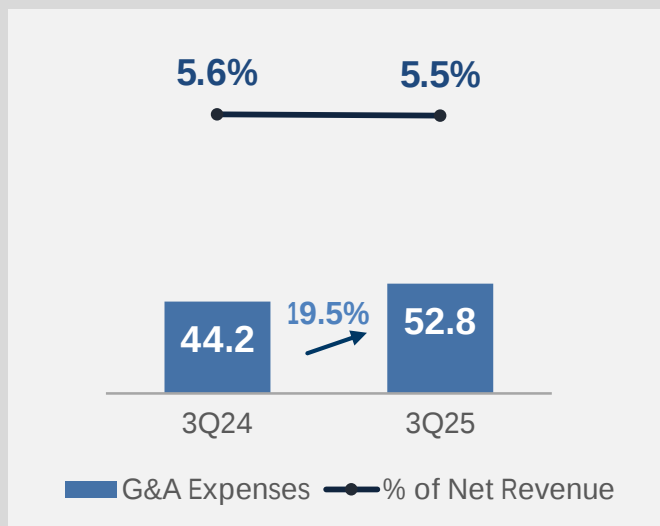
In 9M25, advertising expenses totaled R\$ 139.4 million, an increase of 28.7% compared to R\$ 108.3 million in 9M24. Advertising expenses represented 5.5% of net revenue, 0.4 p.p. higher than in 9M24.





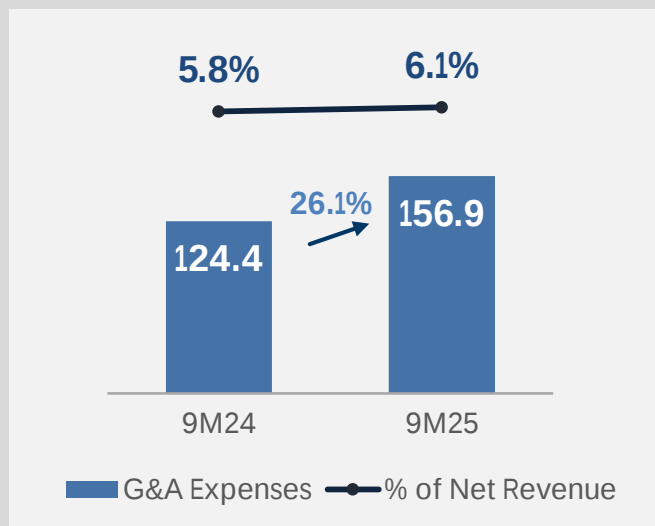
GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

In 3Q25, general and administrative expenses totaled R\$ 52.8 million, representing an increase of 19.5% compared to the same period of the previous year.



When analyzed as a percentage of net revenue, general and administrative expenses reached 5.5% in the quarter, a reduction of 0.1 p.p. compared to the share reported in 3Q24.

In 9M25, general and administrative expenses totaled R\$ 156.9 million, representing an increase of 26.1% compared to the R\$ 124.4 million recorded in the same period of 2024. As



a percentage of net revenue, this represented an increase of 0.3 percentage point compared to 9M24. It is worth noting that throughout 2025, some non-recurring events were recognized under this line item. Excluding the effects of these events, the recurring amount would have been R\$ 147.6 million, representing 5.8% of the period's revenue.





NET OTHER OPERATING INCOME (EXPENSES)

In 3Q25, Net Other Operating Income (Expenses) totaled income of R\$ 16.1 million, 3.0% lower than the income of R\$ 16.6 million recorded in the same period of 2024.

During the quarter, non-recurring events were recognized related to the recovery of PIS/COFINS tax credits by subsidiaries, which had a positive impact on this line. These effects contributed R\$ 15.3 million to Net Other Operating Income (Expenses), increasing the reported accounting amount for the period. As this represents an extraordinary event, the increase does not reflect the Company's recurring operational trend, and this factor should be considered for a proper analysis of expense evolution. Excluding the non-

recurring event, Net Other Operating Income (Expenses) totaled income of R\$ 0.8 million, 85.2% lower than the recurring income of R\$ 5.4 million recorded in the same period of 2024.

In 9M25, Net Other Operating Income (Expenses) totaled R\$ 136.8 million. Excluding the non-recurring event recognized throughout 2025, income would have totaled R\$ 6.6 million, representing a decrease of R\$ 7.2 million compared to the recurring income of R\$ 13.8 million recorded in the same period of 2024.

NON-RECURRING EVENT

R\$ Million	3Q25	3Q24	Var. % 3Q25/3Q24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Net Other Operating Income (Expenses)	16.1	16.6	-3.0%	136.8	25.0	447.2%
(+) Principal Amount of PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries PIS/COFINS on other revenues	-15.3	-11.2	36.6%	-130.2	-11.2	1062.5%
Recurring Net Other Operating Income (Expenses)	0.8	5.4	-85.2%	6.6	13.8	-52.2%





NET FINANCIAL RESULT

In 3Q25, net financial result was an expense of R\$ 0.2 million, compared to income of R\$ 17.0 million in the same period of the previous year. In this quarter, an increase in interest expenses was observed due to higher financial liabilities, partially offset by the corresponding rise in financial income.

During the quarter, non-recurring events were recognized related to the recovery of PIS/COFINS tax credits by subsidiaries, which had a positive impact on the financial result. These effects contributed R\$ 4.9 million to the financial result line, increasing the reported accounting amount for the period. As this represents an extraordinary event, the increase

does not reflect the Company's recurring operational trend and should therefore be considered for an accurate analysis of the evolution of this result. Excluding the non-recurring event, the financial result would have totaled an expense of R\$ 5.1 million.

In 9M25, the financial result totaled income of R\$ 121.5 million. Excluding the non-recurring events recognized in 2025, the financial result would have totaled an expense of R\$ 6.4 million, compared to income of R\$ 5.5 million recorded in the same period of 2024.

R\$ Million	3Q25	3Q24	Var. % 3Q25/3Q24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Capital structure	-30.6	-11.8	159.8%	-59.1	-40.4	46.2%
Operating	-3.1	-2.8	10.7%	-8.9	-7.8	14.0%
Exchange differences	-7.3	-2.4	204.1%	-26.7	-12.2	118.1%
Financial Costs	-41.0	-17.0	141.6%	-94.6	-60.4	56.6%
Capital structure	20.2	12.4	63.3%	36.6	40.1	-8.7%
Operating	15.4	18.4	-16.4%	153.8	26.1	488.6%
Exchange differences	5.2	3.2	62.6%	25.7	15.1	70.1%
Financial Income	40.8	34.0	20.2%	216.1	81.3	165.7%
Net Financial Result	-0.2	17.0	-101.1%	121.5	20.9	481.3%

NON-RECURRING EVENT

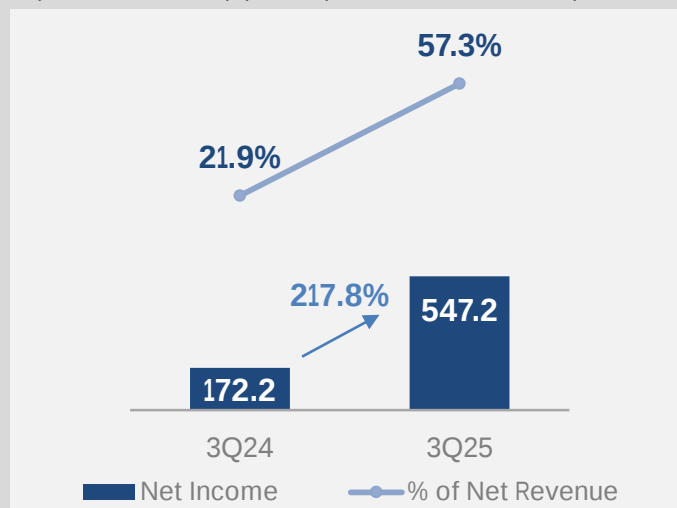
R\$ Million	3Q25	3Q24	Var. % 3Q25/3Q24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Net Financial Result	-0.2	17.0	-101.1%	121.5	20.9	481.3%
(+) Amount of Adjustment on PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries	-4.9	-15.4	-68.2%	-127.9	-15.4	730.5%
Recurring Net Financial Result	-5.1	1.6	-419.8%	-6.4	5.5	-216.4%

NET INCOME AND NET MARGIN



In 3Q25, the Company recorded net income of R\$ 547.2 million, representing an increase of 217.8% compared to the same period of the previous year, when net income totaled R\$ 172.2 million.

Net margin for the quarter reached 57.3%, reflecting an expansion of 35.4 p.p. compared to the 21.9% reported in



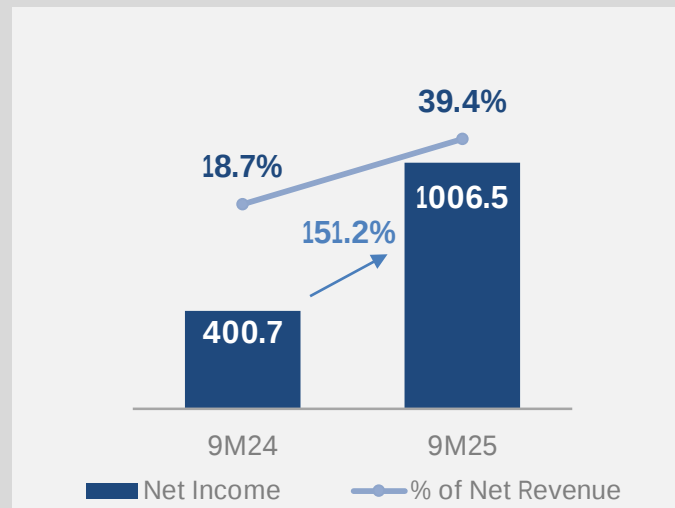
It is important to highlight that, in 3Q25, net income was positively impacted by R\$ 384.0 million due to the recognition of PIS/COFINS tax credits recorded in subsidiaries, as well as the recognition of deferred income tax (IRPJ) and social contribution (CSLL) on tax losses, negative social contribution bases, and temporary differences.

Excluding the non-recurring events recorded in 3Q25, net income for the quarter would have totaled R\$ 163.2 million, 11.6% higher than the R\$ 146.3 million recorded in the same period of 2024. The recurring net margin for the quarter reached 17.1%, reflecting a decrease of 1.5 p.p. compared to the 18.6% reported in 3Q24.

NON-RECURRING EVENT

R\$ Million	3Q25	3Q24	Var. % 3Q25/3Q24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Net Income	547.2	172.2	217.8%	1,006.5	400.7	151.2%
(+) Principal Amount of PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries PIS/COFINS on other revenues	-15.3	-11.2	36.6%	-130.2	-11.2	1,062.5%
(+) Interest on PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries	-4.9	-15.4	-68.2	-127.9	-15.4	730.5%
(-) Legal Fees related to PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries	0.0	0.0	N/A	9.3	0.0	N/A
(-) IRPJ/CSLL on PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries	2.3	0.7	228.6%	22.5	0.7	3,114.3%
(-) Income tax (IRPJ) and social contribution (CSLL) related to deferred taxes on tax losses, negative social contribution bases, and temporary differences	-366.1	0	N/A	-366.1	0	N/A
Total Impact of Non-Recurring Effects on Net Income	-384.0	-25.9	1,386.1%	-592.4	-25.9	2,187.3%
Recurring Net Income	163.2	146.3	11.6%	414.1	374.8	10.5%
Recurring Net Margin	17.1%	18.6%	-1.5 p.p.	16.2%	17.5%	-1.3 p.p.

3Q24. Vulcabras reported another quarter of strong net income. The solid sales performance, combined with greater dilution of operating expenses, partially offset the pressure on gross margin.



In the year-to-date period, net income reached R\$ 1,006.5 million in 9M25, representing an increase of 151.2% compared to the result recorded in the same period of 2024. Net margin expanded by 20.7 percentage points, from 18.7% in 9M24 to 39.4% in 9M25.

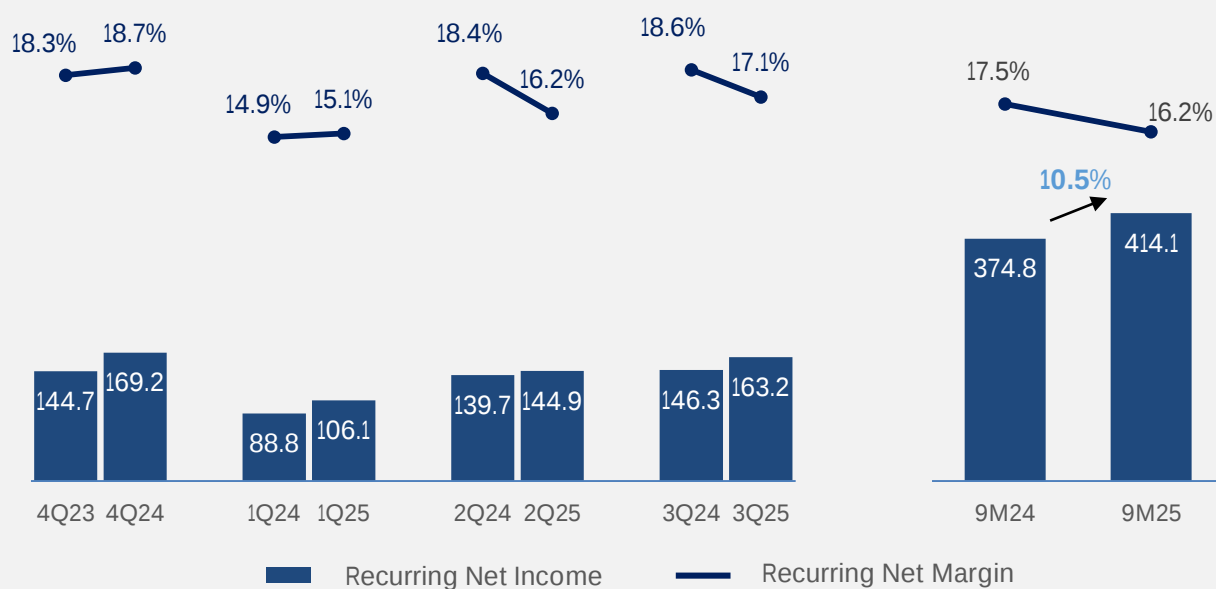
On a recurring basis, net income grew 10.5% in 9M25, reaching R\$ 414.1 million, with a recurring net margin of 16.2%, 1.3 p.p. lower than in the same period of the previous year.

For better interpretation, the following table presents the impact of the non-recurring events on net income.



NET INCOME AND NET MARGIN

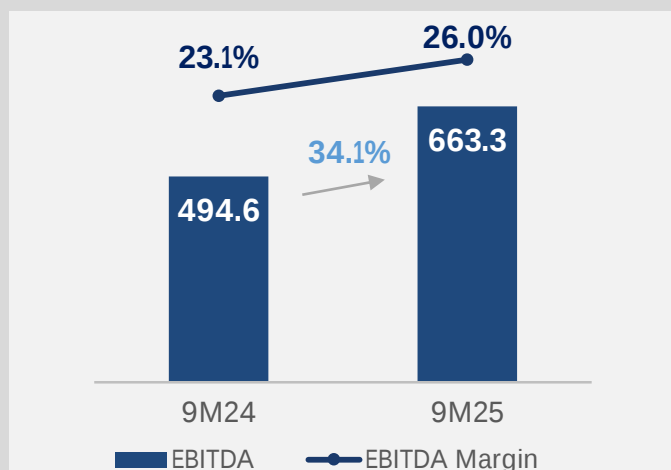
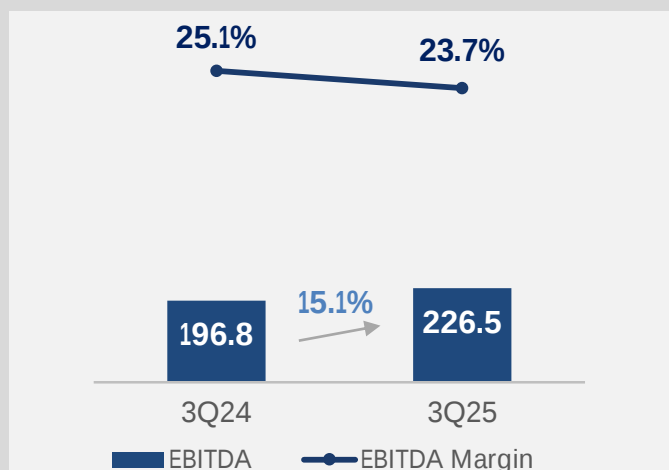
RECURRING NET INCOME AND RECURRING NET MARGIN





EBITDA AND EBITDA MARGIN

In 3Q25, the Company's EBITDA totaled R\$ 226.5 million, representing an increase of 15.1% compared to the R\$ 196.8 million recorded in the same period of 2024. EBITDA margin decreased by 1.4 percentage points, from 25.1% in 3Q24 to 23.7% in 3Q25.



It is important to highlight that, in 3Q25, EBITDA was positively impacted by R\$ 15.3 million due to the recognition of PIS/COFINS tax credits by subsidiaries, representing a variation of 1.6 p.p. in the EBITDA margin.

Excluding the non-recurring events recorded in 3Q25, EBITDA for the quarter would have totaled R\$ 211.2 million, 13.8% higher than the R\$ 185.6 million recorded in the same period of 2024. The recurring EBITDA margin for the quarter reached 22.1%, reflecting a decrease of 1.5 p.p. compared to the 23.6% reported in 3Q24.

Although still impacted by the decline in gross margin, the EBITDA margin remained at a consistent level, supported by the efficiency of the Company's operating model and reflecting its continued ability to adapt and execute its strategies with strength.

For better interpretation, we present a breakdown of the impact of non-recurring events on EBITDA.

NON-RECURRING EVENT

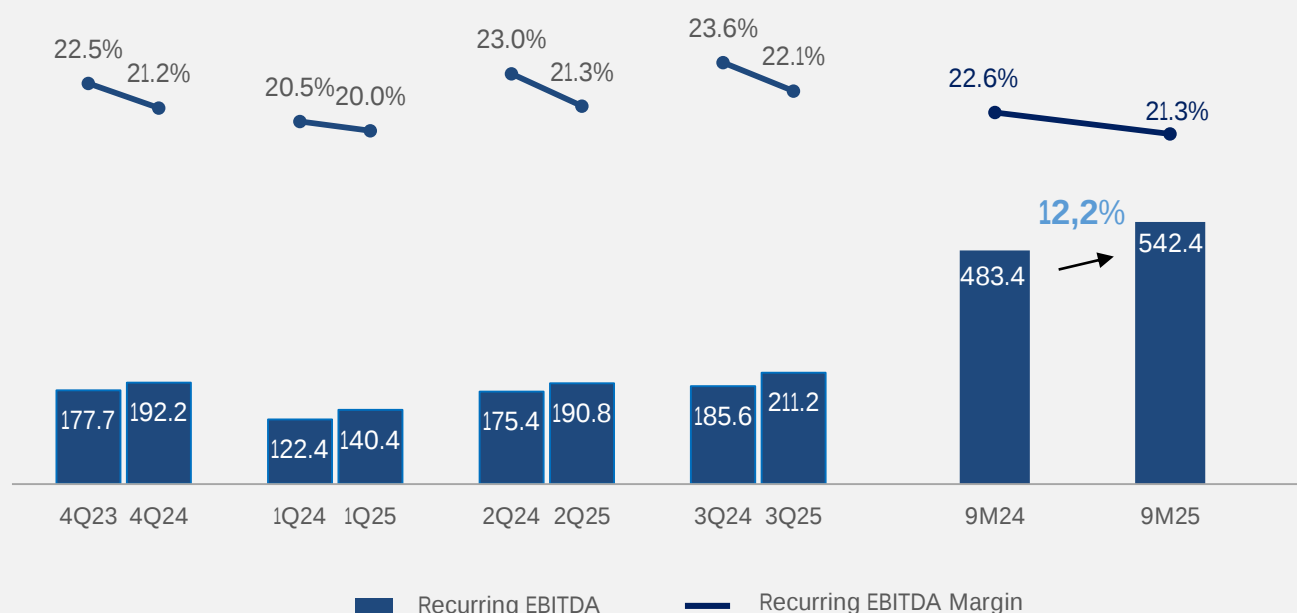
R\$ Million	3Q25	3Q24	Var. % 3Q25/3Q24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
EBITDA	226.5	196.8	15.1%	663.3	494.6	34.1%
(+) Principal Amount of PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries PIS/COFINS on other revenues	-15.3	-11.2	36.6%	-130.2	-11.2	1,062.5%
(-) Legal Fees related to PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries	0.0	0.0	N/A	9.3	0.0	N/A
Total Impact of Non-Recurring Effects on EBITDA	-15.3	-11.2	36.6%	-120.9	-11.2	979.5%
Recurring EBITDA	211.2	185.6	13.8%	542.4	483.4	12.2%
Recurring EBITDA Margin	22.1%	23.6%	-1.5 p.p.	21.3%	22.6%	-1.3 p.p.

EBITDA AND EBITDA MARGIN

In the year-to-date period, EBITDA reached R\$ 663.3 million in 9M25, representing an increase of 34.1% compared to the result recorded in the same period of 2024. EBITDA margin improved by 2.9 percentage points, from 23.1% in 9M24 to 26.0% in 9M25.

On a recurring basis, EBITDA grew 12.2% in 9M25, reaching R\$ 542.4 million, with a recurring EBITDA margin of 21.3%, 1.3 p.p. lower than in the same period of the previous year.

RECURRING EBITDA AND RECURRING EBITDA MARGIN





ROIC – RETURN ON INVESTED CAPITAL

The annualized Return on Invested Capital (ROIC²) reached 41.5% in 3Q25-LTM (last twelve months ended September 30, 2025), representing an increase of 15.4 percentage point compared to the 26.1% recorded as of December 31, 2024.

ROIC	2022	2023	2024	3Q25 (LTM)
Net Income for the period (LTM)	469.9	494.9	569.9	1,175.7
(+) Net Financial Income (LTM)	(41.3)	4.8	(22.6)	(123.2)
NOPAT	428.6	499.7	547.3	1,052.5
Invested Capital				
Loans, Financing and Debentures	417.0	437.8	336.9	1,006.4
(-) Cash and cash equivalents	(197.2)	(361.0)	(307.7)	(567.2)
(-) Financial Investments	(8.9)	(13.4)	(6.6)	(2.9)
(+) Related Parties	18.4	–	–	–
(+) Equity	1,711.8	1,995.3	2,110.3	2,503.4
Total Invested Capital	1,941.1	2,058.7	2,132.9	2,939.7
Average invested capital for the period¹	1,776.0	1,999.9	2,095.8	2,536.3
Annualized ROIC (2)	24.1%	25.0%	26.1%	41.5%

The annualized Adjusted Return on Invested Capital (Adjusted ROIC³) reached 46.2% in 3Q25-LTM (last twelve months ended September 30, 2025), representing an increase of 16.7 percentage point compared to the 29.5% recorded as of December 31, 2024.

ADJUSTED ROIC	2022	2023	2024	3Q25 (LTM)
Net Income for the period (LTM)	469,9	494,9	569,9	1,175,7
(+) Net Financial Income (LTM)	(41,3)	4,8	(22,6)	(123,2)
(-) Equity Results (LTM)	(5,3)	(7,9)	(6,1)	(2,3)
NOPAT (Adjusted)	423,3	491,8	541,2	1,050,2
Invested Capital				
Loans, Financing and Debentures	417,0	437,8	336,9	1,006,4
(-) Cash and cash equivalents	(197,2)	(361,0)	(307,7)	(567,2)
(-) Financial Investments	(8,9)	(13,4)	(6,6)	(2,9)
(+) Related Parties	18,4	–	–	–
(-) Goodwill on acquisition	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investment in subsidiary	(75,7)	(62,9)	(64,3)	(66,3)
(+) Equity	1,711,8	1,995,3	2,110,3	2,503,4
Total Adjusted Invested Capital	1,667,2	1,797,6	1,870,4	2,675,2
Average adjusted invested capital for the period¹	1,505,3	1,732,4	1,834,0	2,272,8
Adjusted Annualized ROIC³	28,1%	28,4%	29,5%	46,2%

ROIC: Return on Invested Capital

1. Average invested capital at the end of this period and the end of the previous year.
2. ROIC: NOPAT for the last 12 months divided by the average invested capital
3. Adjusted ROIC is a non-accounting measure calculated by dividing Adjusted NOPAT (defined as net income (loss) plus net financial income less equity in the earnings and income from discontinued operations) divided by average adjusted Invested Capital. Adjusted Invested Capital is defined as the sum of equity (equity) and Net Debt (as defined below), less goodwill recorded in intangible assets and the investment in non-controlled companies.

CAPEX

In 3Q25, the Company invested a total of R\$ 63.7 million in property, plant and equipment and intangible assets, maintaining the same level of investments compared to the same period in 2024.

The most relevant investments were allocated to the expansion of the manufacturing complex, through the enlargement of certain production support areas and the acquisition of equipment aimed at increasing production capacity, while maintaining the focus on modernization and the continuous optimization of operational efficiency. This strategy reinforces the Company's commitment to the rational allocation of capital, as the continuation of investments is guided primarily by the expectation of short-term returns.

ADDITIONS TO FIXED ASSETS AND INTANGIBLES

R\$ Million	3Q25	3Q24	Var. % 3Q25/3Q24	9M25	9M24	Var. % 9M25/9M24
Molds	8.8	11.8	-25.4%	31.0	31.7	-2.2%
Machinery and equipment	22.7	35.3	-35.7%	92.2	54.4	69.5%
Industrial facilities	7.2	4.0	80.0%	15.8	8.9	77.5%
Others	23.4	10.8	116.7%	32.8	29.1	12.7%
Property, plant and equipment	62.1	61.9	0.3%	171.8	124.2	38.3%
Software	1.6	1.9	-15.8%	6.7	5.1	31.4%
Intangible assets	1.6	1.9	-15.8%	6.7	5.1	31.4%
Total	63.7	63.8	-0.2%	178.6	129.3	38.1%

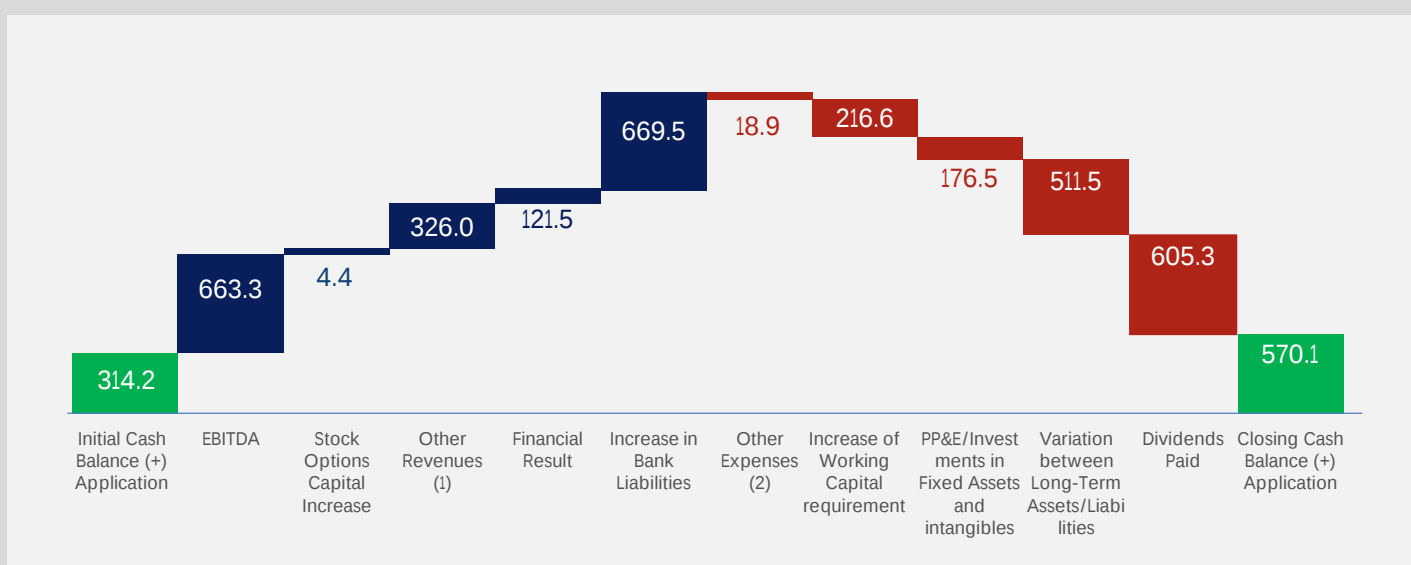


OPERATING CASH GENERATION

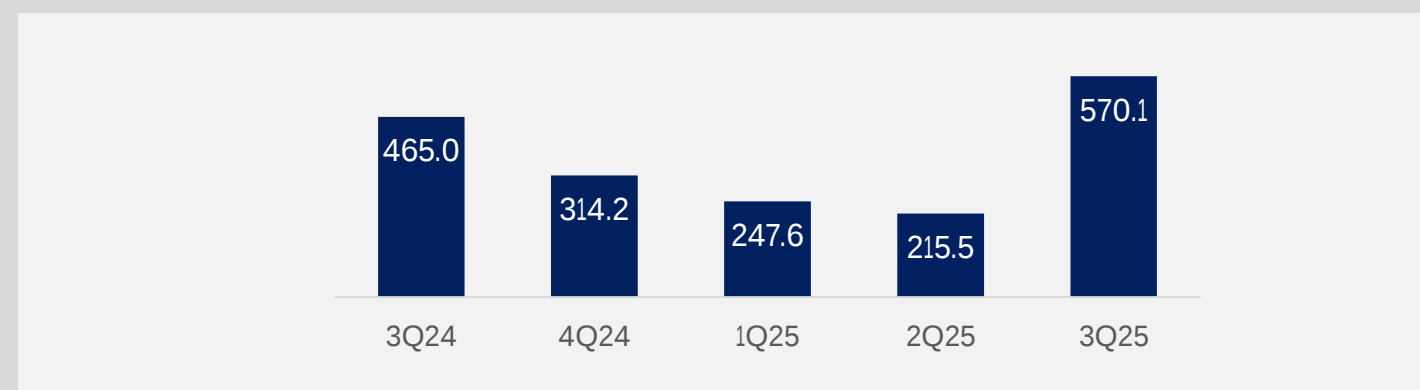
Cash variation in 9M25 totaled R\$ 255.9 million and was mainly driven by the following events:

- EBITDA of R\$ 663.3 million;
- Capital increase from the exercise of the Stock Option Plan totaling R\$ 4.4 million;
- Other income: R\$ 326.0 million (mostly composed of R\$ 366.1 million from deferred IRPJ and CSLL);
- Financial result gain of R\$ 121.5 million;
- Increase in bank liabilities of R\$ 669.5 million;
- Increase in working capital requirements of R\$ 216.6 million;
- Investments in property, plant and equipment and intangible assets of R\$ 176.5 million;
- Variation between long-term assets and liabilities of R\$ 511.5 million;
- Dividends paid totaling R\$ 605.3 million

CASH FLOW 9M25



CASH FLOW - CASH



- (1) Other Income: Sale/Write-off of Fixed Assets and Intangible Assets + Resources from the sale of investments + Effect of the conversion of investees abroad and Tax credit of deferred IRPJ and CSLL
- (2) Other Expenses: Income Tax and Social Contribution + Stock Option + Payment of finance lease liabilities.



NET DEBT

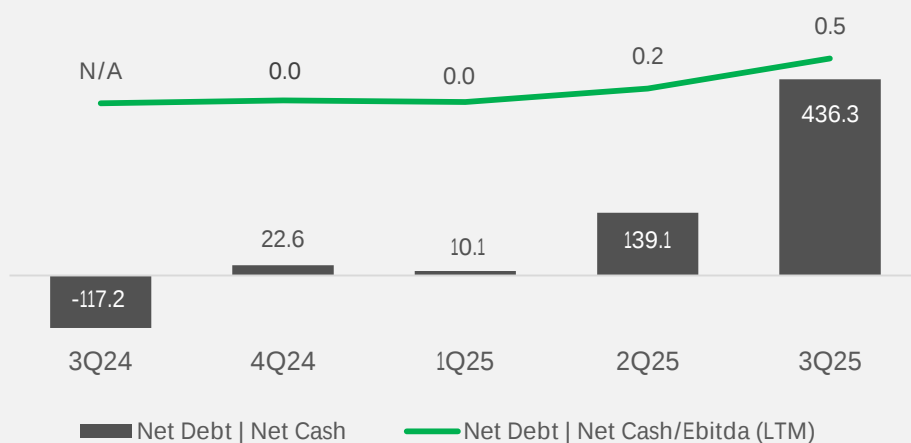
As of September 30, 2025, the Company reported net debt of R\$ 436.3 million, an increase of R\$ 413.7 million compared to the balance at December 31, 2024. The increase in net debt was mainly due to the issuance of R\$ 500 million in debentures in

July 2025, driven by higher working capital requirements, accelerated capital expenditures (Capex), and dividend distributions.

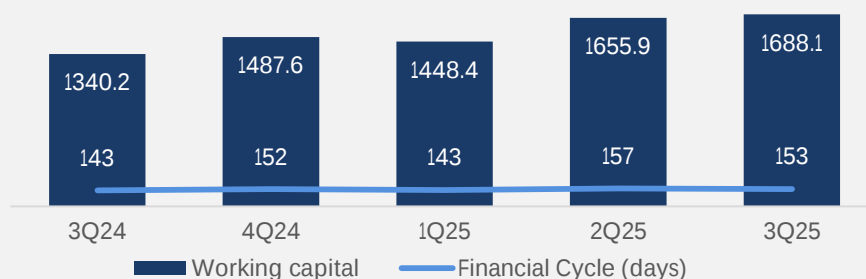
NET DEBT

R\$ Million	12/31/2023	12/31/2024	09/30/2025	Var. % 09/30/2025 vs 12/31/2024
Loans, Financing and Debentures	437.8	336.9	1,006.4	198.7%
Cash and cash equivalents	-361.0	-307.7	-567.2	84.3%
Financial investments	-13.4	-6.6	-2.9	-56.1%
Net Debt	63.4	22.6	436.3	1,830.5%

EVOLUTION OF NET DEBT AND LEVERAGE



WORKING CAPITAL AND FINANCIAL CYCLE (EX-DIVIDENDS)



CAPITAL MARKET



DIVIDENDS

Given the imminent tax reform currently under discussion between the Senate and the Chamber of Deputies, the Company remains attentive and continues to seek the best balance between capital allocation, shareholder returns, and the preservation of a balance sheet with reasonable leverage, especially in a context of persistently high interest rates, while avoiding exposures that could compromise or put its operations at risk.

Accordingly, in addition to the dividends already announced, the Company will pay an additional extraordinary dividend of

R\$ 597.7 million. Simultaneously, it will execute a capital increase, via Private placement, in the same amount. The purpose of this transaction is to strengthen the share capital base, which may be subject to a future reduction.

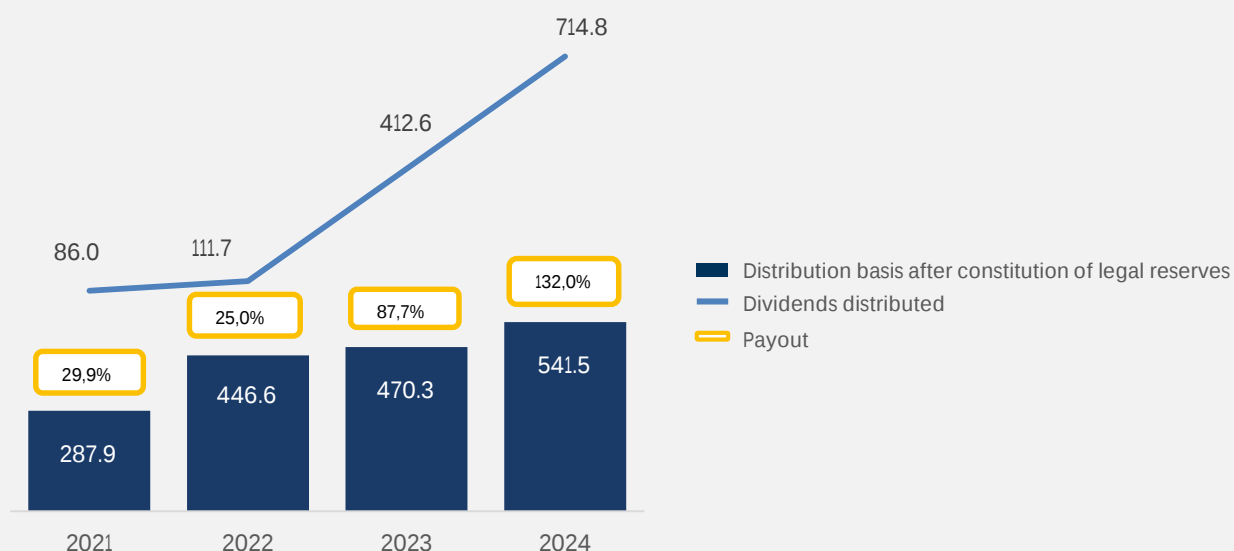
Vulcabras continues to closely monitor the progress of the tax reform discussions and to assess potential future actions, always maintaining its commitment to value creation for shareholders and a disciplined approach to capital management.

RETURN TO SHAREHOLDERS

Type	Total amount	Amount paid per Share	Base date for distribution	Payment date
Intermediate Dividends	245.1	1.000	01/25/2024	02/08/2024
Interim Dividends	204.2	0.750	03/13/2024	03/25/2024
Intermediate Dividends	122.6	0.500	01/25/2024	04/17/2024
Intermediate Dividends	41.1	0.150	5/15/2024	5/29/2024
Intermediate Dividends	34.0	0.125	08/12/2024	08/23/2024
Intermediate Dividends	34.0	0.125	08/19/2024	09/02/2024
Intermediate Dividends	34.0	0.125	09/19/2024	10/01/2024
Intermediate Dividends	34.0	0.125	10/17/2024	11/01/2024
Intermediate Dividends	34.0	0.125	11/18/2024	12/02/2024
Total Dividends paid in 2024	783.0			
Interim Dividends	34.0	0.125	12/16/2024	01/02/2025
Interim Dividends	34.0	0.125	01/21/2025	02/03/2025
Interim Dividends	34.0	0.125	02/17/2025	03/06/2025
Interim Dividends	34.0	0.125	03/18/2025	04/01/2024
Interim Dividends	33.8	0.125	04/17/2025	05/02/2025
Interim Dividends	33.8	0.125	05/20/2025	06/02/2025
Interim Dividends	33.8	0.125	06/18/2025	07/01/2025
Intermediate Dividends	34.0	0.125	07/17/2025	08/01/2025
Intermediate Dividends	34.0	0.125	08/18/2025	09/01/2025
Intermediate Dividends	300.0	1.104	09/08/2025	09/22/2025
Intermediate Dividends	34.0	0.125	09/17/2025	10/01/2025
Interim Dividends	34.0	0.125	10/20/205	11/03/2025
Interim Dividends	34.0	0.125	11/17/2025	12/01/2025
Interim Dividends	578.4	2.130	11/04/2025	12/15/2025
Intermediate Dividends	19.3	0.700	11/04/2025	12/15/2025
Interim Dividends	34.0	0.125	11/27/2025	12/29/2025
Total Dividends paid in 2025	1,339.1			



CAPITAL MARKET



SHARE BUYBACK PROGRAM

Since May 2022, the Company has maintained its Share Repurchase Program, aimed at optimizing capital allocation and creating value for shareholders. On March 11, 2025, the Board of Directors approved a new Share Repurchase Program for a period of 18 months. The program authorizes the repurchase of up to 10 million shares and is effective until September 2026.

During 3Q25, the Company did not carry out any share repurchases. As of September 30, 2025, the total number

of shares repurchased during the year amounted to 762.2 thousand, while the balance held in treasury totaled 3,869.2 thousand shares.

This Share Repurchase Program is part of the Company's strategy to optimize capital and enhance shareholder value, while also reflecting management's confidence in the Company's future performance.

Type	Balance12/31/2023	Balance12/31/2024	Balance09/30/2025
Treasury Shares Quantity	766.2	3,107.0	3,869.2
Treasury Shares BRL	10.0	45.4	56.9



SUSTAINABILITY

In September, Vulcabras released its 2024 Sustainability Report, consolidating significant results across all dimensions of its ESG agenda. The results reflect the Company's commitment to integrating innovation, performance, and social-environmental responsibility into its operations.

CIRCULAR ECONOMY AND WASTE MANAGEMENT

Within the circular economy pillar, 97% of industrial waste generated was recycled, reused, or co-processed – a significant improvement compared to 85% in 2023. Waste sent to landfills was reduced to just 3%. A highlight was the Horizonte (CE) plant, which achieved the milestone of sending zero waste to landfill. There was also a 2% reduction in waste per pair produced, reinforcing productivity and efficiency gains.

The Company also reused 3,5 tons of plastics, EVA, and TPU in production processes — an amount that, if not reused, would have represented 31% more waste generated. Combined with other circularity initiatives, this prevented the emission of 13,201 tons of CO₂ eq.

WATER AND ENERGY MANAGEMENT

All manufacturing units treated 100% of their effluents. In Horizonte (CE), 69% of the treated water was reused in internal activities, contributing to reduced water consumption and greater operational efficiency.

The use of wind energy across all manufacturing units mitigated the emission of 4,966 tons of CO₂ eq. Considering the circularity gains as well, the total avoided emissions in 2024 amounted to 18,167 tons of CO₂ eq.

SOCIAL IMPACT

In 2024, more than R\$ 2 million were allocated to social projects that, since 2021, have benefited over 100,000 children, young people, and elderly individuals — including initiatives such as Escolinha de Triathlon Formando Campeões (CE) and WimBelemDom (RS).

In the healthcare sphere, the special initiative Corre 4 Outubro Rosa raised over R\$ 1.2 million for Santa Casa de Porto Alegre, a leading institution in breast cancer treatment in Brazil.

PEOPLE DEVELOPMENT AND DIVERSITY

More than 546,000 hours of training were conducted throughout the year, fostering the continuous development of employees.

By the end of 2024, Vulcabras had over 20,000 employees, 53% of whom were women. Among management positions, 34% were held by women, and 67% of managers self-identified as Black, Brown, or Asian.

These advances reinforce the Company's forward-looking vision: to grow responsibly, reduce impacts, and generate sustainable value for society.

BRAND MANAGEMENT



BUILDING STRONG, CONNECTED AND DYNAMIC BRANDS

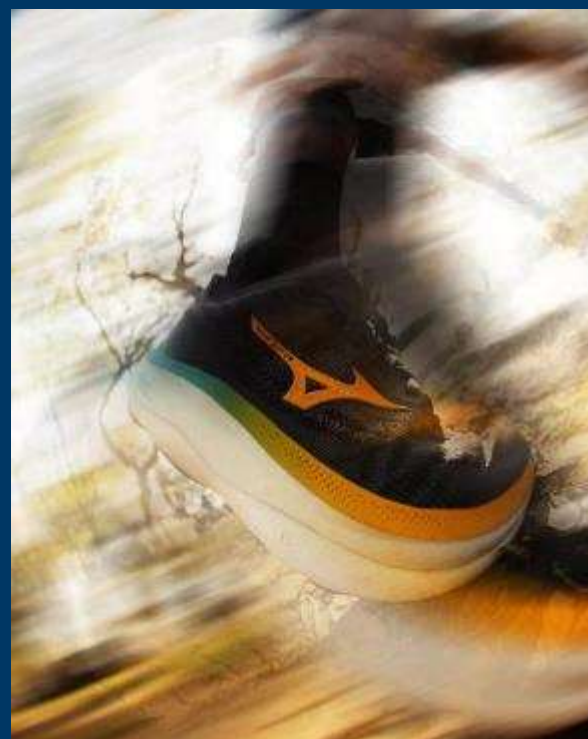
The third quarter of 2025 reinforced the strength of Vulcabras' brands across different sports and cultural territories, leveraging these platforms to boost brand performance. The period was marked by significant product launches, proprietary events, and activations that expanded the presence and engagement of Olympikus, Mizuno, and Under Armour among consumers, athletes, and sports communities.

Olympikus continued celebrating its 50th anniversary with energy and nationwide presence, holding 10 races during the quarter as part of the 50 Commemorative Races project. The brand also launched standout products such as the 50-Year Pack from the Corre line and the Corre 4 Vanderlei Cordeiro de Lima edition.

Mizuno reaffirmed its leadership in technology and performance with the launches of the Wave Rider 29 and the Hanabi Pack, in addition to the growing success of the Mizuno Running Station and the expansion of its relationship with consumers through the new Mizuno App.

Under Armour consolidated its position in Brazil with a strong presence in the training and basketball categories, through initiatives such as the Curry Camp, the launch of the Reps 2 SE, and the new edition of SUAR, strengthening its connection with athletes and content creators.

With three brands in full synergy and complementary identities, Vulcabras continues to strengthen its position as a global Sportech created by Brazilians — combining industrial capability, technological innovation, and passion for sports.





OLYMPIKUS

BRAZIL RUNS WITH OLYMPIKUS

Olympikus strengthened its bond with runners across the country. Between July and September, the brand took part in 10 official races as part of its 50-run project celebrating 50 years of Olympikus, reinforcing its role as Brazil's most democratic brand one that most supports and encourages running.

The events brought the brand's energy to all regions—from Brasília to Salvador, from Recife to Roraima—through races that unite sport, culture, and diversity. Highlights of the quarter included Volta ao Lago Paranoá, Corrida do Rock, Corrida das Falésias, Corrida Renê Jerônimo in Fernando de Noronha, Maratona de Goiânia em Movimento, Treinão do Corre com Chapadinhas de Endorfina, Treinão SBN Running, Maratona de Salvador, Tepequém Up, and Treinão Corre Preto—all reinforcing the brand's purpose of democratizing high performance and making running accessible to more people.

The quarter also featured launches that celebrate Olympikus' history and innovation. The 50 Years Pack brought special editions of the Corre 4, Grafeno 3, Supra 2, Max, and Trilha 2 models in white and blue, colors that symbolize the brand's legacy and future. Another highlight was the Corre 4 Vanderlei Cordeiro de Lima, inspired by the Brazilian Olympic icon and the colors of the national flag, featuring the number 1234 from the Athens Marathon and the athlete's signature on the midsole.

Closing the quarter, the brand introduced new colorways for the Corre Family — Energia, Asfalto, and All Black — broadening options for different styles while maintaining the balance between performance and Brazilian identity. With nationwide presence and genuine connection with runners, Olympikus continues celebrating its 50 years by making Brazil run.





UNDER ARMOUR

A QUARTER OF CONSOLIDATION IN PERFORMANCE, TRAINING AND BASKETBALL

Under Armour consolidated its presence in Brazil throughout 3Q25 through initiatives that reinforced its positioning in training, basketball, and team sports expanding its relevance to new audiences and strengthening its growth strategy under Vulcabras' management.

The quarter was marked by strategic product launches that boosted brand performance in the country. The TriBase Reps 2 SE, produced locally, featured a refreshed design and reinforced the training category with an integrated campaign across multiple sports disciplines. In basketball, the Curry Brand maintained its leadership with the launch of the Curry 12 “What The Bay” and Curry Fox 1, the first model signed by De'Aaron Fox expanding reach among Gen Z consumers and basketball fans.

Under Armour also participated in major sporting events such as Curry Camp and the NFL in Brazil, enhancing brand visibility and connection with both local and global sports communities. In training, a new partnership with the Bio Ritmo gym network strengthened the brand's relationship with a high-performance audience.

Among proprietary initiatives, Under Armour held a new edition of SUAR, an event created in Brazil that emphasizes training as the foundation of performance in any sport. In 2025, SUAR explored the basketball universe under the theme “Quem sua junto, joga junto” (“Those who sweat together, play together”), bringing together athletes and Brandon Payne, Stephen Curry's personal coach, for a physical and mental training experience that translated the brand's global values into a powerful local event.

With an integrated strategy spanning performance, lifestyle, and team sports, Under Armour continues to strengthen its presence in Brazil and deepen its connection with a new generation of consumers.





MIZUNO

INNOVATION IN RUNNING, PERFORMANCE ON THE FIELD AND CONNECTIONS WITH SPORTS COMMUNITIES

Mizuno ended the quarter reaffirming its commitment to performance, innovation, and connection with different sports communities. The brand introduced new products, expanded its presence in competitions, and strengthened its role as a benchmark in technology across running, football, and triathlon.

In running, the quarter was marked by the launches of the Wave Rider 29 and Wave Sky 9, which evolved in technology and comfort with the Energy NXT midsole, offering even greater cushioning and stability. Inspired by Japan's light festivals, the Hanabi Pack collection brought vibrant colorways to the Neo Vista 2, Neo Zen, and Wave Rebellion Pro 3 models, celebrating Japanese energy and aesthetics. The Mizuno Running Station, which celebrated its first anniversary, continued to bring together the running community at USP, consolidating itself as a meeting point for training, exchange, and inspiration.

In football, Mizuno strengthened its relevance with the launch of the Morelia Neo IV β Japan Shadow Gem Pack, designed for athletes who combine discipline and performance, and the Urban Electric Pack, featuring colors that express energy and excitement on the field. The partnership with Gabigol continued to boost the visibility of the Morelia line, a symbol of Japanese tradition and quality.

In the Sportstyle segment, the brand reaffirmed its creative strength and global relevance through collaborations and exclusive launches. Highlights included the collaboration with the French brand VRUNK, celebrating the fusion of fashion and street culture, and the Mizuno Contender Rijksmuseum, inspired by one of Amsterdam's most iconic museums. Other releases included the Osaka Pack, which pays tribute to Mizuno's hometown, and the MZR Space Lights Pack, blending futuristic aesthetics with Y2K nostalgia.

The quarter also marked an important step in Mizuno's consumer relationship strategy with the launch of the Mizuno App — a platform that brings together product releases, experiences, and benefits, as well as the Mizuno Sports Member program, which turns every purchase into points and exclusive rewards. The app strengthens the brand's connection with its audiences and contributes to reinforcing Vulcabras' digital ecosystem.

With initiatives that combine technology, performance, and lifestyle, Mizuno continues to strengthen its presence in the Brazilian market and expand its contribution to Vulcabras' sustainable growth.

ATTACHMENTS

BALANCE SHEET

BALANCE SHEET (CONSOLIDATED)

In thousands of Reais

ASSETS		
	09/30/2025	12/31/2024
Cash and cash equivalents	567,232	307,660
Accounts receivable from customers	1,014,922	988,310
Inventories	893,543	648,390
Recoverable taxes	205,603	111,933
Income tax and social contribution	36,648	31,161
Other accounts receivable	40,112	40,304
CURRENT ASSETS	2,758,060	2,127,758
Financial investments	2,875	6,567
Accounts receivable from customers	3,420	3,754
Recoverable taxes	154,346	15,496
Deferred income tax and social contribution	373,230	7,263
Judicial deposits	8,954	11,305
Goods intended for sale	194	194
Other accounts receivable	1,337	1,447
LONG-TERM ASSETS	544,396	46,026
Investments	66,276	64,320
Investment property	0	1
Right to use	34,992	25,982
Property, plant and equipment (PP&E)	598,460	516,489
Intangible assets	216,441	212,732
	916,169	819,524
NON-CURRENT ASSETS	1,460,565	865,550
TOTAL ASSETS	4,218,625	2,993,308

LIABILITIES		
	09/30/2025	12/31/2024
Suppliers	151,751	94,950
Loans and financing	401,496	200,209
Debentures	12,142	0
Lease liability	9,672	7,855
Taxes payable	68,655	55,356
Salaries and vacation payable	134,895	67,942
Provisions	4,361	2,792
Commissions payable	37,439	38,039
Dividends payable	136,183	136,141
Other accounts payable	83,768	65,596
CURRENT LIABILITIES	1,040,362	668,880
Loans and financing	94,983	136,643
Debentures	497,737	0
Lease liability	30,105	22,433
Provisions	49,032	51,243
Income tax and social contribution	1,932	1,992
Other accounts payable	1,094	1,778
NON-CURRENT LIABILITIES	674,883	214,089
SHAREHOLDERS' EQUITY		
Capital	1,277,962	1,273,553
Capital Reserves	279,605	287,701
Revaluation reserves	3,751	3,866
Equity valuation adjustments	26,779	31,225
Profit reserve	111,756	513,631
Retained earnings	803,222	0
Shareholders' equity attributable to controllers	2,503,075	2,109,976
Participações de não controladores	305	363
TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	2,503,380	2,110,339
TOTAL LIABILITIES	1,715,245	882,969
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	4,218,625	2,993,308

The explanatory notes are an integral part of the financial statements



ATTACHMENTS

INCOME STATEMENT

INCOME STATEMENT (CONSOLIDATED)	3Q25	3Q24	VAR (%)	9M25	9M24	VAR (%)
In thousands of Reais						
Net Revenue	955,676	784,589	21.8%	2,551,681	2,142,859	19.1%
Cost of sales	-559,844	-446,664	25.3%	-1,508,543	-1,241,408	21.5%
Gross Profit	395,832	337,925	17.1%	1,043,138	901,451	15.7%
Margem Bruta	41.4%	43.1%	-1.7 p.p.	40.9%	42.1%	-1.2 p.p.
Sales Expenses	-168,128	-142,245	18.2%	-459,124	-388,537	18.2%
Expected losses for bad debts	-351	-974	-64.0%	-84	-2,295	-96.3%
General and Administrative Expenses	-52,788	-44,199	19.4%	-156,880	-124,409	26.1%
Other net Operating income (Expenses)	16,094	16,548	-2.7%	136,810	24,984	447.6%
Equity in net income of subsidiaries	1,868	3,420	-45.4%	2,215	6,059	-63.4%
Resultado aNet Income before net financial income and taxes	192,527	170,475	12.9%	566,075	417,253	35.7%
Financial income	40,794	33,952	20.2%	216,074	81,320	165.7%
Financial Expenses	-40,976	-16,963	141.6%	-94,600	-60,398	56.6%
Net financial Income	-182	16,989	-101.1%	121,474	20,922	480.6%
Net Income before taxes	192,345	187,464	2.6%	687,549	438,175	56.9%
Deferred income tax and social contribution	354,827	-15,292	-2420.3%	318,965	-37,528	-949.9%
Net Income	547,172	172,172	217.8%	1,006,514	400,647	151.2%
Net Income Margin	57.3%	21.9%	35.4 p.p.	39.4%	18.7%	20.7 p.p.
Income (loss) attributable to:						
Controlling Shareholders	547,170	172,187		1,006,527	400,674	
Non-Controlling Shareholders	2	-15		-13	-27	
Net Income	547,172	172,172		1,006,514	400,647	
Earnings (loss) per share						
Earnings per common share - basic	2.0159	0.6398		3.7083	1.4888	
Earnings per common share - diluted	2.0105	0.6380		3.6983	1.4845	
Number of shares at end of the year						
Outstanding common shares	271,423,947	269,121,483		271,423,947	269,121,483	
Outstanding common shares with a dilution effect	272,158,366	269,902,318		272,158,366	269,902,318	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



ATTACHMENTS

CASH FLOW STATEMENT

Cash Flow Statement (Indirect Method)	9M25	9M24
In Thousand of Reais		
Cash Flow Operating activities		
Net Income for the period	1,006,514	400,647
Adjustments for:		
Depreciation and amortization	97,223	77,328
Provision (reversal) for impairment losses on inventories	5,533	36,820
Interest on provisioned leases	7,749	1,592
Interest on provisioned debentures	12,732	0
Amortization of transaction costs on debentures	148	0
Net value of written off tangible and intangible assets	2,740	10,700
Income from financial investments	-334	-6,125
Provision for contingency	11,896	23,727
Equity in net income of subsidiaries	-2,215	-6,059
Transaction with share-based payments	3,441	2,300
Provision (Reversal) for expected losses for doubtful debt	84	2,295
Financials charges and exchange variation recognized in profit or loss	35,029	33,309
Current and deferred income tax and social contribution	-318,965	37,528
Non-Controlling interest	13	27
Gain or loss on lease termination	0	-459
Recovery of PIS and COFINS on ICMS	-280,999	-31,703
Adjusted Income for the period	580,589	581,927
Changes in assets and liabilities		
Account Receivable	-34,545	-50,680
Inventories	-250,686	-146,287
Recoverable taxes	42,992	46,424
Other accounts receivable	262	14,246
Judicial deposits	13,145	-2,515
Suppliers	58,213	69,244
Commissions payable	-600	4,506
Taxes to collect	-3,100	9,562
Salaries and vacations payable	66,953	44,303
Other accounts payable	17,430	1,766
Provisions	-23,332	-5,693
Changes in assets and liabilities	-113,268	-15,124
Cash provided by (used in) operating activities	467,321	566,803
Interest paid	-16,332	-31,034
Payment of lease interest	-3,846	-1,128
Taxes paid on profit	-29,275	-11,442
	-49,453	-43,604
Net Cash Flow provided by (used in) operating activities	417.868	523.199
Cash flow from investing activities		
Acquisitions of property, plant and equipment	-169,739	-122,385
Redemption (application) of financial investments	4,026	8,607
Resources from the disposal of fixed assets	624	854



ATTACHMENTS

CASH FLOW STATEMENT

Cash Flow Statement (Indirect Method)	9M25	9M24
Acquisition of intangible assets	-6,735	-5,094
Receipt of dividends	1,128	5,433
Net Cash Flow used in investing activities	-170,696	-112,585
Cash flow from financing activities		
Loans obtained – Principal	235,648	102,560
Debentures issued – Principal	500,000	0
Transaction Costs on debentures	-3,001	0
Payment of Loans – Principal	-96,752	-195,880
Acquisition of treasury shares	-11,537	-24,987
Dividends and interest on equity paid	-605,253	-681,014
Capital Increase	4,409	186,791
Lease liability payments	-11,440	-8,421
Share premium	0	325,000
Expenses related to share issuance	0	-21,592
Net Cash Flow used in financing activities	12,074	-317,543
Increase (decrease) in cash and cash equivalents	259,246	93,071
Cash and cash equivalents at beginning of the period	307,660	361,020
Effect of Exchange Variation on cash and cash equivalents	326	-10
Cash and cash equivalents at end of the period	567,232	454,081
Increase (decrease) in cash and cash equivalents	259,246	93,071

The accompanying notes are an integral part of these financial statements



INSTITUTIONAL

Vulcabras has been operating in the Brazilian footwear sector for 73 years and during this period it has consolidated itself as the largest Athletic footwear industry in the Country and has become the manager of leading brands in their respective segments, such as Olympikus, national champion in tennis sales, Under Armour, one of the world's largest brands of clothing, footwear and sports accessories, and Mizuno, the performance brand that believes in the value of sport and supports the journey of everyone who gives their best, regardless of who they are, level and type of sport.

Founded in July 1952 with the incorporation of the Company Industrial Brasileira de Calçados Vulcanizados SA, in São Paulo, it manufactured leather shoes with vulcanized rubber soles, and one of its first icons was the Vulcabras 752, whose name was a reference to the month and year of the Company's foundation. In 1973, we started the production of sports brands in Brazil and since then we have specialized in delivering technology in shoes for the democratization of sports performance.

The shoes produced by the Company are found in stores throughout Brazil, with an extensive commercial team that serves more than 10,000 customers nationwide and in South American countries, in e-commerce and the brands' own stores. There are more than 800 new models per year, designed and developed in the largest technology and development center for Athletic shoes in Latin America, located in Parobé - RS.

The products are made in two modern factories located in the Northeast region, in Horizonte/CE and Itapetinga/BA. The Company's administrative center, in turn, is located in Jundiaí - SP, in addition to a Logistics Distribution Center for the E-commerce Channel located in Extrema - MG. These five units in Brazil directly employ more 24,000 workers. There is also a branch with a distribution center in Peru.

The Company works with a portfolio diversification strategy, constantly seeking innovation and improvement.





INDEPENDENT AUDIT

INDEPENDENT AUDIT

In accordance with CVM Instruction 381/03, Vulcabras S.A. informs that since 01/01/2022, it has appointed “Ernst & Young Auditores Independentes S/S Ltda” to audit its individual and consolidated financial statements.

For the services relating to the 3Q25 review, fees of approximately R\$ 216.0 thousand were disbursed

BOARD STATEMENT

Pursuant to article 25, paragraph 1, item 5 of CVM Instruction 480/09, the Board of Directors, in a meeting held on October 30, 2025, declares that it has reviewed, discussed and agreed with the accounting information of Vulcabras S.A. for the third quarter of 2025 and the independent auditors’ report on the individual and consolidated financial information.





MANAGEMENT

MEMBERS OF THE BOARD OF DIRECTORS

Pedro Grendene Bartelle	Chairman
André de Camargo Bartelle	1st Vice Chairman
Pedro Bartelle	2nd Vice Chairman
Alberto Serrentino	Independent Member
Rafael Ferraz Dias de Moraes	Independent Member

COMPOSITION OF THE EXECUTIVE BOARD

Pedro Bartelle	Chief Executive Officer
Rafael Carqueijo Gouveia	Superintendent-Director
Wagner Dantas da Silva	Chief Financial and Administrative Officer and Investor Relations Officer
Evandro Saluar Kollet	Chief Product Development and Technology Officer
Márcio Kremer Callage	Chief Marketing Officer
Rodrigo Miceli Piazer	Chief Supply Officer and Human Resources



VULCABRAS

