

 vulcabras.com
 vulcabras.oficial
 vulcabras

 **VULCABRAS**



SPORTECH GLOBAL

CONSTRUINDO UM PAÍS MELHOR

A PARTIR DO ESPORTE.

UM DOS MAIORES MERCADOS DE CALÇADOS DO MUNDO

Brasil é o 4º maior mercado do mundo com 801,0 milhões¹ de pares consumidos por ano

MERCADO COM FORTE POTENCIAL DE CRESCIMENTO

Brasil ocupa a 43ª posição em termos de pares por habitante com 3,8 pares².

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

Mercado de CALÇADOS ESPORTIVOS em expansão repleto de oportunidades

EXPANSÃO DO MERCADO ENDEREÇÁVEL

Apenas 30% da população brasileira pratica atividades físicas hoje³

SEGMENTO DE ESPORTES EM CONTINUA EXPANSÃO

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

EXPANSÃO DO CONSUMO LIFESTYLE ESPORTIVO

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

¹Fonte: Relatório setorial indústria de calçados | Brasil 2024

²Fonte: Relatório setorial indústria de calçados | Brasil 2023

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

⁴Fonte: Estimativa World Footwear

CORRIDA NO BRASIL

Muito além de um esporte.

Quantos brasileiros correm?



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

A corrida é o 4º esporte mais praticado no Brasil



PRATICANTES (MILHÕES)

CORRIDA É LIFESTYLE

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

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

81% Pretendem continuar correndo pelos próximos anos.

53,0 milhões de pessoas praticam corrida ou caminhada

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

PERFIL DO CORREDOR



Gênero
50% mulheres | 50% homens

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

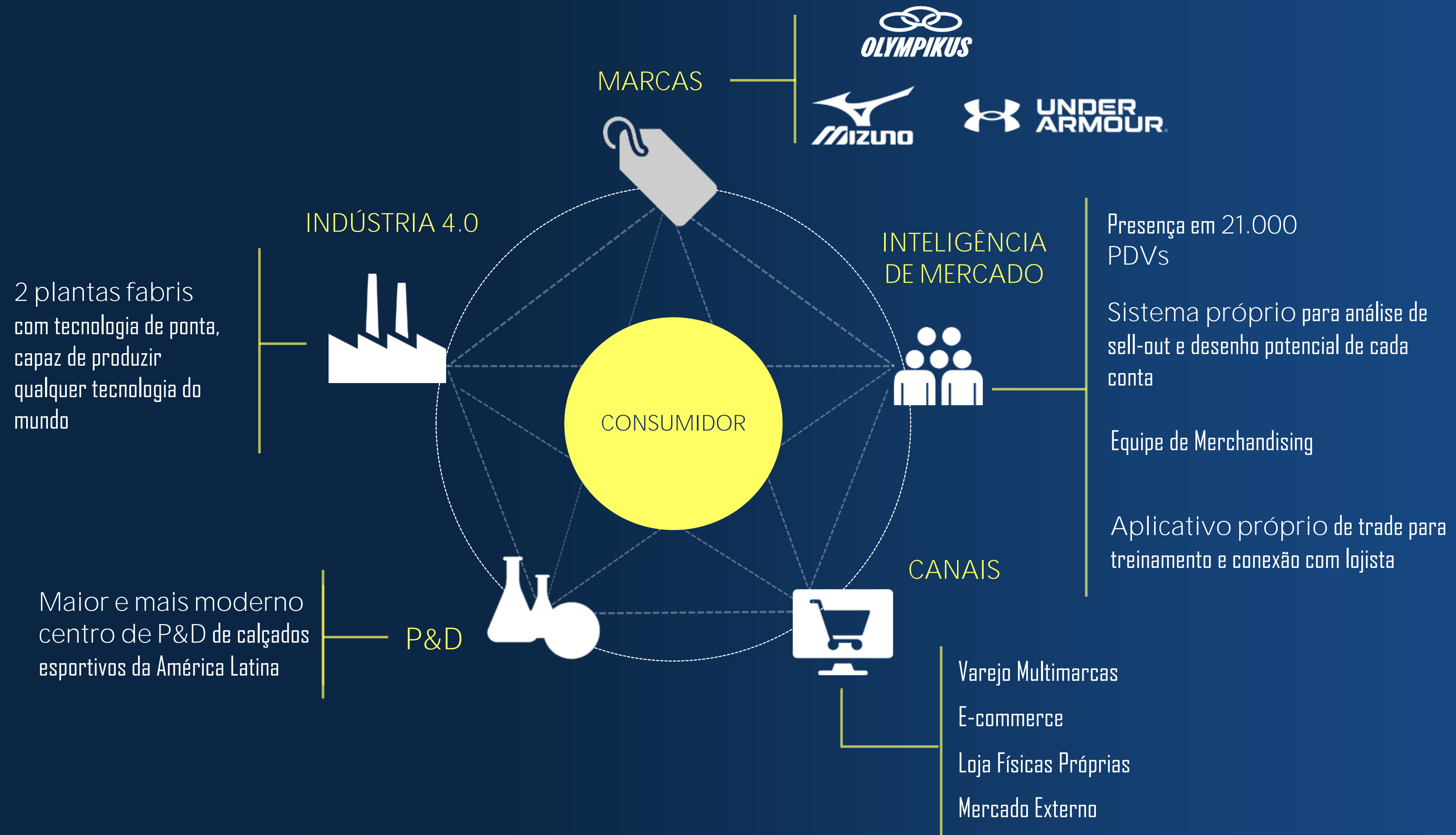
Classe social
57% classe A/B | 43% classe C

48% começaram a praticar corrida há menos de 1 ano

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



MODELO DE NEGÓCIO





PESQUISA E INOVAÇÃO

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

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

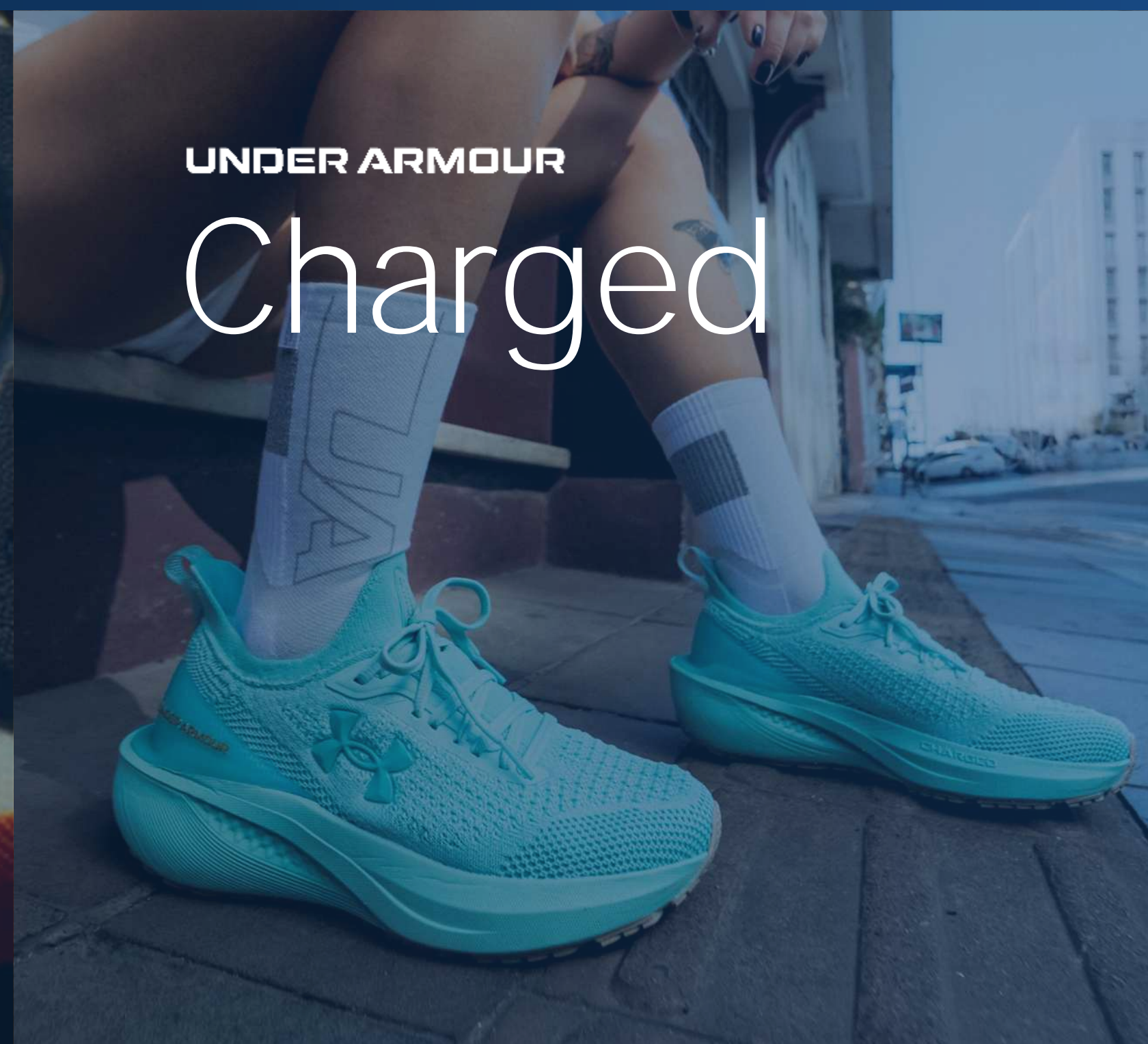
+ 700 PROFISSIONAIS
Dedicados a pesquisa e
desenvolvimento

+ 800 NOVOS MODELOS
esportivos por ano

**PLATAFORMA DE
INOVAÇÃO ABERTA**
Parceria com universidades
Colaborações internacionais

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

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



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

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

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

INDÚSTRIA 4.0 COM TECNOLOGIA DE PONTA

A garantia de agilidade no abastecimento dos pontos de venda.



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

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

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

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

MENOR TIME-TO-MARKET
comparado aos competidores
internacionais.

VERTICALIZAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

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

ESTRUTURA COMERCIAL AMPLA



ATENDIMENTO DIRETO

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

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

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

+10.000

Clientes ativos

46 ESCRITÓRIOS

de representação

326 VENDEDORES

de todas as marcas

PRESENÇA ATIVA NO PUNTO DE VENDA

Maior equipe de merchandising do mercado esportivo

21 MIL PONTOS DE VENDA suportados pela estrutura de trade

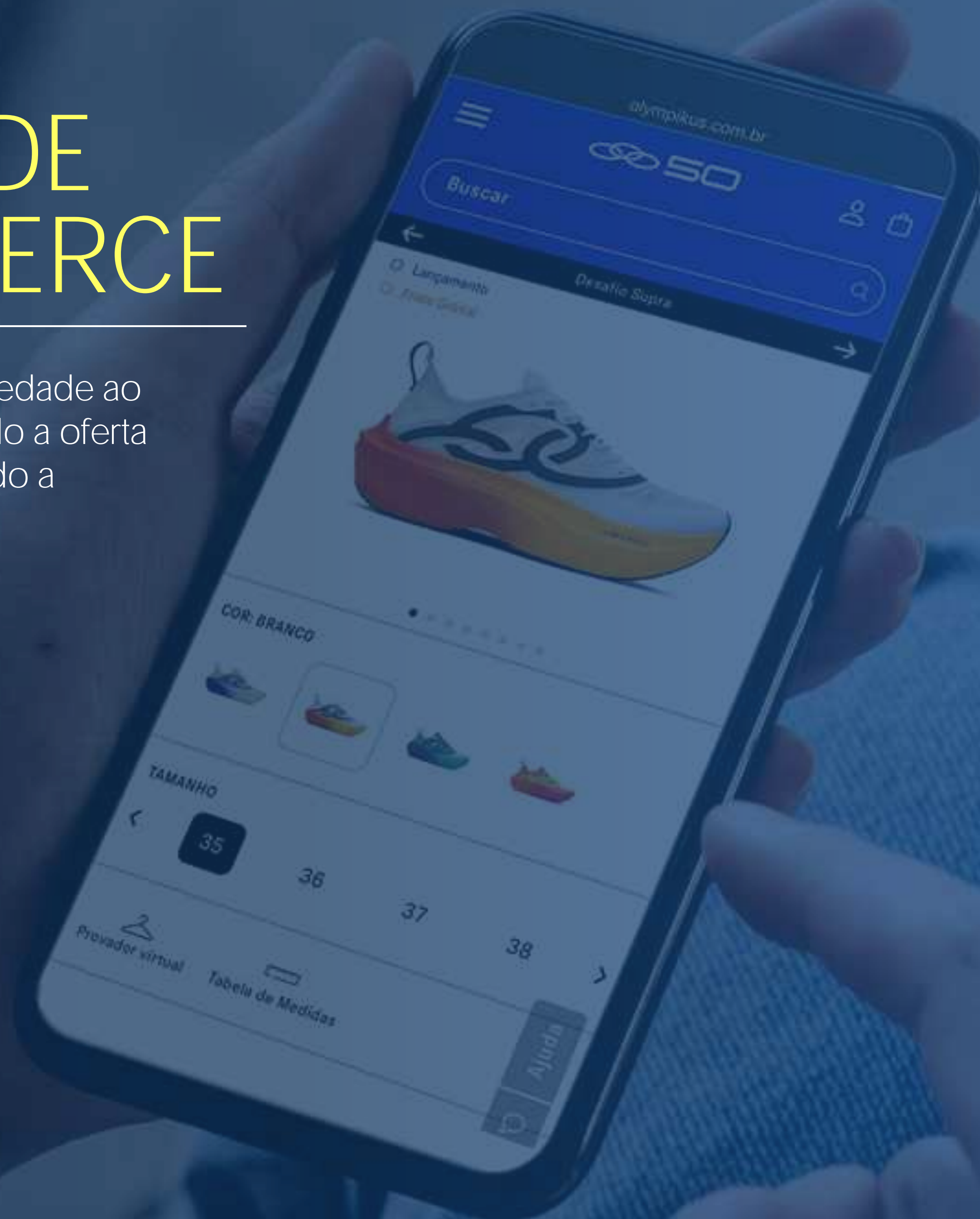
324 MIL PEÇAS de merchandising produzidas anualmente

96 MIL VENDEDORES treinados em todas as marcas

COBERTURA NACIONAL com equipe de trade com 92 promotores e merchandizers

GESTÃO DE E-COMMERCE

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



5,1% DE CRESCIMENTO na receita líquida (1T26 x 1T25)

Presença nos **13 MAIORES MARKETPLACES** do Brasil

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



CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO

Extrema/MG



+ 21.500m²

+75.000 Endereços de armazenagens

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



MARKETING

Engajamento real com quem vive o esporte

GESTÃO ESTRATÉGICA E COMPLEMENTAR DE MARCAS

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

CONEXÃO REAL

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

INOVAÇÃO ABERTA

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

AÇÕES E EVENTOS PROPRIETÁRIOS

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

MUDANÇA DE PAPEL

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



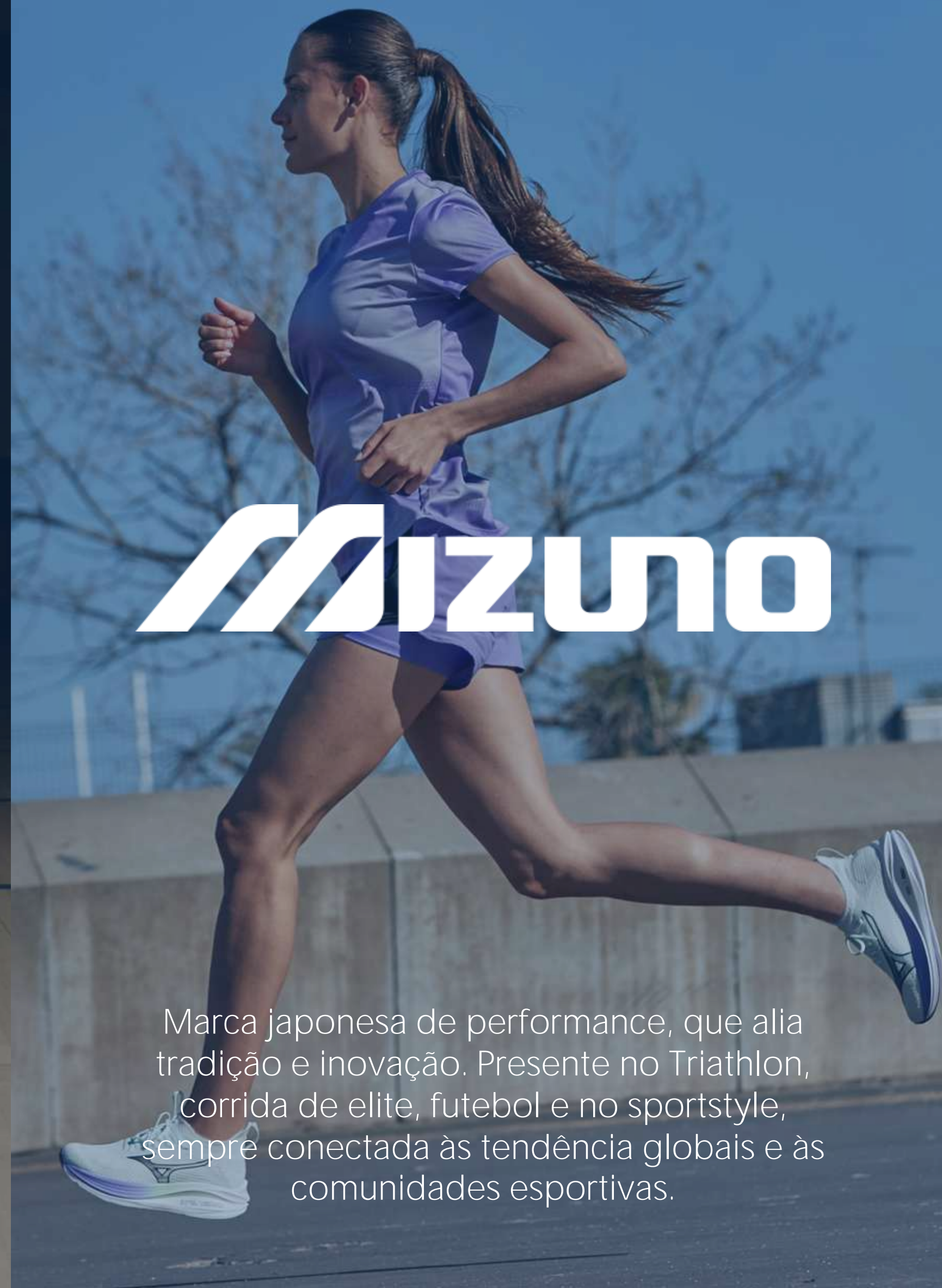
OLYMPIKUS

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



UNDER ARMOUR

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



MIZUNO

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

CASE OLYMPIKUS

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

Democratizando o esporte também na **ELITE DA CORRIDA**

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

Conquistando o **MERCADO, ATLETAS, ESPECIALISTAS E A OPINIÃO PÚBLICA**

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

6 Primeiras colocações na prova de 42km Maratona de São Paulo 2025



O DESAFIO DE CRIAR O TÊNIS DE PERFORMANCE PARA O BRASILEIRO



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

INOVAÇÃO ABERTA

Comunidade
de corrida

+

Modelo
de negócio
verticalizado

STRAVA

OLYMPIKUS CORRE

PELO 3º ANO CONSECUTIVO, O TÊNIS MAIS USADO PELOS
CORREDORES BRASILEIROS NO STRAVA, COM MAIS DE 100 PÓDIOS
NAS PRINCIPAIS MARATONAS DO PAÍS EM 2023, 2024 e 2025.

GESTÃO ESTRATÉGICA E COMPLEMENTAR DE MARCAS

Estratégia de preço para todos os perfis de consumidor



NOSSAS MARCAS



Democratizar tecnologia e ao estilo de vida esportivo



Alta performance para todos os perfis de corredores



Multicategoria focada em toda a jornada do atleta

SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

MEIO AMBIENTE

Nossas fábricas são abastecidas por **ENERGIA EÓLICA**

100% EFLUENTES TRATADOS em todas as unidades, e **66% DOS EFLUENTES REUTILIZADOS** na unidade de Horizonte (CE)

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

SOCIAL

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

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

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

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

DESTAQUES FINANCEIROS

23º TRIMESTRE CONSECUTIVO DE CRESCIMENTO (1T26)

4,3 BI

RECEITA BRUTA
1T26 LTM

11,1%

MARGEM LÍQUIDA
RECORRENTE 1T26

86,1 MI

LUCRO LÍQUIDO
RECORRENTE 1T26

20,2%

MARGEM EBITDA
RECORRENTE 1T26

157 MI

EBITDA
RECORRENTE 1T26

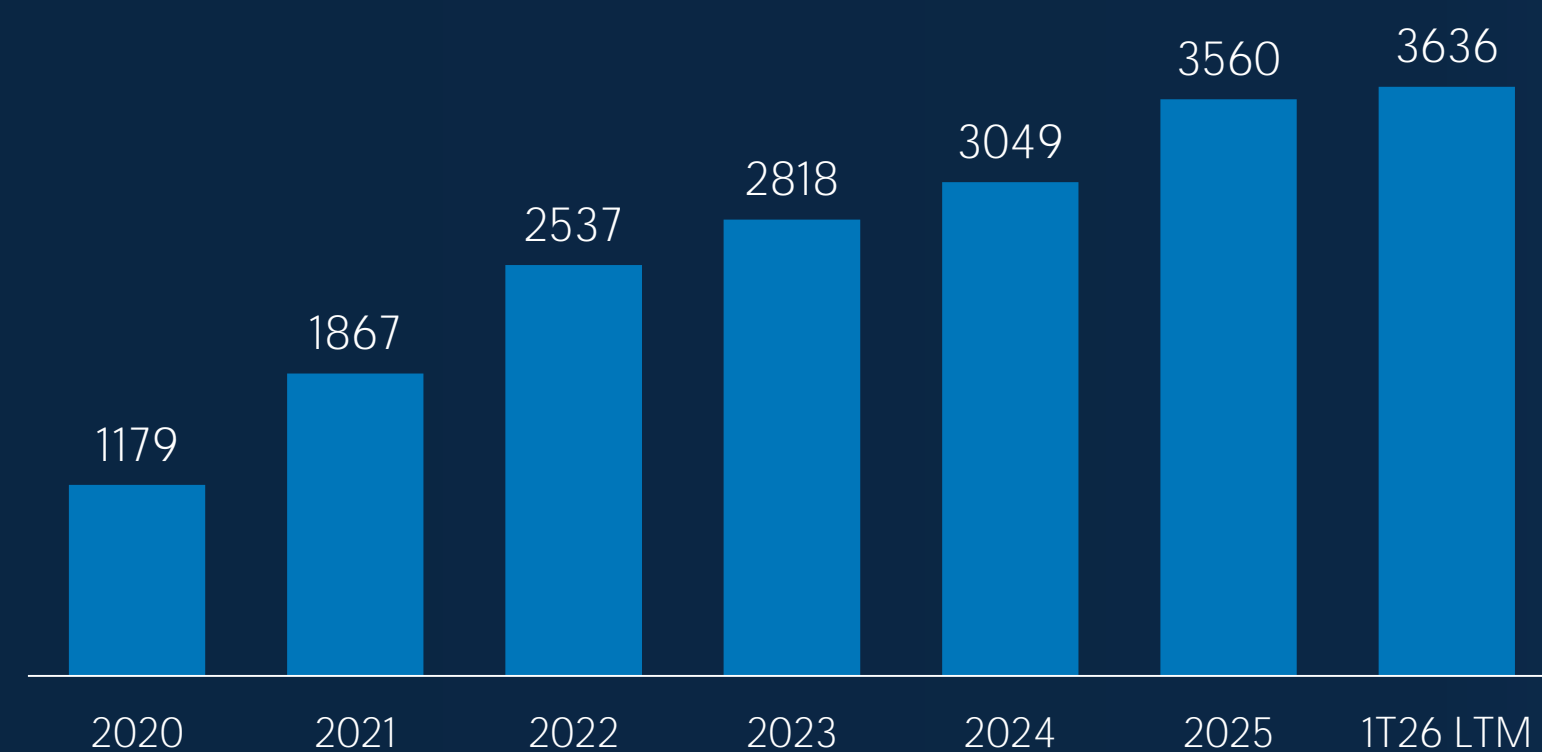
36,6%

ROIC AJUSTADO
ANUALIZADO 1T26 LTM

NOSSOS NÚMEROS — 1T26 LTM

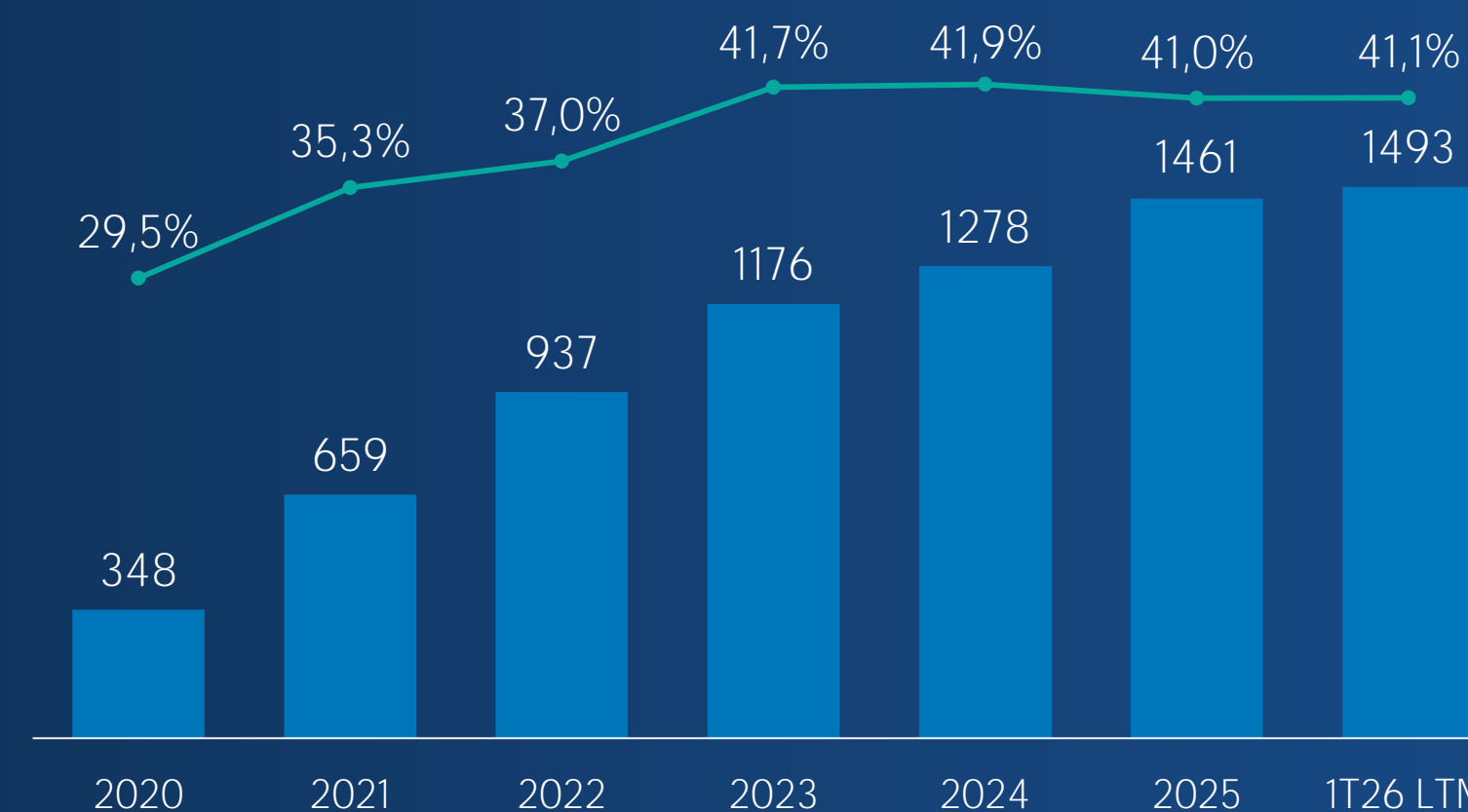
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ MM; %)



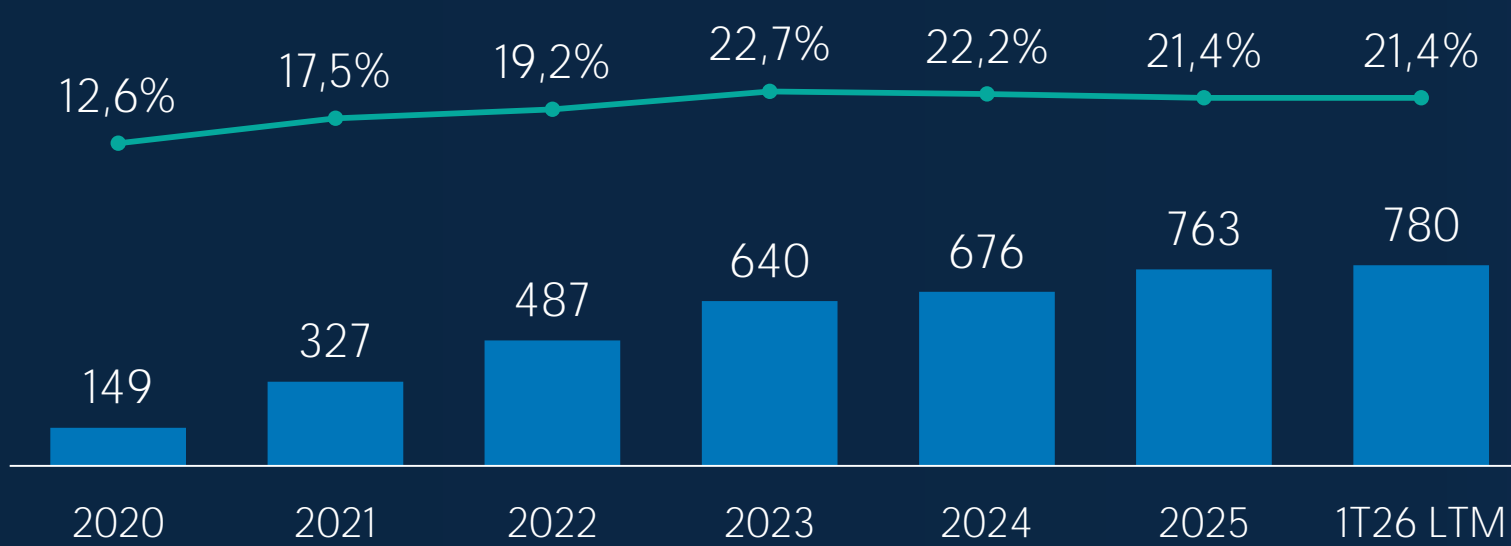
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

(R\$ MM; %)



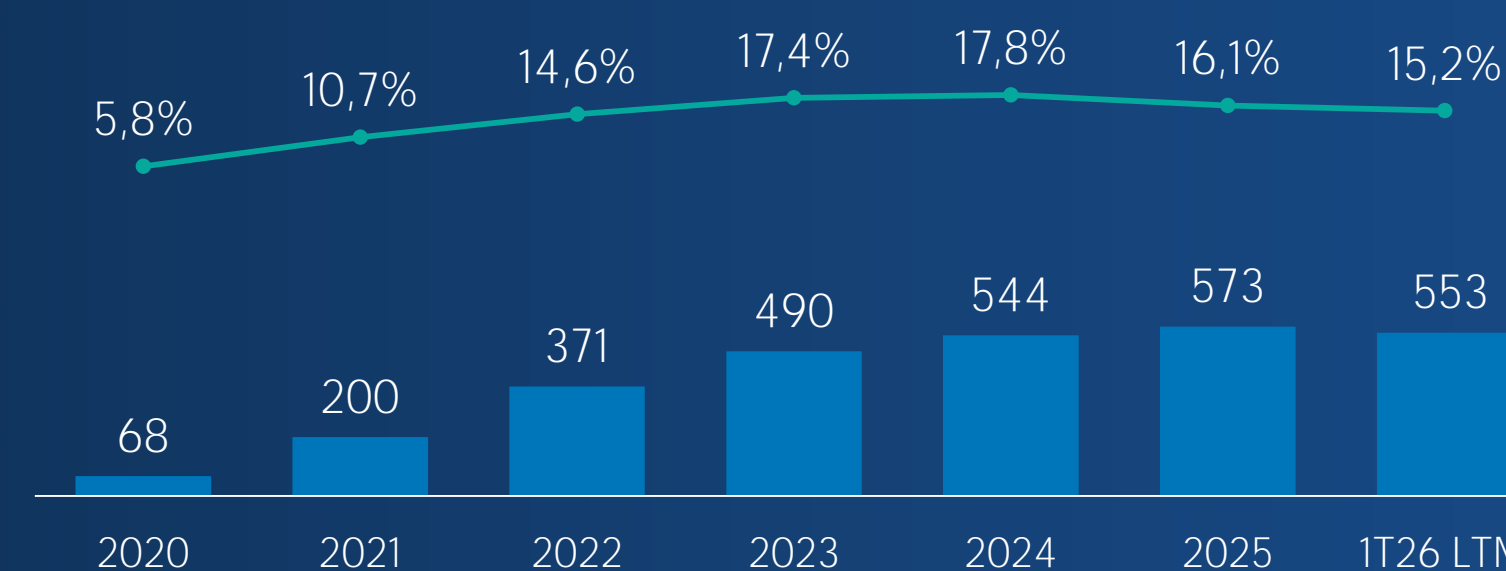
EBITDA E MARGEM EBITDA RECORRENTE

(R\$ MM ; %)



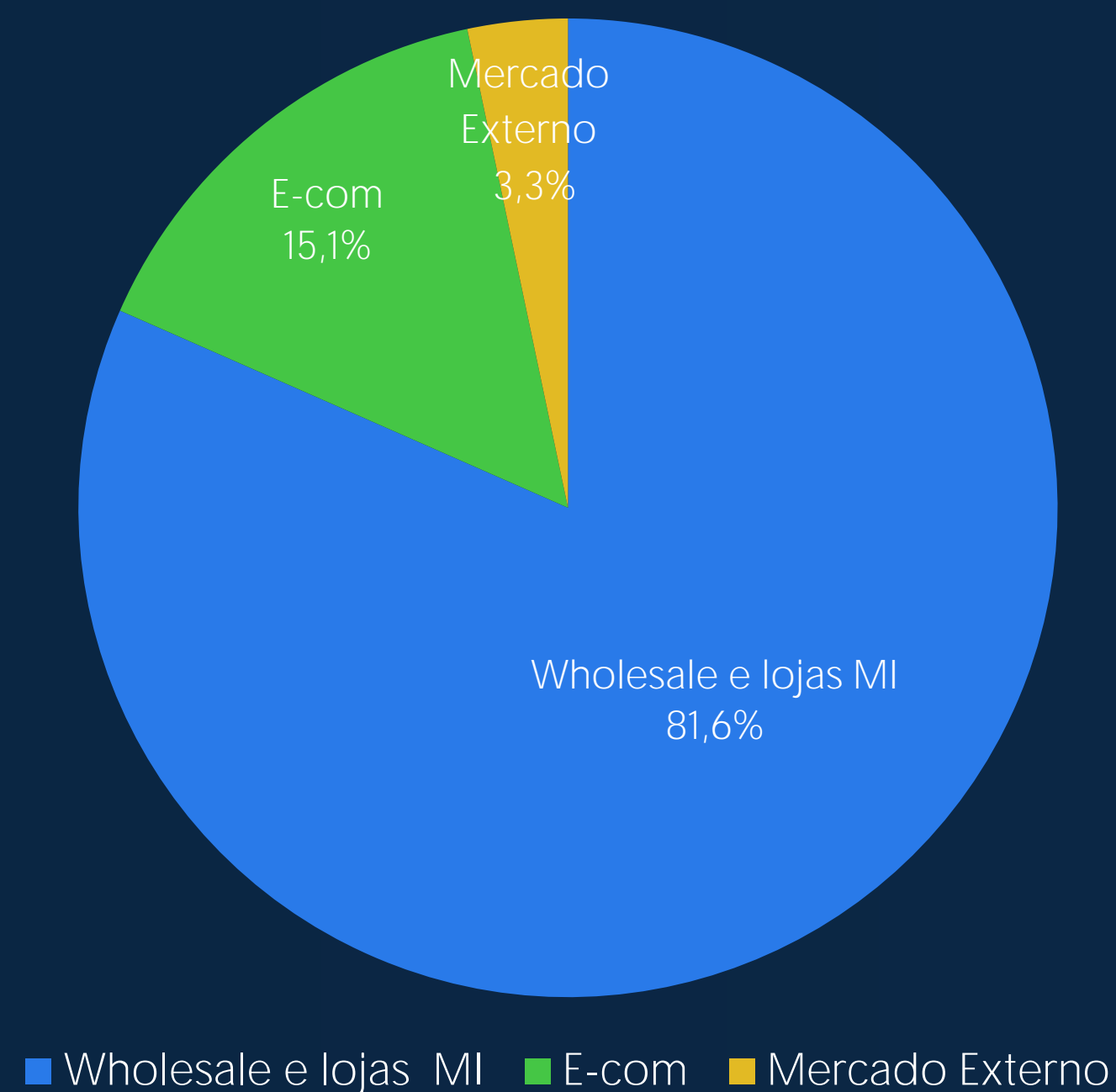
LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE

(R\$ MM ; %)

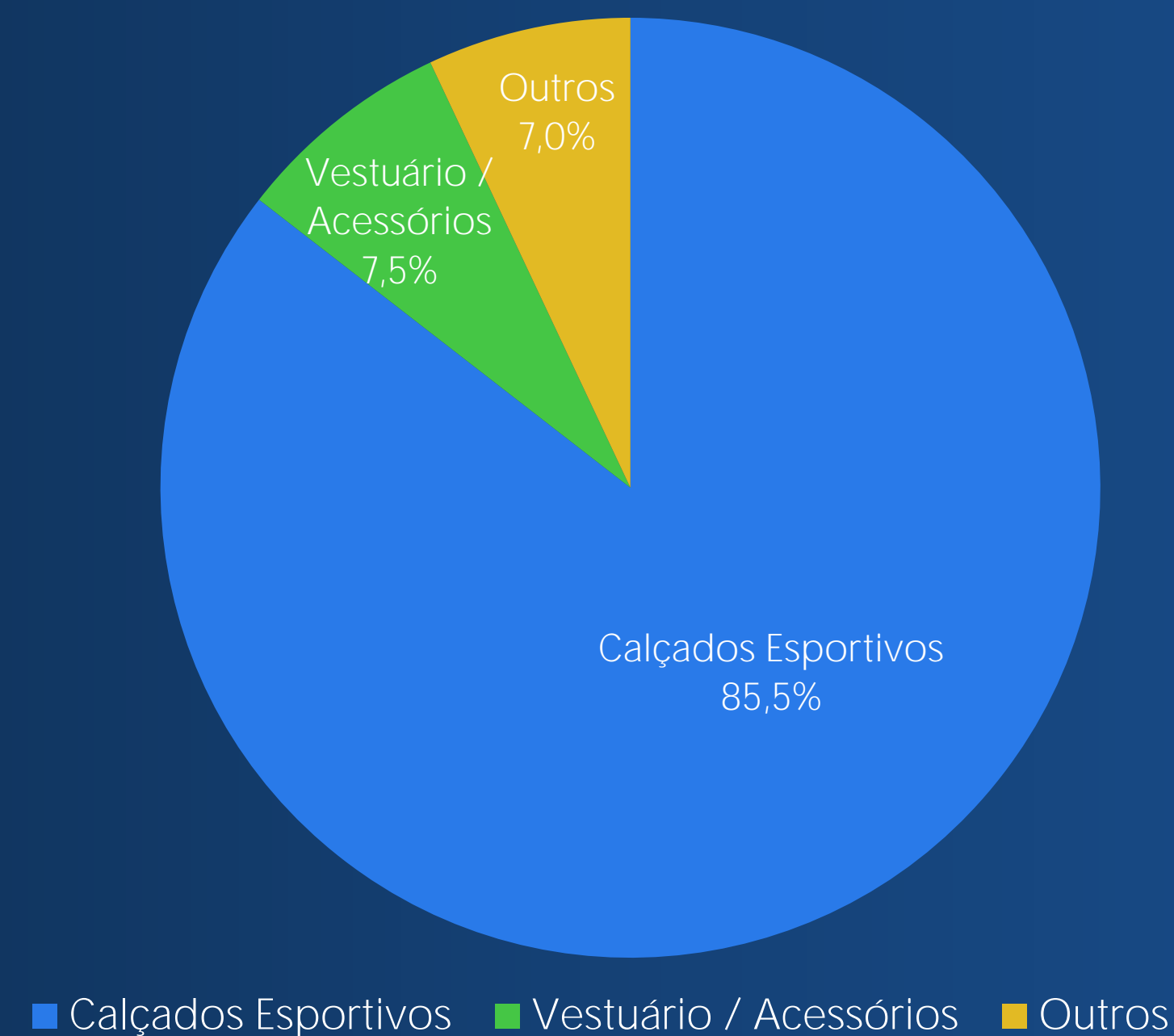


NOSSOS NÚMEROS

RECEITA LÍQUIDA POR CANAL – 1T26 LTM



RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 1T26 LTM



NOSSAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO



AQUISIÇÕES



NOVAS CATEGORIAS



DTC



VESTUÁRIOS E ACESSÓRIOS

VULCABRAS

ADMINISTRAÇÃO JOVEM E EXPERIENTE



Pedro Bartelle
CEO

50 anos
+32 anos de experiência
+25 anos de Vulcabras
+32 anos de Mercado Esportivo



Wagner Dantas
CFO / RI



Rafael Gouveia
Comercial e Canais



Evandro Kollet
P&D



Rodrigo Miceli
Supply, Industria e RH



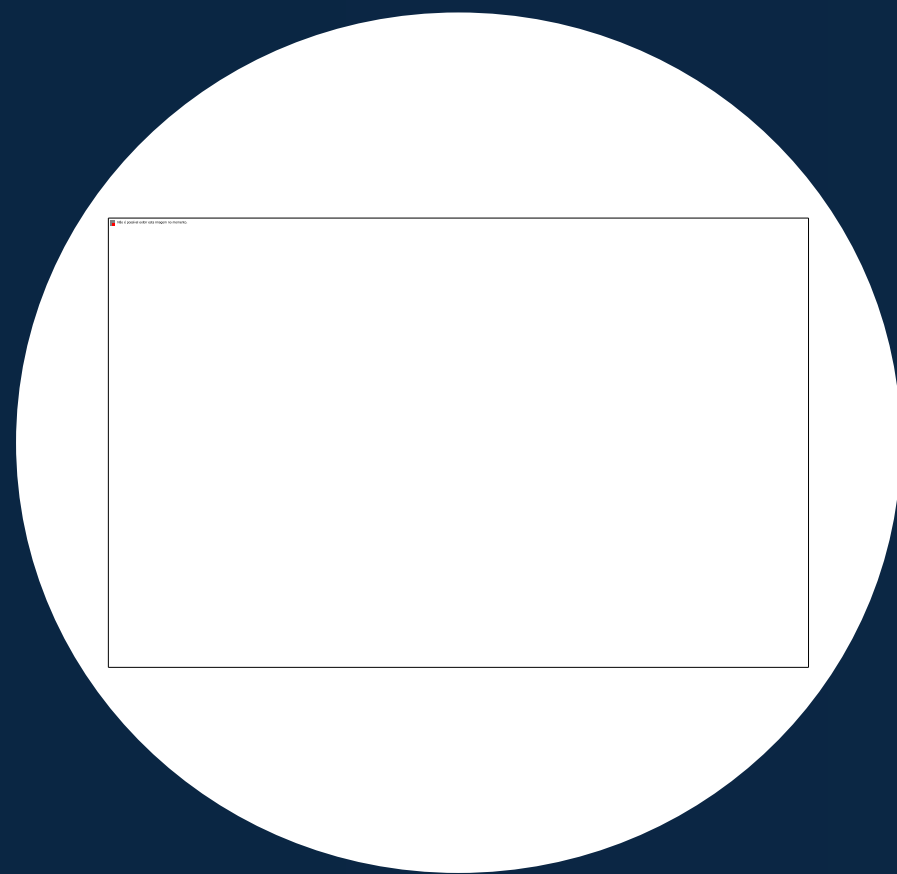
Marcio Callage
Marketing

Idade	46	46	57	55	47
Anos de Experiência	+26	+27	+41	+36	+28
Anos na Vulcabras	+7	+10	+26	+17	+14
Anos no Esportivo	+12	+15	+36	+30	+28

Experiências Profissionais



CONSIDERAÇÕES FINAIS



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

Administração jovem, experiente, pronta absorver novos negócios

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

Verticalizada e se aproximando cada vez mais do consumidor

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

VULCABRAS

 vulcabras.com
 vulcabras.official
 vulcabras



 vulcabras.com
 vulcabras.oficial
 vulcabras

 **VULCABRAS**



A GLOBAL SPORTECH

BUILD A BETTER COUNTRY
THROUGH SPORT.

ONE OF THE LARGEST FOOTWEAR MARKETS IN THE WORLD

Brazil is the 4th largest footwear market globally with 801.0 million¹ pairs consumed annually

MARKET WITH STRONG GROWTH POTENTIAL

Brazil ranks 43rd in pairs per inhabitant, with 3.8 pairs/year².

When considering only athletic footwear, consumption is 0.4 pairs/year per inhabitant²

ATHLETIC FOOTWEAR MARKET

growing and full of opportunities

ADDRESSABLE MARKET EXPANSION

Only 30% of the Brazilian population currently engages in physical activity³.

SPORTS SEGMENT IN CONTINUOUS EXPANSION

The proportion of Brazilians engaging in physical activity has increased by 33% over the past five years⁴

SPORTSTYLE CONSUMPTION GROWTH

Consumption of sports lifestyle products has consistently grown since the pandemic

Source:

¹ Footwear industry sector report | Brasil 2024

² Footwear industry sector report | Brasil 2023

³PNS 2019 | Vigitel Brazil 2006-2023

⁴ World Footwear Estimate

RUNNING IN BRAZIL

More than a sport.

How many
brazilians
run?

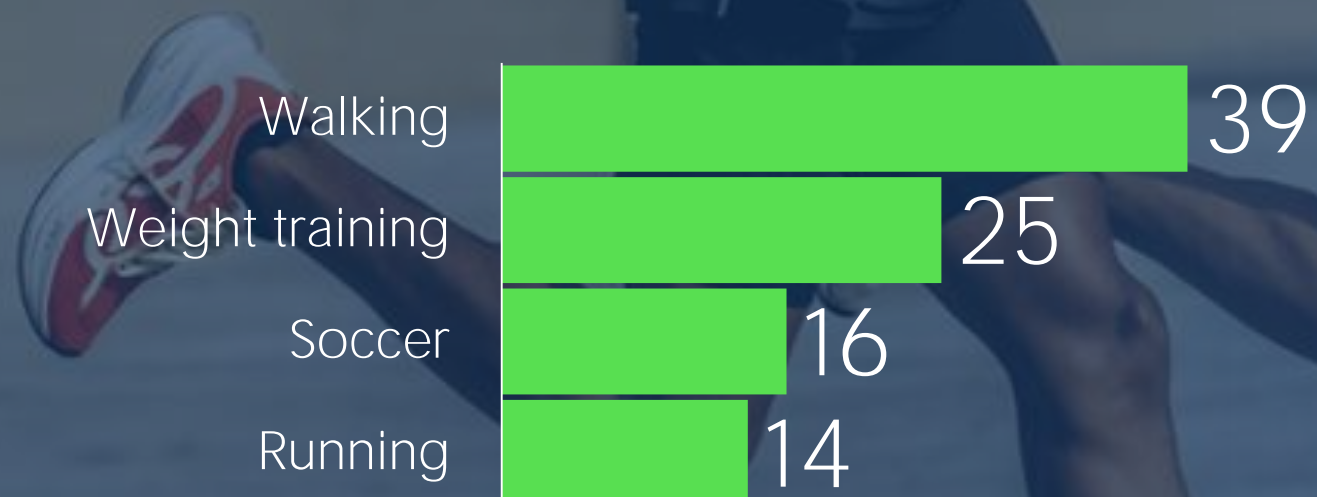


In 2025, 15 million people in Brazil run regularly, representing +14% annual growth.¹

RUNNING IS A LIFESTYLE

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

Running is the
4th most
practiced
sport in Brazil



PRATICIPANTS (MILLIONS)

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

81% intend to continue running in the coming years.

53 million people run or walk regularly.

¹Source: Olympikus & Box 1824 Research — “Por Dentro do Corre” Report – 2nd Edition”

RUNNER PROFILE



Gender

50% women | 50% men

Age

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

Social Class

57% class A/B | 43% class C

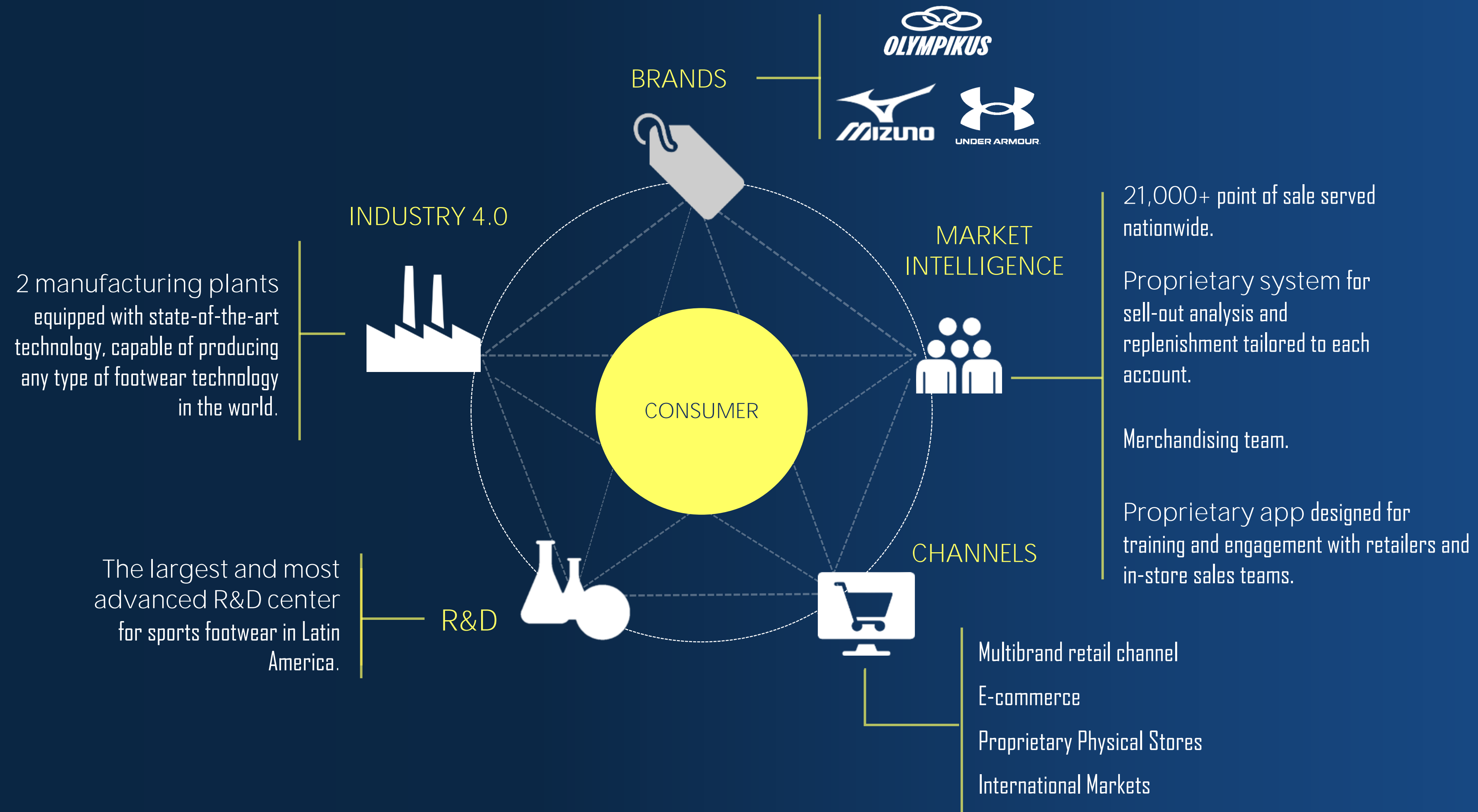
48%

started running within the last year

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



BUSINESS MODEL





RESEARCH & INNOVATION

the largest footwear Research & Development center in Latin America

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

+700 PROFESSIONALS
Dedicated to R&D

+ 800 NEW SPORTS MODELS
developed per year

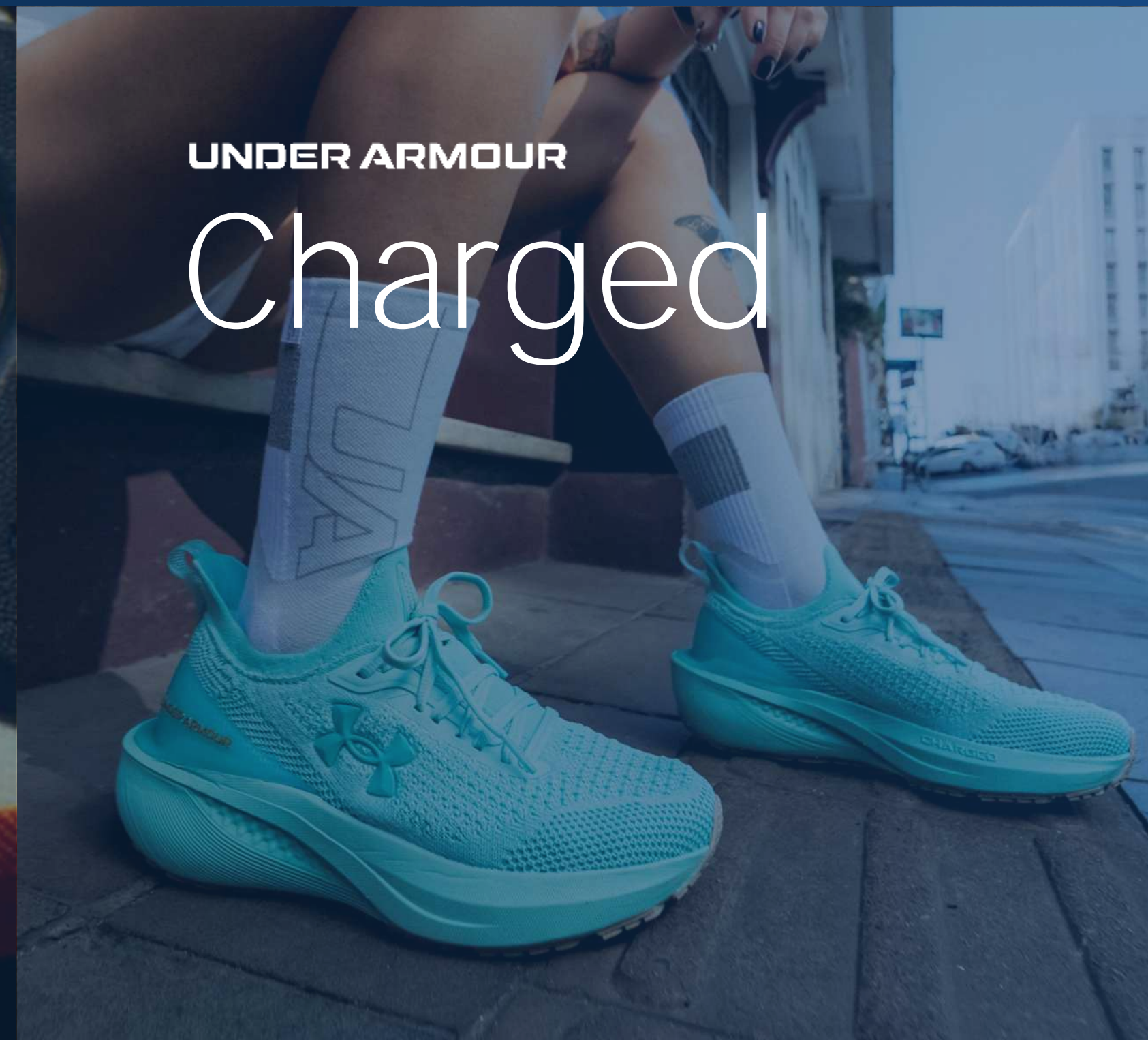
OPEN INNOVATION PLATFORM
university partnerships and
international collaboration.

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

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



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



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



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

INDUSTRY 4.0 WITH CUTTING EDGE TECHNOLOGY

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



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

+ 26.7 MILLION PAIRS SOLD IN 2025

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

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

SHORTER TIME-TO-MARKET compared to international competitors.

VERTICAL INTEGRATION AS COMPETITIVE ADVANTAGE

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

BROAD COMMERCIAL STRUCTURE



DIRECT SERVICE

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

MARKET INTELLIGENCE

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

+10,000 active clients

46 REPRESENTATION OFFICES

326 SALES REPS

across all Vulcabras brands.

ACTIVE PRESENCE AT THE POINT OF SALE

the largest merchandising team in the Brazilian sports market.

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

324,000 merchandising pieces produced annually.

96,000 SALESPeOPLE trained across all brands.

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

E-COMMERCE MANAGEMENT

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



5.1% GROWTH
in net revenue (1Q26 x 1Q25)

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

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



DISTRIBUTION CENTER

Extrema/MG



+ 21,500m²

+75,000
pick locations

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



MARKETING

True engagement with people who live and breathe sports

STRATEGIC AND COMPLEMENTARY BRAND MANAGEMENT

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

REAL CONNECTION

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

OPEN INNOVATION

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

PROPRIETARY BRAND ACTIVATIONS AND EVENTS

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

ROLE SHIFT

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



OLYMPIKUS

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



UNDER ARMOUR

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



MIZUNO

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

OLYMPIKUS CASE

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

DEMOCRATIZING SPORTS , now also REACHING THE ELITE LEVEL OF RUNNING

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

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

RUNNING PERFORMANCE category represents 23.4% OF OVERALL BRAND REVENUE

Top 6 in the 42km event - 2025 São Paulo International Marathon



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



Proving to the running community that Brazil can lead in innovation and deliver world-class sports technology.

OPEN INNOVATION

RUNNING COMMUNITY

+

VERTICALLY INTEGRATED BUSINESS MODEL

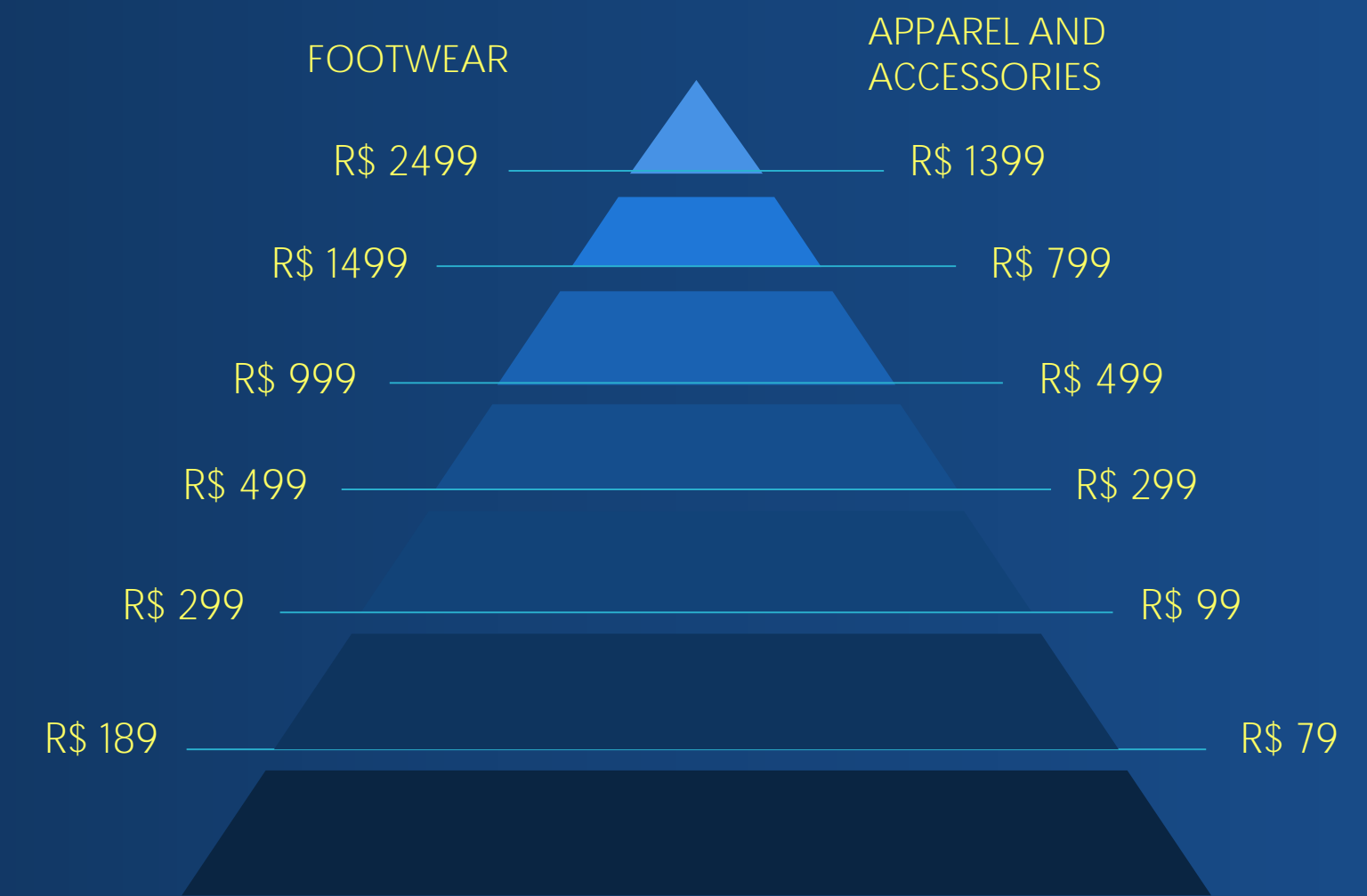
STRAVA

OLYMPIKUS CORRE

FOR THE 3RD CONSECUTIVE YEAR*, THE MOST-USED RUNNING SHOE BY BRAZILIAN RUNNERS ON STRAVA – WITH OVER 100 PODIUM FINISHES IN THE COUNTRY'S MAIN MARATHONS 2023, 2024 and 2025.

STRATEGIC AND COMPLEMENTARY BRAND MANAGEMENT

Pricing strategy for all consumer profiles



OUR BRANDS



Democratizing access to technology and the sporting lifestyle



High-performance solutions for every runner profile.



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

SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY

ENVIRONMENT

Our factories are powered by **WIND ENERGY**

100% OF EFFLUENTS ARE TREATED across all units, with **66% REUSED** at the Horizonte facility (CE)

97% of direct production waste is **RECYCLED, REUSED OR CO-PROCESSED**

SOCIAL

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

1,028 YOUNG PEOPLE TRAINED PER YEAR through SENAI program at our units

+559,882 HOURS OF TRAINING delivered annually, including employees and leadership development initiatives (2024)

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

FINANCIAL HIGHLIGHTS

23rd CONSECUTIVE QUARTER OF GROWTH (1Q26)

4.3 BI

GROSS REVENUE 1Q26 LTM

11.1%

RECURRING NET
MARGIN 1Q26

86.1 MI

RECURRING NET
INCOME 1Q26

20.2%

RECURRING EBITDA
MARGIN 1Q26

157 MI

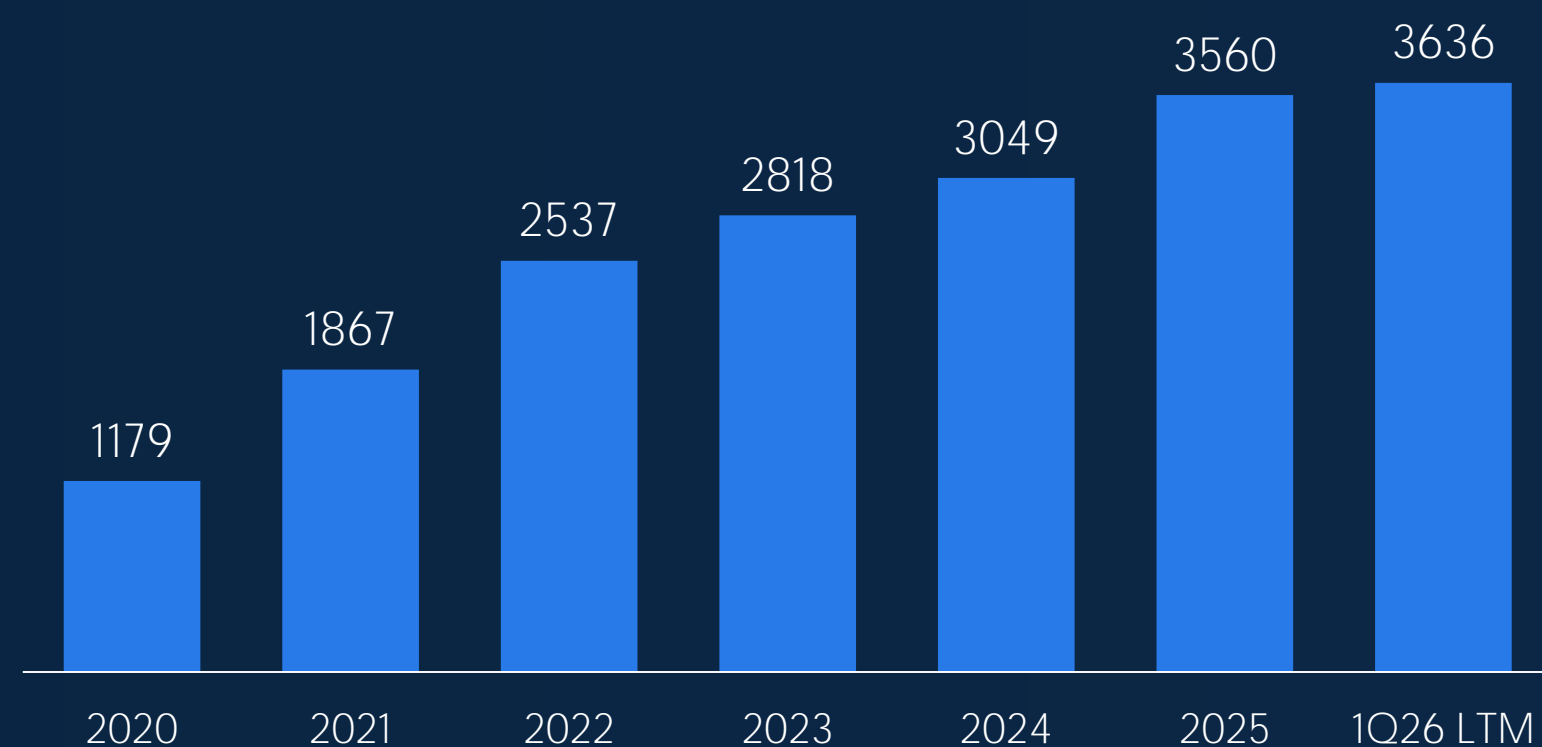
RECURRING
EBITDA 1Q26

36.6%

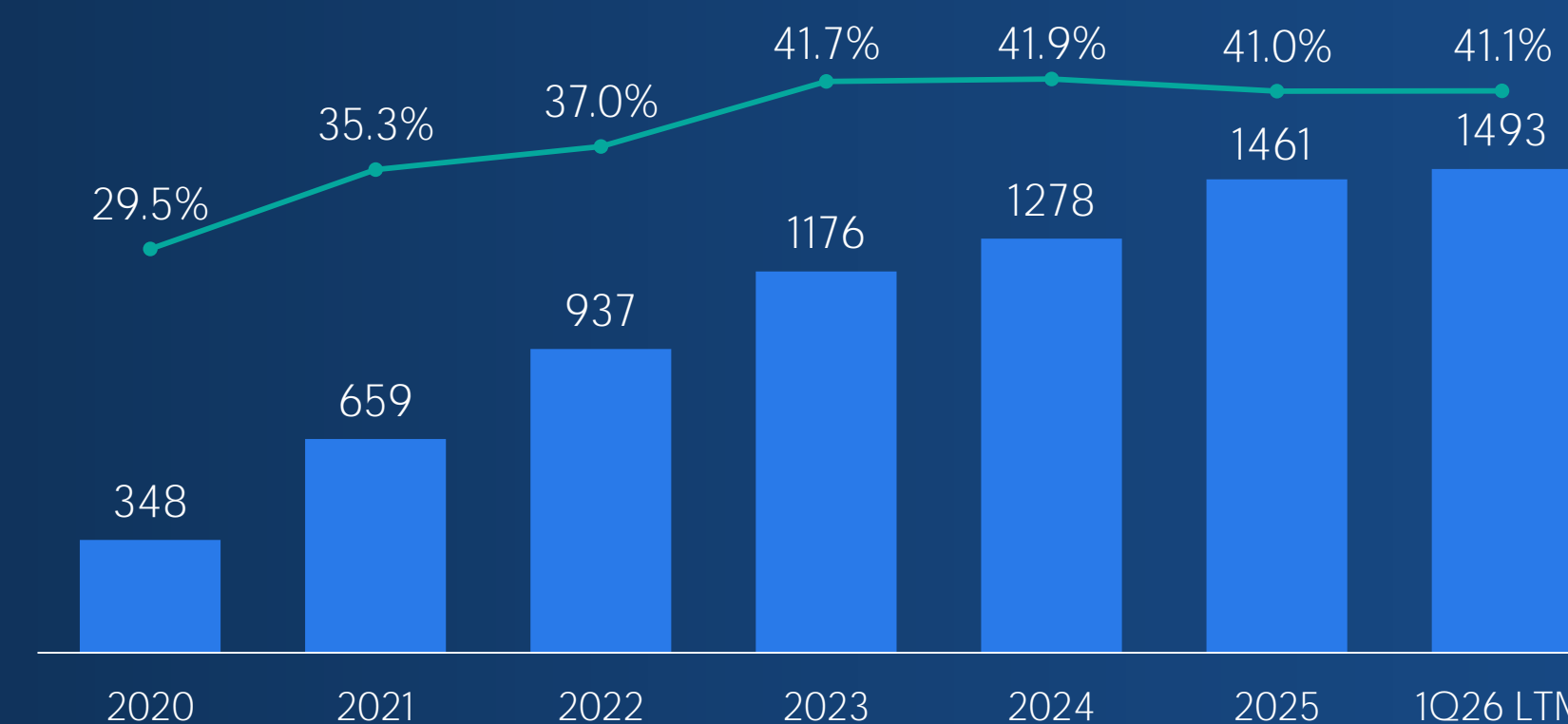
ADJUSTED ANNUALIZED
ROIC 1Q26 LTM

OUR NUMBERS — 1Q26 LTM

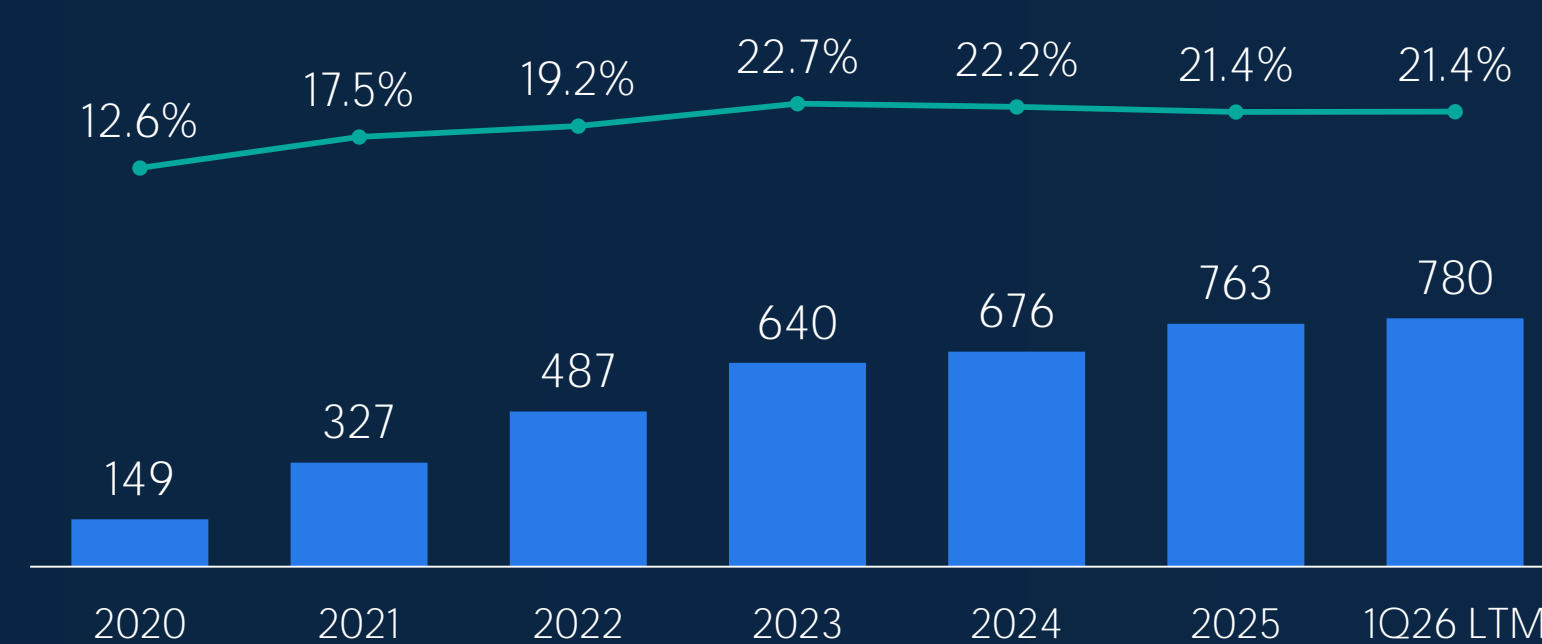
NET REVENUE
(R\$ MM; %)



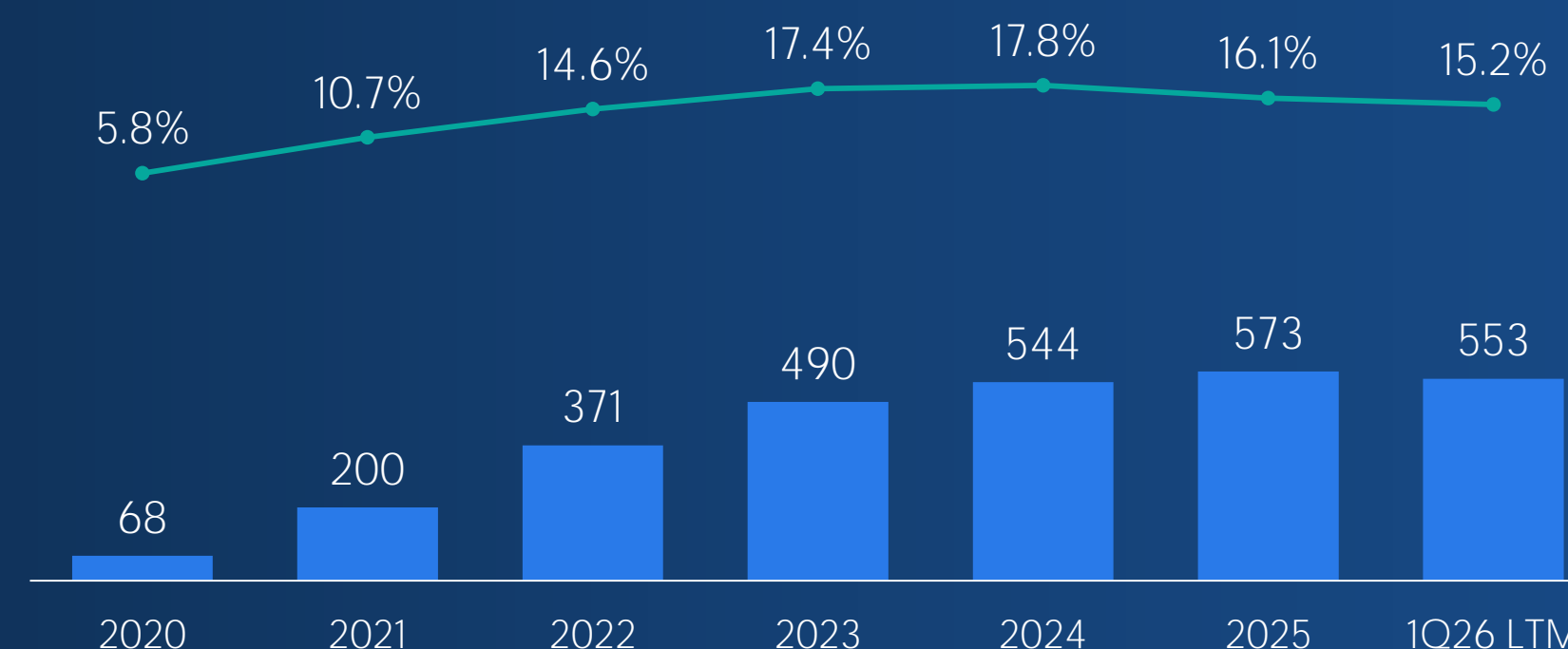
GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN
(R\$ MM; %)



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

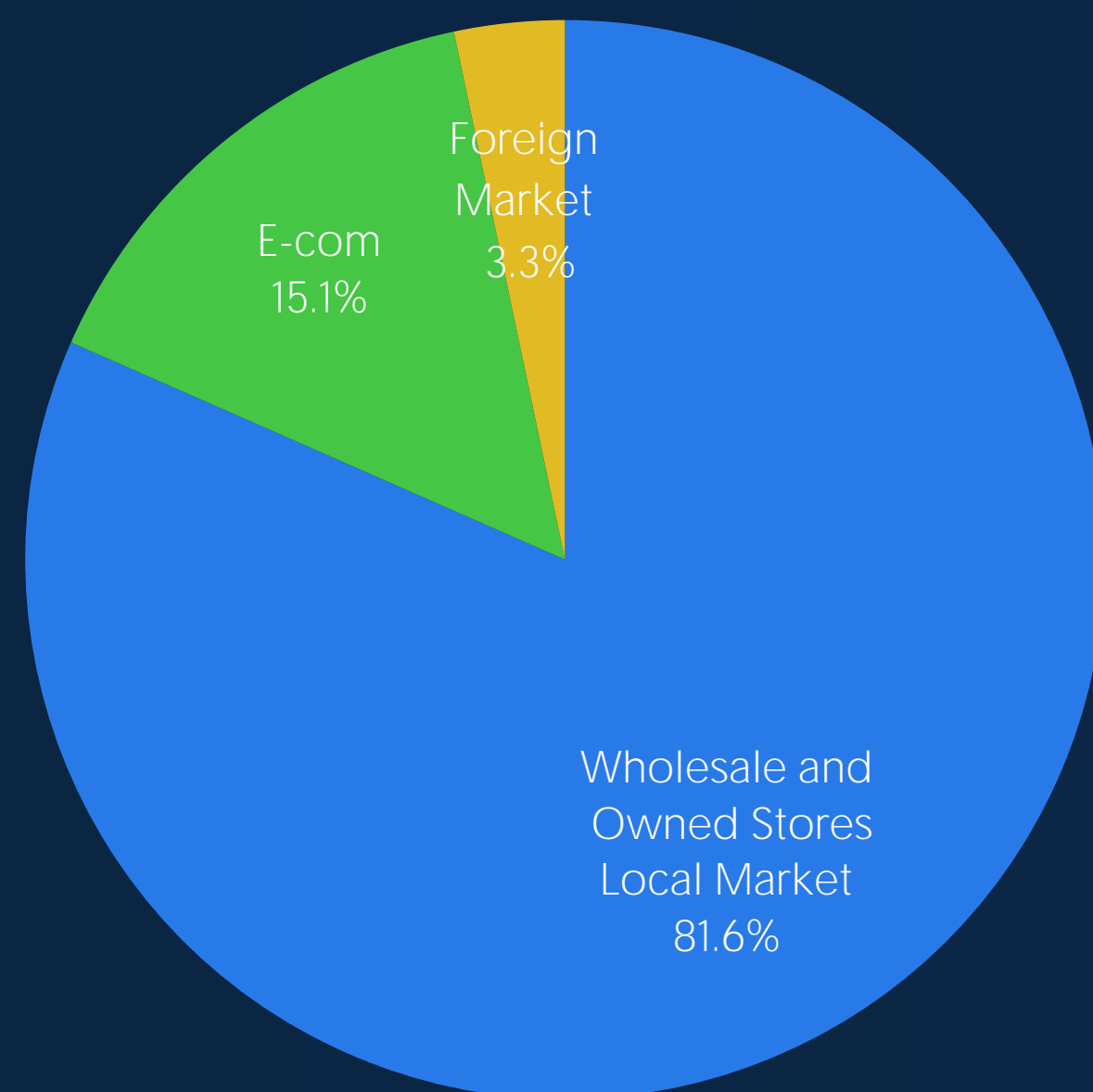


RECURRING NET PROFIT AND RECURRING NET PROFIT MARGIN
(R\$ MM ; %)



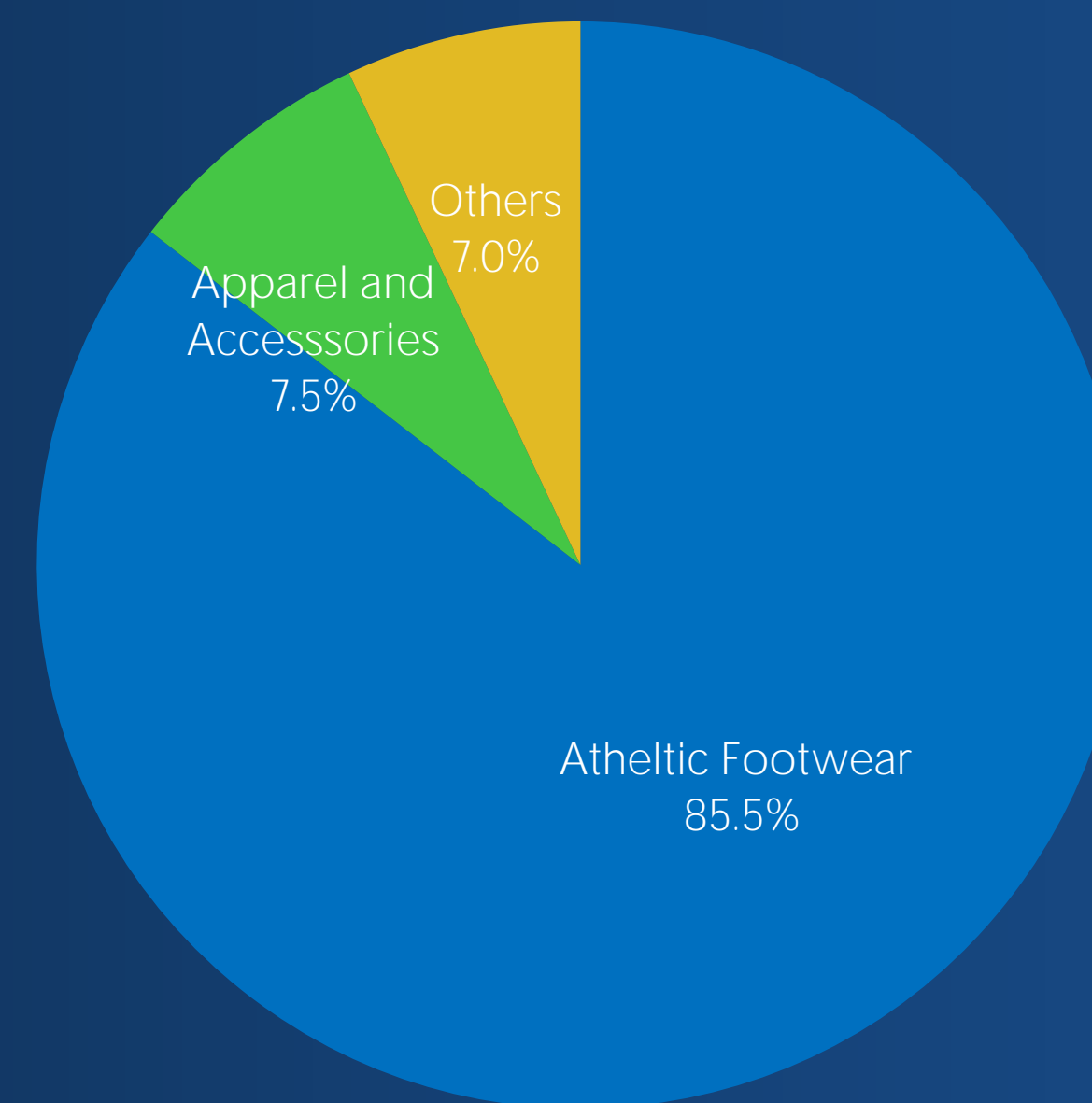
OUR NUMBERS

NET REVENUE BY CHANNEL – 1Q26 LTM



■ Wholesale and Owned Stores Local Market ■ E-com ■ Foreign Market

NET REVENUE BY CATEGORY – 1Q26 LTM



■ Atheltic Footwear ■ Apparel and Accesssories ■ Others

GROWTH AVENUES



ACQUISITIONS



NEW
CATEGORIES



DTC



APPAREL AND
ACCESSORIES

VULCABRAS

YOUNG AND EXPERIENCED MANAGEMENT



Pedro Bartelle
CEO

50 years old
+32 years of experience
+25 years at Vulcabras
+32 years in Sports Market



Wagner Dantas
CFO / IRO



Rafael Gouveia
Commercial and Channels



Evandro Kollet
R&D



Rodrigo Micelli
Supply, Industry and HR



Marcio Callage
Marketing

Age	46	46	57	55	47
Years of Experience	+26	+27	+41	+36	+28
Years at Vulcabras	+7	+10	+26	+17	+14
Years In Sports	+12	+15	+36	+30	+28

Professional Experience



FINAL CONSIDERATIONS



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

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

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

Fully verticalized and increasingly connected to the end consumer.

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

VULCABRAS

 vulcabras.com
 vulcabras.official
 vulcabras

