



4T25

APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS

VULCABRAS



Jundiaí, 03 de março de 2026 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do quarto trimestre de 2025 (4T25). 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. Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do quarto trimestre de 2025, comparado ao mesmo período de 2024, exceto quando especificado de forma diversa.

DESTAQUES

VOLUME BRUTO

9,2 milhões

de pares/peças no 4T25, com crescimento de 0,2% em relação ao 4T24. No acumulado de 2025, o volume alcançou 33,7 milhões de pares/peças, representando expansão de 4,2% frente a 2024.

RECEITA LÍQUIDA

R\$ 1.008,6 milhões

no 4T25, crescimento de 11,4% em relação ao 4T24. No acumulado de 2025, a receita líquida totalizou R\$ 3.560,3 milhões, alta de 16,8% frente a 2024.

LUCRO BRUTO

R\$ 417,9 milhões

no 4T25, crescimento de 10,9% em relação ao 4T24. No acumulado de 2025, o lucro bruto totalizou R\$ 1.461,0 milhões, representando alta de 14,3% frente a 2024.

MARGEM BRUTA

41,4%

no 4T25, redução de 0,2 p.p. em relação ao 4T24. No acumulado de 2025, a margem bruta alcançou 41,0%, queda de 0,9 p.p. na comparação com 2024.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA DO PERÍODO

R\$ 158,8 milhões

no 4T25, recuo de 6,1% em relação ao 4T24, com Margem Líquida de 15,7%, redução de 3,0 p.p. na comparação anual. No acumulado de 2025, o lucro líquido alcançou R\$ 1.165,3 milhões, crescimento de 104,5% frente a 2024, com Margem Líquida de 32,7%, avanço de 14,0 p.p. em relação ao ano anterior.

EBITDA E MARGEM EBITDA DO PERÍODO

R\$ 220,7 milhões

no 4T25, crescimento de 14,8% em relação ao 4T24, com Margem EBITDA de 21,9%, avanço de 0,7 p.p. na comparação anual. No acumulado de 2025, o EBITDA somou R\$ 884,0 milhões, alta de 28,7% frente a 2024, com Margem EBITDA de 24,8%, 2,3 p.p. acima do registrado no ano anterior.

COTAÇÃO VULC3
(31/12/2025)

R\$ 20,05

VALOR DE
MERCADO

R\$ 6,3 bilhões

QUANTIDADE DE
AÇÕES ORDINÁRIAS:

316.502.170

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) 4532-1068

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

04/03/2026 às 10h00 (Brasília)
[Acesse em Português](#)



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A combinação de marcas fortes, um modelo de negócios verticalizado e uma estratégia comercial que concilia oportunidades sem abrir mão de rentabilidade, fizeram a Vulcabras (VULC3) superar seus próprios recordes e registrar em 2025 mais um ano de resultados históricos.

A Companhia registrou um faturamento bruto de R\$ 4,2 bilhões, novo recorde, com crescimento de 16,7% em relação a 2024. A margem bruta de 41,0%, demonstra a capacidade e resiliência da Companhia em manter a rentabilidade mesmo diante de todos os desafios enfrentados com a mão de obra direta, e que foram potencializados pelo crescimento acelerado da produção ao longo do ano. O EBITDA recorrente totalizou R\$ 763,1 milhões, um crescimento de 13,0% em relação ao ano anterior. A margem EBITDA recorrente foi de 21,4%, enquanto o lucro líquido recorrente foi de R\$ 572,9 milhões, com margem líquida recorrente de 16,1%.

No ano, o canal de e-commerce seguiu em crescimento acelerado, com alta de 25,0%, saltando de R\$ 433,7 milhões em 2024 para R\$ 543,1 milhões em 2025, passando a representar 15,3% da receita líquida total.

A receita da divisão de calçados esportivos registrou um crescimento 17,4% no acumulado do ano, resultado da força das marcas e a estratégia de expansão do portfólio de produtos voltados para a alta performance, agregando valor e impulsionando o aumento do ticket médio.

4º TRIMESTRE DE 2025

A Vulcabras encerra o 4T25 atingindo um novo marco histórico: receita líquida superior a R\$ 1 bilhão em um único trimestre. Com crescimento de 11,4% em relação ao 4T24, a Companhia consolida o seu 22º trimestre de crescimento consecutivo.

Em categorias, calçados esportivos registrou crescimento de 11,2% no trimestre, impulsionado por um mix mais qualificado em todas as marcas do grupo, com destaque para produtos de maior valor agregado — tanto em alta performance quanto em corrida e lifestyle esportivo — contribuindo para a evolução do preço médio. A divisão de vestuário cresceu 12,7%, refletindo também a qualificação do portfólio por marca e a melhoria contínua do mix.

A margem bruta no trimestre foi de 41,4%, praticamente em linha com o 4T24, reforçando a significativa evolução das eficiências operacionais e produtivas após um período de aceleração na expansão do quadro de colaboradores das unidades industriais. A margem EBITDA de 21,9%, 0,7 p.p. superior à registrada no 4T24, é resultado da combinação de crescimento qualificado, evolução significativa nas eficiências fabris e a captura de alavancagem operacional entre os canais.

RETORNO AO ACIONISTA E ALOCAÇÃO DE CAPITAL

Firme no seu compromisso com a maximização do retorno aos seus acionistas e em meio ao trâmite da reforma tributária (taxação) sobre dividendos, em 2025, a Vulcabras realizou a relevante distribuição de R\$ 1.541,9 milhões, sendo que destes R\$ 563,3 milhões retornaram ao caixa da Companhia através da subscrição privada finalizada no mês de dezembro.

Para suportarmos tamanha distribuição, a Vulcabras encerra o período com uma dívida líquida de R\$ 769,4 milhões, o equivalente a 0,9x EBITDA, um nível previamente alinhado à estratégia de fortalecimento da estrutura de capital da Companhia, preservando equilíbrio financeiro e capacidade de investimento para sustentar nosso crescimento nos próximos anos.

PERSPECTIVAS PARA 2026

Em 2025, nossa estratégia priorizou investimentos que apoiassem um crescimento acelerado ao mesmo tempo que preservasse a flexibilidade e resiliência do nosso modelo de negócios. Para 2026, iniciamos o ano com uma produção estável e com eficiências em patamares regulares, níveis de estoques das nossas marcas (no varejo) em patamares saudáveis e com uma perspectiva otimista frente as carteiras construídas para as coleções deste primeiro semestre que seguem tracionadas pela boa performance de sell-out dos nossos produtos. Seguimos confiantes na nossa capacidade de continuar crescendo, inovando e gerando valor para nossos consumidores e acionistas.





DESEMPENHO CONSOLIDADO

R\$ milhões	4T25	4T24	Var. % 4T25/4T24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Volume (milhões pares/peças)	9,2	9,1	0,2%	33,7	32,4	4,2%
Receita Operacional Bruta	1.179,0	1.054,5	11,8%	4.163,1	3.566,7	16,7%
Receita Líquida	1.008,6	905,7	11,4%	3.560,3	3.048,6	16,8%
Mercado Interno	977,7	877,0	11,5%	3.430,2	2.912,5	17,8%
Mercado Externo	30,9	28,7	7,7%	130,1	136,1	-4,4%
Lucro Bruto	417,9	376,9	10,9%	1.461,0	1.278,4	14,3%
Margem bruta	41,4%	41,6%	-0,2 p.p.	41,0%	41,9%	-0,9 p.p.
Despesas Operacionais SG&A	-236,2	-220,5	7,1%	-852,3	-735,8	15,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	3,7	6,7	-44,8%	140,5	31,7	343,2%
EBITDA societário	220,7	192,2	14,8%	884,0	686,8	28,7%
Margem EBITDA	21,9%	21,2%	0,7 p.p.	24,8%	22,5%	2,3 p.p.
EBITDA recorrente	220,7	192,2	14,8%	763,1	675,6	13,0%
Margem EBITDA recorrente	21,9%	21,2%	0,7 p.p.	21,4%	22,2%	-0,8 p.p.
Lucro Líquido societário	158,8	169,2	-6,1%	1.165,3	569,9	104,5%
Margem Líquida	15,7%	18,7%	-3,0 p.p.	32,7%	18,7%	14,0 p.p.
Lucro Líquido recorrente	158,8	169,2	-6,1%	572,9	544,1	5,3%
Margem Líquida recorrente	15,7%	18,7%	-3,0 p.p.	16,1%	17,8%	-1,7 p.p.



VOLUME BRUTO

O 4T25 foi marcado por um ambiente promocional mais intenso e prolongado no varejo, tanto físico quanto on-line. As liquidações, que anteriormente se concentravam na Black Friday, passaram a se iniciar já em outubro. Esse alongamento do calendário promocional ao longo do trimestre gerou maior dispersão da demanda e reduziu a concentração tradicionalmente observada no período do Natal.

Nesse contexto, a Vulcabras manteve-se fiel à sua estratégia de disciplina comercial, gestão eficiente de estoques e preservação de posicionamento de marca, priorizando vendas com qualidade e rentabilidade. Essa postura reforçou o compromisso da Companhia com a construção de resultados sustentáveis, mesmo em ambientes mais desafiadores.

No 4T25, o volume bruto faturado atingiu 9,2 milhões de pares/peças, representando crescimento de 0,2% em relação aos 9,1 milhões registrados no 4T24. Vale destacar que a base comparativa do 4T24 já refletia desempenho expressivo, especialmente em calçados esportivos, categoria que havia apresentado crescimento de 6,6% naquele período. Assim, a manutenção do patamar de volume no 4T25 evidenciou a consistência operacional e comercial da Companhia.

Apesar da estabilidade no volume, a receita consolidada apresentou evolução, impulsionada pela qualificação do mix de produtos e pelo avanço do ticket médio, o que contribuiu para a recomposição da margem bruta e para a expansão da margem EBITDA no trimestre.

Por Categorias:

I. Calçados Esportivos: registraram volume de 5,9 milhões de pares no 4T25, com redução de 1,7% em relação ao 4T24, mantendo praticamente o mesmo nível observado no 3T25 e suportando um crescimento de 3,2% no 2º semestre de 2025. O desempenho refletiu a crescente participação de modelos mais tecnológicos no mix, que demandaram maior complexidade e tempo de fabricação. Esse movimento foi acompanhado por aumento de 13,0% no ticket médio em comparação ao 4T24, evidenciando a evolução qualitativa das vendas. A demanda permaneceu consistente tanto no mercado interno quanto no mercado externo, sustentando o elevado patamar de comercialização da categoria.

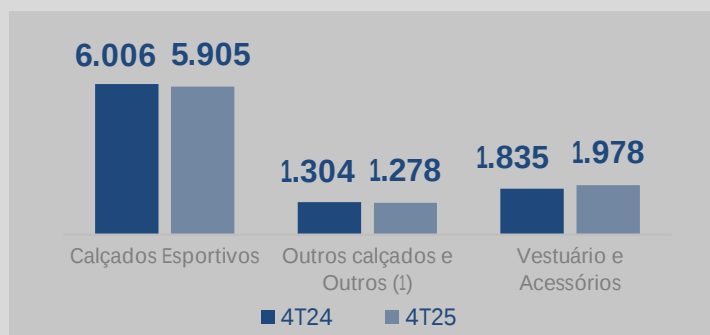
II. Outros Calçados e Outros apresentaram queda de 2,0% no 4T25, devido à retração no volume comercializado de botas de uso profissional, parcialmente compensada pelo crescimento nos volumes de chinelos esportivos.

III. Vestuário e Acessórios: registraram crescimento de 7,8% no 4T25, com as três marcas apresentando desempenho positivo, com destaque para a marca Under Armour (UA). O resultado refletiu o fortalecimento da presença da Companhia nesse segmento e a consolidação da estratégia de diversificação do portfólio.

No acumulado do ano de 2025, o volume bruto faturado somou 33,7 milhões de pares/peças, registrando crescimento de 4,2% em relação ao registrado no mesmo período do ano anterior.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL 4T25 vs 4T24

Pares e Peças (Mil)	4T25	Partic.	4T24	Partic.	Var. % 4T25 / 4T24
Calçados Esportivos	5.905	64,5%	6.006	65,7%	-1,7%
Outros Calçados e Outros (1)	1.278	13,9%	1.304	14,2%	-2,0%
Vestuário e Acessórios	1.978	21,6%	1.835	20,1%	7,8%
Receita Líquida Total	9.161	100,0%	9.145	100,0%	0,2%



VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL 2025 vs 2024

Pares e Peças (Mil)	2025	Partic.	2024	Partic.	Var. % 2025/2024
Calçados Esportivos	21.749	64,5%	21.006	64,9%	3,5%
Outros Calçados e Outros (1)	4.903	14,5%	4.596	14,2%	6,7%
Vestuário e Acessórios	7.068	21,0%	6.751	20,9%	4,7%
Receita Líquida Total	33.720	100,0%	32.353	100,0%	4,2%



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



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

CATEGORIAS

No 4T25, a Vulcabras manteve um desempenho sólido de expansão em Receita Líquida, consolidando os avanços obtidos ao longo do ano. O trimestre foi marcado por uma evolução consistente, sustentada pelo fortalecimento de suas marcas, pela atuação estratégica nos canais de venda e pelo equilíbrio do portfólio.

Pelo 22º trimestre consecutivo, a Companhia apresentou crescimento nas vendas. A Receita Líquida totalizou R\$ 1.008,6 milhões no 4T25, representando alta de 11,4% em relação aos R\$ 905,7 milhões registrados no 4T24. Cabe ressaltar que a base comparativa do 4T24 já havia sido impactada por uma performance extraordinária, que registrou crescimento de 15,0% na receita frente ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado evidenciou a capacidade da Companhia de crescer de forma sustentável, mesmo sobre uma base já bem elevada.

A categoria de Calçados Esportivos registrou aumento de 11,2% em comparação com o 4T24. As três marcas da Companhia apresentaram crescimento. Na Olympikus, a linha de performance de corrida seguiu impulsionando os resultados da categoria e da marca. Under Armour e Mizuno também se destacaram, apresentando crescimentos robustos.

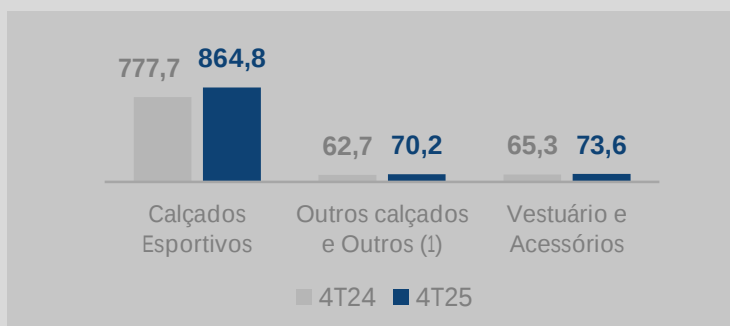
A categoria de Outros Calçados e Outros apresentou crescimento de 12,0% em relação ao 4T24, refletindo o bom desempenho dos chinelos esportivos, que seguiram ganhando relevância no mix de produtos da Companhia, parcialmente ofuscado pela queda na receita das botas de uso profissional.

A categoria de Vestuário e Acessórios apresentou crescimento de 12,7% no 4T25, com destaque para a Under Armour, que manteve forte desempenho no mercado interno, e para a Olympikus, que seguiu expandindo sua participação nesse segmento.

No ano de 2025, a receita líquida resultou em R\$ 3.560,3 milhões, 16,8% superior ao ano de 2024, quando a mesma foi R\$ 3.048,6 milhões.

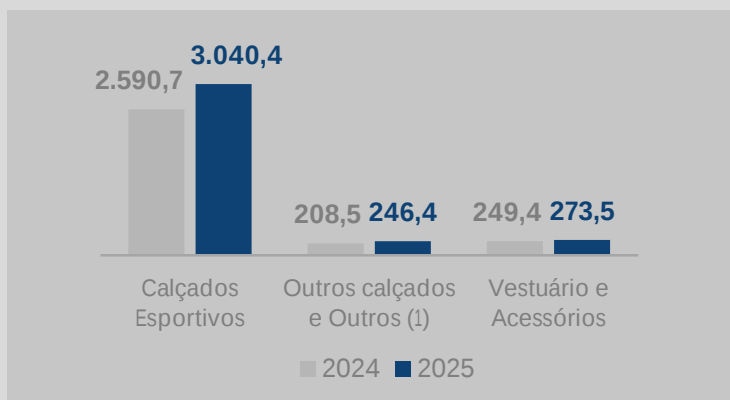
RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 4T25 vs 4T24

R\$ Milhões	4T25	Partic.	4T24	Partic.	Var. % 4T25 /4T24
Calçados Esportivos	864,8	85,7%	777,7	85,9%	11,2%
Outros Calçados e Outros (1)	70,2	7,0%	62,7	6,9%	12,0%
Vestuário e Acessórios	73,6	7,3%	65,3	7,2%	12,7%
Receita Líquida Total	1.008,6	100,0%	905,7	100,0%	11,4%



RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 2025 vs 2024

R\$ Milhões	2025	Partic. %	2024	Partic. %	Var. % 2025/2024
Calçados Esportivos	3.040,4	85,4%	2.590,7	85,0%	17,4%
Outros Calçados e Outros (1)	246,4	6,9%	208,5	6,8%	18,2%
Vestuário e Acessórios	273,5	7,7%	249,4	8,2%	9,7%
Receita Líquida Total	3.560,3	100,0%	3.048,6	100,0%	16,8%



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



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

MERCADOS

MERCADO INTERNO

No 4T25, a Receita Líquida do mercado interno alcançou R\$ 977,7 milhões, crescimento de 11,5% em relação aos R\$ 877,0 milhões registrados no 4T24.

Todas as categorias apresentaram desempenho positivo, mesmo tendo como base comparativa no 4T24 um patamar significativamente mais robusto. A performance refletiu a evolução de todas as marcas e categorias, o fortalecimento da distribuição e a eficiência das ações comerciais, que seguiram impulsionando o crescimento consistente da Companhia no Brasil.

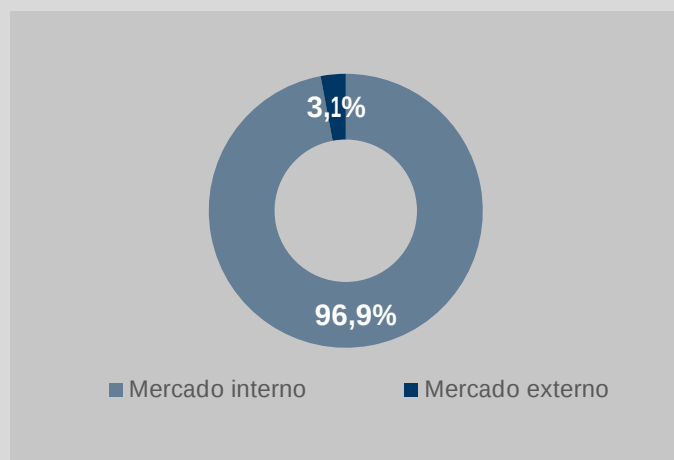
MERCADO EXTERNO

A Receita Líquida no mercado externo totalizou R\$ 30,9 milhões no 4T25, registrando crescimento de 7,7% em relação ao 4T24. 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 – 4T25 vs 4T24

R\$ Milhões	4T25	Partic.	4T24	Partic.	Var. % 4T25 /4T24
Mercado Interno	977,7	96,9%	877,0	96,8%	11,5%
Mercado Externo	30,9	3,1%	28,7	3,2%	7,7%
Receita Líquida Total	1.008,6	100,0%	905,7	100,0%	11,4%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 4T25



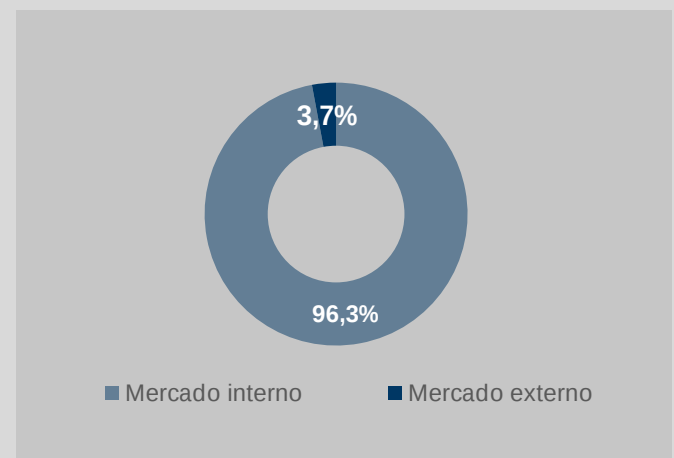
No acumulado do ano, o mercado interno alcançou R\$ 3.430,2 milhões, representando crescimento de 17,8% em relação a 2024, quando a receita líquida somou R\$ 2.912,5 milhões, mantendo a trajetória de crescimento sustentável observada ao longo de todo o ano de 2025. Esse desempenho foi suportado pela demanda no mercado interno, que manteve ritmo consistente de expansão, sustentado principalmente pelo desempenho da categoria de Calçados Esportivos.

No mercado externo, a receita líquida em 2025 totalizou R\$ 130,1 milhões, queda de 4,4% frente aos R\$ 136,1 milhões registrados no mesmo período do ano anterior, refletindo as dificuldades enfrentadas nas vendas ao exterior, que perduraram ao longo de todo o exercício de 2025, principalmente influenciadas pelo ambiente econômico desafiador na Argentina.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 2025 vs 2024

R\$ Milhões	2025	Partic. %	2024	Partic. %	Var. % 2025/2024
Mercado Interno	3.430,2	96,3%	2.912,5	95,5%	17,8%
Mercado Externo	130,1	3,7%	136,1	4,5%	-4,4%
Receita Líquida Total	3.560,3	100,0%	3.048,6	100,0%	16,8%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 2025



E-COMMERCE

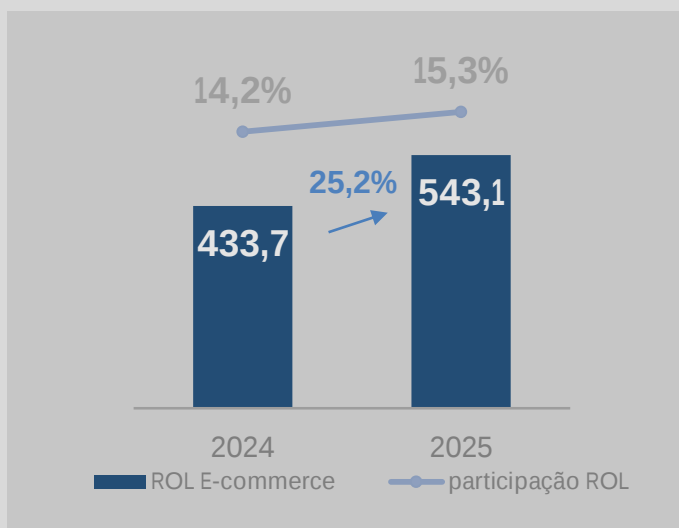
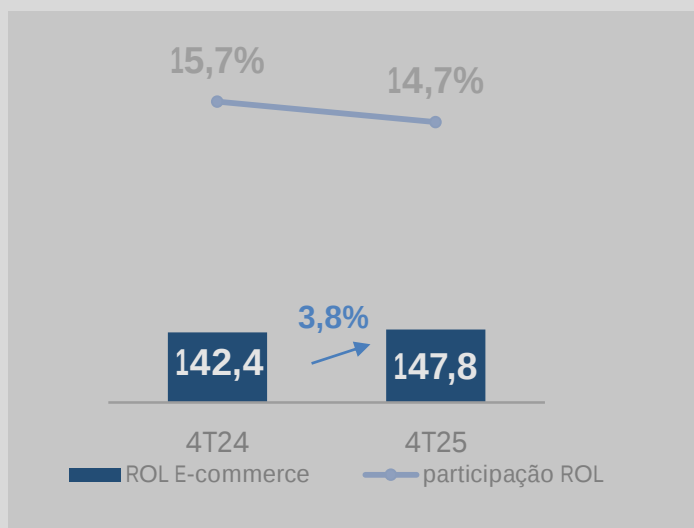
Frente a um varejo de liquidações intensas que perduram praticamente o trimestre inteiro, a estratégia comercial implementada no canal de e-commerce foi a de manutenção do posicionamento das principais histórias protegendo e capturando margens saudáveis, especialmente no sub canal de vendas através de Marketplaces, onde as liquidações foram ainda mais intensas. Como resultado dessa disciplina comercial, apesar do crescimento mais contido de receita, a margem EBITDA do canal manteve a sua trajetória de evolução positiva.

A receita líquida do canal totalizou R\$ 147,8 milhões no 4T25, registrando avanço de 3,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. A participação do e-commerce na receita líquida consolidada alcançou 14,7%.

No acumulado do ano o canal atingiu R\$ 543,1 milhões em receita líquida, representando um crescimento de 25,2% e participação de 15,3% na receita total da Companhia.

RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var.% 4T25 / 4T24	2025	2024	Var.% 2025/2024
Receita Líquida e-commerce	147,8	142,4	3,8%	543,1	433,7	25,2%
Participação ROL %	14,7%	15,7%	-1,0 p.p.	15,3%	14,2%	1,1 p.p.



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

Após dois trimestres consecutivos (2T25 e 3T25) de incremento relevante e acelerado no quadro de Mão de Obra Direta, o que ocasionou um sobre custo pontual decorrente da pressão sobre a eficiência produtiva dos novos operadores, a partir do mês de outubro, com a estabilização do quadro, já foi possível se observar uma evolução bastante positiva nos níveis de eficiência e produtividade fabril.

Embora os volumes de produção e comercialização tenham se mantido em patamares elevados ao longo do 4T25, os custos dos produtos vendidos ainda foram impactados negativamente pelos custos mais elevados de mão de obra e também pelo menor volume produzido em dezembro, em função da concessão de férias coletivas a partir da segunda quinzena do mês.

No 4T25, o custo dos produtos vendidos atingiu 58,6% da receita líquida de vendas, representando um acréscimo de 0,2 ponto percentual em comparação ao 4T24. 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 do ano de 2025, o custo dos produtos vendidos representou 59,0% da receita líquida, alta de 0,9 ponto percentual em relação aos 58,1% apurados em 2024.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (% CPV/ROL)

58,4% 58,6%

4T24

4T25

58,1%

59,0%

2024

2025



LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

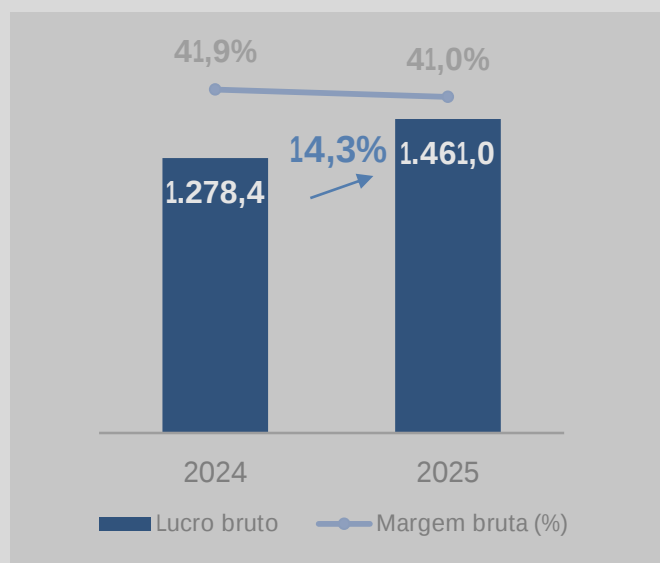
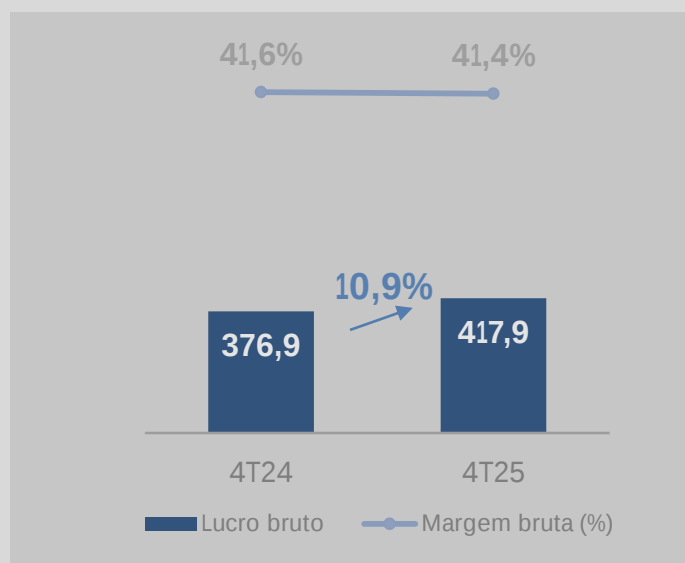
A Vulcabras registrou no 4T25, lucro bruto de R\$ 417,9 milhões, o que representa crescimento de 10,9% em relação aos R\$ 376,9 milhões obtidos no mesmo período de 2024. A margem bruta consolidada atingiu 41,4%, apresentando retração de 0,2 p.p. frente aos 41,6% do 4T24.

Embora no 4T25 ainda tenha sido registrada uma pequena redução na margem bruta quando comparada ao mesmo período do ano anterior, se comparada as quedas registradas no 2T25 e 3T25 (período onde se

concentrou o incremento no quadro de mão de obra direta) a retração de margem foi reduzida quase que totalmente, evidenciando uma melhora relevante na eficiência operacional e avanço consistente na trajetória de rentabilidade.

No acumulado do ano o montante alcançou R\$ 1.461,0 milhões, o que representa uma alta de 14,3% frente ao mesmo período do ano anterior. A Margem bruta no ano de 2025 foi de 41,0% sendo 0,9 p.p. inferior à obtida no mesmo período de 2024, quando atingiu 41,9%.

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



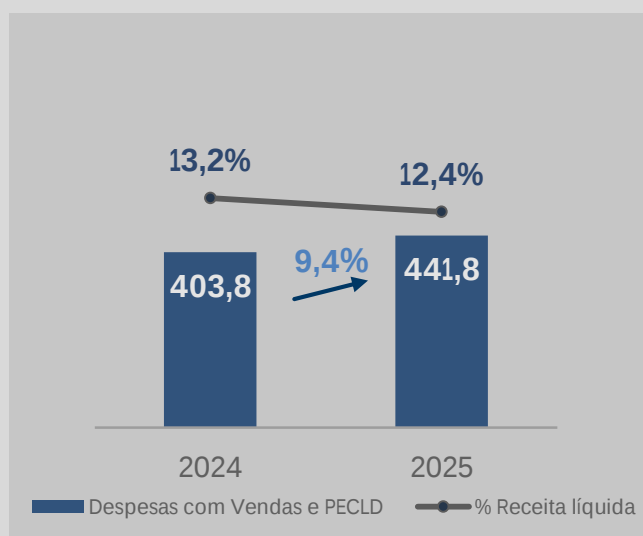
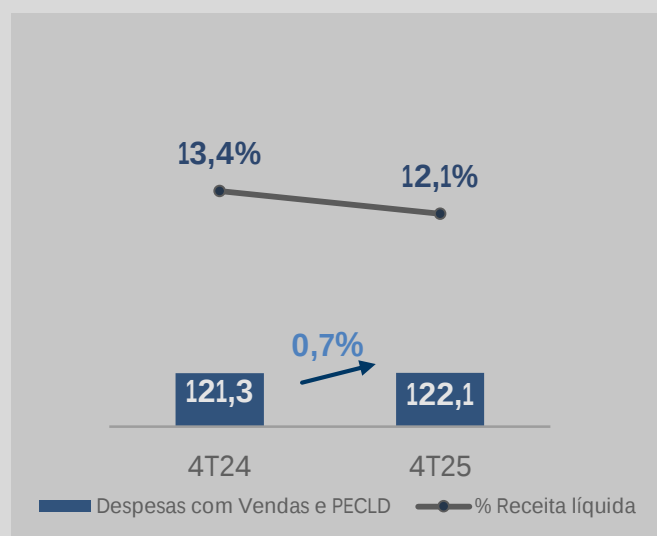
DESPESAS COM VENDAS E PECLD

No 4T25, as despesas relacionadas a vendas, propaganda e às perdas Estimadas em créditos de liquidação duvidosa (PECLD) totalizaram R\$ 176,4 milhões, o que representou um crescimento de 5,5% em relação ao mesmo período de 2024.

As despesas diretas associadas a vendas e PECLD, desconsiderando os investimentos em propaganda, somaram R\$ 122,1 milhões no 4T25, o que correspondeu a um crescimento de 0,7% frente aos R\$ 121,3 milhões registrados no 4T24. Quando comparadas à receita líquida, essas despesas representaram 12,1% no 4T25, uma redução de 1,3 p.p. em relação aos 13,4% observados no mesmo trimestre

do ano anterior. As despesas relacionadas a comissões e provisão com perdas estimadas em créditos com liquidação duvidosa, apresentaram redução em relação aos valores demonstrados no 4T24, devido a mudança no mix de marcas, produtos e canais, o que resultou em menor participação relativa no total.

No ano de 2025, registrou-se despesa com vendas (ex propaganda) de R\$ 441,8 milhões, um acréscimo de 9,4% em comparação aos R\$ 403,8 milhões de 2024. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida atingiu 12,4%, uma redução de 0,8 p.p. em relação a apresentada no ano de 2024.



DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING

No 4T25, os investimentos em propaganda e marketing somaram R\$ 54,3 milhões, um crescimento de 18,3% em relação aos R\$ 45,9 milhões registrados no mesmo período de 2024. Esse aumento refletiu a continuidade da intensificação das ações de comunicação e posicionamento de marca ao longo do trimestre, principalmente em função dos eventos em comemoração aos 50 anos da marca Olympikus, que seguiram em ritmo acelerado, aproximando cada vez mais a marca de seu público. Em relação à receita líquida, as despesas com propaganda e marketing representaram 5,4%, um avanço de 0,3 p.p. frente à participação de 5,1% observada no 4T24.

No quarto trimestre de 2025, a Vulcabras reforçou a gestão de suas marcas no Brasil por meio de lançamentos, ativações e presença em eventos estratégicos, fortalecendo o posicionamento de Olympikus, Mizuno e Under Armour.

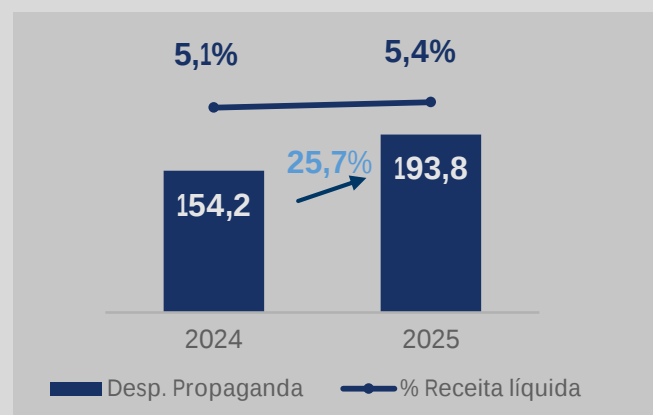
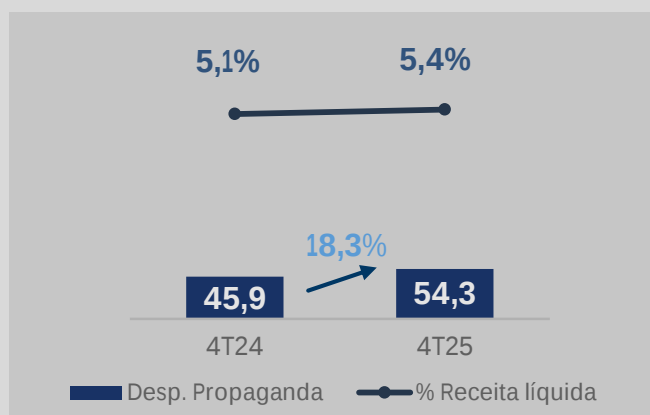
A Olympikus reafirmou sua liderança na corrida com provas proprietárias, eventos regionais e ativações em todo o país, dentro das comemorações de seus 50 anos. Em 2025, patrocinou 38 provas em 26 cidades, reuniu mais de 150 mil corredores e promoveu eventos e experiências como o Bota Pra

Correr, A marca também conquistou reconhecimento nacional, com o Corre 4 entre os produtos mais buscados no Google e a liderança, pelo terceiro ano consecutivo, como a marca mais usada por corredores brasileiros segundo o Strava.

A Mizuno teve como destaque o lançamento da Linha Neo, fruto da colaboração entre Brasil e Japão, ampliando o acesso à tecnologia de performance e reposicionando a marca. A presença na Maratona de Amsterdã e a celebração do Wave Prophecy 15 reforçaram os pilares de inovação, performance e relevância cultural no Brasil.

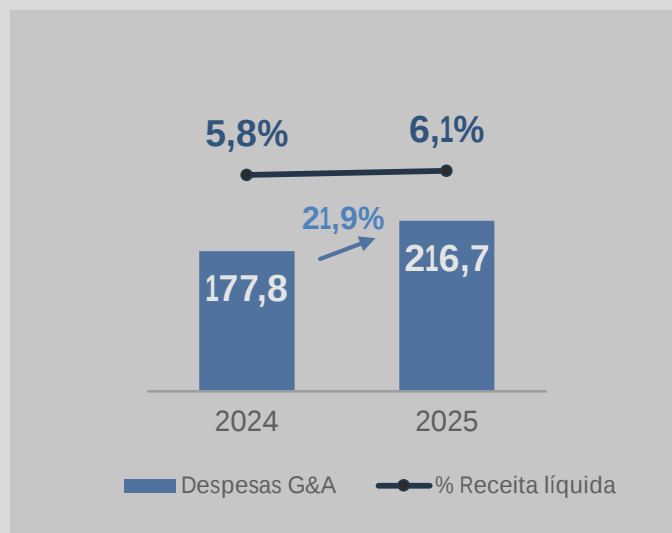
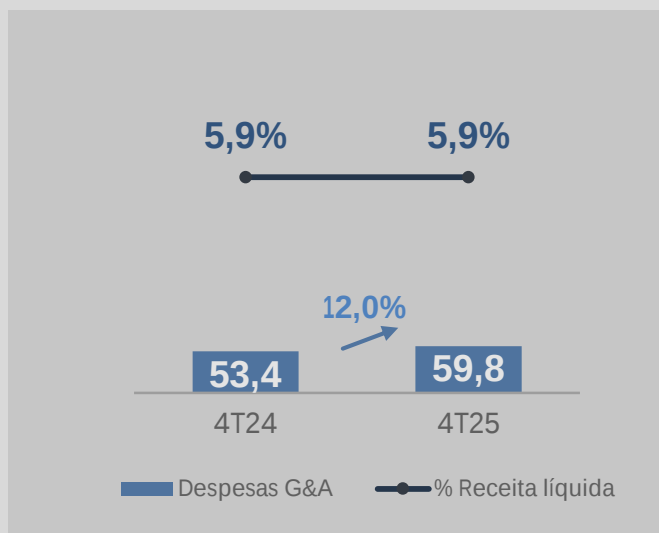
A Under Armour avançou no posicionamento no Brasil com foco na geração Z e no lifestyle esportivo, por meio de ativações como o evento SUAR e do lançamento do UA Echo, ampliando sua conexão com novos públicos e fortalecendo sua atuação local.

No acumulado de 2025, registrou-se despesa com propaganda de R\$ 193,8 milhões, um acréscimo de 25,7% em comparação aos R\$ 154,2 milhões do ano de 2024. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida atingiu 5,4%, um aumento de 0,3 p.p em relação a apresentada em 2024.



DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

No 4T25, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 59,8 milhões, representando um aumento de 12,0% em relação ao mesmo período do ano anterior.



Os principais responsáveis pelo crescimento dessas despesas no 4T25 foram as despesas de TI relacionadas à operação e manutenção das plataformas de e-commerce, bem como os serviços extraordinários contratados junto a assessorias e consultorias.

Quando analisadas em proporção à receita líquida, as despesas gerais e administrativas representaram 5,9% no trimestre, mantendo a mesma participação registrada no 4T24.

No acumulado de 2025, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 216,7 milhões, representando um crescimento de 21,9% em relação aos R\$ 177,8 milhões registrados no mesmo período de 2024. Em proporção à receita líquida, representaram um aumento de 0,3 ponto percentual frente a 2024.

Vale destacar que, ao longo de 2025, foram registrados eventos não recorrentes nessa rubrica. Desconsiderando esses efeitos, as despesas em base recorrente totalizariam R\$ 207,4 milhões, o equivalente a 5,8% da receita do período.

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var.% 4T25/4T24	2025	2024	Var.% 2025/2024
Despesas Gerais e Administrativas	59,8	53,4	12,0%	216,7	177,8	21,9%
(-) Honorários sobre Ações de PIS/COFINS aferidos em Controladas	-	-	N/A	9,3	-	N/A
Despesas Gerais e Administrativas Recorrente	59,8	53,4	12,0%	207,4	177,8	16,6%
% Receita Líquida	5,9%	5,9%	0,0 p.p.	5,8%	5,8%	0,0 p.p.



OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No 4T25, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas totalizaram uma receita de R\$ 3,7 milhões, valor 45,6% inferior à receita de R\$ 6,8 milhões registrada no mesmo período de 2024.

No acumulado dos anos, foram reconhecidos eventos não recorrentes decorrentes da recuperação de créditos de PIS/COFINS apurados em controladas, com reflexo positivo nesta rubrica. Esses efeitos impactaram em R\$ 130,2 milhões as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas em 2025 e em R\$ 11,2 milhões no ano de 2024, elevando os valores contábeis reportados nos respectivos períodos.

Como se tratam de efeitos extraordinários, esses aumentos não refletem a tendência operacional recorrente da Companhia, sendo importante considerar tais fatores para uma análise adequada da evolução das despesas.

Desconsiderando os eventos não recorrentes, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas totalizaram uma receita de R\$ 10,3 milhões em 2025, valor 49,8% inferior à receita recorrente de R\$ 20,5 milhões registrada no mesmo período de 2024.

EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var. % 4T25/4T24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	3,7	6,8	-45,6%	140,5	31,7	343,2%
(+) Valor principal de créditos de PIS/COFINS aferidos em Controladas PIS/COFINS sobre outras receitas	0,0	0,0	N/A	-130,2	-11,2	1062,5%
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas recorrente	3,7	6,8	-45,6%	10,3	20,5	-49,8%





RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

No 4T25, o resultado financeiro líquido foi uma despesa de R\$ 20,4 milhões, frente a uma receita de R\$ 1,7 milhão no 4T24.

Neste trimestre, observou-se um aumento nas despesas com juros em função da elevação do passivo financeiro em decorrência dos pagamentos de dividendos efetuados no decorrer do 4T25. A Companhia encerrou o ano de 2025 com uma dívida líquida de R\$ 769,4 milhões, frente a R\$ 22,6 milhões registrados em dezembro de 2024. A maior parte dessa captação ocorreu no segundo semestre de 2025, o que resultou no aumento das despesas financeiras com juros no 4T25.

No acumulado dos anos, foram reconhecidos eventos não recorrentes decorrentes da recuperação de créditos de PIS/COFINS apurados em controladas, com

reflexo positivo nesta rubrica. Esses efeitos impactaram em R\$ 127,9 milhões o resultado financeiro líquido em 2025 e em R\$ 15,4 milhões no ano de 2024, elevando os valores contábeis reportados nos respectivos períodos.

Como se tratam de efeitos extraordinários, esses aumentos não refletem a tendência operacional recorrente da Companhia, sendo importante considerar tais fatores para uma análise adequada da evolução das despesas.

Desconsiderando os eventos não recorrentes, os resultados financeiros líquidos totalizaram uma despesa de R\$ 26,8 milhões em 2025, R\$ 34,1 milhões a mais de despesas frente à receita recorrente de R\$ 7,3 milhões registrada no mesmo período de 2024.

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var. % 4T25 / 4T24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Estrutura de capital	-38,4	-11,7	228,2%	-97,5	-52,1	87,1%
Operacionais	-4,0	-3,7	8,1%	-12,9	-11,5	12,2%
Cambiais	-4,9	-9,5	-48,4%	-31,5	-21,7	45,2%
Despesas Financeiras	-47,3	-24,9	90,0%	-141,9	-85,3	66,4%
Estrutura de capital	17,4	9,4	85,1%	54,0	49,5	9,1%
Operacionais	7,2	5,1	41,2%	161,0	31,2	416,0%
Cambiais	2,3	12,1	-81,0%	28,0	27,3	2,6%
Receitas Financeiras	26,9	26,6	1,1%	243,0	108,0	125,0%
Resultado Financeiro Líquido	-20,4	1,7	-1.300,0%	101,1	22,7	345,4%

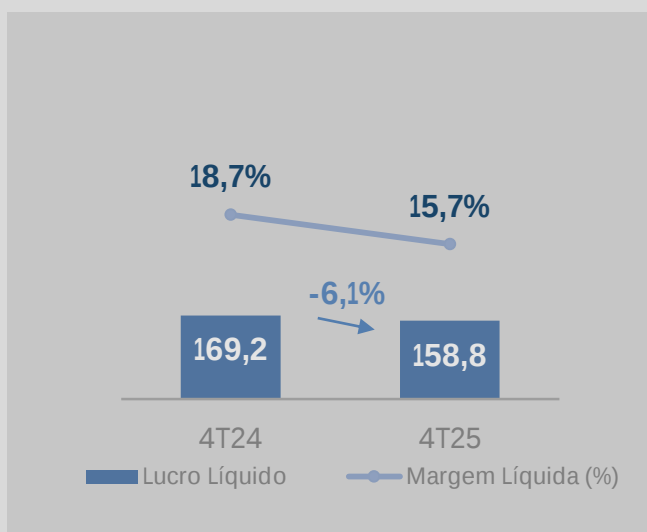
EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var. % 4T25/4T24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Resultado Financeiro Líquido	-20,4	1,7	-1.300,0%	101,1	22,7	345,4%
(+) Valor da Correção em créditos de PIS/COFINS aferidos em Controladas	0	0	N/A	-127,9	-15,4	730,5%
Resultado Financeiro Líquido Recorrente	-20,4	1,7	-1.300,0%	-26,8	7,3	-467,1%

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

No 4T25, a Companhia registrou lucro líquido de R\$ 158,8 milhões, o que representou uma queda de 6,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, quando o lucro líquido totalizou R\$ 169,2 milhões. A margem líquida do trimestre alcançou 15,7%, queda de 3,0 p.p em comparação aos 18,7% observados no 4T24.

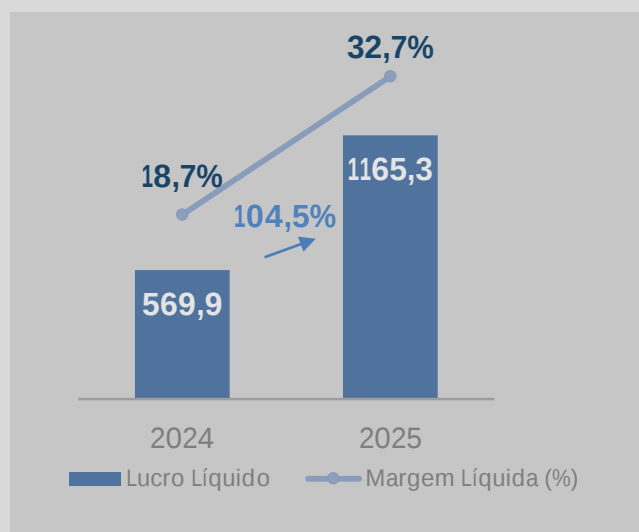
A queda no lucro líquido no 4T25, tanto em termos nominais quanto relativos, decorreu principalmente do aumento das despesas financeiras, em função do novo perfil de alavancagem da Companhia, bem como do maior reconhecimento de Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro.



Em conjunto, esses fatores representaram uma variação negativa de R\$ 34,2 milhões em relação ao resultado apurado no 4T24.

Mesmo diante desses fatores desfavoráveis registrados no 4T25, a Vulcabras apresentou mais um trimestre de lucro líquido robusto. O forte desempenho das vendas, aliado à maior diluição das despesas operacionais, contribuiu para compensar a pressão sobre a margem bruta e mitigar os impactos negativos do resultado financeiro e do aumento da carga tributária.

No acumulado do ano, o lucro líquido atingiu R\$ 1.165,3 milhões, representando um crescimento de 104,5% em relação ao resultado apurado no mesmo período de 2024. A margem líquida evoluiu 14,0 pontos percentuais na comparação anual, passando de 18,7% em 2024 para 32,7% em 2025.



Importante destacar que no ano de 2025, o lucro líquido foi impactado positivamente em R\$ 592,4 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.



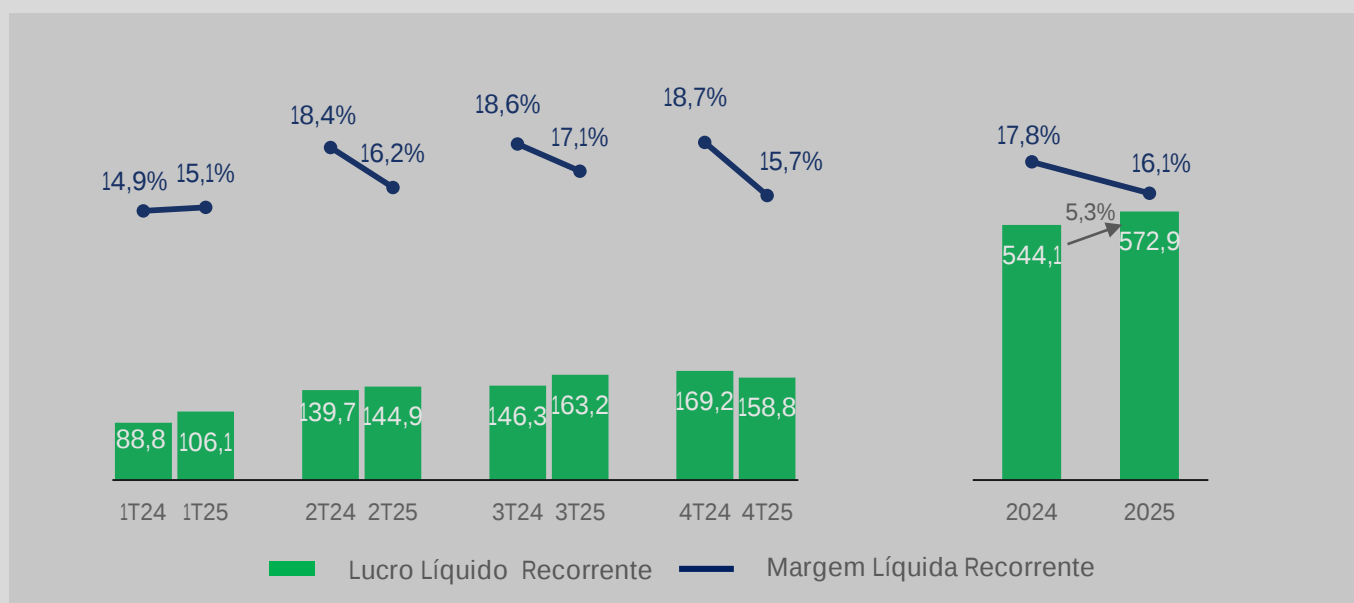
LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

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

EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var. % 4T25/4T24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Lucro Líquido	158,8	169,2	-6,1%	1.165,3	569,9	104,5%
(+) Valor principal em créditos de PIS/COFINS aferidos em Controladas PIS/COFINS	-	-	N/A	-130,2	-11,2	1.062,5%
(+) Juros sobre créditos de PIS/COFINS aferido em Controladas	-	-	N/A	-127,9	-15,4	730,5%
(-) Honorários sobre créditos de PIS/COFINS aferido em Controladas	-	-	N/A	9,3	-	N/A
(-) IRPJ/CSLL sobre créditos de PIS/COFINS aferido em Controladas	-	-	N/A	22,5	0,8	2712,5%
(-) IRPJ/CSLL referente a impostos diferidos sobre prejuízos fiscais, base negativa de contribuição social e diferenças temporárias	-	-	N/A	-366,1	-	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes no Lucro Líquido	-	-	N/A	-592,4	-25,8	2.196,1%
Lucro Líquido Recorrente	158,8	169,2	-6,1%	572,9	544,1	5,3%
Margem Líquida Recorrente	15,7%	18,7%	-3,0 p.p.	16,1%	17,8%	-1,7 p.p.

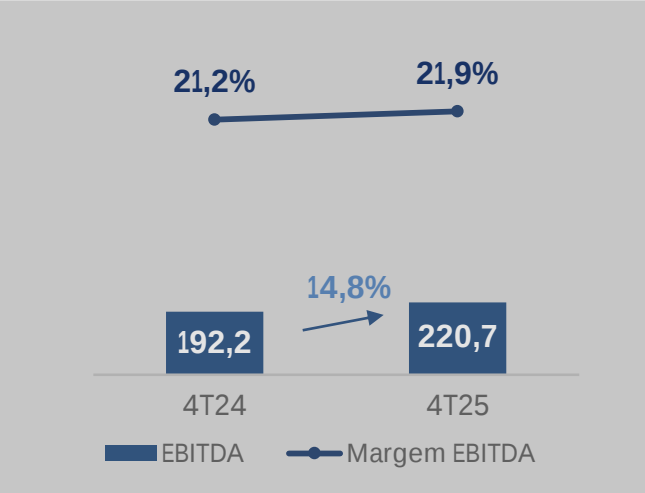
Na comparação do lucro líquido recorrente, o crescimento no ano de 2025 foi de 5,3% atingindo R\$ 572,9 milhões com margem líquida de 16,1%, 1,7 p.p inferior ao mesmo período do ano anterior.



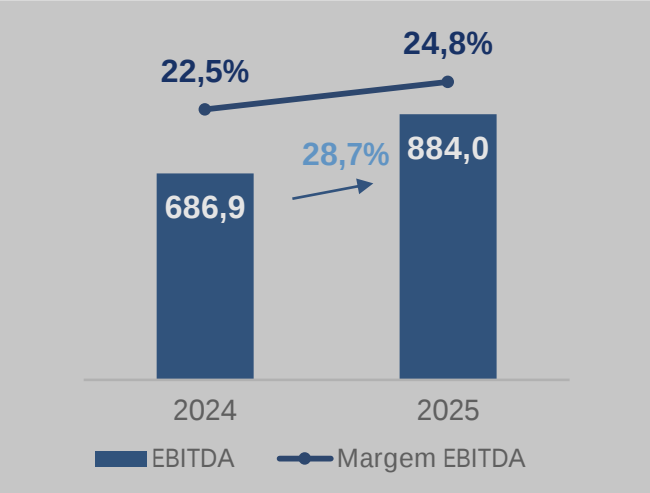
EBITDA E

EBITDA MARGEM

No 4T25, o EBITDA da Companhia totalizou R\$ 220,7 milhões, representando um crescimento de 14,8% em relação aos R\$ 192,2 milhões registrados no mesmo período de 2024. A margem Ebitda aumentou 0,7 ponto percentual passando de 21,2% no 4T24 para 21,9% no 4T25.



No acumulado do ano, o Ebitda totalizou R\$ 884,0 milhões, registrando crescimento de 28,7% em relação ao mesmo período de 2024. A margem Ebitda avançou 2,3 pontos percentuais na comparação anual, passando de 22,5% em 2024 para 24,8% em 2025.



Importante destacar que, no ano de 2025, o EBITDA foi impactado positivamente em R\$ 120,9 milhões em função do reconhecimento de créditos de PIS/COFINS, aferidos em Controladas, o que representa uma variação na Margem EBITDA de 3,4 p.p.

Desconsiderado os eventos não recorrentes registrados no ano de 2025, o Ebitda totalizaria R\$ 763,1 milhões, sendo 13,0% superior ao valor de R\$ 675,6 milhões registrado no mesmo período de

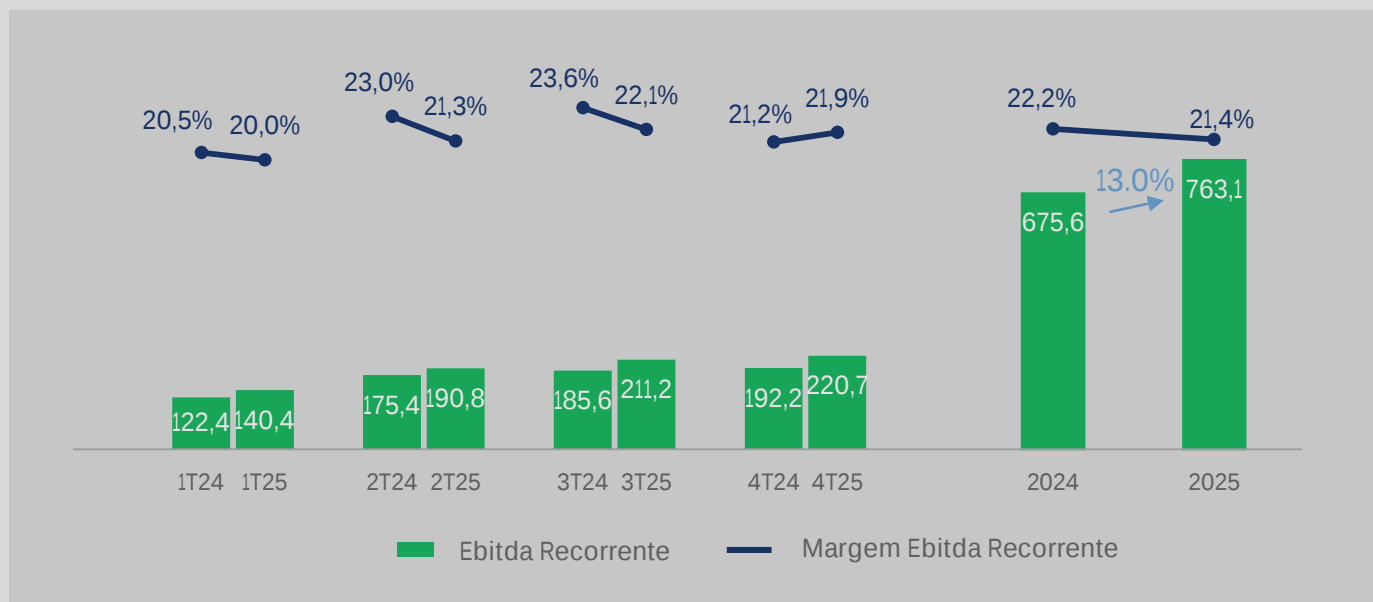
2024. A margem Ebitda recorrente do acumulado do ano alcançou 21,4%, refletindo uma redução de 0,8 p.p. em comparação aos 22,2% observados no 4T24.

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

EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	4T25	4T24	Var. % 4T25/4T24	2025	2024	Var. % 2025/2024
EBITDA Contábil	220,7	192,2	14,8%	884,0	686,8	28,7%
(+) Valor principal em créditos de PIS/COFINS aferidos em Controladas PIS/COFINS sobre outras receitas	-	-	N/A	-130,2	-11,2	1062,5%
(-) Honorários sobre Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	-	-	N/A	9,3	-	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes no EBITDA	-	-	N/A	-120,9	-11,2	979,5%
Ebitda Recorrente	220,7	192,2	14,8%	763,1	675,6	13,0%
Margem Ebitda Recorrente	21,9%	21,2%	0,7 p.p.	21,4%	22,2%	-0,8 p.p.

EBITDA E EBITDA MARGEM





ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)

O retorno sobre capital investido – ROIC² – anualizado atingiu 39,9% no 4T25-LTM (últimos doze meses encerrados em 31/12/2025), o qual representa aumento de 13,8 p.p. sobre o resultado de 26,1% obtido em 31/12/2024.

ROIC	2022	2023	2024	2025
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	469,9	494,9	569,9	1.165,3
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(41,3)	4,8	(22,6)	(101,1)
NOPAT	428,6	499,7	547,3	1.064,2
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	417,0	437,8	336,9	976,3
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(197,2)	(361,0)	(307,7)	(204,0)
(-) 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	2.427,3
Total Capital Investido	1.941,1	2.058,7	2.132,9	3.196,7
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.776,0	1.999,9	2.095,8	2.664,9
ROIC anualizado ⁽²⁾	24,1%	25,0%	26,1%	39,9%

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC-ajustado³) anualizado atingiu 44,2% no 4T25-LTM (últimos doze meses encerrados em 31/12/2025), com aumento de 14,7 p.p. sobre o resultado de 29,5% obtido em 31/12/2024.

ROIC AJUSTADO	2022	2023	2024	2025
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	469,9	494,9	569,9	1.165,3
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(41,3)	4,8	(22,6)	(101,1)
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(5,3)	(7,9)	(6,1)	(3,8)
NOPAT (Ajustado)	423,3	491,8	541,2	1.060,4
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	417,0	437,8	336,9	976,3
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(197,2)	(361,0)	(307,7)	(204,0)
(-) 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)	(72,1)
(+) Patrimônio Líquido	1.711,8	1.995,3	2.110,3	2.427,3
Total Capital Investido Ajustado	1.667,2	1.797,6	1.870,4	2.926,4
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.505,3	1.732,4	1.834,0	2.398,4
ROIC Ajustado anualizado ⁽³⁾	28,1%	28,4%	29,5%	44,2%

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 4T25, a Companhia realizou investimentos totalizando R\$ 63,7 milhões em ativos imobilizados e intangíveis, registrando uma redução de 9,0% em relação ao mesmo período de 2024.

Embora no 4T25 os investimentos em capex tenham apresentado redução em relação ao 4T24, com menor volume de investimentos em máquinas, equipamentos e matrizes, esse movimento se deveu principalmente à diferença de sazonalidade na alocação dos investimentos entre os períodos.

Em 2025, os desembolsos foram mais concentrados entre os meses de abril e setembro, período que a Companhia buscou a ampliação acelerada da capacidade instalada, com o aumento do parque fabril e a contratação de mão de obra em ritmo mais acelerado, enquanto em 2024 os investimentos se distribuíram de forma mais homogênea ao longo de todo o ano.

No acumulado de 2025, os investimentos em capex totalizaram R\$ 242,3 milhões, representando um crescimento de 19,2% em relação ao montante investido em 2024

ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

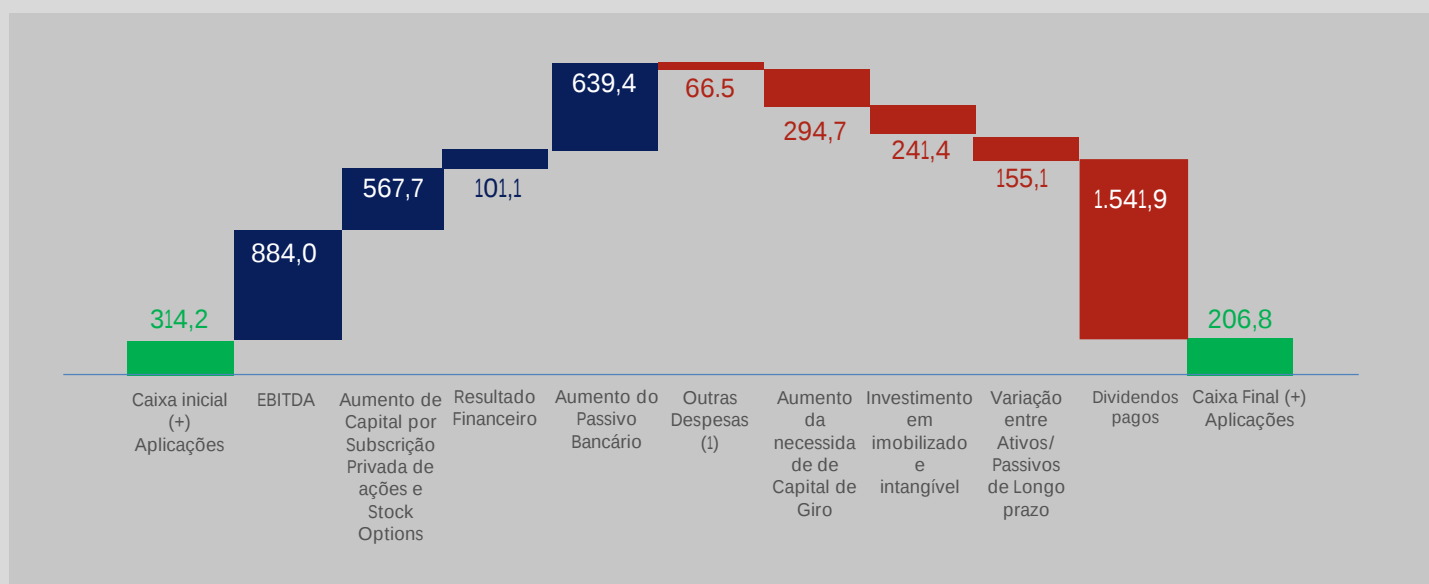
R\$ Milhões	4T25	4T24	Var.% 4T25/4T24	2025	2024	Var.% 2025/2024
Moldes	10,9	17,6	-38,1%	41,9	49,3	-15,0%
Máquinas e Equipamentos	32,9	39,1	-15,9%	125,0	93,5	33,7%
Instalações	3,7	3,6	2,8%	19,6	12,6	55,6%
Outros	14,6	11,7	24,8%	47,4	40,8	16,2%
Imobilizado	62,1	72,0	-13,8%	233,9	196,2	19,2%
Software	1,6	2,0	-20,0%	8,4	7,1	18,3%
Intangível	1,6	2,0	-20,0%	8,4	7,1	18,3%
Total Geral	63,7	70,0	-9,0%	242,3	203,3	19,2%

GERAÇÃO DE CAIXA

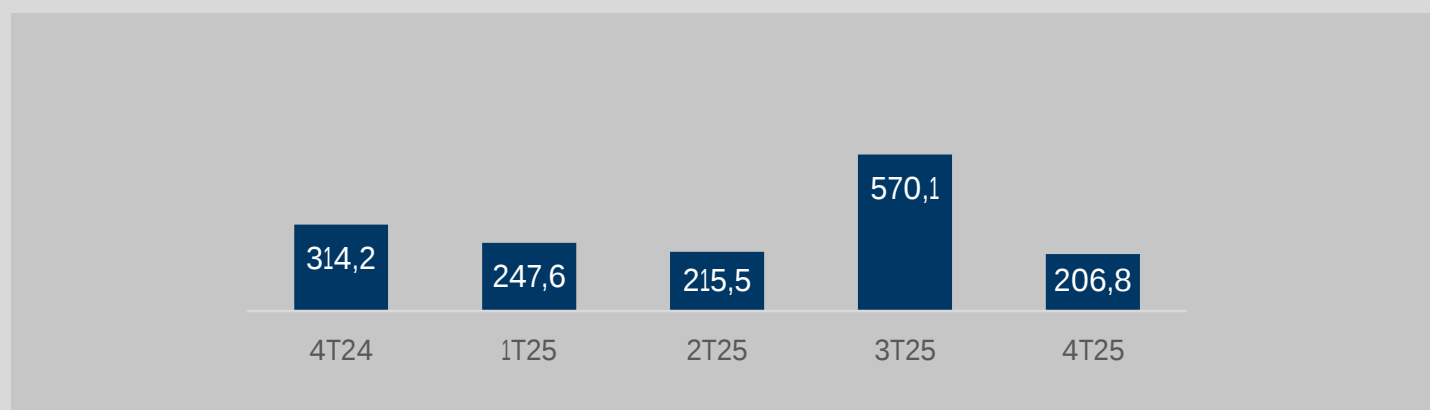
A variação de caixa no ano de 2025 totalizou R\$ 107,4 milhões e foi composta principalmente pelos seguintes eventos:

- EBITDA de R\$ 884,0 milhões;
- Aumento de capital pelo exercício de Subscrição Privada de Ações e a execução do plano de Stock Option de R\$ 567,7 milhões;
- Ganho em resultado financeiro de R\$ 101,1 milhões;
- Aumento do passivo bancário em R\$ 639,4 milhões;
- Aumento da necessidade de capital de giro de R\$ 294,7 milhões;
- Investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 241,4 milhões;
- Variação entre Ativos/Passivos de Longo Prazo de R\$ 155,1 milhões;
- Dividendos pagos de R\$ 1.541,9 milhões.

FLUXO DE CAIXA 2025



FLUXO DE CAIXA - DISPONIBILIDADES



(1) Outras Despesas: IR e CSLL + Stock Option + Pagamento de passivos de arrendamentos financeiros.



ENDIVIDAMENTO

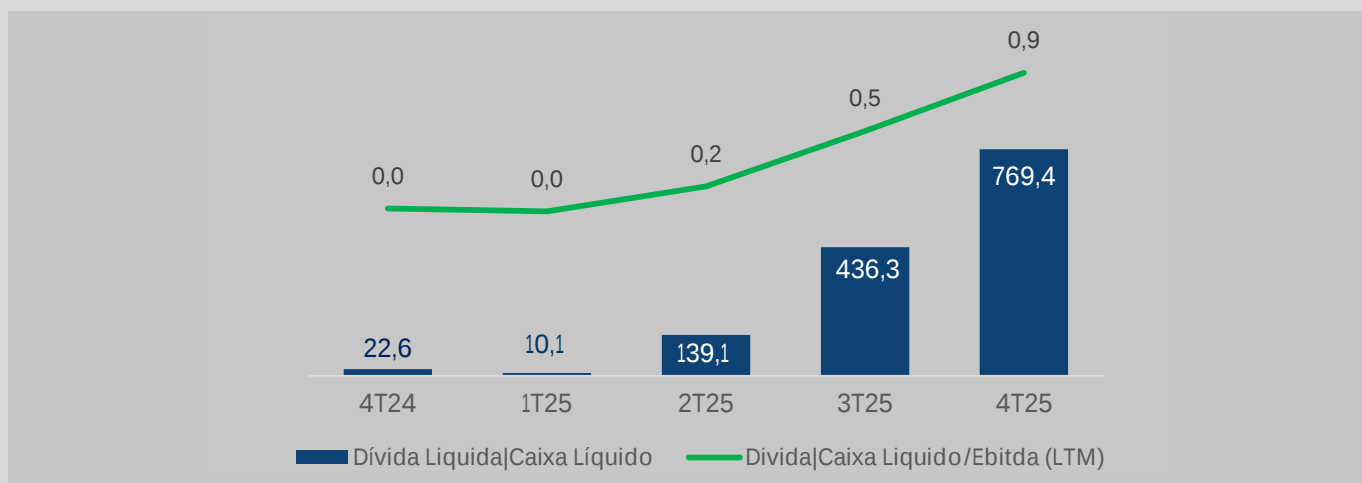
Em 31/12/2025 a Companhia apresentava dívida líquida de R\$ 769,4 milhões, sendo R\$ 747,8 milhões superior a observada no encerramento de 31/12/2024, quando a empresa apresentava dívida líquida de R\$ 22,6 milhões. O aumento do endividamento líquido decorreu,

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

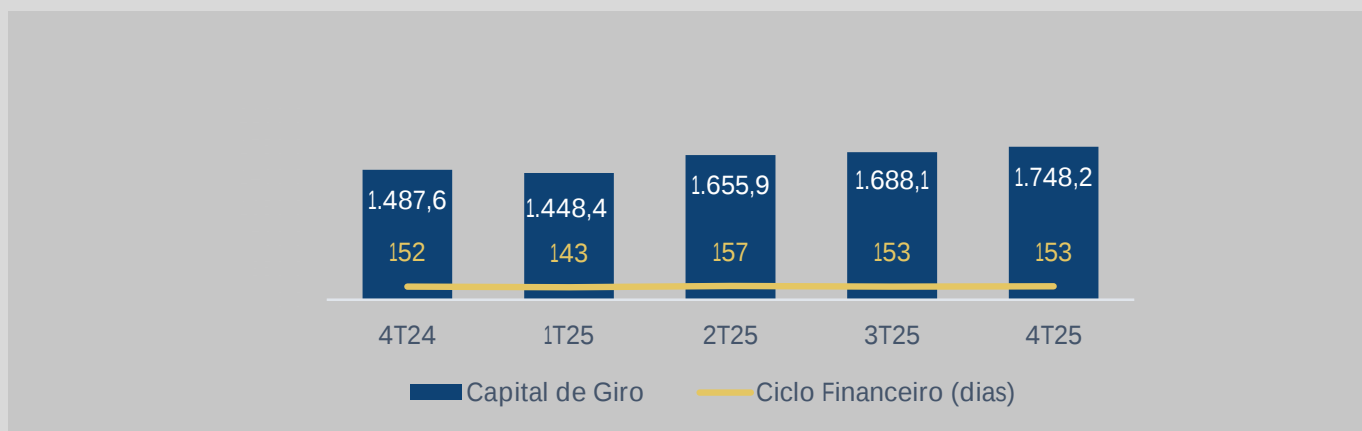
DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ Milhões	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025	Var. % 31/12/2025 / 31/12/2024
Financiamento e empréstimos	437,8	336,9	976,3	189,8%
Caixa e equivalentes de Caixa	-361,0	-307,7	-204,0	-33,7%
Aplicações financeiras	-13,4	-6,6	-2,9	-56,1%
Dívida Líquida / Caixa Líquido	63,4	22,6	769,4	3304,4%

EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E ALVANCAGEM



CAPITAL DE GIRO E CICLO FINANCEIRO (EX-DIVIDENDOS)





MERCADO DE CAPITAIS

DIVIDENDOS

Ao longo do 4T25, a Companhia efetuou a distribuição antecipada de R\$ 936,9 milhões em dividendos, sendo R\$ 917,6 milhões relativos ao resultado do exercício de 2025 e R\$ 19,3 milhões referentes ao saldo de reservas estatutárias de anos anteriores.

Essa expressiva distribuição realizada no quarto trimestre decorreu da aprovação das alterações tributárias, com vigência a partir de janeiro de 2026, que passaram a tributar os dividendos pagos. Diante desse novo cenário, a Companhia buscou otimizar a alocação

de capital, equilibrando o retorno aos acionistas com a preservação de uma estrutura de capital saudável, mantendo níveis de alavancagem compatíveis com o ambiente de juros elevados e sem assumir riscos que pudessem comprometer a solidez de suas operações.

No ano de 2025 a Companhia, efetuou a distribuição de dividendos de R\$ 1.541,9 Milhões, evidenciando o compromisso de priorizar o retorno aos acionistas, sem, no entanto, expor a Companhia a riscos excessivos.

RETORNO AOS ACIONISTAS

Tipo	Competência	Valor Total	Valor por Ação	Data base para distribuição	Data de Pagamento
Dividendos Intermediários	2024	245,1	1,000	25/01/2024	08/02/2024
Dividendos Intercalares	2023	204,2	0,750	13/03/2024	25/03/2024
Dividendos Intermediários	2024	122,6	0,500	25/01/2024	17/04/2024
Dividendos Intermediários	2024	41,1	0,150	15/05/2024	29/05/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	12/08/2024	23/08/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	19/08/2024	02/09/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	19/09/2024	01/10/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	17/10/2024	01/11/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	18/11/2024	02/12/2024
Total Dividendos pagos em 2024		783,0			
Dividendos Intercalares	2024	33,8	0,125	16/12/2024	02/01/2025
Dividendos Intercalares	2024	33,8	0,125	21/01/2025	03/02/2025
Dividendos Intercalares	2024	33,8	0,125	17/02/2025	06/03/2025
Dividendos Intercalares	2024	33,8	0,125	18/03/2025	01/04/2025
Dividendos Intercalares	2025	33,8	0,125	17/04/2025	02/05/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	20/05/2025	02/06/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	18/06/2025	01/07/2025
Dividendos intermediários	2025	34,0	0,125	17/07/2025	01/08/2025
Dividendos intermediários	2025	34,0	0,125	18/08/2025	01/09/2025
Dividendos intermediários	2025	300,0	1,104	08/09/2025	22/09/2025
Dividendos intermediários	2025	34,0	0,125	17/09/2025	01/10/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	20/10/2025	03/11/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	17/11/2025	01/12/2025
Dividendos Intercalares	2025	578,4	2,130	04/11/2025	15/12/2025
Dividendos intermediários	2025	19,3	0,070	04/11/2025	15/12/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	15/12/2025	29/12/2025
Dividendos Intercalares	2025	203,2	0,650	22/12/2025	30/12/2025
Total Dividendos pagos em 2025		1.541,9			

MERCADO DE CAPITAIS

PROGRAMA DE RECOMPRA DE AÇÕES

Desde maio de 2022, a Companhia conta com o Programa de Recompra 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 recompra de ações de emissão da Companhia pelo período de 18 meses. O programa autoriza a recompra de até 10 milhões de ações e tem vigência até setembro/2026.

Durante o 4T25, a Companhia não efetuou compras. Em 31/12/2025 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 recompra 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 31/12/2025
QTD Ações em Tesouraria	766,2	3.107,0	3.869,2
R\$ Ações em Tesouraria	10,0	45,4	56,9





SUSTENTABILIDADE E IMPACTO POSITIVO

No quarto trimestre de 2025, a Vulcabras seguiu reforçando seu compromisso e responsabilidade socioambiental por meio de ações que conectam produto, propósito e geração de valor para a sociedade.

Entre os destaques do período está a ação Outubro Rosa, realizada por meio da Olympikus, com o lançamento da edição especial do Corre 4 Outubro Rosa. Assim como nas edições anteriores, parte do lucro obtido com as vendas do modelo foi integralmente revertido à Santa Casa de Porto Alegre, instituição de referência nacional no tratamento e na prevenção do câncer de mama, contribuindo diretamente para o fortalecimento da rede de saúde e para ações de conscientização e cuidado.

Ainda no 4T25, a Vulcabras ampliou sua atuação no desenvolvimento social por meio do esporte com o lançamento do Corre 4 – edição especial Vanderlei Cordeiro de Lima, iniciativa que conecta legado esportivo e transformação social. Parte do lucro obtido com a venda do modelo foi destinada ao Instituto Vanderlei Cordeiro de Lima (IVCL), viabilizando a estruturação de um projeto voltado à formação de novos atletas no Brasil.

No eixo de impacto social, a companhia também fortaleceu sua atuação junto à educação e à empregabilidade por meio do apoio ao Instituto Caldeira, com o projeto Geração Caldeira, iniciativa voltada à formação de jovens para a nova economia. Em 2025, por meio da Olympikus, a Vulcabras realizou a doação de tênis aos estudantes participantes do programa, contribuindo para o bem-estar, a inclusão e o incentivo à prática esportiva.

Complementando as ações de impacto social e solidariedade, a Vulcabras apoiou o Bazar Claudia Bartelle & Friends, iniciativa que mobiliza parceiros, marcas e a sociedade civil em prol de causas sociais

relevantes. Em 2025, o bazar contou com a doação de mais de 2 mil pares do Olympikus Corre Max, desenvolvidos em edição exclusiva para a ação, com os recursos arrecadados integralmente destinados à Casa Madre Ana, instituição que acolhe pacientes e famílias em tratamento de saúde.

Ao todo, foram mais de R\$ 500.000 investidos em projetos sociais, reforçando a estratégia da Vulcabras e de suas marcas de integrar a sustentabilidade ao seu modelo de negócio, ampliando o impacto positivo gerado a partir do esporte.

RECURSOS HUMANOS

Cumprimento das disposições sobre equidade previstas na Lei nº 15.177/25

A Companhia ressalva que as informações exigidas pela Lei nº 15.177/25 serão divulgadas na Proposta da Administração a ser disponibilizada aos acionistas na data da convocação da Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária, nos termos do art. 133 da Lei nº 6.404/76.



GESTÃO DE MARCAS

No quarto trimestre de 2025, a Vulcabras consolidou a presença de suas marcas no mercado brasileiro com iniciativas que reforçam o posicionamento e a diferenciação de Olympikus, Mizuno e Under Armour em seus respectivos territórios de atuação. Com um portfólio complementar e uma execução focada, a Companhia manteve sua trajetória de fortalecimento das marcas, combinando lançamentos relevantes, experiências imersivas, presença em provas estratégicas e conexões autênticas com comunidades esportivas em diferentes regiões do país.

A Olympikus reafirmou sua liderança no universo da corrida com uma agenda intensa de provas proprietárias, ativações e novos produtos. As ações fazem parte das comemorações pelos 50 anos da marca, que assumiu o compromisso de correr o país de norte a sul ao lado da comunidade corredora. Já a Mizuno marcou o trimestre com o lançamento da Linha Neo — projeto de tecnologia global entre Brasil e Japão. A Under Armour, por sua vez, avançou em sua estratégia de conexão com novos públicos por meio de ativações com a geração Z.

O trimestre reforça o compromisso da Vulcabras com uma gestão de marcas sólida, guiada por inovação, escuta ativa do consumidor, e estratégia comercial.





MAIS PERTO DA COMUNIDADE

A Olympikus encerrou 2025 reforçando sua presença no universo da corrida com uma agenda intensa de lançamentos, provas proprietárias, colaborações, ativações e reconhecimento nacional — confirmando o compromisso assumido nos 50 anos da marca: estar ao lado de quem já faz parte da comunidade e de quem está chegando agora.

Ao longo do trimestre, a marca promoveu mais de 15 eventos em todas as regiões do Brasil, conectando-se diretamente com corredores de diferentes perfis e origens. De provas exclusivas como a Pink for Life em Brasília e a Corrida por uma Causa em Fortaleza, a treinões regionais em Santarém, Porto Alegre e Curitiba, a Olympikus reforçou sua atuação local com ações que valorizam a diversidade, o pertencimento e o propósito de democratizar o acesso ao esporte.

O trimestre também marcou mais uma edição do festival Bota Pra Correr, que dessa vez passou por Cumbuco (CE). Com percursos por trilhas, dunas e litoral, a experiência reforçou a proposta da Olympikus de celebrar as paisagens e culturas brasileiras por meio do esporte.

No total, ao longo do ano de comemorações dos 50 anos, em 2025 a Olympikus patrocinou 38 provas de corrida, passando por 26 cidades nas cinco regiões do país. Ao todo, mais de 150 mil pessoas correram com a marca em 2025, somando mais de 1.200 quilômetros de percurso.

Fechando o ano, a marca conquistou dois importantes reconhecimentos: o Corre 4 foi o tênis de corrida mais buscado no Google em 2025, entrando para o ranking dos 50 produtos mais clicados do país, e foi eleita, pela terceira vez consecutiva, como a marca mais usada por corredores brasileiros segundo o relatório anual do Strava.

Iniciativas que reafirmam o objetivo da Olympikus de democratizar o acesso à corrida, valorizar a cultura local e se manter cada vez mais próxima da comunidade que constrói o esporte brasileiro todos os dias.



TECNOLOGIA GLOBAL, PERFORMANCE LOCAL E LEGADO CULTURAL

O quarto trimestre marcou um dos momentos mais significativos do ano para a Mizuno com o lançamento da Linha Neo, resultado de um trabalho colaborativo entre Brasil e Japão. A nova linha amplia o portfólio de produtos de corrida da marca, ampliando o acesso à tecnologia de performance e reposicionando a Mizuno em novas faixas de preço, com benefícios distintos para diferentes perfis de corredores.

No cenário internacional, a marca esteve presente na 50ª Maratona de Amsterdã, uma das provas mais tradicionais do calendário global, patrocinada pela Mizuno Global. Em parceria com o Strava, a Mizuno Brasil levou seis atletas brasileiros para a competição, entre eles Thalya Hillebrant, que conquistou o segundo lugar na meia maratona. Os atletas testaram protótipos da nova linha de alta performance, prevista para lançamento no início de 2026, reforçando o compromisso da marca com inovação e performance em nível global.

No segmento de Sportstyle, a Mizuno celebrou em dezembro o legado do Wave Prophecy 15, uma silhueta que transcende o esporte e se consolida como ícone cultural no Brasil. A campanha de lançamento contou com um ensaio fotográfico assinado por Marcos Vinicius e trouxe à tona as histórias de 15 criativos que representam a cultura de rua e o estilo de vida conectado ao Prophecy. A ação foi um tributo à comunidade que transformou o modelo em referência no Streetwear nacional.

Com iniciativas que unem tecnologia, esporte e cultura, a Mizuno reforça sua estratégia de marca global com alma brasileira, fortalecendo sua presença nos pilares de performance, lifestyle e identidade urbana.



CONEXÃO COM A NOVA GERAÇÃO E EXPANSÃO NO LIFESTYLE ESPORTIVO

No quarto trimestre, a Under Armour avançou em sua estratégia de posicionamento no Brasil, com foco em fortalecer a relação com a geração Z e ampliar sua presença no universo de lifestyle esportivo.

Em outubro, a marca promoveu o evento SUAR, voltado à comunidade do basquete e à criação de conteúdo com jovens atletas e influenciadores. A experiência contou com um treino exclusivo conduzido por Brandon Payne, treinador pessoal de Stephen Curry, principal nome mundial do basquete.

Em dezembro, a Under Armour lançou no Brasil o modelo UA Echo, marcando um novo momento da marca na categoria de lifestyle. A campanha foi impulsionada por criadores de conteúdo que geraram experiências visuais e narrativas alinhadas à proposta urbana e criativa do Echo.

Com iniciativas que mesclam performance, cultura e comportamento, a Under Armour consolida sua presença no Brasil, reforçando o posicionamento como marca global com atuação local estratégica e alinhada às novas gerações.



BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)

R\$ milhares

ATIVO	31/12/2025	31/12/2024	PASSIVO	31/12/2025	31/12/2024
Caixa e equivalentes de caixa	203.970	307.660	Fornecedores	90.359	94.950
Contas a receber de clientes	1.078.083	988.310	Financiamentos e empréstimos	300.568	200.209
Estoques	834.911	648.390	Debêntures	31.358	0
Impostos a recuperar	173.243	111.933	Passivo de arrendamento	9.769	7.855
Imposto de renda e contribuição social	40.632	31.161	Impostos a recolher	72.157	55.356
Outras contas a receber	48.038	40.304	Salários e férias a pagar	87.765	67.942
			Provisões	3.192	2.792
			Comissões a pagar	38.886	38.039
			Dividendos e lucros a pagar	835	136.141
			Outras Contas a pagar	93.243	65.596
ATIVO CIRCULANTE	2.378.877	2.127.758	PASSIVO CIRCULANTE	728.132	668.880
Aplicações financeiras	2.877	6.567	Financiamentos e empréstimos	146.458	136.643
Contas a receber de clientes	2.879	3.754	Debentures	497.885	0
Impostos a recuperar	156.824	15.496	Passivo de arrendamento	28.661	22.433
Impostos de renda e contribuição social diferidos	374.549	7.263	Provisões	47.741	51.243
Depósitos judiciais	9.102	11.305	Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.913	1.992
Bens destinados à venda	194	194	Outras contas a pagar	861	1.778
Outras contas a receber	1.439	1.447			
REALIZAVEL A LONGO PRAZO	547.864	46.026	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	723.519	214.089
Investimentos	72.073	64.320			
Propriedade para investimento	0	1			
Direito de uso	33.227	25.982			
Imobilizado	629.916	516.489			
Intangível	217.039	212.732			
	952.255	819.524			
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	1.575.196	1.273.553
			Reservas de capital	640.224	287.701
			Reservas de reavaliação	3.713	3.866
			Ajustes de avaliação patrimonial	27.812	31.225
			Reserva de lucros	180.060	513.631
			Patrimônio líquido atribuível aos controladores	2.427.005	2.109.976
			Participações de não controladores	340	363
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	1.500.119	865.550	TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.427.345	2.110.339
			TOTAL DO PASSIVO	1.451.651	882.969
ATIVO	3.878.996	2.993.308	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	3.878.996	2.993.308

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	4T25	4T24	VAR (%)	2025	2024	VAR (%)
R\$ milhares						
Receita líquida de vendas	1.008.606	905.719	11,4%	3.560.287	3.048.578	16,8%
Custo das vendas e revendas	-590.720	-528.779	11,7%	-2.099.263	-1.770.187	18,6%
Lucro bruto	417.886	376.940	10,9%	1.461.024	1.278.391	14,3%
Margem Bruta	41,4%	41,6%	-0,2 p.p.	41,0%	41,9%	-0,9 p.p.
Despesas com vendas	-175.076	-163.875	6,8%	-634.200	-552.412	14,8%
Reversão (provisão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-1.278	-3.282	-61,1%	-1.362	-5.577	-75,6%
Despesas administrativas	-59.774	-53.374	12,0%	-216.654	-177.783	21,9%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	3.676	6.747	-45,5%	140.486	31.731	342,7%
Resultado da equivalência patrimonial	1.567	80	1858,8%	3.782	6.139	-38,4%
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	187.001	163.236	14,6%	753.076	580.489	29,7%
Receitas financeiras	26.935	26.667	1,0%	243.009	107.987	125,0%
Despesas financeiras	-47.341	-24.947	89,8%	-141.941	-85.345	66,3%
Resultado financeiro líquido	-20.406	1.720	-1286,4%	101.068	22.642	346,4%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	166.595	164.956	1,0%	854.144	603.131	41,6%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-7.775	4.264	-282,3%	311.190	-33.264	-1035,5%
Lucro Líquido do período	158.820	169.220	-6,1%	1.165.334	569.867	104,5%
Margem Líquida	15,7%	18,7%	-3,0 p.p.	32,7%	18,7%	14,0 p.p.
Resultado atribuível aos:						
Acionistas controladores	158.794	169.199		1.165.321	569.873	
Acionistas não controladores	26	21		13	-6	
Lucro Líquido do período	158.820	169.220		1.165.334	569.867	
Resultado por ação						
Resultado por ação ordinária - básico	0,5815	0,6271		4,2677	2,1122	
Resultado por ação ordinária - diluído	0,5798	0,6254		4,2547	2,1063	
Quantidade de ações ao final do exercício						
Quantidade de ação ordinária - básico	273.056.505	269.800.334		273.056.505	269.800.334	
Quantidade de ação ordinária - diluído	273.893.619	270.562.926		273.893.619	270.562.926	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	2025	2024
R\$ Milhares		
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	1.165.334	569.867
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	130.952	106.277
Provisão (reversão) para perdas por valor recuperável dos estoques	6.642	42.919
Juros s/ arrendamentos provisionados	10.605	1.841
Juros sobre debêntures provisionados	31.949	0
Amortização custos de transação sobre debêntures	295	0
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	4.495	11.857
Rendimentos de aplicações financeiras	-374	-6.150
Provisões para contingências	14.338	26.055
Resultado da equivalência patrimonial	-3.782	-6.139
Transação com pagamento baseado em ações	5.588	2.195
Provisão (reversão) para perdas esperadas para crédito de liquidações duvidosa	1.362	5.577
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	44.283	37.368
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	-311.190	33.264
Participação de não controladores	-13	6
Ganho ou perda na rescisão de arrendamento	0	-459
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-284.231	-32.592
Lucro líquido do período ajustado	816.253	791.886
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	-96.344	-154.730
Estoques	-193.163	-107.775
Impostos a recuperar	72.122	79.459
Outras contas a receber	-7.726	-484
Depósitos judiciais	12.020	-3.222
Fornecedores	-3.503	7.971
Comissões a pagar	847	9.800
Impostos e contribuições sociais a recolher	4.700	4.331
Salários e férias a pagar	19.823	11.872
Outras contas a pagar	26.707	6.008
Provisões	-27.257	-8.142
Variações nos ativos e passivos	-191.774	-154.912
Caixa proveniente das (utilizadas nas) atividades operacionais	624.479	636.974
Juros pagos	-35.830	-50.567
Pagamento de Juros de arrendamento	-5.232	-2.136
Impostos pagos sobre o lucro	-41.824	-19.765
	-82.886	-72.468
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	541.593	564.506
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos		
Aquisições de imobilizado	-233.040	-195.821
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	4.064	13.032
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	625	911

DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	2025	2024
Aquisições de intangível	-8.357	-7.156
Recebimento de dividendos	4.822	5.644
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimentos	-231.886	-183.390
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	290.554	199.863
Debêntures tomados - Principal	500.000	0
Custos de transação sobre Debêntures	-3.001	0
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-199.148	-294.622
Aquisição de ações em tesouraria	-11.537	-35.392
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	-978.645	-783.020
Aumento de capital	4.409	186.791
Pagamento de passivo de arrendamento	-16.317	-11.461
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	-413.685	-434.433
Aumento (redução) de Caixa e equivalente de Caixa	-103.978	-53.317
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	307.660	361.020
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	288	-43
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	203.970	307.660
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	-103.978	-53.317

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 23,4 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 4T25 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 03/03/2026 declara que revisou, discutiu e concordou com as demonstrações financeiras individuais e consolidadas da Vulcabras S.A. correspondentes ao exercício findo em 31 de dezembro de 2025 e com o relatório de auditoria dos auditores independentes sobre essas demonstrações financeiras.



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 Corporativo de Operações
Wagner Dantas da Silva	Diretor Financeiro e de Relações com Investidores
Evandro Saluar Kollet	Diretor Corporativo de Desenvolvimento de Produto e Inovação
Márcio Kremer Callage	Diretor de Marketing
Rodrigo Miceli Piazer	Diretor Corporativo de Supply Chain, Indústria e Recursos Humanos



VULCABRAS



A woman with long dark hair is captured in a dynamic running pose, moving from left to right. She is wearing a black short-sleeved athletic top, black shorts, white socks, and grey and white running shoes. Her hair is blowing in the wind, and her expression is focused. The background is a modern building with large glass windows, creating a sense of motion and urban environment. The lighting is bright, suggesting daytime.

4Q25

EARNINGS
RELEASE

VULCABRAS



HIGHLIGHTS

GROSS VOLUME

9.2 million

pairs/pieces in 4Q25, up 0.2% compared to 4Q24. In 2025, volume reached 33.7 million pairs/pieces, representing a 4.2% increase versus 2024.

NET REVENUE

R\$ 1,008.6 million

in 4Q25, up 11.4% compared to 4Q24. In 2025, net revenue totaled R\$ 3,560.3 million, an increase of 16.8% versus 2024.

GROSS PROFIT

R\$ 417.9 million

in 4Q25, up 10.9% compared to 4Q24. In 2025, gross profit totaled R\$ 1,461.0 million, representing a 14.3% increase versus 2024.

GROSS MARGIN

41.4%

in 4Q25, a decrease of 0.2 p.p. compared to 4Q24. In 2025, gross margin reached 41.0%, down 0.9 p.p. versus 2024.

NET INCOME AND

NET MARGIN

R\$ 158.8 million

in 4Q25, down 6.1% compared to 4Q24, with a Net Margin of 15.7%, a decrease of 3.0 p.p. year over year. In 2025, net income reached R\$ 1,165.3 million, up 104.5% versus 2024, with a Net Margin of 32.7%, an increase of 14.0 p.p. compared to the prior year

EBITDA AND

EBITDA MARGIN

R\$ 220.7 million

in 4Q25, up 14.8% compared to 4Q24, with an EBITDA Margin of 21.9%, an increase of 0.7 p.p. year over year. In 2025, EBITDA totaled R\$ 884.0 million, up 28.7% versus 2024, with an EBITDA Margin of 24.8%, 2.3 p.p. above the level reported in the prior year.

VULC3 QUOTE
(12/31/2025)
R\$ 20.05

MARKET VALUE
R\$ 6.3 Billion

NUMBER OF COMMON
SHARES
316.502.170

INVESTOR RELATIONS
Wagner Dantas da Silva
(CFO and IRO)

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

IR TELEPHONE
+55 (11) 4532-1068

VIDEO CONFERENCE
03/04/2026 at 10:00 am (Brasília)
[Access in Portuguese](#)

IRE-MAIL
dri@vulcabras.com



MESSAGE FROM MANAGEMENT

The combination of strong brands, a vertically integrated business model, and a commercial strategy that captures opportunities without compromising profitability enabled Vulcabras (VULC3) to surpass its own records and deliver another year of historic results in 2025.

The Company reported gross revenue of R\$ 4.2 billion, a new record, representing growth of 16.7% compared to 2024. The gross margin of 41.0% demonstrates the Company's ability and resilience in maintaining profitability despite all challenges related to direct labor, which were intensified by the accelerated production growth throughout the year. Recurring EBITDA totaled R\$ 763.1 million, up 13.0% year over year. The recurring EBITDA margin reached 21.4%, while recurring net income amounted to R\$ 572.9 million, with a recurring net margin of 16.1%.

During the year, the e-commerce channel continued its accelerated growth, increasing 25.0%, from R\$ 433.7 million in 2024 to R\$ 543.1 million in 2025, and representing 15.3% of total net revenue.

Revenue from the Athletic Footwear division grew 17.4% in the year to date, reflecting the strength of the brands and the strategy of expanding the high-performance product portfolio, adding value and driving an increase in average ticket.

FOURTH QUARTER OF 2025

Vulcabras closed 4Q25 reaching a new historic milestone: net revenue exceeding R\$ 1 billion in a single quarter. With growth of 11.4% compared to 4Q24, the Company posted its 22nd consecutive quarter of growth.

By category, Athletic Footwear grew 11.2% in the quarter, driven by a more premium mix across all group brands, with emphasis on higher value-added products in high performance, running and sports lifestyle, contributing to the increase in average price. The Apparel division increased 12.7%, also reflecting portfolio enhancement by brand and continuous improvement in product mix.

Gross margin in the quarter reached 41.4%, virtually in line with 4Q24, reinforcing the significant gains in operational and manufacturing efficiencies following a period of accelerated expansion of the workforce across industrial units. The EBITDA margin reached 21.9%, 0.7 p.p. higher than in 4Q24, reflecting the combination of quality growth, significant progress in manufacturing efficiencies, and the capture of operating leverage across channels.

SHAREHOLDERS RETURNS AND CAPITAL ALOCATION

Firm in its commitment to maximizing shareholder returns, and amid the ongoing discussions regarding tax reform and the taxation of dividends, Vulcabras carried out a significant distribution totaling R\$ 1,541.9 million in 2025, of which R\$ 563.3 million returned to the Company's cash position through the private subscription completed in December.

To support this distribution, Vulcabras closed the period with net debt of R\$ 769.4 million, equivalent to 0.9x EBITDA, a level previously aligned with the Company's strategy to strengthen its capital structure, while preserving financial balance and maintaining investment capacity to sustain growth in the coming years.



MESSAGE FROM MANAGEMENT

OUTLOOK FOR 2026

In 2025, our strategy prioritized investments that supported accelerated growth while preserving the flexibility and resilience of our business model.

As we enter 2026, production remains stable and operating efficiencies are at normalized levels. Inventory levels of our brands at retail are healthy, and we maintain an optimistic outlook supported by order books for the first-half collections, which continue to be driven by the strong sell-out performance of our products. We remain confident in our ability to continue growing, innovating, and generating value for our consumers and shareholders.





CONSOLIDATED PERFORMANCE

RS Million	4Q25	4Q24	Var. % 4Q25/4Q24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Volume (million pairs and Items)	9,2	9,1	0,2%	33,7	32,4	4,2%
Gross Operating Revenue	1.179,0	1054,5	11,8%	4.163,1	3.566,7	16,7%
Net Revenue	1,008,6	905,7	11,4%	3.560,3	3048,6	16,8%
Domestic Market	977,7	877,0	11,5%	3.430,2	2.912,5	17,8%
Foreign Market	30,9	28,7	7,7%	130,1	136,1	-4,4%
Gross profit	417,9	376,9	10,9%	1.461,0	1278,4	14,3%
Gross margin %	41,4%	41,6%	-0,2 p.p.	41,0%	41,9%	-0,9 p.p.
SG&A Operation Expenses	-236,2	-220,5	7,1%	-852,3	-735,8	15,8%
Other Net Operating Income (Expenses)	3,7	6,7	-44,8%	140,5	31,7	343,2%
EBITDA	220,7	192,2	14,8%	884,0	686,9	28,7%
EBITDA Margin	21,9%	21,2%	0,7 p.p.	24,8%	22,5%	2,3 p.p.
Recurring EBITDA	220,7	192,2	14,8%	763,1	675,7	13,0%
Recurring EBITDA Margin	21,9%	21,2%	0,7 p.p.	21,4%	22,2%	-0,8 p.p.
Net Income	158,8	169,2	-6,1%	1.165,3	569,9	104,5%
Net Margin	15,7%	18,7%	-3,0 p.p.	32,7%	18,7%	14,0 p.p.
Recurring Net Income	158,8	169,2	-6,1%	572,9	544,1	5,3%
Recurring Net Margin	15,7%	18,7%	-3,0 p.p.	16,1%	17,8%	-1,7 p.p.



GROSS VOLUME

4Q25 was marked by a more intense and prolonged promotional environment in both physical retail and online retail. Discounts, which were previously concentrated around Black Friday, began as early as October. This extension of the promotional calendar throughout the quarter led to greater demand dispersion and reduced the concentration traditionally observed during the Christmas season.

In this context, Vulcabras remained committed to its strategy of commercial discipline, efficient inventory management and brand positioning preservation, prioritizing sales with quality and profitability. This approach reinforced the Company's commitment to building sustainable results, even in more challenging environments.

In 4Q25, gross billed volume reached 9.2 million pairs/pieces, representing growth of 0.2% compared to the 9.1 million recorded in 4Q24. It is worth noting that the 4Q24 comparison base already reflected strong performance, particularly in Athletic Footwear, which had posted growth of 6.6% in that period. Therefore, maintaining volume levels in 4Q25 underscores the Company's operational and commercial consistency.

Despite stable volumes, consolidated revenue increased, driven by an improved product mix and higher average ticket, which contributed to the recovery of gross margin and the expansion of EBITDA margin in the quarter.

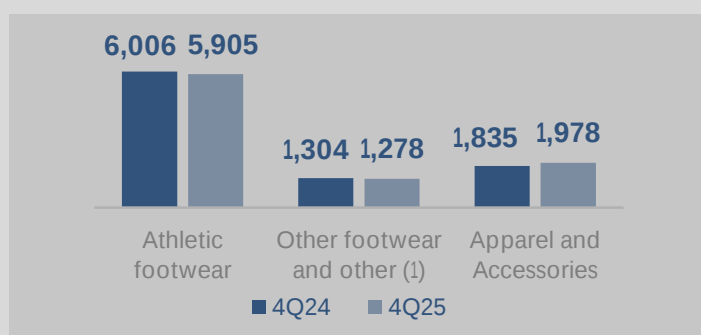
By categories:

- I. **Athletic Footwear:** recorded volume of 5.9 million pairs in 4Q25, representing a 1.7% decrease compared to 4Q24, while remaining virtually in line with 3Q25 levels and supporting 3.2% growth in 2H25. Performance reflected the increasing share of more technologically advanced models in the mix, which required greater manufacturing complexity and longer production lead times. This movement was accompanied by a 13.0% increase in average ticket compared to 4Q24, highlighting the qualitative improvement in sales. Demand remained consistent in both the domestic and Foreign Market, sustaining the category's strong commercialization levels.
- II. **Others Footwear and Other:** declined 2.0% in 4Q25, due to lower volumes of occupational boots, partially offset by higher volumes of sports flip flops.
- III. **Apparel and Accessories:** increased 7.8% in 4Q25, with all three brands delivering positive performance, particularly Under Armour. The result reflects the Company's strengthened presence in this segment and the consolidation of its portfolio diversification strategy.

In the year-to-date of 2025, gross billed volume totaled 33.7 million pairs/pieces, representing a 4.2% increase compared to the same period of the previous year.

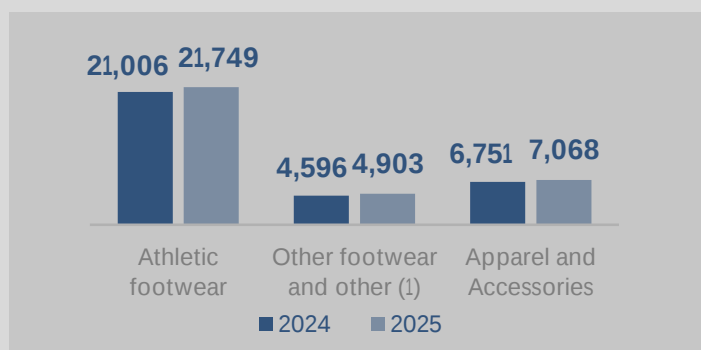
GROSS VOLUME OF PAIRS AND PIECES/THOUSAND 4Q25 vs 4Q24

Pairs and itens (thousand)	4Q25	Share %	4Q24	Share %	Var. % 4Q25/4Q24
Athletic footwear	5,905	64.5%	6,006	65.7%	-1.7%
Other footwear and other (1)	1,278	13.9%	1,304	14.2%	-2.0%
Apparel and Accessories	1,978	21.6%	1,835	20.1%	7.8%
Total	9,161	100.0%	9,145	100.0%	0.2%



GROSS VOLUME OF PAIRS AND PIECES/THOUSAND 2025 vs 2024

Pairs and itens (thousand)	2025	Share %	2024	Share %	Var. % 2025/2024
Athletic footwear	21,749	64.5%	21,006	64.9%	3.5%
Other footwear and other (1)	4,903	14.5%	4,596	14.2%	6.7%
Apparel and Accessories	7,068	21.0%	6,751	20.9%	4.7%
Total	33,720	100.0%	32,353	100.0%	4.2%



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



NET OPERATING REVENUE

CATEGORY

In 4Q25, Vulcabras maintained solid net revenue expansion, consolidating the progress achieved throughout the year. The quarter was marked by consistent performance, supported by the strengthening of its brands, strategic execution across sales channels, and a well-balanced portfolio.

For the 22nd consecutive quarter, the Company reported sales growth. Net revenue totaled R\$ 1,008.6 million in 4Q25, representing an increase of 11.4% compared to R\$ 905.7 million recorded in 4Q24. It is worth noting that the comparison base in 4Q24 had already been impacted by an extraordinary performance, with revenue growth of 15.0% compared to the same period of the previous year. This result highlights the Company's ability to deliver sustainable growth, even on top of an already high comparison base.

The Athletic Footwear category increased 11.2% compared to 4Q24. All three of the Company's brands posted growth. At Olympikus, the performance running line continued to drive results for both the category and the brand. Under Armour and Mizuno also stood out, delivering robust growth.

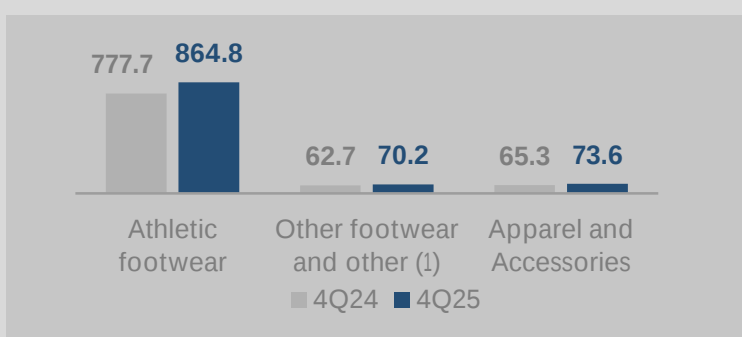
The Others Footwear and Other category grew 12.0% versus 4Q24, reflecting the strong performance of sports flip flops, which continued to gain relevance in the Company's product mix, partially offset by lower revenue from occupational boots.

The Apparel and Accessories category increased 12.7% in 4Q25, led by Under Armour, which maintained strong performance in the domestic market, and Olympikus, which continued to expand its presence in this segment.

In 2025, net revenue totaled R\$ 3,560.3 million, 16.8% higher than in 2024, when it amounted to R\$ 3,048.6 million.

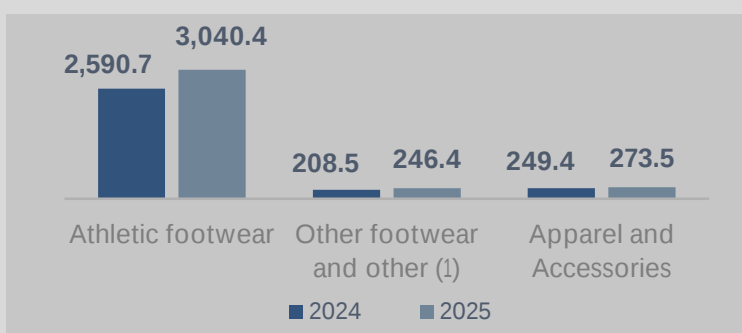
NET REVENUE BY CATEGORY – 4Q25 vs 4Q24

R\$ Million	4Q25	Share %	4Q24	Share %	Var. % 4Q25/4Q24
Athletic footwear	864.8	85.7%	777.7	85.9%	11.2%
Other footwear and other ⁽¹⁾	70.2	7.0%	62.7	6.9%	12.0%
Apparel and Accessories	73.6	7.3%	65.3	7.2%	12.7%
Total Net Revenue	1,008.6	100.0%	905.7	100.0%	11.4%



NET REVENUE BY CATEGORY – 2025 vs 2024

R\$ Million	2025	Share %	2024	Share %	Var. % 2025/2024
Athletic footwear	3,040.4	85.4%	2,590.7	85.0%	17.4%
Other footwear and other ⁽¹⁾	246.4	6.9%	208.5	6.8%	18.2%
Apparel and Accessories	273.5	7.7%	249.4	8.2%	9.7%
Total Net Revenue	3,560.3	100.0%	3,048.6	100.0%	16.8%



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



NET OPERATING REVENUE

MARKET

DOMESTIC MARKET

In 4Q25, Net Revenue in the domestic market reached R\$ 977.7 million, up 11.5% compared to R\$ 877.0 million recorded in 4Q24.

All categories delivered positive performance, despite a significantly stronger comparison base in 4Q24. Results reflect the progress across all brands and categories, strengthened distribution and the effectiveness of commercial initiatives, which continued to support the Company's consistent growth in Brazil.

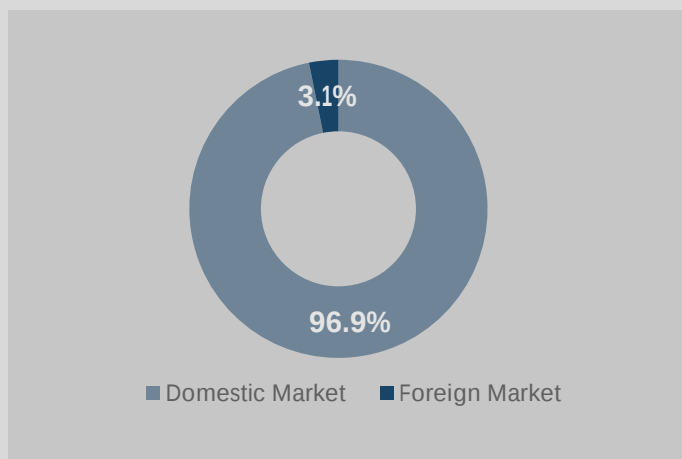
FOREIGN MARKET

Net Revenue in the Foreign Market totaled R\$ 30.9 million in 4Q25, up 7.7% compared to 4Q24. The result reflects stable international operations, with gradual improvement compared to previous quarters, despite a still challenging environment across most Latin American markets.

NET REVENUE BY MARKET – 4Q25 vs 4Q24

R\$ Million	4Q25	Share %	4Q24	Share %	Var. % 4Q25/ 4Q24
Domestic Market	977.7	96.9%	877.0	96.8%	11.5%
Foreign Market	30.9	3.1%	28.7	3.2%	7.7%
Total Net Revenue	1,008.6	100.0%	905.7	100.0%	11.4%

MARKET SHARE – 4Q25



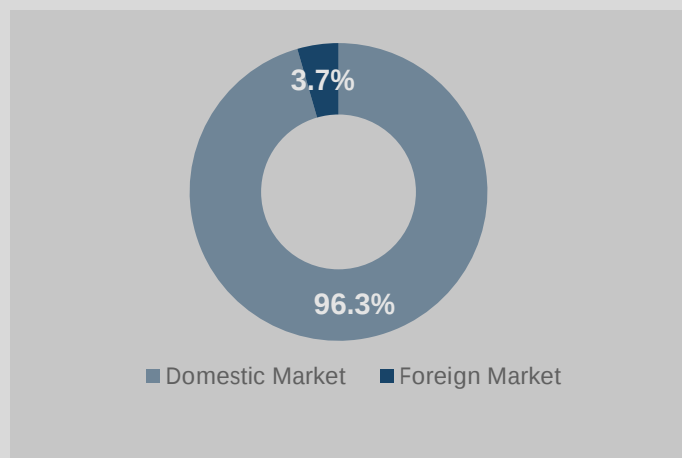
In 2025, the domestic market reached R\$ 3,430.2 million, representing growth of 17.8% compared to 2024, when net revenue totaled R\$ 2,912.5 million, maintaining the sustainable growth trajectory observed throughout the year. This performance was supported by domestic demand, which remained on a consistent expansion trend, primarily driven by the performance of the Athletic Footwear category.

In the Foreign Market, net revenue in 2025 totaled R\$ 130.1 million, down 4.4% compared to R\$ 136.1 million recorded in the same period of the prior year, reflecting the challenges faced in export sales throughout 2025, mainly influenced by the difficult economic environment in Argentina.

NET REVENUE BY MARKET – 2025 vs 2024

R\$ Million	2025	Share %	2024	Share %	Var. % 2025/ 2024
Domestic Market	3,430.2	96.3%	2,912.5	95.5%	17.8%
Foreign Market	130.1	3.7%	136.1	4.5%	-4.4%
Total Net Revenue	3,560.3	100.0%	3,048.6	100.0%	16.8%

MARKET SHARE – 2025





E-COMMERCE

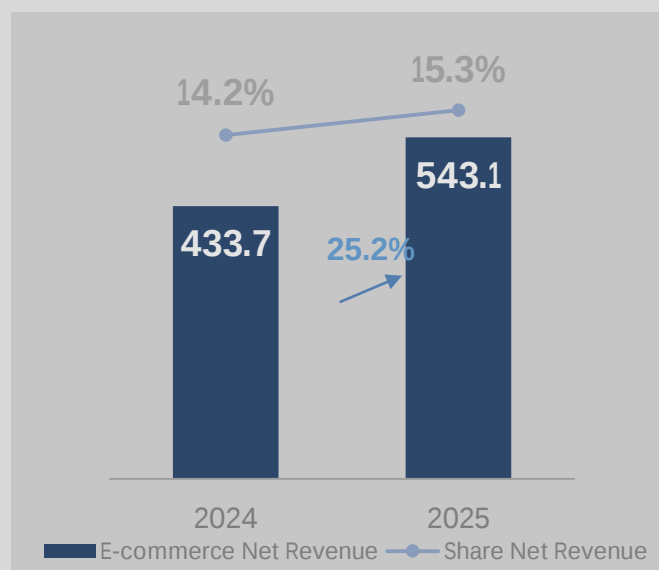
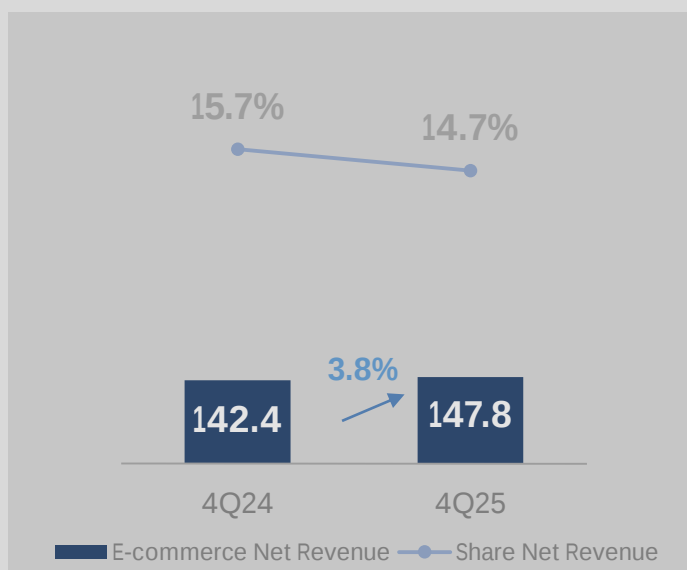
Amid a retail environment marked by intense promotional activity throughout virtually the entire quarter, the commercial strategy implemented in the e-commerce channel focused on preserving the positioning of key product stories, protecting and capturing healthy margins, especially within the marketplace sub-channel, where discounting was even more aggressive. As a result of this commercial discipline, despite more moderate revenue growth, the channel's EBITDA margin maintained its positive upward trajectory.

Net revenue in the channel totaled R\$ 147.8 million in 4Q25, up 3.8% compared to the same period of the previous year. E-commerce accounted for 14.7% of consolidated net revenue.

For the full year, the channel reached R\$ 543.1 million in net revenue, representing growth of 25.2% and a 15.3% share of the Company's total revenue.

NET REVENUE AND NOR PARTICIPATION

R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. % 4Q25/4Q24	2025	2024	Var. % 2025/2024
E-commerce Net Revenue	147.8	142.4	3.8%	543.1	433.7	25.2%
NOR % Participation	14.7%	15.7%	-10 p.p.	15.3%	14.2%	11 p.p.





COST OF GOODS SOLD (COGS)

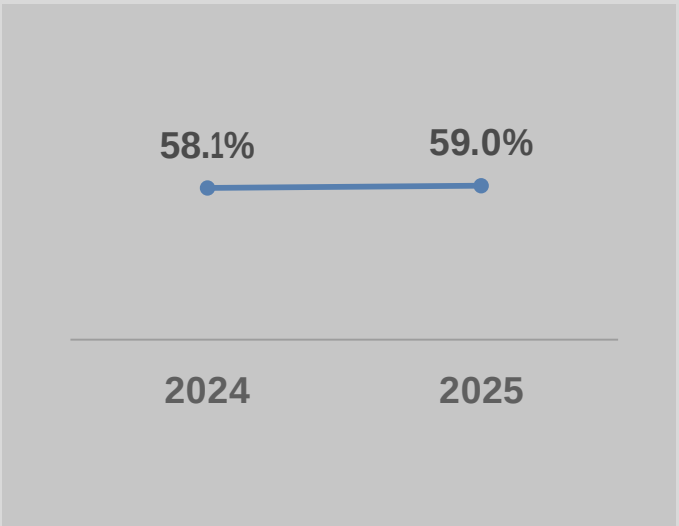
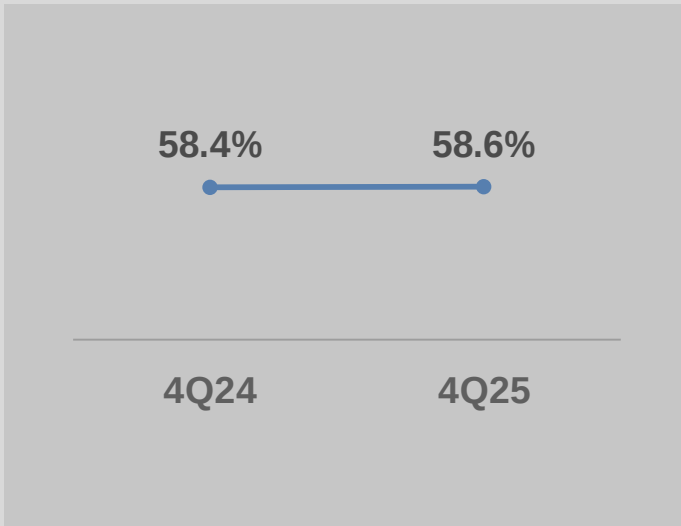
After two consecutive quarters, 2Q25 and 3Q25, of significant and accelerated expansion in the Direct Labor workforce, which resulted in a temporary additional cost due to pressure on the productive efficiency of newly hired operators, as of October, with the stabilization of the workforce, it was already possible to observe a very positive improvement in factory efficiency and productivity levels.

Although production and sales volumes remained at elevated levels throughout 4Q25, cost of goods sold was still negatively impacted by higher labor costs and by lower production volumes in December, due to collective vacations granted from the second half of the month onward.

In 4Q25, cost of goods sold represented 58.6% of net sales revenue, an increase of 0.2 percentage points compared to 4Q24. The Company remains focused on implementing initiatives aimed at increasing operational efficiency and capturing scale gains, reinforcing its commitment to the continuous improvement of manufacturing performance.

For the full year 2025, cost of goods sold represented 59.0% of net revenue, up 0.9 percentage points compared to the 58.1% recorded in 2024.

COST OF GOODS SOLD (%COGS/NOR)



GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN



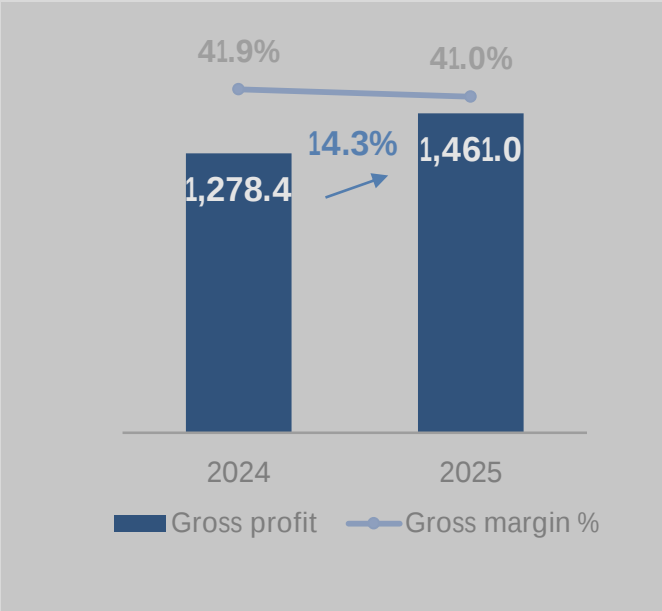
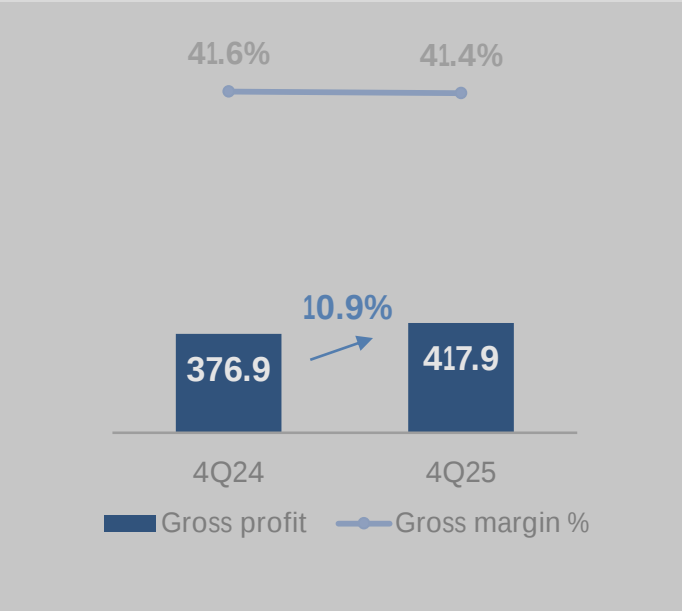
In 4Q25, Vulcabras recorded gross profit of R\$ 417.9 million, representing growth of 10.9% compared to R\$ 376.9 million in the same period of 2024. Consolidated gross margin reached 41.4%, a decrease of 0.2 percentage points compared to the 41.6% recorded in 4Q24.

Although 4Q25 still reflected a slight decline in gross margin compared to the same period of the previous year, when contrasted with the declines recorded in 2Q25 and 3Q25, the period in which the expansion of the Direct Labor workforce

was concentrated, the margin contraction was almost entirely offset, evidencing a meaningful improvement in operational efficiency and consistent progress in the profitability trajectory.

For the full year, gross profit totaled R\$ 1,461.0 million, representing an increase of 14.3% compared to the same period of the previous year. Gross margin in 2025 was 41.0%, 0.9 percentage points lower than the 41.9% recorded in 2024.

GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN





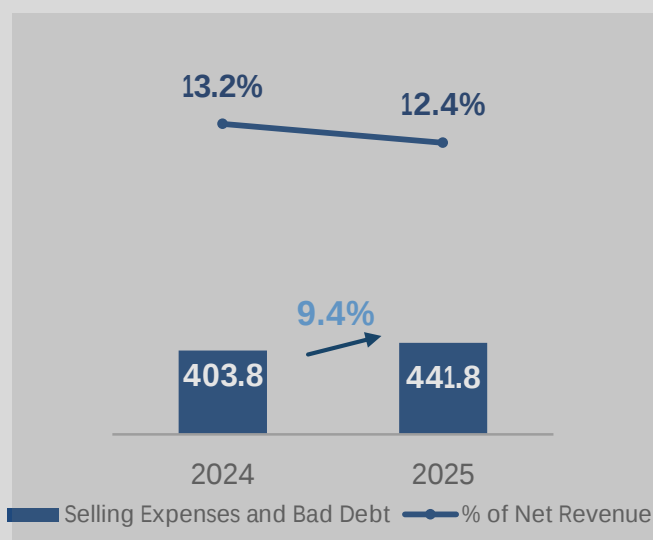
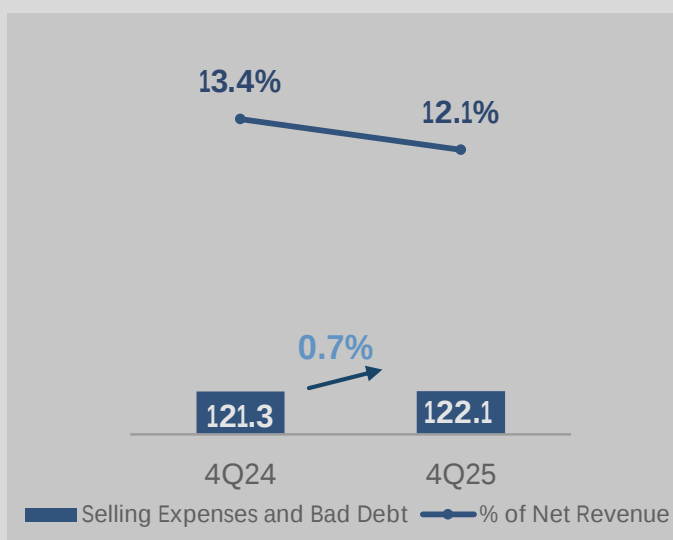
SELLING AND ALLOWANCE FOR DOUBTFUL ACCOUNTS EXPENSES

In 4Q25, expenses related to sales, advertising and allowance for doubtful accounts totaled R\$ 176.4 million, representing a 5.5% increase compared to the same period of 2024.

Direct expenses associated with sales and allowance for doubtful accounts, excluding advertising investments, amounted to R\$ 122.1 million in 4Q25, corresponding to a 0.7% increase compared to R\$ 121.3 million recorded in 4Q24. As a percentage of net revenue, these expenses represented 12.1% in 4Q25, a reduction of 1.3 percentage points compared to 13.4% in the same quarter of the

previous year. Expenses related to sales commissions and provisions for expected credit losses decreased compared to 4Q24, due to changes in the mix of brands, products and channels, resulting in a lower relative participation in the total.

In 2025, selling expenses, excluding advertising, totaled R\$ 441.8 million, an increase of 9.4% compared to R\$ 403.8 million in 2024. Selling expenses represented 12.4% of net revenue, a reduction of 0.8 percentage point compared to 2024.





ADVERTISING AND MARKETING EXPENSES

In 4Q25, investments in advertising and marketing totaled R\$ 54.3 million, an increase of 18.3% compared to R\$ 45.9 million recorded in the same period of 2024. This growth reflects the continued intensification of communication and brand positioning initiatives throughout the quarter, particularly driven by the events celebrating the 50th anniversary of the Olympikus brand, which maintained a strong pace and further strengthened the brand's connection with its consumers. As a percentage of net revenue, advertising and marketing expenses represented 5.4%, an increase of 0.3 percentage point compared to the 5.1% recorded in 4Q24.

In the fourth quarter of 2025, Vulcabras strengthened the management of its brands in Brazil through product launches, activations and participation in strategic events, reinforcing the positioning of Olympikus, Mizuno and Under Armour.

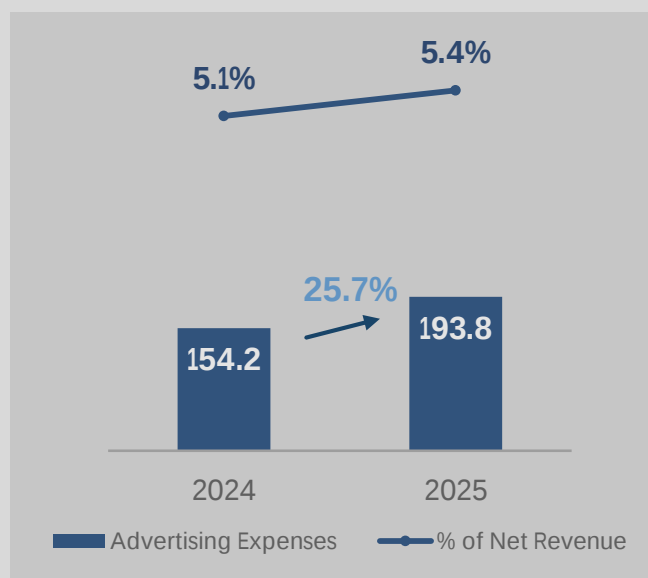
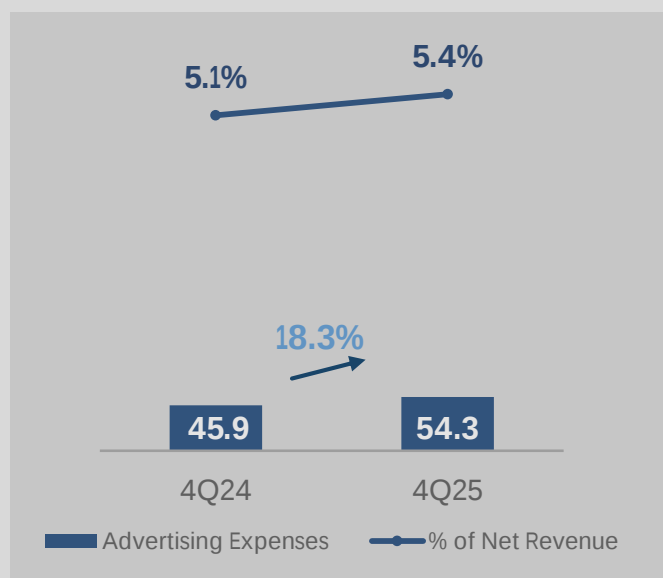
Olympikus reaffirmed its leadership in running through proprietary races, regional events and nationwide activations as part of its 50th anniversary celebrations. In 2025, the brand sponsored 38 races across 26 cities, bringing together more than 150 thousand runners, and promoted events and experiences such as Bota Pra Correr. The brand also achieved

national recognition, with Corre 4 ranking among the most searched products on Google and maintaining, for the third consecutive year, its leadership as the most used brand by Brazilian runners according to Strava.

Mizuno's highlight was the launch of the Neo Line, the result of a collaboration between Brazil and Japan, expanding access to performance technology and repositioning the brand. Its presence at the Amsterdam Marathon and the celebration of the Wave Prophecy 15 reinforced the pillars of innovation, performance and cultural relevance in Brazil.

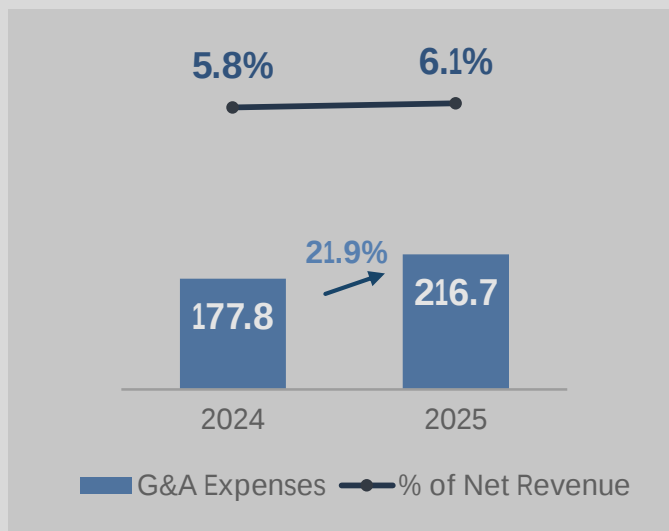
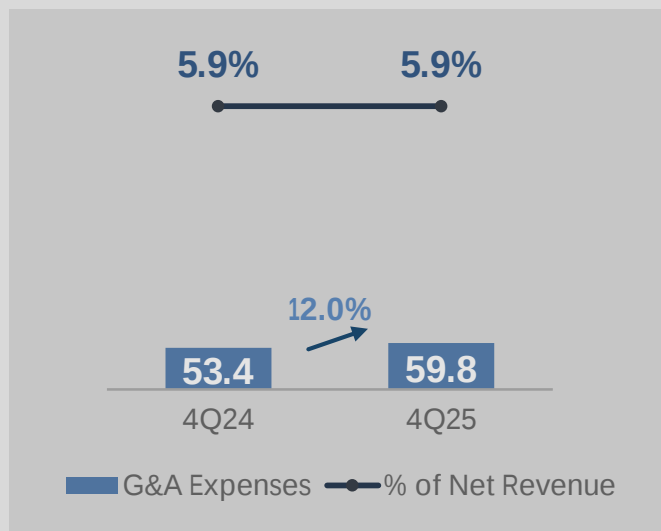
Under Armour strengthened its positioning in Brazil with a focus on Generation Z and sports lifestyle, through activations such as the SUAR event and the launch of the UA Echo, expanding its connection with new audiences and reinforcing its local presence.

In 2025, advertising expenses totaled R\$ 193.8 million, an increase of 25.7% compared to R\$ 154.2 million in 2024. Advertising expenses represented 5.4% of net revenue, an increase of 0.3 percentage point compared to 2024.



GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

In 4Q25, general and administrative expenses totaled R\$ 59.8 million, representing a 12.0% increase compared to the same period of the previous year.



The main drivers behind the increase in these expenses in 4Q25 were IT expenses related to the operation and maintenance of e-commerce platforms, as well as extraordinary services contracted from advisory and consulting firms.

As a percentage of net revenue, general and administrative expenses represented 5.9% in the quarter, maintaining the same level recorded in 4Q24.

In 2025, general and administrative expenses totaled R\$ 216.7 million, representing a 21.9% increase compared to R\$ 177.8 million recorded in the same period of 2024. As a

percentage of net revenue, they increased by 0.3 percentage point compared to 2024.

It is important to highlight that non-recurring events were recorded in this line item throughout 2025. Excluding these effects, recurring expenses would have totaled R\$ 207.4 million, equivalent to 5.8% of net revenue for the period.

R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. % 4Q25/4Q24	2025	2024	Var. % 2025/2024
General and Administrative Expenses	59,8	53,4	12,0%	216,7	177,8	21,9%
(-) Fees related to PIS/COFINS lawsuits recognized in subsidiaries	-	0,0	N/A	9,3	0,0	N/A
Recurring General and Administrative Expenses	59,8	53,4	12,0%	207,4	177,8	16,6%
% of Net Revenue	5,9%	5,9%	0,0 p.p.	5,8%	5,8%	0,0 p.p.



NET OTHER OPERATING INCOME (EXPENSES)

In 4Q25, Other Net Operating Income totaled R\$ 3.7 million, 45.6% lower than the R\$ 6.8 million recorded in the same period of 2024.

In 2025 and 2024, non-recurring events related to the recovery of PIS/COFINS tax credits recognized in subsidiaries were recorded, with a positive impact on this line item. These effects amounted to R\$ 130.2 million in 2025 and R\$ 11.2 million in 2024, increasing the reported figures in the respective periods.

As these are extraordinary effects, such increases do not reflect the Company's recurring operating trend, and these factors should be considered for a proper analysis of expense evolution.

Excluding non-recurring events, Other Net Operating Income totaled R\$ 10.3 million in 2025, 49.8% lower than the recurring income of R\$ 20.5 million recorded in the same period of 2024.

NON-RECURRING EVENT

R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. % 4Q25/4Q24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Net Other Operating Income (Expenses)	3.7	6.8	-45.6%	140.5	31.7	343,2%
(+) Principal Amount of PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries PIS/COFINS on other revenues	-	-	N/A	-130.2	-11.2	1062.5%
Recurring Net Other Operating Income (Expenses)	3.7	6.8	-45.6%	10.3	20.5	-49.8%





NET FINANCIAL RESULT

In 4Q25, net financial result was an expense of R\$ 20.4 million, compared to financial income of R\$ 1.7 million in 4Q24.

During the quarter, interest expenses increased due to the rise in financial liabilities following dividend payments made throughout 4Q25. The Company ended 2025 with net debt of R\$ 769.4 million, compared to R\$ 22.6 million recorded in December 2024. Most of this funding was raised in the second half of 2025, resulting in higher interest expenses in 4Q25.

In 2025 and 2024, non-recurring events related to the recovery of PIS/COFINS tax credits recognized in subsidiaries were recorded, with a positive impact on this line item. These effects

amounted to R\$ 127.9 million in 2025 and R\$ 15.4 million in 2024, increasing the reported figures in the respective periods.

As these are extraordinary effects, such increases do not reflect the Company's recurring operating trend, and these factors should be considered for a proper analysis of expense evolution.

Excluding non-recurring events, net financial result totaled an expense of R\$ 26.8 million in 2025, representing R\$ 34.1 million more in expenses compared to the recurring financial income of R\$ 7.3 million recorded in the same period of 2024.

R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. % 4Q25/4Q24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Capital structure	-38.4	-11.7	228.2%	-97.5	-52.1	87.1%
Operating	-4.0	-3.7	8.1%	-12.9	-11.5	12.2%
Exchange differences	-4.9	-9.5	-48.4%	-31.5	-21.7	45.2%
Financial Costs	-47.3	-24.9	90.0%	-141.9	-85.3	66.4%
Capital structure	17.4	9.4	85.1%	54.0	49.5	9.1%
Operating	7.2	5.1	41.2%	161.0	31.2	416.0%
Exchange differences	2.3	12.1	-81.0%	28.0	27.3	2.6%
Financial Income	26.9	26.6	1.1%	243.0	108.0	125.0%
Net Financial Result	-20.4	1.7	-1300.0%	101.1	22.7	345.4%

NON-RECURRING EVENT

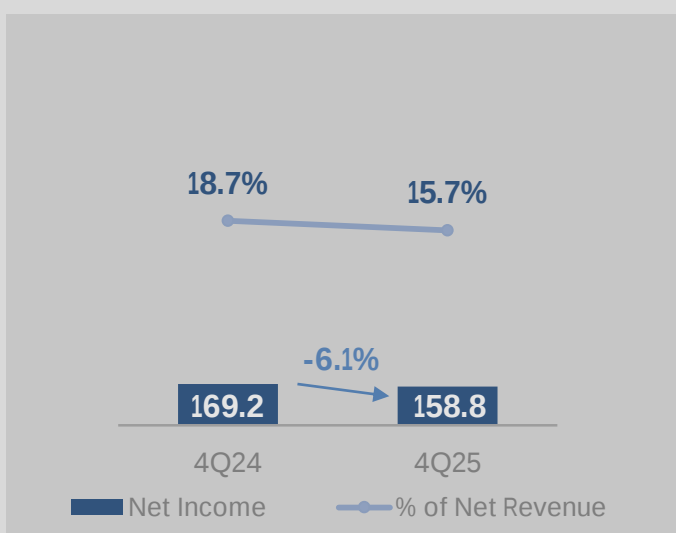
R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. % 4Q25/4Q24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Net Financial Result	-20.4	1.7	-1,300.0%	101.1	22.7	345.4%
(+) Amount of Adjustment on PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries	-	-	N/A	-127.9	-15.4	730.5%
Recurring Net Financial Result	-20.4	1.7	-1,300.0%	-26.8	7.3	-467.1%



NET INCOME AND NET MARGIN

In 4Q25, the Company recorded net income of R\$ 158.8 million, representing a decrease of 6.1% compared to the same period of the previous year, when net income totaled R\$ 169.2 million. Net margin for the quarter reached 15.7%, down 3.0 percentage points compared to the 18.7% reported in 4Q24.

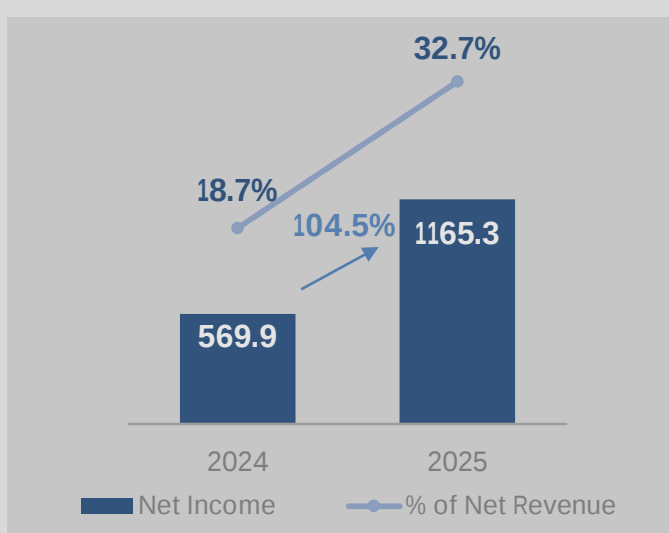
The decline in net income in 4Q25, both in nominal and relative terms, was primarily driven by higher financial expenses, reflecting the Company's new leverage profile, as well as higher income tax and social contribution expenses.



Together, these factors represented a negative variation of R\$ 34.2 million compared to the result recorded in 4Q24.

Even in light of these unfavorable factors in 4Q25, Vulcabras delivered another quarter of robust net income. Strong sales performance, combined with greater dilution of operating expenses, helped offset pressure on gross margin and mitigate the negative impacts from financial results and the higher tax burden.

For the full year, net income reached R\$ 1,165.3 million, representing growth of 104.5% compared to the result recorded in the same period of 2024. Net margin increased by 14.0 percentage points year over year, rising from 18.7% in 2024 to 32.7% in 2025.



It is important to highlight that in 2025 net income was positively impacted by R\$ 592.4 million due to the recognition of PIS/COFINS tax credits recorded by subsidiaries, as well as the recognition of deferred IRPJ and CSLL related to tax loss carryforwards, negative social contribution bases, and temporary differences.



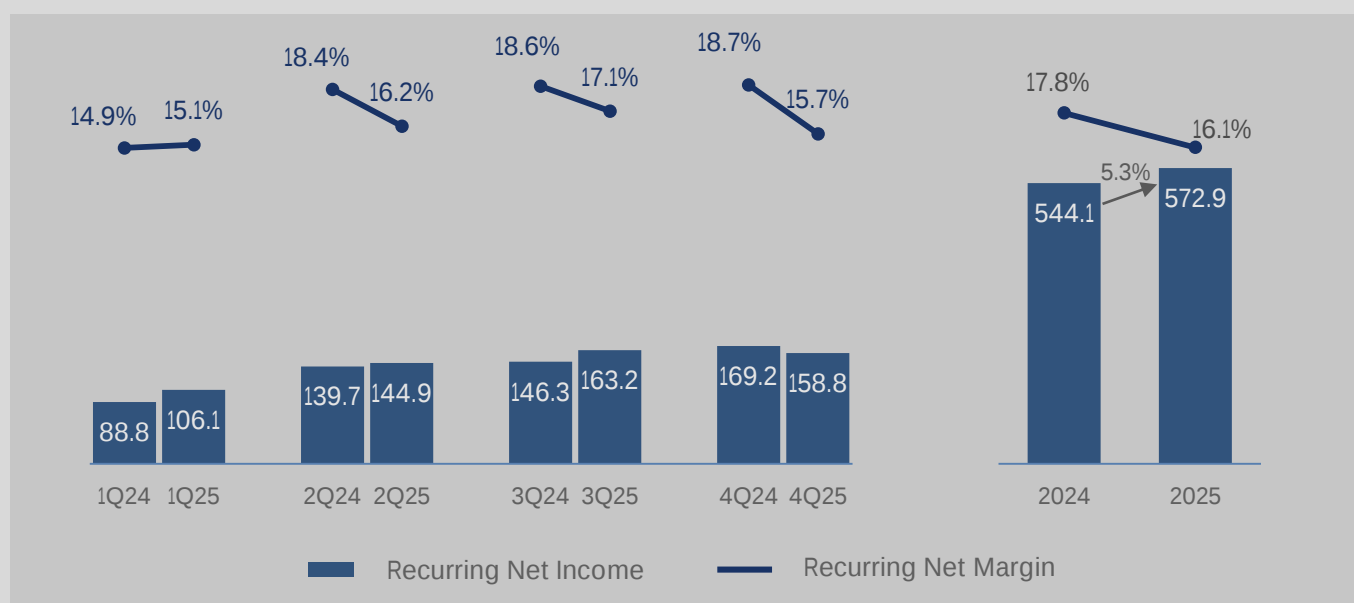
NET INCOME AND NET MARGIN

To facilitate a clearer understanding, we present below a breakdown of the impact of non-recurring events on net income

NON-RECURRING EVENT

R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. % 4Q25/4Q24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Net Income	158.8	169.2	-6.1%	1,165.3	569.9	104.5%
(+) Principal Amount of PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries PIS/COFINS on other revenues	0.0	0.0	N/A	-130.2	-11.2	1062.5%
(+) Interest on PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries	0.0	0.0	N/A	-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	0.0	0.0	N/A	22.5	0.8	2712.5%
(-) Income tax (IRPJ) and social contribution (CSLL) related to deferred taxes on tax losses, negative social contribution bases, and temporary differences	0.0	0.0	N/A	-366.1	0.0	N/A
Total Impact of Non-Recurring Effects on Net Income	0.0	0.0	N/A	-592.4	-25.8	2196.1%
Recurring Net Income	158.8	169.2	-6.1%	572.9	544.1	5.3%
Recurring Net Margin	15.7%	18.7%	-3.0 p.p.	16.1%	17.8%	-1.7 p.p.

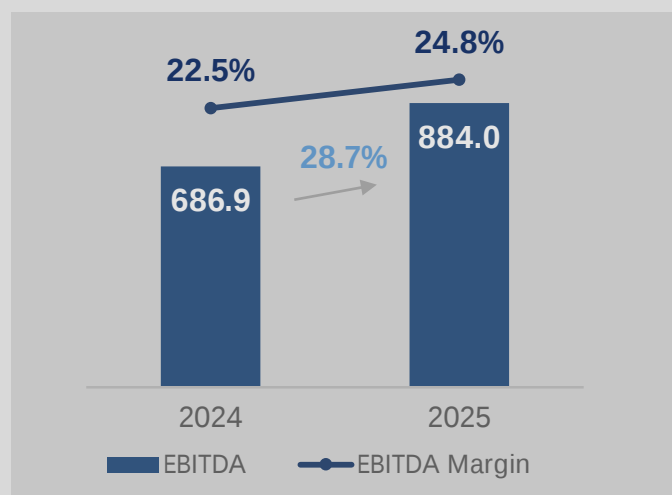
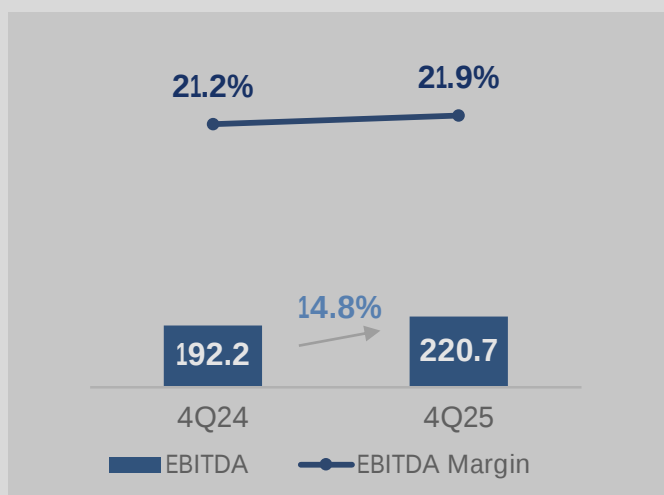
When considering recurring net income, growth in 2025 was 5.3%, reaching R\$ 572.9 million, with a net margin of 16.1%, 1.7 percentage points lower than in the same period of the previous year.





EBITDA AND EBITDA MARGIN

In 4Q25, the Company's EBITDA totaled R\$ 220.7 million, representing growth of 14.8% compared to the R\$ 192.2 million recorded in the same period of 2024. The EBITDA margin increased by 0.7 percentage points, rising from 21.2% in 4Q24 to 21.9% in 4Q25.



For the full year, EBITDA totaled R\$ 884.0 million, representing growth of 28.7% compared to the same period of 2024. The EBITDA margin increased by 2.3 percentage points year over year, rising from 22.5% in 2024 to 24.8% in 2025.

It is important to highlight that in 2025 EBITDA was positively impacted by R\$ 120.9 million due to the recognition of PIS/COFINS tax credits recorded by subsidiaries, corresponding to a 3.4 percentage point impact on EBITDA margin.

Excluding non-recurring events recorded in 2025, recurring EBITDA would have totaled R\$ 763.1 million, 13.0% higher than the R\$ 675.6 million reported in the same period of 2024. Recurring EBITDA margin for the year reached 21.4%, reflecting a reduction of 0.8 percentage points compared to the 22.2% recorded in 4Q24.

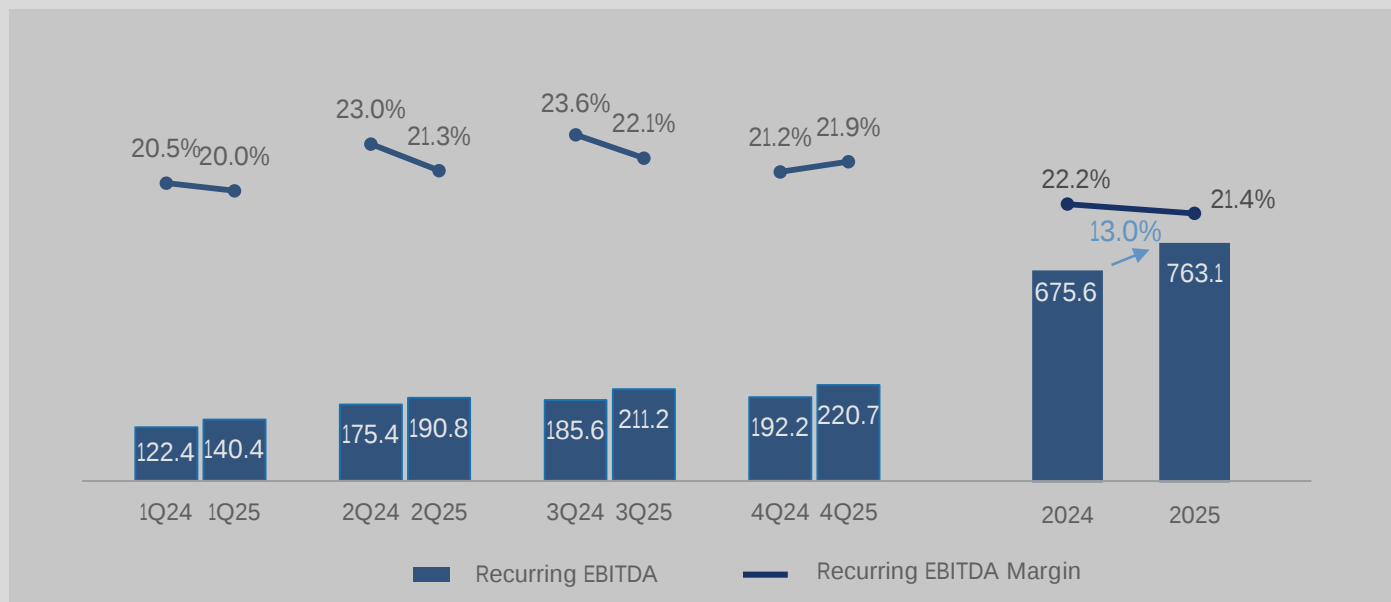
To facilitate a clearer understanding, we present below a breakdown of the impact of non-recurring events on EBITDA.

NON-RECURRING EVENT

R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. % 4Q25/4Q24	2025	2024	Var. % 2025/2024
EBITDA	220.7	192.2	14.8%	884.0	686.8	28.7%
(+) Principal Amount of PIS/COFINS tax credits recognized by Subsidiaries PIS/COFINS on other revenues	0.0	0.0	N/A	-130.2	-11.2	1062,5%
(-) 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	0.0	0.0	N/A	-120.9	-11.2	979.5%
Recurring EBITDA	220.7	192.2	14.8%	763.1	675.6	13,0%
Recurring EBITDA Margin	21.9%	21.2%	0.7 p.p.	21.4%	22.2%	-0.8 p.p.



EBITDA AND EBITDA MARGIN





ROIC – RETURN ON INVESTED CAPITAL

Annualized Return on Invested Capital (ROIC²) reached 39.9% in 4Q25 LTM, corresponding to the last twelve months ended December 31, 2025, representing an increase of 13.8 percentage points compared to the 26.1% recorded as of December 31, 2024.

ROIC	2022	2023	2024	2025
Net Income for the period (LTM)	469.9	494.9	569.9	1,165.3
(+) Net Financial Income (LTM)	(41.3)	4.8	(22.6)	(101.1)
NOPAT	428.6	499.7	547.3	1,064.2
Invested Capital				
Loans, Financing and Debentures	417.0	437.8	336.9	976.3
(-) Cash and cash equivalents	(197.2)	(361.0)	(307.7)	(204.0)
(-) Financial Investments	(8.9)	(13.4)	(6.6)	(2.9)
(+) Related Parties	18.4	–	–	–
(+) Equity	1,711.8	1,995.3	2,110.3	2,427.3
Total Invested Capital	1,941.1	2,058.7	2,132.9	3,196.7
Average invested capital for the period¹	1,776.0	1,999.9	2,095.8	2,664.9
Annualized ROIC (2)	24.1%	25.0%	26.1%	39.9%

Annualized Adjusted Return on Invested Capital (Adjusted ROIC³) reached 44.2% in 4Q25 LTM, corresponding to the last twelve months ended December 31, 2025, representing an increase of 14.7 percentage points compared to the 29.5% recorded as of December 31, 2024.

ADJUSTED ROIC	2022	2023	2024	2025
Net Income for the period (LTM)	469.9	494.9	569.9	1,165.3
(+) Net Financial Income (LTM)	(41.3)	4.8	(22.6)	(101.1)
(-) Equity Results (LTM)	(5.3)	(7.9)	(6.1)	(3.8)
NOPAT (Adjusted)	423.3	491.8	541.2	1,060.4
Invested Capital				
Loans, Financing and Debentures	417.0	437.8	336.9	976.3
(-) Cash and cash equivalents	(197.2)	(361.0)	(307.7)	(204.0)
(-) 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)	(72.1)
(+) Equity	1,711.8	1,995.3	2,110.3	2,427.3
Total Adjusted Invested Capital	1,667.2	1,797.6	1,870.4	2,926.4
Average adjusted invested capital for the period¹	1,505.3	1,732.4	1,834.0	2,398.4
Adjusted Annualized ROIC³	28.1%	28.4%	29.5%	44.2%

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 4Q25, the Company invested a total of R\$ 63.7 million in property, plant and equipment and intangible assets, representing a 9.0% decrease compared to the same period of 2024.

Although capex investments in 4Q25 declined compared to 4Q24, with a lower volume allocated to machinery, equipment and molds, this movement was mainly driven by differences in the seasonality of investment allocation between the periods.

In 2025, disbursements were more concentrated between April and September, when the Company pursued an accelerated expansion of installed capacity, increasing its manufacturing footprint and hiring labor at a faster pace. In contrast, in 2024 investments were distributed more evenly throughout the year.

In 2025, capex investments totaled R\$ 242.3 million, representing a 19.2% increase compared to the amount invested in 2024.

ADDITIONS TO FIXED ASSETS AND INTANGIBLES

R\$ Million	4Q25	4Q24	Var. % 4Q25/4Q24	2025	2024	Var. % 2025/2024
Molds	10.9	17.6	-38.1%	41.9	49.3	-15.0%
Machinery and equipment	32.9	39.1	-15.9%	125.0	93.5	33.7%
Industrial facilities	3.7	3.6	2.8%	19.6	12.6	55.6%
Others	14.6	11.7	24.8%	47.4	40.8	16.2%
Property, plant and equipment	62.1	72.0	-13.8%	233.9	196.2	19.2%
Software	1.6	2.0	-20.0%	8.4	7.1	18.3%
Intangible assets	1.6	2.0	-20.0%	8.4	7.1	18.3%
Total	63.7	70.0	-9.0%	242.3	203.3	19.2%

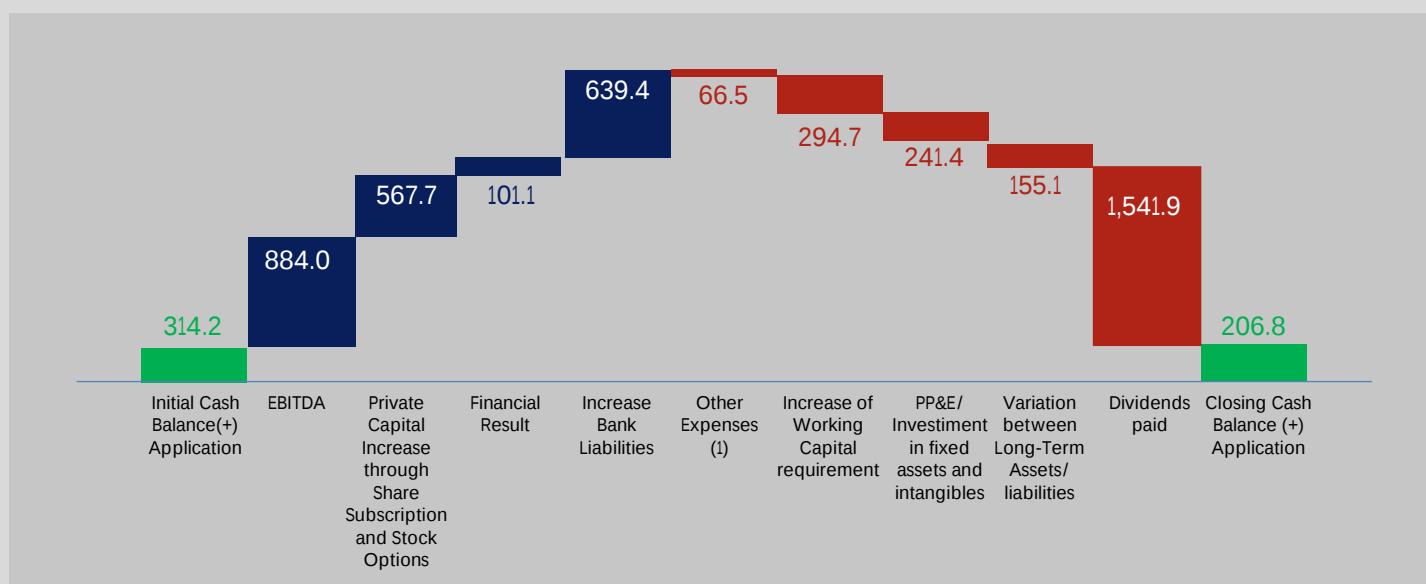


OPERATING CASH GENERATION

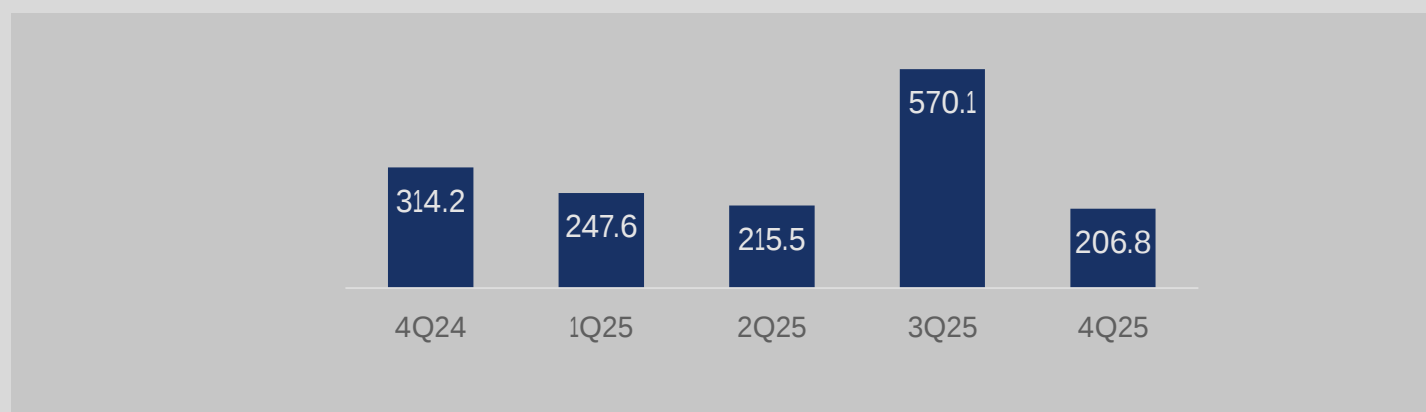
Cash variation in 2025 totaled R\$ 107.4 million and was mainly driven by the following events:

- EBITDA of R\$ 884.0 million;
- Capital increase through the exercise of the Private Subscription of Shares and the execution of the Stock Option plan, totaling R\$ 567.7 million;
- Gain in financial results of R\$ 101.1 million;
- Increase in bank liabilities of R\$ 639.4 million;
- Increase in working capital requirements of R\$ 294.7 million;
- Investments in property, plant and equipment and intangible assets of R\$ 241.4 million;
- Variation between non-current assets and liabilities of R\$ 155.1 million;
- Dividends paid totaling R\$ 1,541.9 million.

CASH FLOW 2025



CASH FLOW - CASH



(1) Other Expenses: Income Tax and Social Contribution + Stock Option + Payment of finance lease liabilities.



NET DEBT

As of December 31, 2025, the Company reported net debt of R\$ 769.4 million, an increase of R\$ 747.8 million compared to the net debt of R\$ 22.6 million recorded as of December 31, 2024.

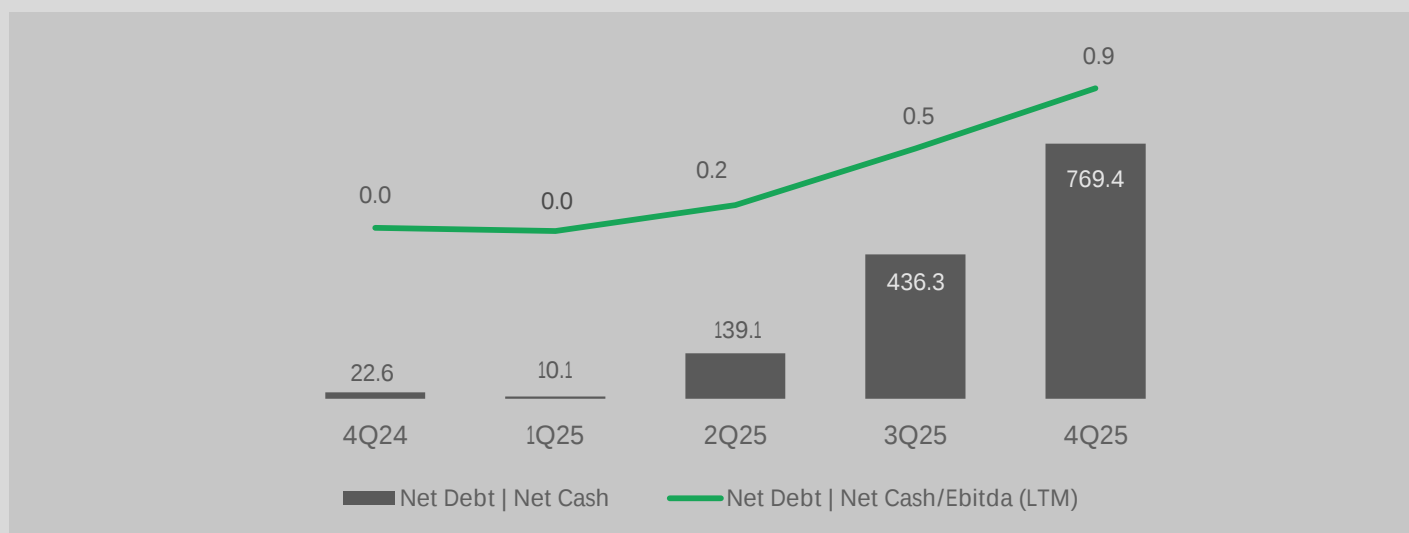
The increase in net indebtedness was primarily driven by the R\$ 500 million debenture issuance carried out in July 2025,

reflecting higher working capital requirements, accelerated capital expenditures (Capex), and the robust dividend distribution.

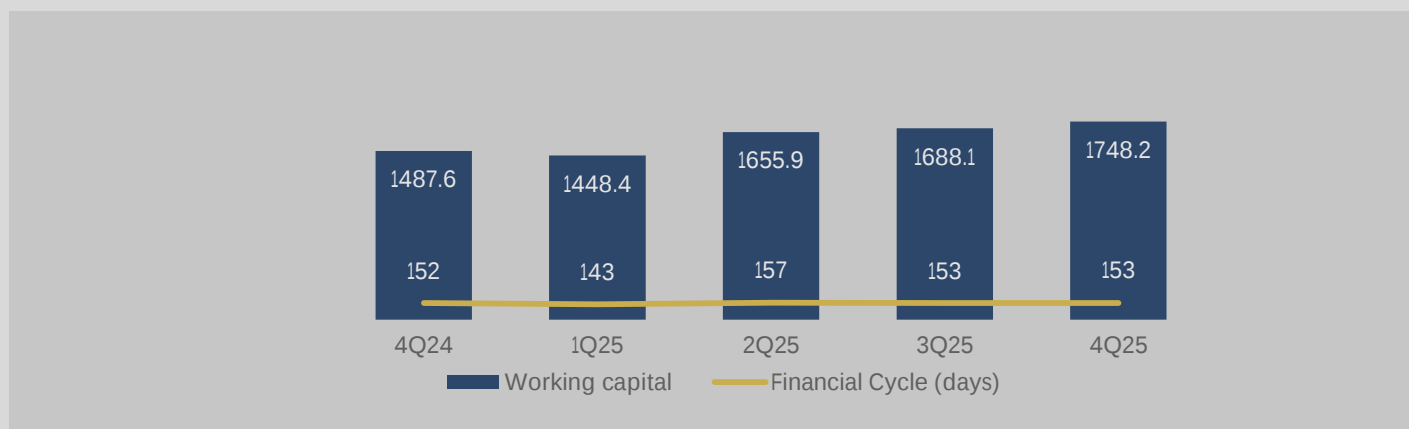
NET DEBT

R\$ Million	12/31/2023	12/31/2024	12/31/2025	Var. % 12/31/2025 vs 12/31/2024
Loans, Financing and Debentures	437.8	336.9	976.3	189.8%
Cash and cash equivalents	-361.0	-307.7	-204.0	-33.7%
Financial investments	-13.4	-6.6	-2.9	-56.1%
Net Debt	63.4	22.6	769.4	3,304.4%

EVOLUTION OF NET DEBT AND LEVERAGE



WORKING CAPITAL AND FINANCIAL CYCLE (EX-DIVIDENDS)





CAPITAL MARKET

DIVIDENDS

Throughout 4Q25, the Company carried out the advance distribution of R\$ 936.9 million in dividends, of which R\$ 917.6 million referred to 2025 earnings and R\$ 19.3 million related to the balance of statutory reserves from prior years.

This significant distribution executed in the fourth quarter followed the approval of tax changes, effective as of January 2026, which introduced taxation on dividends paid. In light of this new scenario, the Company sought to optimize capital allocation, balancing shareholder returns with the preservation

of a sound capital structure, maintaining leverage levels compatible with a high interest rate environment and avoiding risks that could compromise the solidity of its operations.

In 2025, the Company distributed a total of R\$ 1,541.9 million in dividends, reinforcing its commitment to prioritizing shareholder returns while not exposing the Company to excessive risk.

RETURN TO SHAREHOLDERS

Type	Accrual	Total Amount	Amount paid per Share	Base date for distribution	Payment Date
Interim Dividends	2024	245.1	1.000	1/25/2024	2/8/2024
Interim Dividends	2023	204.2	0.750	3/13/2024	3/25/2024
Interim Dividends	2024	122.6	0.500	1/25/2024	4/17/2024
Interim Dividends	2024	41.1	0.150	5/15/2024	5/29/2024
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	8/12/2024	8/23/2024
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	8/19/2024	9/2/2024
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	9/19/2024	10/1/2024
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	10/17/2024	11/1/2024
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	11/18/2024	12/2/2024
Total Dividends 2024		783.0			
Interim Dividends	2024	33.8	0.125	12/16/2024	1/2/2025
Interim Dividends	2024	33.8	0.125	1/21/2025	2/3/2025
Interim Dividends	2024	33.8	0.125	2/17/2025	3/6/2025
Interim Dividends	2024	33.8	0.125	3/18/2025	4/1/2025
Interim Dividends	2025	33.8	0.125	4/17/2025	5/2/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	5/20/2025	6/2/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	6/18/2025	7/1/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	7/17/2025	8/1/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	8/18/2025	9/1/2025
Interim Dividends	2025	300.0	1.104	9/8/2025	9/22/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	9/17/2025	10/1/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	10/20/2025	11/3/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	11/17/2025	12/1/2025
Interim Dividends	2025	578.4	2.130	11/4/2025	12/15/2025
Interim Dividends	2025	19.3	0.070	11/4/2025	12/15/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	12/15/2025	12/29/2025
Interim Dividends	2025	203.2	0.650	12/22/2025	12/30/2025
Total Dividends 2025		1,541.9			



CAPITAL MARKET

SHARE BUYBACK PROGRAM

Since May 2022, the Company has maintained a Share Repurchase Program aimed at optimizing capital allocation and generating 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 through September 2026.

During 4Q25, the Company did not execute any share repurchases. As of December 31, 2025, the total number

of shares repurchased during 2025 amounted to 762.2 thousand shares, and the total balance held in treasury was 3,869.2 thousand shares.

The share repurchase program is a capital allocation strategy designed to enhance shareholder value and reflects the Company's confidence in its future performance.

Type	Balance 12/31/2023	Balance 12/31/2024	Balance 12/31/2025
Treasury Shares Quantity	766.2	3,107.0	3,869.2
Treasury Shares BRL	10.0	45.4	56.9





SUSTAINABILITY AND POSITIVE IMPACT

In the fourth quarter of 2025, Vulcabras continued to strengthen its commitment to social and environmental responsibility through initiatives that connect product, purpose and value creation for society.

Among the highlights of the period was the Pink October campaign, carried out through Olympikus, with the launch of a special edition of the Corre 4 Pink October. As in previous editions, part of the profit generated from sales of the model was fully donated to Santa Casa de Porto Alegre, a nationally recognized institution in the treatment and prevention of breast cancer, directly contributing to the strengthening of the healthcare network and to awareness and care initiatives.

Also in 4Q25, Vulcabras expanded its social development efforts through sport with the launch of the Corre 4 Special Edition Vanderlei Cordeiro de Lima, an initiative that connects sporting legacy and social transformation. Part of the profit generated from sales of the model was allocated to the Vanderlei Cordeiro de Lima Institute, enabling the structuring of a project focused on the development of new athletes in Brazil.

On the social impact front, the Company also strengthened its engagement in education and employability through its support of Instituto Caldeira and the Geração Caldeira project, an initiative aimed at preparing young people for the new economy. In 2025, through Olympikus, Vulcabras donated footwear to students participating in the program, contributing to well being, inclusion and encouraging the practice of sports.

Complementing its social impact and solidarity initiatives, Vulcabras supported the Claudia Bartelle & Friends Charity Bazaar, an initiative that mobilizes partners, brands and civil society in support of relevant social causes. In 2025, the bazaar featured the donation of more than 2,000 pairs of Olympikus Corre Max sneakers, developed in an exclusive edition for the initiative, with all proceeds fully allocated to Casa

Madre Ana, an institution that supports patients and families undergoing medical treatment.

In total, more than R\$ 500,000 was invested in social projects, reinforcing the strategy of Vulcabras and its brands to integrate sustainability into its business model and expand the positive impact generated through sport

HUMAN RESOURCES

Compliance with the equity provisions set forth in Law No. 15,177/25

The Company hereby clarifies that the information required under Law No. 15,177/25 will be disclosed in the Management Proposal to be made available to shareholders on the date of the call notice of the Annual and Extraordinary General Meeting, pursuant to Article 133 of Law No. 6,404/76.



BRAND MANAGEMENT

In the fourth quarter of 2025, Vulcabras further strengthened the presence of its brands in the Brazilian market through initiatives that reinforced the positioning and differentiation of Olympikus, Mizuno and Under Armour within their respective territories. Supported by a complementary portfolio and focused execution, the Company continued to advance its brand-building strategy, combining relevant product launches, immersive experiences, presence at key races and authentic connections with sports communities across different regions of the country.

Olympikus reaffirmed its leadership in the running segment with an intense agenda of proprietary races, brand activations and new product launches. These initiatives are part of the celebrations marking the brand's 50th anniversary, under the commitment to run across Brazil from north to south alongside the running community. Mizuno highlighted the quarter with the launch of the Neo Line, a global technology project developed between Brazil and Japan. Under Armour, in turn, advanced its strategy of connecting with new audiences through activations focused on Generation Z.

The quarter reinforces Vulcabras' commitment to strong brand management, guided by innovation, active consumer listening and a disciplined commercial strategy.





CLOSER TO THE COMMUNITY

Olympikus closed 2025 by further strengthening its presence in the running universe through an intense agenda of launches, proprietary races, collaborations, activations and national recognition, reaffirming the commitment made in celebration of the brand's 50th anniversary: to stand alongside those who are already part of the community and those who are just joining it.

Throughout the quarter, the brand promoted more than 15 events across all regions of Brazil, connecting directly with runners of different profiles and backgrounds. From exclusive races such as Pink for Life in Brasília and Corrida por uma Causa in Fortaleza to regional training sessions in Santarém, Porto Alegre and Curitiba, Olympikus reinforced its local presence through initiatives that celebrate diversity, belonging and its purpose of democratizing access to sport.

The quarter also featured another edition of the Bota Pra Correr festival, this time held in Cumbuco, Ceará. With routes across trails, dunes and the coastline, the experience reinforced Olympikus' proposal of celebrating Brazilian landscapes and culture through sport.

In total, during the year of its 50th anniversary celebrations, Olympikus sponsored 38 running races in 2025, spanning 26 cities across the five regions of the country. More than 150 thousand people ran with the brand in 2025, totaling over 1,200 kilometers of race courses.

Closing the year, the brand achieved two important recognitions: Corre 4 was the most searched running shoe on Google in 2025, ranking among the 50 most clicked products in the country, and Olympikus was elected, for the third consecutive year, as the most used brand by Brazilian runners according to Strava's annual report.

These initiatives reaffirm Olympikus' objective of democratizing access to running, valuing local culture and remaining ever closer to the community that builds Brazilian sport every day.



GLOBAL TECHNOLOGY, LOCAL PERFORMANCE AND CULTURAL LEGACY

The fourth quarter marked one of the most significant moments of the year for Mizuno with the launch of the Neo Line, the result of a collaborative effort between Brazil and Japan. The new line expands the brand's running portfolio, broadening access to performance technology and repositioning Mizuno across new price tiers, offering distinct benefits for different runner profiles.

On the international stage, the brand was present at the 50th Amsterdam Marathon, one of the most traditional races on the global calendar, sponsored by Mizuno Global. In partnership with Strava, Mizuno Brazil took six Brazilian athletes to the competition, including Thalya Hillebrant, who secured second place in the half marathon. The athletes tested prototypes from the new high performance line, scheduled for launch in early 2026, reinforcing the brand's commitment to innovation and performance at a global level.

In the Sportstyle segment, Mizuno celebrated in December the legacy of the Wave Prophecy 15, a silhouette that transcends sport and has established itself as a cultural icon in Brazil. The launch campaign featured a photo shoot by Marcos Vinicius and highlighted the stories of 15 creatives who represent the street culture and lifestyle connected to the Prophecy. The initiative paid tribute to the community that transformed the model into a reference in the national streetwear scene.

Through initiatives that connect technology, sport and culture, Mizuno reinforces its strategy as a global brand with a Brazilian soul, strengthening its presence across the pillars of performance, lifestyle and urban identity.



CONNECTION WITH THE NEW GENERATION AND EXPANSION IN SPORTS LIFESTYLE

In the fourth quarter, Under Armour advanced its positioning strategy in Brazil, focusing on strengthening its connection with Generation Z and expanding its presence in the sports lifestyle segment.

In October, the brand hosted SUAR, an event dedicated to the basketball community and content creation with young athletes and influencers. The experience featured an exclusive training session led by Brandon Payne, personal coach to Stephen Curry, one of the leading names in global basketball.

In December, Under Armour launched the UA Echo in Brazil, marking a new chapter for the brand in the lifestyle category. The campaign was driven by content creators who developed visual experiences and narratives aligned with the Echo's urban and creative proposition.

Through initiatives that blend performance, culture and behavior, Under Armour continues to strengthen its presence in Brazil, reinforcing its positioning as a global brand with a strategic local approach aligned with new generations.





ATTACHMENTS

BALANCE SHEET

BALANCE SHEET (CONSOLIDATED)

In thousands of Reais

ASSETS	12/31/2025	12/31/2024	LIABILITIES	12/31/2025	12/31/2024
Cash and cash equivalents	203,970	307,660	Suppliers	90,359	94,950
Accounts receivable from customers	1,078,083	988,310	Loans and financing	300,568	200,209
Inventories	834,911	648,390	Debentures	31,358	0
Recoverable taxes	173,243	111,933	Lease liability	9,769	7,855
Income tax and social contribution	40,632	31,161	Taxes payable	72,157	55,356
Other accounts receivable	48,038	40,304	Salaries and vacation payable	87,765	67,942
			Provisions	3,192	2,792
			Commissions payable	38,886	38,039
			Dividends payable	835	136,141
			Other accounts payable	93,243	65,596
CURRENT ASSETS	2,378,877	2,127,758	CURRENT LIABILITIES	728,132	668,880
Financial investments	2,877	6,567	Loans and financing	146,458	136,643
Accounts receivable from customers	2,879	3,754	Debentures	497,885	0
Recoverable taxes	156,824	15,496	Lease liability	28,661	22,433
Deferred income tax and social contribution	374,549	7,263	Provisions	47,741	51,243
Judicial deposits	9,102	11,305	Income tax and social contribution	1,913	1,992
Goods intended for sale	194	194	Other accounts payable	861	1,778
Other accounts receivable	1,439	1,447			
LONG-TERM ASSETS	547,864	46,026	NON-CURRENT LIABILITIES	723,519	214,089
Investments	72,073	64,320			
Investment property	0	1			
Right to use	33,227	25,982			
Property, plant and equipment (PP&E)	629,916	516,489			
Intangible assets	217,039	212,732			
	952,255	819,524			
			SHAREHOLDERS' EQUITY		
			Capital	1,575,196	1,273,553
			Capital Reserves	640,224	287,701
			Revaluation reserves	3,713	3,866
			Equity valuation adjustments	27,812	31,225
			Profit reserve	180,060	513,631
			Shareholders' equity attributable to controllers	2,427,005	2,109,976
			Non-Controlling interests	340	363
NON-CURRENT ASSETS	1,500,119	865,550	TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	2,427,345	2,110,339
TOTAL ASSETS	3,878,996	2,993,308	TOTAL LIABILITIES	1,451,651	882,969
			TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	3,878,996	2,993,308

The accompanying notes are an integral part of these financial statements



ATTACHMENTS

INCOME STATEMENT

INCOME STATEMENT (CONSOLIDATED)	4Q25	4Q24	VAR (%)	2025	2024	VAR (%)
In thousands of Reais						
Net Revenue	1,008,606	905,719	11.4%	3,560,287	3,048,578	16.8%
Cost of sales	-590,720	-528,779	11.7%	-2,099,263	-1,770,187	18.6%
Gross Profit	417,886	376,940	10.9%	1,461,024	1,278,391	14.3%
Margem Bruta	41.4%	41.6%	-0.2 p.p.	41.0%	41.9%	-0.9 p.p.
Sales Expenses	-175,076	-163,875	6.8%	-634,200	-552,412	14.8%
Expected losses for bad debts	-1,278	-3,282	-61.1%	-1,362	-5,577	-75.6%
General and Administrative Expenses	-59,774	-53,374	12.0%	-216,654	-177,783	21.9%
Other net Operating income (Expenses)	3,676	6,747	-45.5%	140,486	31,731	342.7%
Equity in net income of subsidiaries	1,567	80	1858.8%	3,782	6,139	-38.4%
Net Income before net financial income and taxes	187,001	163,236	14.6%	753,076	580,489	29.7%
Financial income	26,935	26,667	1.0%	243,009	107,987	125.0%
Financial Expenses	-47,341	-24,947	89.8%	-141,941	-85,345	66.3%
Net financial Income	-20,406	1,720	-1286.4%	101,068	22,642	346.4%
Net Income before taxes	166,595	164,956	1.0%	854,144	603,131	41.6%
Deferred income tax and social contribution	-7,775	4,264	-282.3%	311,190	-33,264	-1035.5%
Net Income	158,820	169,220	-6.1%	1,165,334	569,867	104.5%
Net Income Margin	15.7%	18.7%	-3.0 p.p.	32.7%	18.7%	14.0 p.p.
Income (loss) attributable to:						
Controlling Shareholders	158,794	169,199		1,165,321	569,873	
Non-Controlling Shareholders	26	21		13	-6	
Net Income	158,820	169,220		1,165,334	569,867	
Earnings (loss) per share						
Earnings per common share - basic	0.5815	0.6271		4.2677	2.1122	
Earnings per common share - diluted	0.5798	0.6254		4.2547	2.1063	
Number of shares at end of the year						
Outstanding common shares	273,056,505	269,800,334		273,056,505	269,800,334	
Outstanding common shares	273,893,619	270,562,926		273,893,619	270,562,926	

The accompanying notes are an integral part of these financial statements.



ATTACHMENTS

CASH FLOW STATEMENT

Cash Flow Statement (Indirect Method)	2025	2024
In Thousand of Reais		
Cash Flow Operating activities		
Net Income for the period	1,165,334	569,867
Adjustments for:		
Depreciation and amortization	130,952	106,277
Provision (reversal) for impairment losses on inventories	6,642	42,919
Interest on provisioned leases	10,605	1,841
Interest on provisioned debentures	31,949	0
Amortization of transaction costs on debentures	295	0
Net value of written off tangible and intangible assets	4,495	11,857
Income from financial investments	-374	-6,150
Provision for contingency	14,338	26,055
Equity in net income of subsidiaries	-3,782	-6,139
Transaction with share-based payments	5,588	2,195
Provision (Reversal) for expected losses for doubtful debt	1,362	5,577
Financials charges and exchange variation recognized in profit or loss	44,283	37,368
Current and deferred income tax and social contribution	-311,190	33,264
Non-Controlling interest	-13	6
Gain or loss on lease termination	0	-459
Recovery of PIS and COFINS on ICMS	-284,231	-32,592
Adjusted Income for the period	816,253	791,886
Change in assets and liabilities		
Account Receivable	-96,344	-154,730
Inventories	-193,163	-107,775
Recoverable taxes	72,122	79,459
Other accounts receivable	-7,726	-484
Judicial deposits	12,020	-3,222
Suppliers	-3,503	7,971
Commissions payable	847	9,800
Taxes to collect	4,700	4,331
Salaries and vacations payable	19,823	11,872
Other accounts payable	26,707	6,008
Provisions	-27,257	-8,142
Changes in assets and liabilities	-191,774	-154,912
Cash provided by (used in) operating activities	624,479	636,974
Interest paid	-35,830	-50,567
Payment of lease interest	-5,232	-2,136
Taxes paid on profit	-41,824	-19,765
	-82,886	-72,468
Net Cash Flow provided by (used in) operating activities	541,593	564,506
Cash flow from investing activities		
Acquisitions of property, plant and equipment	-233,040	-195,821
Redemption (application) of financial investments	4,064	13,032



ATTACHMENTS

CASH FLOW STATEMENT

Cash Flow Statement (Indirect Method)	2025	2024
Resources from the disposal of fixed assets	625	911
Acquisition of intangible assets	-8,357	-7,156
Receipt of dividends	4,822	5,644
Net Cash Flow used in investing activities	-231,886	-183,390
Cash flow from financing activities		
Loans obtained – Principal	290,554	199,863
Debentures issued – Principal	500,000	0
Transaction Costs on debentures	-3,001	0
Payment of Loans – Principal	-199,148	-294,622
Acquisition of treasury shares	-11,537	-35,392
Dividends and interest on equity paid	-978,645	-783,020
Capital Increase	4,409	186,791
Lease liability payments	-16,317	-11,461
Share premium	0	325,000
Expenses related to share issuance	0	-21,592
Net Cash Flow used in financing activities	-413,685	-434,433
Increase (decrease) in cash and cash equivalents	-103,978	-53,317
Cash and cash equivalents at beginning of the period	307,660	361,020
Effect of Exchange Variation on cash and cash equivalents	288	-43
Cash and cash equivalents at end of the period	203,970	307,660
Increase (decrease) in cash and cash equivalents	-103,978	-53,317

The accompanying notes are an integral part of these financial statements



INSTITUTIONAL

Vulcabras has been operating in the Brazilian footwear industry for 73 years and, over this period, has consolidated its position as the largest company in the Athletic Footwear segment in the country, becoming the manager of leading brands in their respective segments: Olympikus, the national leader in running shoe sales and the brand that is democratizing high performance in Running; Under Armour, one of the world's largest sports apparel, footwear and accessories brands; and Mizuno, a performance brand that believes in the value of sport and supports the journey of everyone who gives their best, regardless of who they are, their level or their sport.

Founded in July 1952 as Companhia Industrial Brasileira de Calçados Vulcanizados S.A., in São Paulo, the Company initially manufactured leather shoes with vulcanized rubber soles, and one of its first icons was the Vulcabras 752, whose name referred to the month and year of the Company's foundation. In 1973, we began producing sports brands in Brazil and, since then, we have specialized in delivering technology in footwear to democratize sports performance.

The Company's footwear can be found in stores throughout Brazil, supported by a broad commercial team serving more than 10,000 clients nationwide and in South American countries, as well as through the brands' e-commerce platforms and own stores. More than 800 new models are designed and developed each year at the largest athletic footwear technology and development center in Latin America, located in Parobé, Rio Grande do Sul.

Products are manufactured at two modern factories located in the Northeast region of Brazil, in Horizonte, Ceará, and Itapetinga, Bahia. The Company's administrative headquarters are located in Jundiaí, São Paulo, in addition to a Distribution Center dedicated to the E-commerce Channel in Extrema, Minas Gerais. There is also a branch with a distribution center in Peru. These six units directly employ more than 23,400 people.

The Company follows a portfolio diversification strategy, constantly pursuing innovation and continuous 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 4Q25 review, fees of approximately R\$ 216.0 thousand were disbursed.

BOARD STATEMENT

In accordance with Article 25, Paragraph 1, Item 5 of CVM Instruction No. 480/09, the Board of Directors, at a meeting held on March 3, 2026, hereby declares that it has reviewed, discussed, and approved the individual and consolidated financial statements of Vulcabras S.A. for the fiscal year ended December 31, 2025, as well as the independent auditors’ report issued in connection with such financial statements.





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	Chief Operation Officer
Wagner Dantas da Silva	Chief Financial 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 Chain, Manufacturing and Human Resources Officer



VULCABRAS

