

RELATÓRIO DE
**SUSTENTA
BILIDADE**
2025



VULCABRAS



SUMÁRIO



APRESENTAÇÃO DO RELATÓRIO	3
Visão geral sobre a publicação	3
Temas materiais	4
MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA	6
A VULCABRAS	8
Perfil organizacional	8
Estratégia e cultura organizacional	9
Nosso modelo de negócio	10
Prêmios e reconhecimentos	11
Portfólio de marcas	12
Infraestrutura e distribuição geográfica	16
Inovação e Indústria 4.0	18
Compromisso com a sustentabilidade	24
DESEMPENHO EM FOCO	27
Números de destaque	27
Síntese dos resultados	29
Distribuição do valor adicionado	32
AMBIENTE DE TRABALHO	34
Perfil dos colaboradores	35
Diversidade e inclusão	39
Movimentação de pessoas	41
Cultura que orienta comportamentos	43
Desenvolvimento contínuo	45
Saúde e segurança do trabalho	47
RELAÇÕES E PARCERIAS	49
Sociedade e comunidades	49
Cadeia de fornecedores	52
Clientes e consumidores	55
Investidores	56
Entidades representativas	56
RESPONSABILIDADE AMBIENTAL	57
Energia e emissões	58
Economia circular	60
Gestão hídrica	65
GOVERNANÇA E INTEGRIDADE	67
Estrutura de administração	67
Estrutura acionária	70
Conduta ética	70
Políticas organizacionais	71
Gestão de riscos	72
Gestão da qualidade e certificações	73
SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI	75
CRÉDITOS	80

APRESENTAÇÃO DO RELATÓRIO

VISÃO GERAL SOBRE A PUBLICAÇÃO

GRI 2-2, 2-3

Este Relatório de Sustentabilidade apresenta as informações mais relevantes sobre a atuação da Vulcabras em 2025, reunindo conteúdos relacionados ao nosso modelo de negócio, à estrutura organizacional, ao desempenho econômico-financeiro e à evolução das práticas sociais, ambientais e de governança corporativa.

Publicada anualmente, esta edição foi desenvolvida com referência nos princípios da Global Reporting Initiative (GRI), uma das principais diretrizes internacionais para a divulgação de informações de sustentabilidade. Utilizamos parte de seus conteúdos e orientações para apoiar uma comunicação mais transparente, equilibrada e consistente sobre nossos compromissos, práticas de gestão e resultados.

A elaboração do relatório envolveu profissionais de diferentes áreas da companhia, sob coordenação da Diretoria de Comunicação Corporativa e ESG e com o apoio direto da alta liderança. Agradecemos a todas as pessoas que contribuíram para a consolidação das informações e para a construção deste documento.

TEMAS MATERIAIS

GRI 2-29, 3-1, 3-2

Os temas materiais orientam a forma como a Vulcabras organiza, prioriza e comunica suas informações de sustentabilidade. Eles indicam os assuntos mais relevantes para compreender os impactos associados às nossas atividades, bem como as expectativas dos públicos com os quais mantemos relacionamento.

A matriz de materialidade vigente foi definida em 2022, a partir de um processo estruturado de escuta e análise. Internamente, participaram colaboradores de diferentes áreas e níveis hierárquicos. Externamente, foram consultados representantes de fornecedores, clientes, investidores e do poder público local. Ao todo, foram ouvidos 100 colaboradores e 39 representantes de públicos estratégicos externos.

Para a elaboração deste relatório, a Diretoria de Comunicação Corporativa e ESG analisou a aderência dessa matriz ao contexto atual da companhia, considerando a continuidade do modelo de negócio, a evolução das práticas de sustentabilidade e os temas acompanhados ao longo do período. Essa avaliação indicou que a materialidade definida em 2022 permanece válida como referência para o Relatório de Sustentabilidade 2025.

Com base nessa análise, mantivemos os nove temas materiais já estabelecidos, organizados em três dimensões: econômica, social e ambiental. Esses temas estruturam o conteúdo desta publicação e apoiam a comunicação dos nossos compromissos, práticas de gestão e resultados.

DIMENSÃO ECONÔMICA

Tema material	Por que o tema é material para a Vulcabras	Localização das informações
Desempenho econômico	O desempenho econômico expressa nossa capacidade de manter a Vulcabras financeiramente saudável e competitiva, assegurando o cumprimento de obrigações, a continuidade dos investimentos em inovação, pesquisa e desenvolvimento, a promoção de melhorias operacionais e a geração de valor para a sociedade.	
Impacto econômico indireto	Os impactos econômicos indiretos estão associados ao nosso compromisso com a geração de empregos, o fortalecimento da cadeia de fornecedores, a promoção de relações comerciais justas e a criação de oportunidades de desenvolvimento profissional. Ao impulsionar o progresso socioeconômico nas regiões onde atuamos, contribuímos para um ecossistema de negócios mais sustentável.	

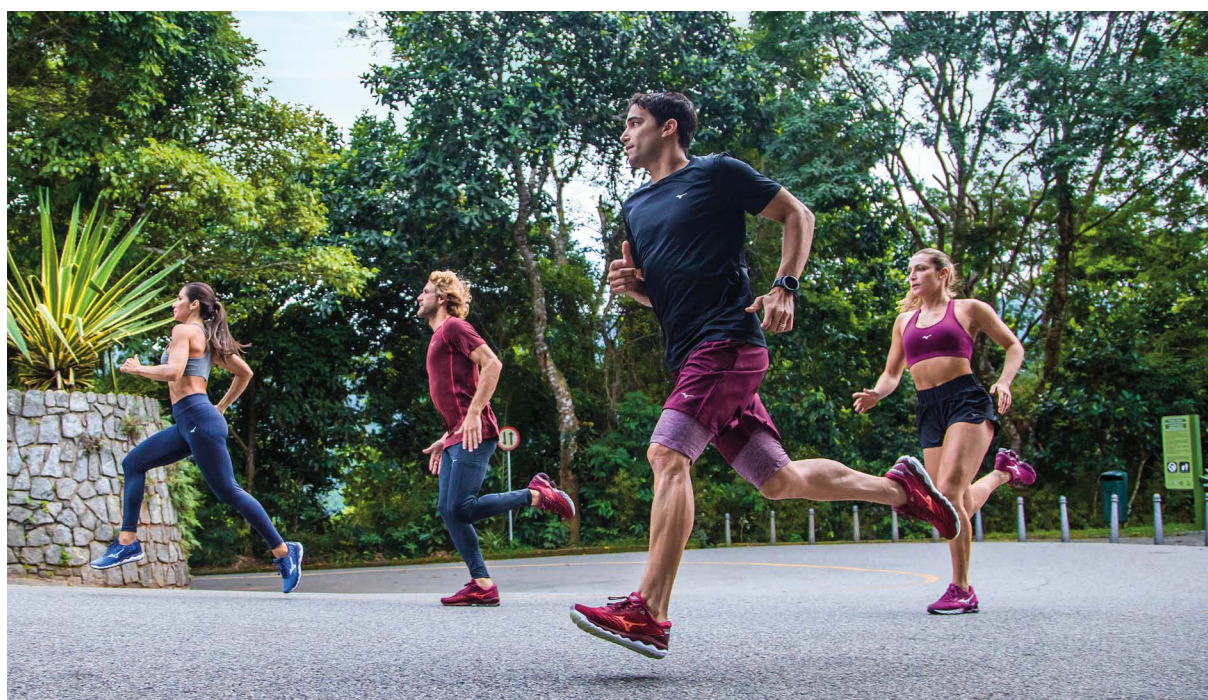
DIMENSÃO AMBIENTAL

Tema material	Por que o tema é material para a Vulcabras	Localização das informações
Água	A gestão eficiente da água é fundamental para nossas operações, com consumo voltado principalmente ao uso humano, refeitórios, sanitários e irrigação. No processo produtivo, a água é utilizada para resfriamento de equipamentos e geração de vapor. Adotamos práticas de uso racional, reúso e tratamento de efluentes, buscando reduzir impactos ambientais e otimizar custos operacionais.	
Economia circular	Para garantir uma produção de calçados eficiente do ponto de vista ambiental e financeiro, buscamos evitar o desperdício de insumos por meio do <i>design</i> sustentável, da reutilização de materiais na fabricação, da reciclagem e do coprocessamento. Essas práticas reduzem significativamente o volume de resíduos destinados à disposição final.	

Energia renovável	Diante da relevância da energia para a indústria, priorizamos o uso de fontes renováveis em substituição às fontes fósseis. Essa escolha contribui para a transição energética, reduz as emissões de gases de efeito estufa e reforça nosso compromisso com uma operação de menor impacto ambiental.
Mudanças climáticas	Reconhecemos a urgência de mitigar os efeitos das mudanças climáticas e assumimos nosso papel nesse esforço global. Investimos em fontes de energia limpa e tecnologias que contribuem para a redução das nossas emissões de gases de efeito estufa.

DIMENSÃO SOCIAL

Tema material	Por que o tema é material para a Vulcabras	Localização das informações
Impacto na sociedade e fornecedores	A condução ética e responsável dos nossos negócios influencia diretamente fornecedores, comunidades e outros públicos estratégicos. Atuamos com foco no respeito aos direitos humanos, no desenvolvimento das localidades em que estamos presentes e na oferta de canais de escuta e comunicação efetivos e transparentes.	
Uso de produtos seguros	Garantir a segurança dos produtos é essencial para proteger os consumidores, cumprir requisitos legais e preservar a confiança nas marcas da Vulcabras. Por isso, seguimos padrões rigorosos de controle de qualidade e conformidade com legislações, normas técnicas e critérios internos de produção.	
Desenvolvimento socioambiental dos fornecedores	Como indústria de grande porte, entendemos que a corresponsabilidade com a cadeia de suprimentos é fundamental para prevenir riscos operacionais, legais e reputacionais. Por isso, adotamos critérios estruturados para seleção, monitoramento e desenvolvimento dos fornecedores, com foco em desempenho financeiro, operacional e socioambiental.	



MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA

GRI 2-22



A publicação deste Relatório de Sustentabilidade 2025 integra nosso compromisso de prestar contas, com transparência e consistência, sobre a forma como a Vulcabras conduz sua estratégia, gera valor e administra os impactos associados à sua atuação. Em um ano de expansão relevante, reforçamos a combinação que sustenta nossa trajetória: marcas fortes, capacidade industrial, inovação aplicada ao esporte, disciplina de execução e responsabilidade na gestão dos temas ambientais, sociais e de governança.

Com 74 anos de história, somos uma Sportech Global brasileira, dedicada à gestão de marcas esportivas e à produção de calçados, vestuário e acessórios voltados ao esporte e ao estilo de vida ativo. Nosso modelo de negócio verticalizado, que integra pesquisa e desenvolvimento, produção, distribuição, inteligência comercial, gestão de marcas e canais de venda, continuou sendo um diferencial competitivo em um mercado cada vez mais dinâmico. Essa estrutura nos permite desenvolver produtos com velocidade, qualidade e escala, mantendo proximidade com consumidores, varejistas, atletas e comunidades esportivas.

O desempenho do ano confirma a força desse modelo. A receita operacional bruta alcançou R\$ 4,2 bilhões, crescimento de 16,7% em relação a 2024. A receita líquida totalizou R\$ 3,56 bilhões, alta de 16,8%, enquanto o volume bruto faturado chegou a 33,7 milhões de pares e peças, avanço de 4,2%. A rentabilidade acompanhou esse movimento, mesmo em um período de maior complexidade operacional. O lucro bruto foi de R\$ 1,46 bilhão, com margem bruta de 41,0%. O EBITDA recorrente chegou a R\$ 763,1 milhões, crescimento de 12,9% frente a 2024, e o lucro líquido recorrente somou R\$ 573,0 milhões, com margem líquida recorrente de 16,1%. Os investimentos em ativos imobilizados e intangíveis somaram R\$ 242,3 milhões, direcionados principalmente à ampliação da capacidade instalada, à modernização industrial e à sustentação do crescimento da operação.

Esses resultados foram apoiados pela evolução do nosso portfólio e pela força das marcas que gerimos. Em 2025, a Olympikus completou 50 anos e aprofundou sua conexão com a comunidade corredora, consolidando a Família Corre como uma plataforma de inovação, relacionamento e democratização da tecnologia esportiva. A Mizuno consolidou seu posicionamento na corrida de alto rendimento, enquanto a Under Armour expandiu sua oferta e estreitou a relação com a Geração Z no Brasil.

A agenda de inovação permaneceu no centro dessa estratégia. Desde 2019, investimos mais de R\$ 1 bilhão em pesquisa e desenvolvimento, modernização fabril, digitalização e evolução da estrutura produtiva e tecnológica. Esse movimento se materializa no Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de Parobé (RS), o maior da América Latina dedicado a calçados esportivos, e nas unidades de Horizonte (CE) e Itapetinga (BA), onde automação, robótica, inteligência artificial e sistemas conectados ampliam eficiência, precisão produtiva e capacidade de resposta ao mercado. Em 2025, também demos continuidade à expansão da infraestrutura, com intervenções que somaram 9.738 m² em estruturas industriais, logísticas e de apoio à operação.

A sustentabilidade continuou incorporada à gestão do negócio. Nossas Ambições ESG 2030 estão relacionadas à redução de impactos ambientais, ao fortalecimento da cadeia nacional, ao impacto social por meio do esporte e à diversidade. Em 2025, mantivemos essa agenda conectada ao crescimento do negócio, à integração de novos colaboradores, ao aumento da produção e à modernização tecnológica das unidades.

Na frente ambiental, mantivemos o uso de energia eólica contratada no mercado livre, que abastece nossas operações fabris. A escolha por uma fonte renovável contribui para nossa gestão climática e se conecta ao inventário de emissões, que registrou 65.245 tCO_{2e} em 2025. Na gestão de resíduos, 93% dos resíduos industriais foram destinados a rotas alternativas ao aterro, como venda, reciclagem, neutralização, reprocessamento, circularidade e coprocessamento. Também reinserimos 3.388.770 kg de materiais nos processos produtivos, volume equivalente a cerca de 23% dos resíduos de produção gerados no ano, considerando plástico/PVC, EVA, TPU, TR e alumínio das matrizes.

O crescimento da Vulcabras também se refletiu na nossa força de trabalho. Encerramos 2025 com 23.377 colaboradores próprios, aumento de 16% em relação ao ano anterior, além de 757 trabalhadores terceirizados. As mulheres representaram 55% dos colaboradores e ampliaram sua presença em cargos de Gerência e Diretoria, passando de 27% em 2024 para 32% em 2025, superando a meta de 30% de representatividade feminina em liderança até 2030.

Ao longo do ano, expandimos a agenda de cultura, aprendizagem, saúde, segurança, bem-estar e reconhecimento. Realizamos 108.546 horas de capacitação presencial e 46.220 horas de treinamento na modalidade digital, por meio da Universidade do Movimento Vulcabras. A campanha de Cultura Vulcabras reforçou os valores Somos um Time, Somos Alta Performance, Somos Inovadores, Somos Inconformados e Somos Ágeis, aproximando esses princípios das atitudes esperadas na rotina das equipes.

Nosso relacionamento com a sociedade permaneceu conectado ao propósito de construir um País melhor a partir do esporte. Em 2025, os projetos apoiados beneficiaram diretamente 9.283 pessoas, sendo 8.753 crianças e adolescentes e 530 pessoas idosas. O investimento social realizado por meio de mecanismos de incentivo fiscal ultrapassou R\$ 800 mil, com iniciativas voltadas a esporte, cultura, educação, saúde, cuidado e inclusão social.

Na cadeia de suprimentos, mantivemos a prioridade à produção nacional e à gestão responsável de fornecedores. Em 2025, contamos com 5.500 fornecedores únicos, e 80% das compras de matéria-prima foram realizadas com fornecedores brasileiros.

A governança corporativa segue sendo um pilar da perenidade da Vulcabras. Como companhia aberta listada no Novo Mercado da B3, mantemos uma estrutura formal de administração, mecanismos de controle, práticas de transparência e instâncias de decisão alinhadas às exigências regulatórias e às boas práticas do mercado de capitais. A sustentabilidade permaneceu integrada à governança por meio da Diretoria de Comunicação Corporativa e ESG e da Comissão de Sustentabilidade, conectando metas, indicadores e iniciativas às prioridades estratégicas da companhia.

O ano também foi marcado por reconhecimentos que refletem diferentes dimensões da companhia. Entre as chancelas públicas, fomos reconhecidos pela Forbes como uma das empresas mais inovadoras do Brasil. Também recebemos reconhecimentos relacionados à evolução da cultura organizacional, à liderança executiva e à consistência das práticas de sustentabilidade, qualidade e gestão socioambiental, incluindo Origem Sustentável, Higg FEM, SLCP, ABVTEX e a recertificação do Selo ESG-FIEC.

Ao olharmos para os próximos ciclos, mantemos confiança na força do nosso modelo de negócio e na capacidade da Vulcabras de crescer com disciplina, inovação e responsabilidade. Ao mesmo tempo, sabemos que crescer exige aprimorar processos, desenvolver pessoas, qualificar indicadores e fortalecer a gestão dos impactos do negócio.

Trabalhamos para consolidar a Vulcabras como referência brasileira em esporte, tecnologia e gestão responsável, ampliando o acesso à alta performance, fortalecendo a indústria nacional, gerando valor para acionistas, colaboradores, consumidores, fornecedores e comunidades e fazendo do esporte uma força cada vez mais relevante para o desenvolvimento do Brasil.

Pedro Bartelle
CEO da Vulcabras



PERFIL ORGANIZACIONAL

GRI 2-1, 2-6

Somos uma Sportech Global brasileira, especializada na gestão de marcas esportivas e na produção de calçados, vestuário e acessórios voltados ao esporte e ao estilo de vida ativo. Com 74 anos de trajetória, atuamos a partir de um modelo de negócio que combina indústria, pesquisa e desenvolvimento, inteligência de mercado, gestão de marcas, canais de venda e conexão direta com consumidores.

Nossa origem está ligada à própria evolução da indústria calçadista no Brasil. A Vulcabras foi fundada em julho de 1952, na cidade de Cabreúva (SP), e logo se mudou para Jundiaí (SP), onde se consolidou na produção de sapatos de couro com sola de borracha vulcanizada, uma inovação relevante para o período. O modelo Vulcabras 752, referência ao mês e ao ano de fundação da companhia, marcou essa fase inicial e consolidou atributos que seguem presentes em nossa trajetória, como qualidade, conforto, capacidade técnica e adaptação às transformações do mercado.

Ao longo das décadas, ampliamos nossa atuação, incorporamos novas marcas, investimos em tecnologia industrial e direcionamos nosso portfólio ao segmento esportivo. Hoje, gerimos marcas com territórios complementares, como Olympikus, Mizuno e Under Armour, que nos permitem atender diferentes perfis de consumidores, modalidades esportivas, faixas de preço e ocasiões de uso. Essa estratégia fortalece nossa presença no mercado brasileiro e amplia nossa participação em uma categoria em expansão, impulsionada pelo crescimento da prática esportiva, da corrida e do consumo associado ao estilo de vida ativo.

Nosso modelo de negócio é verticalizado e integra etapas essenciais da cadeia, da pesquisa e desenvolvimento à produção, distribuição, gestão comercial e venda direta ao consumidor. Essa estrutura nos dá agilidade para identificar tendências, desenvolver produtos, responder à demanda do varejo e reduzir o tempo entre a concepção de um novo modelo e sua chegada ao ponto de venda. Também nos permite combinar escala industrial, controle de qualidade, flexibilidade produtiva e proximidade com o mercado.

A sede administrativa da Vulcabras está localizada em Jundiaí (SP). Contamos com duas plantas fabris, em Horizonte (CE) e Itapetinga (BA), estruturadas com tecnologia de ponta e capacidade para produzir calçados esportivos em padrões competitivos internacionalmente. Em Parobé (RS), mantemos o maior Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de calçados esportivos da América Latina, com mais de 20 mil m² e mais de 800 profissionais dedicados à pesquisa, *design*, engenharia, desenvolvimento de materiais, prototipagem e inovação aplicada ao esporte. Também operamos um Centro de Distribuição em Extrema (MG), dedicado ao canal direto, que inclui *e-commerce* e lojas próprias, além de *showroom* de vendas em São Paulo (SP), escritório no Instituto Caldeira, em Porto Alegre (RS), e filial com Centro de Distribuição no Peru.

A inovação é um dos principais diferenciais da companhia. Desenvolvemos mais de 800 novos modelos esportivos por ano e aplicamos tecnologias próprias e licenciadas às nossas marcas, buscando ampliar desempenho, conforto, durabilidade e acesso à alta performance. Entre os exemplos recentes estão soluções como PV-YA, Placa Carbon G, Eleva Pró, Oxitec e tecnologias de amortecimento desenvolvidas no Brasil e levadas a mercados internacionais, reforçando nossa capacidade de criar produtos esportivos de padrão global a partir de conhecimento, estrutura e produção nacionais.

Nossa presença comercial combina varejo multimarcas, lojas próprias, comércio eletrônico, grandes plataformas digitais, mercado externo e venda direta ao consumidor. Em 2025, considerando a atuação consolidada das marcas, atendemos 13,7 mil clientes e encerramos o ano com 60 operações, entre lojas físicas e canais de *e-commerce*, sendo 20 no mercado interno (17 lojas físicas e 3 operações de *e-commerce*) e 40 no mercado externo (38 lojas físicas e 2 operações de *e-commerce*). Essa capilaridade foi apoiada por inteligência de mercado, equipe de *merchandising* e ferramentas próprias para análise de desempenho, treinamento e conexão com lojistas, fortalecendo a reposição de produtos, a leitura de demanda e a experiência do consumidor em diferentes canais.

Em 2025, comercializamos 33,7 milhões de itens, considerando pares e peças, e encerramos o período com 23.377 colaboradores. Esses números refletem a escala de uma companhia industrial brasileira que alia capacidade produtiva, gestão de marcas, inovação tecnológica e presença comercial nacional e internacional.

Seguimos orientados pelo propósito de levar inovação, tecnologia e alta performance para o mundo, contribuindo para ampliar o acesso ao esporte e fortalecer uma cadeia produtiva que conecta indústria, conhecimento, marcas, varejo, consumidores e comunidades.

ESTRATÉGIA E CULTURA ORGANIZACIONAL

A estratégia da Vulcabras parte de uma visão clara: fortalecer nossa posição como uma Sportech Global brasileira, capaz de unir tecnologia, inovação e esporte para desenvolver marcas e produtos de alta performance. Essa orientação sustenta nossa atuação em um mercado cada vez mais dinâmico, no qual a prática esportiva, a corrida e o estilo de vida ativo ganham relevância crescente entre diferentes perfis de consumidores.

Essa visão se traduz em direcionadores institucionais que expressam quem somos, o que nos move e como buscamos evoluir como companhia. A seguir, apresentamos nosso propósito, nossa ambição e os valores que orientam a atuação da Vulcabras.

QUEM SOMOS Somos mais que especialistas em esporte. Nós vivemos o esporte em tudo que fazemos.	PROPÓSITO Construir um País melhor a partir do esporte, liderando o desenvolvimento do esporte no Brasil.	AMBIÇÃO Seremos os maiores protagonistas do mercado esportivo brasileiro, consolidando-nos como a principal empresa do segmento. Estimular o desenvolvimento de nossas pessoas para que evoluam constantemente e, com isso, levem o nosso negócio a níveis cada vez mais altos.
--	---	---

VALORES

 SOMOS ALTA PERFORMANCE	Somos obcecados por entregar grandes resultados com excelência. Buscamos sempre o melhor desempenho e queremos bater nossos próprios recordes constantemente. Nossa disciplina é inquestionável e damos nosso máximo para estarmos no topo.
 SOMOS UM TIME	Jogamos juntos. A união de talentos individuais nos traz a força coletiva necessária para chegar ao topo. Todos trabalhamos em busca dos mesmos objetivos e ambições. Temos garra e resiliência para enfrentar os desafios de cabeça erguida.
 SOMOS INOVADORES	Inovação é o nosso negócio. Estamos sempre um passo à frente para trazer o futuro da tecnologia esportiva hoje e encontrar meios para tornar isso realidade. Democratizamos o acesso a produtos de ponta, que levam à melhor performance. Inovamos com qualidade, mantendo o foco na competitividade e no negócio.
 SOMOS INCONFORMADOS	Nós somos inquietos. Não nos conformamos com o que já temos e questionamos onde podemos evoluir. Queremos sempre ultrapassar nossos limites na forma de entregar, produzir, nos relacionar e pensar nossos produtos.
 SOMOS ÁGEIS	Não nos apegamos a verdades absolutas. Somos flexíveis para nos adaptarmos a novos rumos com velocidade e capacidade de transformação para atender às necessidades dos consumidores e do mercado, evoluindo nosso negócio constantemente. Temos força para modificar a nossa estratégia ou direcionamento, enfrentando juntos qualquer adversidade.

NOSSO MODELO DE NEGÓCIO

GRI 2-1, 2-6

Operamos um modelo de negócio verticalizado, construído para transformar conhecimento sobre esporte, tecnologia e consumo em produtos de alta performance, com escala, eficiência e velocidade de resposta ao mercado. Essa integração nos permite atuar em diferentes etapas da cadeia de valor, da gestão de marcas e do desenvolvimento de produtos à produção, distribuição, venda e relacionamento com consumidores.

Nossa atuação combina três marcas esportivas de grande relevância no mercado brasileiro: Olympikus, Mizuno e Under Armour. Cada uma possui identidade, posicionamento e proposta de valor próprios, o que amplia nossa capacidade de atender diferentes perfis de consumidores, modalidades esportivas, faixas de preço e ocasiões de uso. A gestão integrada desse portfólio fortalece nossa presença no esporte e amplia a conexão com públicos que buscam desempenho, conforto, inovação e estilo de vida ativo.

A **base de inovação** da companhia está no Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de Parobé [RS], o maior da América Latina no segmento de calçados esportivos. Com mais de 20 mil m² e mais de 800 profissionais, a estrutura reúne competências em pesquisa, *design*, engenharia, materiais, prototipagem e testes. A partir desse centro, desenvolvemos mais de 800 novos modelos esportivos por ano, incluindo tecnologias criadas no Brasil e aplicadas em produtos voltados a diferentes níveis de prática esportiva, da iniciação à alta performance.

Nossa **produção** é realizada nas unidades industriais de Horizonte [CE] e Itapetinga [BA], que operam com tecnologia de ponta, automação, robótica, inteligência artificial e sistemas conectados em tempo real. Essa estrutura amplia a precisão dos processos, melhora o controle de qualidade, reduz perdas, favorece a eficiência operacional e permite maior flexibilidade para ajustar volumes, modelos e reposição de produtos conforme a dinâmica do mercado.

A **integração entre desenvolvimento, produção e inteligência comercial** é um dos diferenciais do nosso modelo. A área de Inteligência de Mercado apoia decisões relacionadas a sortimento, abastecimento, distribuição e desempenho no ponto de venda, contribuindo para que os produtos cheguem aos canais adequados, nos volumes mais aderentes à demanda. Em 2025, considerando a atuação consolidada das marcas, atendemos 13,7 mil clientes, ampliando a presença dos produtos no varejo e fortalecendo a conexão com diferentes perfis de consumidores.

Essa estrutura é complementada por 31 escritórios de representação, 191 representantes e prepostos e 16 gerentes comerciais, que apoiam a atuação das marcas em diferentes regiões, canais e perfis de

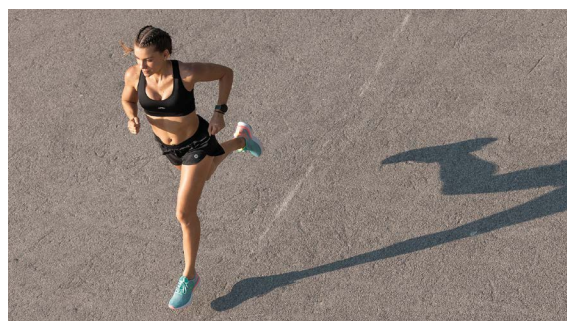
clientes. A presença comercial capilar contribui para ampliar a disponibilidade dos produtos, qualificar o relacionamento com o varejo e apoiar a execução das estratégias de marca no ponto de venda.

Nossa **plataforma de distribuição** combina canais físicos, digitais e internacionais. No Brasil, atuamos por meio do varejo multimarcas, lojas próprias, *outlets*, comércio eletrônico e grandes plataformas digitais. No mercado externo, mantemos operação em países estratégicos, especialmente na América Latina, com canais próprios, licenciados e digitais. Em 2025, essa presença incluiu 55 lojas físicas e cinco operações de *e-commerce*, distribuídas entre os mercados interno e externo, ampliando o alcance das marcas, ampliando o alcance das marcas e permitindo atender consumidores com diferentes jornadas de compra.

O crescimento das **vendas diretas** ao consumidor ocupa papel relevante nessa estratégia. A operação digital conta com estrutura logística dedicada, incluindo o Centro de Distribuição de Extrema [MG], voltado ao atendimento dos canais diretos das marcas, incluindo *e-commerce* e lojas próprias. A presença nos principais *marketplaces* do Brasil complementa os canais próprios e amplia a capilaridade das marcas no ambiente digital.

A **construção de marca** também é parte central do modelo de negócio. Nossa atuação em marketing é orientada por dados e segmentada por marca, com presença digital, relacionamento com comunidades esportivas, patrocínio a eventos, apoio a atletas e iniciativas que fortalecem a conexão com consumidores. Em 2025, os perfis brasileiros das nossas marcas ampliaram o número de seguidores, evidenciando a relevância desses canais para engajamento, comunicação de produtos e fortalecimento de reputação.

A **sustentabilidade** está incorporada à forma como estruturamos nossa operação e tomamos decisões de negócio. A gestão ambiental, social e de governança orienta iniciativas voltadas à eficiência produtiva, ao uso responsável de recursos, à valorização das pessoas, ao relacionamento com comunidades e à geração de valor para diferentes públicos. Em uma companhia industrial de grande escala, esses temas são parte da competitividade, da gestão de riscos e da perenidade do negócio.





PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

Em 2025, recebemos reconhecimentos relacionados à inovação, à relevância das nossas marcas, à evolução da cultura organizacional e à liderança executiva. Esses destaques evidenciam diferentes dimensões da Vulcabras e nossa capacidade de gerar resultados em um mercado competitivo, com base em tecnologia, escala industrial, gestão de marcas e proximidade com consumidores, colaboradores e demais públicos estratégicos.

INOVAÇÃO E DESEMPENHO EMPRESARIAL

Fomos reconhecidos pela Forbes como uma das empresas mais inovadoras do Brasil, em uma lista dedicada a organizações que transformam inovação em resultado de forma consistente. O reconhecimento dialoga com a trajetória recente da companhia, que desde 2019 investiu mais de R\$ 1 bilhão em inovação, incluindo pesquisa e desenvolvimento, modernização industrial, digitalização de processos e fortalecimento de seu ecossistema de criação de produtos esportivos.

Esse investimento se materializa, por exemplo, no Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de Parobé (RS), que atua como núcleo estratégico de tecnologia para nossas marcas, conectando ciência, engenharia, design, materiais e conhecimento aplicado ao esporte.

MARCAS, PRODUTOS E CONEXÃO COM CONSUMIDORES

A força das nossas marcas também se refletiu no comportamento dos consumidores. O Corre 4, da

Olympikus, foi apontado pelo Google como o tênis mais buscado e desejado do Brasil em 2025, alcançando a 6ª posição entre os 50 produtos mais buscados e desejados do País na lista "Os Mais Desejados do Ano".

Além disso, pelo terceiro ano consecutivo, a Olympikus foi a marca do tênis mais utilizado por corredores brasileiros no Strava.

CULTURA ORGANIZACIONAL

Nossa jornada de evolução cultural também recebeu reconhecimento externo. O projeto "Jornada de Evolução Cultural", desenvolvido em parceria com a United Minds, foi vencedor do Prêmio Aberje na regional Sul, em categoria relacionada à comunicação com empregados.

A iniciativa teve início em 2022, com diagnóstico e estruturação da plataforma de cultura, e ganhou escala a partir de 2024, com ações voltadas ao engajamento de lideranças e colaboradores, à disseminação dos valores corporativos e à aplicação prática da cultura no dia a dia da companhia.

LIDERANÇA EXECUTIVA

A atuação da liderança da Vulcabras foi reconhecida em importantes premiações de 2025. Pedro Bartelle, CEO da companhia, recebeu o Prêmio Equilibrista, promovido pelo Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças do Rio Grande do Sul (Ibef-RS), como Executivo de Finanças do Ano.

No mesmo ano, também foi homenageado pela Associação Brasileira de Recursos Humanos do Rio Grande do Sul (ABRH-RS) como Personalidade Top Ser Humano 2025, reconhecimento dedicado a lideranças que colocam as pessoas no centro das decisões e contribuem para ambientes de trabalho mais humanos, inovadores e orientados ao desenvolvimento.

PORTFÓLIO DE MARCAS

GRI 2-1, 2-6

Nosso portfólio reúne diferentes territórios do esporte, da corrida ao treino, do alto rendimento ao estilo esportivo do dia a dia, além de uma atuação específica em calçados profissionais. Essa arquitetura é formada pela Olympikus, marca própria e referência nacional no segmento esportivo; pela Mizuno e pela Under Armour, marcas globais licenciadas no Brasil; e pela Botas Vulcabras, voltada ao mercado de segurança e uso profissional.

Cada marca possui identidade, proposta de valor e público prioritário. Essa complementaridade amplia nossa presença em diferentes categorias, faixas de preço e ocasiões de uso, ao mesmo tempo que permite desenvolver produtos, experiências e iniciativas alinhadas às expectativas de atletas, praticantes de atividade física, consumidores urbanos e profissionais que dependem de calçados técnicos no dia a dia.

Em 2025 e no início de 2026, essa estratégia seguiu orientada pela combinação entre inovação, desenvolvimento de portfólio, fortalecimento de comunidades esportivas e conexão com consumidores. Nesse período, Olympikus, Mizuno e Under Armour avançaram em seus respectivos territórios de atuação, reforçando a atuação da Vulcabras como gestora de marcas esportivas complementares.



OLYMPIKUS

Criada em 1975, a Olympikus completou 50 anos em 2025 como uma das principais marcas esportivas do Brasil. Ao longo dessa trajetória, construiu sua relevância a partir de uma proposta clara: tornar a tecnologia esportiva mais acessível, com produtos desenvolvidos para diferentes níveis de prática, da iniciação à alta performance.

A corrida ocupa papel central nessa história recente. Entre 2025 e março de 2026, como parte das comemorações de seus 50 anos, a marca ampliou sua presença junto à comunidade corredora, patrocinando

50 corridas em 25 cidades das cinco regiões do País. Mais de **210 mil pessoas** participaram de corridas com a Olympikus de abril de 2025 a março de 2026, em percursos que somaram mais de **2.100 quilômetros**.

Esse movimento reforçou a presença da Olympikus na comunidade corredora e apoiou a evolução de seu portfólio técnico, com produtos desenvolvidos para diferentes perfis de atletas e praticantes. No ciclo mais recente, a evolução da Família Corre ganhou novo impulso com o lançamento do **Corre Pace**, primeiro ultratênis de corrida desenvolvido no Brasil. O modelo inaugura uma nova categoria no portfólio da marca e reforça a capacidade da Olympikus de

desenvolver tecnologia competitiva em nível global. Mais do que ampliar a oferta de alta performance, o produto contribui para gerar aprendizados técnicos que fortalecem a evolução da linha e apoiam o desenvolvimento de novas soluções para corredores de diferentes perfis.

A marca também aprofundou sua leitura sobre o mercado de corrida com a segunda edição do estudo **Por Dentro do Corre**, voltado a compreender a cultura da corrida no Brasil. O levantamento apontou a entrada de aproximadamente **2 milhões de novos corredores em 2025**, com destaque para o crescimento da participação de mulheres, jovens e consumidores da classe C. Esses dados reforçam o potencial de expansão da modalidade e apoiam a estratégia da marca para os próximos ciclos.

A conexão com a comunidade seguiu como pilar central da Olympikus, por meio de apoio a provas, ativações, experiências proprietárias e iniciativas voltadas ao desenvolvimento do esporte. Entre os movimentos recentes está o projeto **Corre do Amanhã**, em parceria com o Instituto Vanderlei Cordeiro de Lima, criado para formar e desenvolver novos talentos da corrida brasileira.

Além dos produtos e estudos, a Olympikus desenvolve experiências proprietárias que conectam esporte, cultura e território, como o Bota Pra Correr, **detalhado a seguir**. A iniciativa traduz a forma como a marca se aproxima da comunidade, valoriza diferentes paisagens brasileiras e promove a corrida como vivência coletiva, acessível e conectada ao País.

Saiba mais em www.olympikus.com.br

BOTA PRA CORRER OLYMPIKUS

Criado pela Olympikus em 2019, o Bota Pra Correr é um festival proprietário que amplia a experiência da corrida para além da prova. A iniciativa valoriza diferentes territórios brasileiros e reúne esporte, natureza, cultura local e convivência, em uma proposta voltada à comunidade corredora.

Em 2025, o projeto teve edições na Serra do Cipó [MG] e em Cumbuco [CE], com percursos de asfalto e trilha em cenários de alta relevância natural e turística. A programação incluiu espaços de interação, conversas com especialistas e atletas, ativações de marca e ações associadas à valorização dos territórios visitados. Com esse formato, o Bota Pra Correr traduz a proposta da Olympikus de democratizar o acesso à corrida e celebrar o esporte como experiência coletiva, acessível e conectada ao Brasil.





MIZUNO

Com mais de 100 anos de história global, a Mizuno é reconhecida por sua tradição em tecnologia, inovação e performance esportiva. No Brasil, a marca está presente há 25 anos e, desde 2021, é gerida pela Vulcabras, o que ampliou sua capacidade de desenvolvimento local, expansão comercial e conexão com consumidores brasileiros.

A corrida de alta performance é um dos principais pilares da marca. Em 2025, a Mizuno lançou a Linha Neo, desenvolvida a partir de colaboração entre Brasil e Japão. A novidade ampliou o portfólio de corrida, aproximando tecnologias de desempenho de diferentes perfis de corredores e reposicionando a marca em novas faixas de preço.

No ciclo mais recente, a marca deu continuidade ao desenvolvimento da Linha Neo com o lançamento do **Neo Zen 2**, modelo *premium* voltado ao uso diário e a diferentes tipos de treino. O lançamento foi apoiado por ativações digitais e por experiências na **Mizuno Running Station**, reforçando a experimentação de produto e a proximidade com a comunidade corredora.

A Mizuno também avançou no segmento de alta performance com a coleção **Hyperwarp**, composta por modelos voltados à velocidade e à competição. A iniciativa representa um avanço da engenharia global da marca e fortalece sua presença no alto rendimento, em conexão com atletas, eventos proprietários e experiências de teste em ambiente competitivo.

A presença da marca nas corridas de rua também ganhou relevância com o **Circuito Mizuno Athenas**, um dos circuitos mais tradicionais de São Paulo (SP). A primeira etapa reuniu mais de **9 mil participantes** e reforçou a credibilidade das tecnologias da marca junto à comunidade corredora.

A **Mizuno Running Station** consolidou-se como ativo estratégico de relacionamento, experimentação e construção de marca no Brasil, alcançando o marco de **100 mil pessoas impactadas**. O espaço fortalece a conexão direta com corredores e apoia a apresentação prática dos diferenciais técnicos dos produtos.

Para além da performance, a Mizuno tem ampliado sua atuação no *sportstyle*, aproximando esporte, cultura urbana e expressão criativa. Iniciativas como o **Wave Prophecy Morelia Neo** e a colaboração com a marca francesa **VRUNK** reforçam essa presença em territórios que conectam legado esportivo, *design* e comportamento.

Em 2026, a marca também ampliou sua presença no futebol brasileiro com o anúncio da **parceria com o Botafogo**, assumindo como fornecedora oficial de material esportivo do clube por três anos e meio. A iniciativa une duas instituições centenárias e reforça o posicionamento da Mizuno em tecnologia, desempenho e tradição esportiva, além de marcar um novo ciclo de conexão da marca com comunidades apaixonadas pelo esporte.

Saiba mais em www.mizuno.com.br



UNDER ARMOUR

Fundada em 1996 nos Estados Unidos, a Under Armour é uma marca global de performance, com atuação em calçados, vestuário e acessórios para treino, corrida, basquete e estilo de vida ativo. Desde 2018, sua operação no Brasil é conduzida pela Vulcabras, com foco na construção de relevância local e na aproximação com públicos estratégicos.

No mercado brasileiro, a marca mantém forte associação com performance, intensidade e preparação física. Em 2025 e no início de 2026, essa presença avançou por meio de uma estratégia de ampliação de portfólio voltada especialmente aos territórios de treino e corrida, combinada a iniciativas de **conexão com a Geração Z**, aproximando o treino de territórios como cultura, comunidade e esportes coletivos, traduzindo o esporte como expressão de identidade, pertencimento e estilo de vida.

No segmento de treino, a marca lançou o **Cross 2 SE**, modelo desenvolvido para treinos de força, com foco em estabilidade e desempenho. A iniciativa reforça uma categoria historicamente conectada à identidade da Under Armour e amplia a oferta de produtos voltados a consumidores que buscam melhor rendimento em diferentes rotinas de atividade física.

Na corrida, a Under Armour avançou na estruturação de uma pirâmide mais completa de produtos, conectando diferentes perfis de corredores. Os modelos **Nonstop e Endless**, desenvolvidos no Brasil pelo time de P&D da Vulcabras em conjunto com a Under Armour Global, ampliam o acesso à tecnologia e fortalecem a presença da marca entre corredores iniciantes e intermediários.

No segmento de elite, o **Velociti Elite 3** chegou ao Brasil como modelo de alto rendimento validado em competições internacionais. O lançamento posiciona a Under Armour de forma mais competitiva na corrida de elite e reforça sua capacidade de oferecer soluções para diferentes níveis de prática, apoiadas por inovação em materiais, biomecânica e engenharia de produto.

Com essa evolução, a Under Armour amplia sua relevância no Brasil ao combinar repertório global, desenvolvimento local e estratégias de comunicação e ativação mais próximas do consumidor brasileiro, fortalecendo sua presença nos territórios de treino, corrida e estilo de vida ativo.

Saiba mais em www.underarmour.com.br



BOTAS VULCABRAS

As Botas Vulcabras representam a atuação da companhia no segmento de calçados de segurança para uso profissional. A marca desenvolve produtos voltados a ambientes que exigem proteção, resistência e durabilidade, atendendo profissionais de setores como mineração, siderurgia, agronegócio, construção civil e hospitais.

Os modelos são produzidos com materiais adequados às exigências técnicas do segmento e seguem normas aplicáveis à segurança ocupacional. A operação também incorpora práticas de melhor aproveitamento de materiais, com reaproveitamento de até 6% dos resíduos industriais como insumo para a fabricação das botas, contribuindo para reduzir perdas e ampliar a circularidade no processo produtivo.

INFRAESTRUTURA E DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA



GRI 2-1, 2-6

Nossa infraestrutura reúne unidades com funções complementares em produção, pesquisa e desenvolvimento, logística, administração, relacionamento comercial e inovação aberta. Essa distribuição geográfica permite organizar a operação de forma integrada, conectando a capacidade industrial do Nordeste, a base corporativa em São Paulo, o desenvolvimento tecnológico no Rio Grande do Sul, a estrutura logística em Minas Gerais e a presença internacional em mercados estratégicos da América Latina.



Nos últimos anos, ampliamos investimentos em expansão fabril, modernização de maquinário, desenvolvimento de produtos, pesquisa e tecnologia. Desde 2019, esse ciclo soma mais de R\$ 1 bilhão, direcionado à evolução da estrutura produtiva e de inovação da companhia.

Em 2025, demos continuidade a esse movimento com novas ampliações e adequações de infraestrutura. As intervenções realizadas no ano somaram 9.738 m² e incluíram expansão de centro de distribuição, anexo fabril, área de gestão de resíduos, emendas de pavimentos, banheiros e salas de gerência. O conjunto dessas melhorias contribui para acompanhar o crescimento da operação, ampliar estruturas de apoio e fortalecer a eficiência das atividades industriais, logísticas e administrativas.

UNIDADE FABRIL DE HORIZONTE (CE)

Localizada na Região Metropolitana de Fortaleza [CE], a unidade de Horizonte [CE] é a principal planta fabril da Vulcabras e concentra a produção de calçados esportivos das marcas Olympikus, Mizuno e Under Armour. Inaugurada em 1996, a fábrica passou por sucessivos ciclos de expansão e modernização, acompanhando o crescimento da companhia e a demanda crescente por seus produtos.

Em 2025, a unidade alcançou 104 mil m² de área construída, após a conclusão de uma nova etapa de ampliação iniciada no ano anterior. O movimento também esteve associado à contratação de 1,9 mil trabalhadores ao longo do ano, reforçando o papel da operação como polo relevante de geração de emprego e desenvolvimento industrial no Ceará.

A planta reúne linhas de produção, logística, engenharia industrial, laboratório, planejamento e controle de produção, o que favorece a integração entre áreas técnicas e operacionais. Essa estrutura contribui para dar escala, precisão e flexibilidade à fabricação de calçados esportivos, em uma operação orientada por eficiência, qualidade e resposta rápida ao mercado.

UNIDADE FABRIL DE ITAPETINGA (BA)

Fundada em 1998, a unidade de Itapetinga [BA] possui 350 mil m² de área total e 93 mil m² de área construída coberta. A planta tem papel complementar na estrutura industrial da Vulcabras, com produção de solados, chinelos, chuteiras, itens das marcas esportivas e Botas Vulcabras. Em 2025, a unidade registrou a contratação de 1,3 mil novos colaboradores, reforçando sua relevância para a geração de emprego e para o desenvolvimento industrial na Bahia.

A unidade conta com infraestrutura de logística, engenharia industrial e planejamento e controle de produção, apoiando a integração entre as etapas fabris e o atendimento às diferentes linhas de produto. Sua atuação contribui para a capacidade de produção verticalizada da companhia, especialmente em componentes e categorias que exigem escala, controle técnico e padronização.

CENTRO ADMINISTRATIVO EM JUNDIAÍ (SP)

O centro administrativo da Vulcabras está localizado em Jundiaí [SP], município com presença histórica na trajetória da companhia. A Vulcabras foi fundada em 1952, em Cabreúva [SP], e ainda nos anos 1950 transferiu sua fábrica para Jundiaí [SP], onde ampliou suas linhas de produção e consolidou parte relevante de sua base operacional.

Hoje, a unidade concentra áreas corporativas e funções estratégicas de gestão, apoiando a governança, o planejamento e a integração das operações da companhia.

CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO EM EXTREMA (MG)

O Centro de Distribuição de Extrema [MG] completou cinco anos de operação em 2025 e se consolidou como um dos principais *hubs* logísticos da Vulcabras. A unidade é responsável pelas operações de comércio eletrônico e pela distribuição de produtos importados do canal de atacado, aproximando a companhia de clientes e consumidores em diferentes regiões.

Em 2025, o Centro de Distribuição recebeu uma ampliação de 4.277,24 m², reforçando a estrutura logística necessária para acompanhar o crescimento dos canais digitais, do atendimento ao varejo e da presença das marcas em diferentes mercados.

Com estrutura voltada à agilidade, ao controle e à eficiência operacional, o CD de Extrema apoia a precisão no processamento, armazenamento e atendimento dos pedidos, contribuindo para a experiência de compra e para a eficiência da distribuição.



CENTRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM PAROBÉ (RS)

O Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, localizado em Parobé [RS], é o maior da América Latina dedicado a calçados esportivos. Com mais de 20 mil m² de área construída e mais de 800 profissionais, a estrutura reúne competências em *design*, engenharia, materiais, prototipagem, testes, realidade virtual, impressão 3D e desenvolvimento de tecnologias aplicadas ao esporte.

É nesse centro que desenvolvemos mais de 800 novos modelos por ano para as marcas da companhia. A estrutura permite integrar concepção, testes e aprimoramento técnico dos produtos em ciclos mais ágeis, aproximando pesquisa, criação e produção industrial. O espaço também contribui para o desenvolvimento de tecnologias próprias e para a adaptação de soluções globais às características do mercado brasileiro.

SHOWROOM EM SÃO PAULO (SP)

Localizado na região do Parque Villa-Lobos, em São Paulo [SP], o *showroom* da Vulcabras é um espaço de apresentação de coleções, lançamentos e produtos das marcas da companhia. Também funciona como ambiente de relacionamento com varejistas, parceiros estratégicos, equipes comerciais e executivos das marcas licenciadas.

A estrutura apoia reuniões, eventos, visitas institucionais e agendas de alinhamento comercial, contribuindo para aproximar a companhia do mercado e fortalecer a comunicação dos diferenciais de seu portfólio.

ESCRITÓRIO EM PORTO ALEGRE (RS)

Em Porto Alegre [RS], mantemos um escritório no Instituto Caldeira, ecossistema de inovação que reúne empresas, *startups*, universidades e organizações voltadas ao desenvolvimento de novas soluções. A presença da Vulcabras nesse ambiente amplia a conexão com iniciativas de inovação aberta, colaboração multidisciplinar e troca de conhecimento.

O espaço complementa nossa estrutura de pesquisa e desenvolvimento ao aproximar a companhia de redes externas de tecnologia, empreendedorismo e transformação digital.

PRESENÇA INTERNACIONAL

No exterior, estamos presentes em mais de 20 países, com atuação mais robusta na América Latina. Em 2025, contávamos com 38 lojas físicas e duas operações de *e-commerce* no mercado externo, concentradas no Peru e no Chile, além de canais de distribuição que ampliam o alcance das nossas marcas fora do Brasil.

Essa presença internacional reforça nossa capacidade de levar tecnologia esportiva desenvolvida e produzida no Brasil a diferentes mercados, especialmente em regiões com proximidade comercial, cultural e logística com a operação brasileira.

Essa configuração geográfica fortalece a integração entre produção, desenvolvimento tecnológico, logística, administração, relacionamento comercial e presença internacional. Ao combinar unidades industriais de grande escala, centro de pesquisa especializado e estruturas de distribuição, a Vulcabras sustenta um modelo de negócio orientado por eficiência, inovação e proximidade com o mercado.

INOVAÇÃO E INDÚSTRIA 4.0

INOVAÇÃO APLICADA AO ESPORTE

Na Vulcabras, inovação é uma capacidade instalada em toda a operação. Ela nasce da integração entre pesquisa aplicada, desenvolvimento de materiais, *design*, engenharia, tecnologia industrial, escuta do consumidor e proximidade com atletas e especialistas. Essa estrutura permite criar produtos esportivos no Brasil, testá-los com agilidade, produzi-los em escala e transformar aprendizados técnicos em soluções aplicáveis a diferentes marcas, categorias e perfis de consumidores.

Nosso objetivo é aproximar tecnologia de ponta de diferentes perfis de consumidores, da iniciação esportiva à alta performance. Para isso, investimos em produtos, processos, equipamentos, sistemas e parcerias que ampliam nossa capacidade de desenvolver soluções próprias e adaptar tecnologias globais às necessidades do mercado nacional.



INVESTIMENTOS E CAPACIDADE TECNOLÓGICA

Nos últimos seis anos, investimos mais de R\$ 1 bilhão em inovação. Esses recursos foram direcionados à pesquisa e ao desenvolvimento, à modernização das fábricas, à implantação de processos mais eficientes, à aquisição de equipamentos, à adoção de sistemas integrados e ao desenvolvimento de produtos.

Esse ciclo de investimentos fortaleceu nossa base tecnológica e ampliou a capacidade da companhia de responder ao crescimento do mercado esportivo, especialmente na categoria de corrida. Também contribuiu para acelerar o desenvolvimento de novos produtos, reduzir o tempo entre concepção e lançamento e ampliar a precisão das decisões industriais e comerciais.

CENTRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

Localizado em Parobé (RS), nosso Centro de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) é o maior da América Latina dedicado a calçados esportivos. O espaço reúne *designers*, pesquisadores, projetistas, engenheiros de materiais e processos, além de equipes especializadas em testes, prototipagem e desenvolvimento de tecnologias.



O Centro de P&D atua para as três marcas esportivas da companhia, Olympikus, Mizuno e Under Armour, desenvolvendo e testando mais de 800 protótipos por ano. A estrutura inclui Centro de *Design*, Minifábrica, Centros de Usinagem, impressão 3D, Laboratórios de Realidade Virtual e de Pesquisa de Materiais, entre outros recursos.

Com essa base, conseguimos testar hipóteses, ajustar materiais, validar geometria, aprimorar conforto e desempenho e antecipar decisões antes mesmo da produção das primeiras amostras. O uso de inteligência artificial, modelagem digital, impressão 3D e realidade virtual torna o processo mais ágil e assertivo, aproximando criação, validação técnica e produção industrial.

INDÚSTRIA 4.0 NAS UNIDADES FABRIS

A inovação também está presente nas unidades fabris de Horizonte [CE] e Itapetinga [BA], que operam com tecnologias avançadas da Indústria 4.0. A aplicação de inteligência artificial, robótica e sistemas conectados em tempo real permite maior controle dos processos, melhor leitura de dados produtivos e mais precisão na gestão da qualidade.

Essa infraestrutura tecnológica contribui para uma operação mais eficiente, flexível e orientada por dados. Em um mercado no qual a velocidade de reposição, a acurácia produtiva e o controle de custos são fatores críticos, a integração entre desenvolvimento, planejamento, fábrica e demanda comercial é um diferencial relevante da Vulcabras.

COLABORAÇÃO, TESTES E VALIDAÇÃO TÉCNICA

Nosso modelo de inovação é construído em rede. Mantemos parcerias com universidades, centros de pesquisa, laboratórios, fornecedores, atletas profissionais e amadores, técnicos e especialistas em biomecânica. Entre as instituições parceiras estão a Universidade de Caxias do Sul [UCS], a Universidade de São Paulo [USP] e o Centro de Caracterização e Desenvolvimento de Materiais da Universidade Federal de São Carlos [CCDM/UFSCar].

Essa atuação colaborativa contribui para validar materiais, aprimorar tecnologias e testar produtos em condições próximas ao uso real. A cocriação com corredores e especialistas permite que os aprendizados obtidos em laboratório sejam confrontados com a experiência prática de quem utiliza os produtos em treinos, provas e rotinas esportivas distintas.

CONHECIMENTO APLICADO À EVOLUÇÃO DOS PRODUTOS

Produtos de alta performance também cumprem um papel estratégico no processo de inovação da Vulcabras. Ao concentrar maior complexidade técnica, novas combinações de materiais e ciclos intensos de testes, esses modelos funcionam como laboratórios de desenvolvimento, gerando aprendizados que podem ser adaptados a outras linhas, categorias e marcas.

Um exemplo desse processo é o desenvolvimento do **Corre Pace**, que ampliou o repertório técnico da companhia em engenharia de produto, formulação de espumas, construção de cabedais e validação biomecânica. O conhecimento gerado nesse projeto não se restringe ao produto em si. Ele contribui para aprimorar soluções aplicadas à família Corre e fortalece a capacidade da Vulcabras de levar tecnologia de ponta a diferentes níveis de prática esportiva.

Entre os desdobramentos desse aprendizado está a evolução do **Corre 5** e do **Corre Trilha**, com a incorporação de uma nova combinação de **EVA e PEBA** na entressola. A solução busca equilibrar retorno de energia, redução de peso e viabilidade de produção em escala, aproximando tecnologias inspiradas em produtos de alto desempenho de um público mais amplo.

O mesmo processo também orienta melhorias em componentes como palmilhas, espumas e cabedais, além de estudos biomecânicos realizados com atletas. Essa lógica reforça uma característica central do nosso modelo de inovação: o conhecimento circula entre produtos e categorias, combinando alta performance, uso real, escala industrial e acessibilidade.

TECNOLOGIAS PROPRIETÁRIAS

O desenvolvimento tecnológico da Vulcabras resultou em um portfólio de soluções aplicadas aos produtos das marcas que gerimos. Entre os principais destaques estão:

PROPULSÃO E ESTABILIDADE

Grafenus, primeira placa de propulsão à base de grafeno do mundo; Carbon-G, placa de carbono com nova geometria; e geometria *rocker*, que favorece a transição da passada e o impulso.

AMORTECIMENTO E RETORNO DE ENERGIA

Eleva Pró 2.0, Eleva Pró Max, NT-X, NT-X 2.0 e NT-X Pro 2.0, tecnologias voltadas à resposta rápida, conforto, leveza e baixa deformação.

CABEDAIS E LEVEZA

Oxitec 3.0, Oxitec 4.0 e Oxilite, desenvolvidos para oferecer respirabilidade, ajuste, resistência e redução de peso.

TRAÇÃO E ADERÊNCIA

Solados Michelin e solado Gripper, aplicados para ampliar estabilidade, aderência e segurança em diferentes condições de uso.

Essas tecnologias são desenvolvidas e aprimoradas de forma contínua, com foco em desempenho, conforto, durabilidade e acessibilidade. Ao internalizar conhecimento técnico e produtivo em áreas como espumas, cabedais, placas de propulsão, geometrias, palmilhas e solados, ampliamos nossa capacidade de criar soluções competitivas e adaptadas a diferentes perfis de consumidores, da iniciação esportiva à alta performance.



LANÇAMENTOS RECENTES

Entre 2025 e o início de 2026, as tecnologias desenvolvidas e aplicadas pela Vulcabras chegaram ao mercado e avançaram em novos ciclos de desenvolvimento por meio de produtos voltados a diferentes perfis de consumidores, modalidades e jornadas esportivas. Os destaques recentes demonstram como a companhia utiliza sua estrutura de pesquisa, engenharia, testes e produção para atender marcas com posicionamentos distintos, mantendo desenvolvimento local, escala industrial e foco em *performance*.

OLYMPIKUS

Na Olympikus, os lançamentos e evoluções recentes reforçaram a posição da Família Corre como uma plataforma de inovação voltada à corrida brasileira, com produtos desenvolvidos para diferentes níveis de exigência, do treino diário à alta performance.

Em 2025, o **Corre Turbo** foi desenvolvido para corredores intermediários e avançados que buscam desempenho em treinos intensos e provas longas, sem o uso de placa. O modelo reúne cabedal Oxilite, entressola NT-X 2.0, produzida com expansão por nitrogênio, e solado Gripper, combinando leveza, retorno de energia, conforto e tração.

O **Corre Supra 2** representou a evolução do supertênis brasileiro da Olympikus. O modelo reúne cabedal Oxitec 4.0, entressola NT-X Pro 2.0, placa Carbon-G e solado Michelin, em uma construção orientada à propulsão, estabilidade, resposta rápida, aderência e eficiência em alta velocidade.

Além dos lançamentos, o **Corre 4** consolidou-se como um dos principais símbolos da nova fase da Olympikus na corrida, ao reunir *design*, tecnologia e acessibilidade. O modelo também inspirou versões especiais conectadas aos 50 anos da marca e à cultura da corrida no Brasil.

No início de 2026, a evolução da Família Corre ganhou novo impulso com o **Corre Pace**, primeiro ultratênis de corrida desenvolvido no Brasil. O produto inaugura uma nova categoria no portfólio da Olympikus e evidencia a capacidade da marca de desenvolver tecnologia competitiva em nível global. Mais do que um lançamento de alta performance, o Corre Pace gerou aprendizados técnicos em engenharia, espumas, materiais, cabedais e biomecânica, que passam a alimentar o desenvolvimento de novas soluções para a família Corre.

Esse conhecimento também se reflete em produtos como o **Corre 5** e o **Corre Trilha**, que incorporam avanços relacionados à combinação de EVA e PEBA, à responsividade da entressola, ao conforto e à viabilidade de produção em escala. Com isso, a Olympikus reforça sua estratégia de democratizar o acesso à tecnologia esportiva, levando aprendizados de produtos de alta performance a modelos voltados a um público mais amplo.

MIZUNO

Na Mizuno, a inovação recente fortaleceu a atuação da marca em performance, *running* e *sportstyle*. A evolução da Linha Neo seguiu como um dos principais vetores dessa estratégia, combinando desenvolvimento tecnológico, colaboração entre Brasil e Japão e adaptação às preferências do corredor brasileiro.

No início de 2026, a marca deu continuidade ao desenvolvimento da linha com o lançamento do **Neo Zen 2**, modelo *premium* voltado ao uso diário, desenvolvido para diferentes

tipos de treino. O lançamento foi apoiado por ativações digitais e por experiências na **Mizuno Running Station**, reforçando a experimentação de produto e a proximidade com a comunidade corredora.

Ainda em performance, a Mizuno introduziu a coleção de supertênis **Hyperwarp**, composta por modelos voltados à alta velocidade e à competição. A iniciativa representa um avanço da engenharia global da marca e foi acompanhada pelo **Hyperwarp Challenge Brasil**, evento proprietário com atletas de elite que fortaleceu o posicionamento da Mizuno no alto rendimento.

A marca também retomou sua presença em corridas de rua com os *naming rights* do **Circuito Mizuno Athenas**, um dos circuitos mais tradicionais de São Paulo [SP]. A primeira etapa reuniu mais de 9 mil participantes e reforçou a credibilidade das tecnologias da marca em ambiente competitivo.

A **Mizuno Running Station** seguiu como um ativo relevante de relacionamento, experimentação e conexão com corredores. No período, o espaço atingiu a marca de **100 mil pessoas impactadas**, consolidando-se como *hub* estratégico da marca no Brasil.

No *sportstyle*, a Mizuno avançou na intersecção entre esporte, cultura urbana e expressão criativa, com lançamentos como o **Wave Prophecy Morelia Neo** e colaboração com a marca francesa **VRUNK**. Essas iniciativas ampliam a presença da marca para além da performance esportiva, conectando legado, *design* e comportamento.

UNDER ARMOUR

Na Under Armour, a Vulcabras avançou na ampliação do portfólio no Brasil, com foco em treino, corrida de alto desempenho e desenvolvimento de produtos alinhados ao consumidor brasileiro. Esse movimento combina o repertório global da marca com a capacidade local de pesquisa, desenvolvimento e leitura de mercado da Vulcabras.

No segmento de treino, a marca lançou o **Cross 2 SE**, modelo desenvolvido para treinos de força, com foco em estabilidade e desempenho. A iniciativa reforça a presença da Under Armour em uma categoria historicamente associada à sua identidade esportiva, marcada por intensidade e preparo físico.

Em *running*, a marca estruturou uma pirâmide mais completa de produtos, conectando diferentes perfis de corredores. Os modelos **Nonstop e Endless**, desenvolvidos no Brasil pelo time de P&D da Vulcabras em conjunto com a Under Armour Global, ampliam o acesso à tecnologia e fortalecem a presença da marca entre corredores iniciantes e intermediários.

No topo dessa estratégia está o **Velociti Elite 3**, modelo de alto rendimento validado em competições internacionais. Sua chegada ao Brasil posiciona a Under Armour de forma mais competitiva no segmento de elite e reforça a capacidade da marca de oferecer soluções para diferentes níveis de prática, apoiadas por inovação em materiais, biomecânica e engenharia de produto.

Com essa evolução, a Under Armour fortalece sua atuação no mercado brasileiro ao combinar inovação global, desenvolvimento local e comunicação mais próxima de novos públicos, ampliando sua relevância nos territórios de treino e corrida.

COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE

Na Vulcabras, a sustentabilidade é parte da gestão do negócio. Ela orienta decisões relacionadas à eficiência industrial, ao uso de recursos, à inovação, ao relacionamento com fornecedores, ao cuidado com as pessoas, ao investimento social e à governança corporativa.

Conduzimos a agenda ESG de forma transversal, com coordenação da Diretoria de Comunicação Corporativa e ESG e participação das áreas corporativas, industriais e comerciais. Essa atuação permite conectar os compromissos de longo prazo às rotinas operacionais, aos indicadores de desempenho e aos temas materiais acompanhados pela companhia.

Em 2025, mantivemos a consistência das principais frentes de atuação, com foco em economia circular, energia renovável, gestão hídrica, fortalecimento da cadeia nacional, impacto social e diversidade. Ao mesmo tempo, o crescimento da produção, a ampliação da estrutura operacional, a incorporação de novas tecnologias e o aumento do quadro de colaboradores trouxeram novos desafios para a gestão dos indicadores ESG, especialmente nas frentes ambientais e de pessoas.

Nossas prioridades seguem orientadas pela matriz de materialidade vigente, que permanece como referência para acompanhar a evolução da Vulcabras nos temas ambientais, sociais e de governança.

As metas também estão conectadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), considerando os objetivos nos quais temos maior potencial de contribuição por meio das nossas operações, produtos, relações comerciais e investimentos sociais.



CERTIFICAÇÕES, AVALIAÇÕES E AUDITORIAS

Adotamos certificações, ferramentas de avaliação e protocolos setoriais para apoiar a gestão dos nossos impactos socioambientais, fortalecer a transparência e orientar a melhoria contínua das unidades. Essas iniciativas complementam a gestão interna de sustentabilidade e permitem acompanhar temas relevantes para a cadeia calçadista, como desempenho ambiental, condições de trabalho, conformidade, governança e maturidade ESG.

ORIGEM SUSTENTÁVEL

Mantemos a certificação Origem Sustentável, programa de ESG e sustentabilidade voltado à cadeia calçadista, coordenado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados [Abicalçados] e pela Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos [Assintecal]. A certificação avalia empresas da cadeia de calçados e insumos com base em dimensões econômicas, ambientais, sociais, culturais e de gestão da sustentabilidade.

A unidade de Horizonte [CE] possui o Selo Diamante, nível máximo da certificação, concedido às empresas que atendem a mais de 80% dos indicadores avaliados. O reconhecimento reforça a maturidade das práticas adotadas na unidade e sua aderência a critérios setoriais de sustentabilidade, em uma agenda que envolve gestão ambiental, relações de trabalho, desenvolvimento econômico, cultura organizacional e governança.

HIGG FEM – MÓDULO AMBIENTAL DAS INSTALAÇÕES

Avaliamos nossas unidades fabris por meio do Higg FEM [Facility Environmental Module – Módulo Ambiental das Instalações], ferramenta do Higg Index voltada à mensuração e ao acompanhamento do desempenho ambiental de instalações produtivas.

Desenvolvido pela Cascale, anteriormente denominada Sustainable Apparel Coalition [SAC], e disponibilizado na plataforma Worldly, o Higg FEM permite avaliar temas como energia, emissões, água,

efluentes, resíduos, produtos químicos e sistemas de gestão ambiental. A ferramenta apoia a identificação de riscos, oportunidades de eficiência e prioridades de melhoria, além de favorecer uma linguagem comum para avaliação ambiental na cadeia global de bens de consumo.

Na Vulcabras, sua aplicação complementa práticas já consolidadas, como o uso de energia eólica nas operações fabris, o tratamento de efluentes, o monitoramento de resíduos e o acompanhamento contínuo de indicadores ambientais. Em 2025, as unidades fabris de Horizonte [CE] e Itapetinga [BA] realizaram a avaliação Higg FEM em abril e maio, respectivamente. Dessa forma, fortalecemos a gestão técnica dos impactos ambientais e ampliamos a comparabilidade das informações utilizadas em nossos processos de melhoria contínua.

PROGRAMA DE CONVERGÊNCIA SOCIAL E TRABALHISTA (SLCP)

Também adotamos o Programa de Convergência Social e Trabalhista [Social & Labor Convergence Program – SLCP] nas unidades fabris. A iniciativa utiliza uma metodologia padronizada para coleta e verificação de informações sobre condições sociais e trabalhistas, contribuindo para reduzir auditorias redundantes e gerar dados mais consistentes sobre práticas laborais na cadeia de valor.

O SLCP apoia o acompanhamento de temas como condições de trabalho, saúde e segurança, jornada, remuneração, mecanismos de gestão e conformidade trabalhista. Ao racionalizar processos de avaliação e fortalecer a qualidade dos dados, a iniciativa permite direcionar mais esforços à melhoria efetiva das condições de trabalho e ao desenvolvimento de ambientes seguros, justos e responsáveis.

Na Vulcabras, sua aplicação reforça a gestão social das unidades produtivas e complementa iniciativas internas relacionadas à valorização das pessoas, à segurança no trabalho, à conduta ética e ao cumprimento de requisitos legais e setoriais. Em 2025, as unidades fabris de Horizonte [CE] e Itapetinga [BA] participaram do SLCP, com realização em março e agosto, respectivamente.

PROGRAMA ESG-FIEC

Recebemos, em 2025, a recertificação do Selo ESG-FIEC, concedido pela Federação das Indústrias do Estado do Ceará [FIEC], por meio de seu Núcleo ESG. A companhia havia sido a primeira empresa a conquistar a chancela, em 2022, e também se tornou a primeira a renovar a certificação. A entrega oficial ocorreu em abril de 2025, na unidade de Horizonte [CE].

O Programa de Certificação ESG-FIEC tem como objetivo orientar indústrias cearenses no desenvolvimento e aprimoramento de práticas ambientais, sociais e de governança. A iniciativa é auditada pelo Bureau Veritas, organismo certificador internacional, o que reforça a credibilidade do processo de avaliação.

A recertificação reconhece a continuidade da agenda ESG da Vulcabras e a consistência de práticas como a atuação da Comissão de Sustentabilidade, o fomento à economia circular, o reúso de água, a gestão de resíduos, os programas de educação ambiental e a

adoção de planos de gestão alinhados a referências atuais de sustentabilidade empresarial.

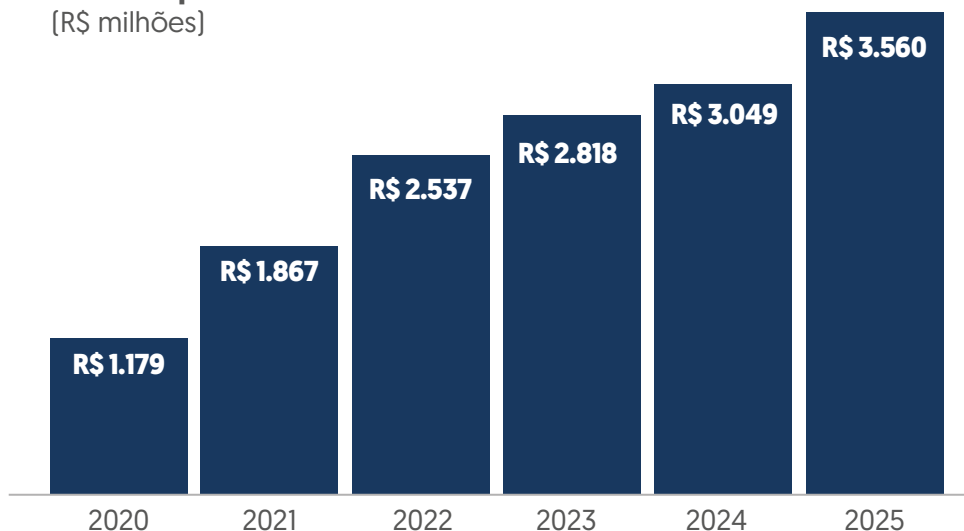
SELO OURO ABVTEX

O programa ABVTEX é a principal iniciativa setorial do varejo de moda no Brasil voltada para garantir relações de trabalho dignas e responsáveis em toda a cadeia produtiva. Criado em setembro de 2010 pelas maiores redes varejistas do país, tornou-se referência no monitoramento e desenvolvimento de fornecedores quanto à conformidade legal, responsabilidade socioambiental e combate ao trabalho infantil e ao trabalho análogo ao escravo. O programa avalia as empresas por meio de auditorias independentes anuais e as classifica em quatro níveis [Cobre, Bronze, Prata e Ouro], sendo o Selo Ouro a distinção máxima. Em 2025, as unidades fabris de Horizonte [CE] e Itapetinga [BA] conquistaram o Selo Ouro, reafirmando o compromisso da empresa com elevados padrões de responsabilidade social em toda a sua cadeia produtiva.

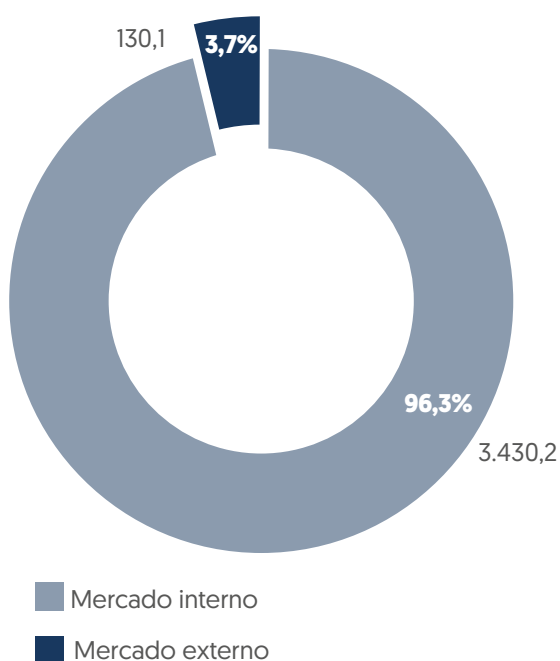


NÚMEROS DE DESTAQUE

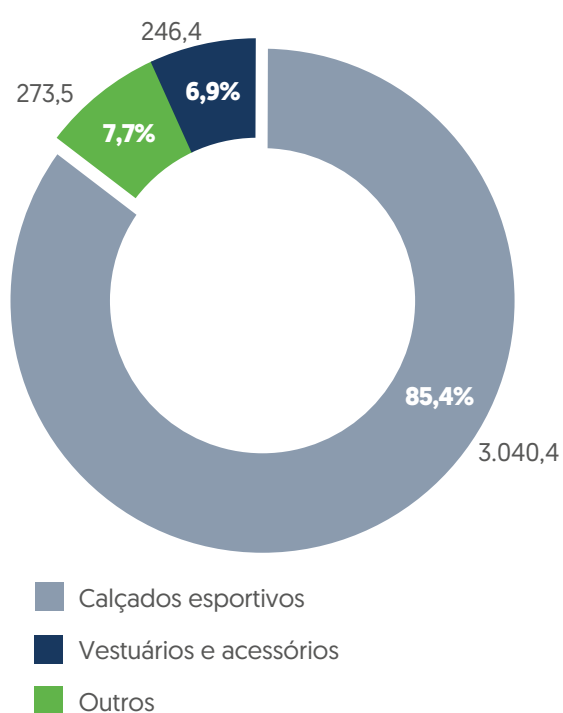
Receita líquida de vendas de 2020 a 2025
[R\$ milhões]

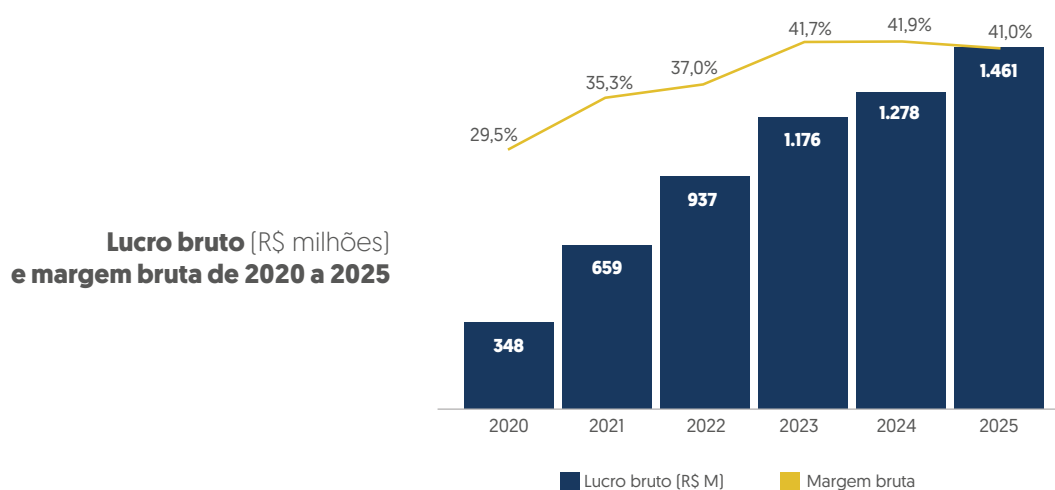
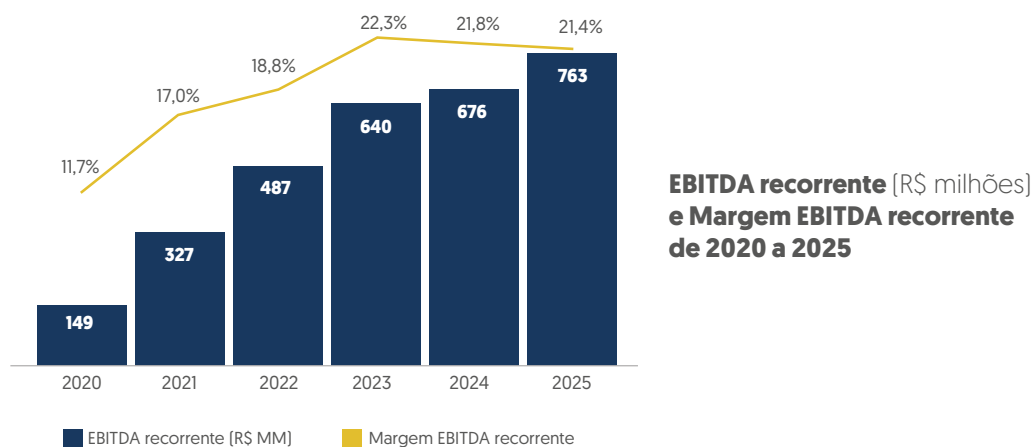


Receita líquida por mercado em 2025
[R\$ milhões]

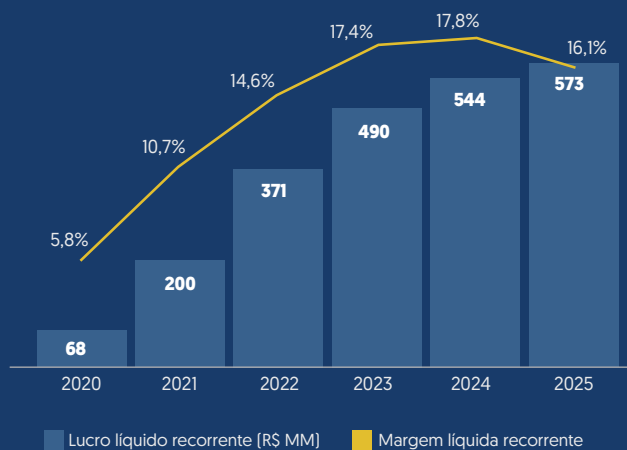


Receita líquida por categoria em 2025
[R\$ milhões]





**Lucro líquido recorrente
[R\$ milhões]
e margem líquida recorrente de 2020 a 2025**



SÍNTESE DOS RESULTADOS

Em 2025, a combinação entre marcas fortes, modelo de negócio verticalizado e disciplina comercial permitiu à Vulcabras registrar mais um ano de resultados históricos. A receita operacional bruta alcançou R\$ 4,2 bilhões, crescimento de 16,7% em relação a 2024. A receita líquida totalizou R\$ 3,56 bilhões, alta de 16,8%, enquanto o volume bruto faturado chegou a 33,7 milhões de pares e peças, expansão de 4,2% no ano.

O desempenho foi sustentado principalmente pelo mercado interno e pela categoria de calçados esportivos, que permaneceu como a principal frente de geração de receita da companhia. Também se destacou a evolução do canal digital, que alcançou R\$ 543,1 milhões em receita líquida e passou a representar 15,3% da receita líquida total.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS

O volume bruto faturado somou 33,7 milhões de pares e peças em 2025, crescimento de 4,2% frente aos 32,4 milhões registrados em 2024. Em calçados esportivos, foram 21,7 milhões de pares, alta de 3,5%. A categoria Outros Calçados e Outros, que inclui chinelos, botas, calçados femininos e componentes para calçados, alcançou 4,9 milhões de pares e peças, crescimento de 6,7%. Já Vestuário e Acessórios chegou a 7,1 milhões de peças, avanço de 4,7%.

Esse desempenho refletiu a consistência da demanda, sobretudo no mercado brasileiro, e a estratégia de preservação de posicionamento de marca, com foco em vendas de maior qualidade e rentabilidade. Ao longo do ano, a companhia também avançou na qualificação do mix de produtos, com maior participação de modelos tecnológicos e de maior valor agregado, especialmente na categoria de calçados esportivos.

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

A receita líquida totalizou R\$ 3.560,3 milhões em 2025, crescimento de 16,8% em relação a 2024. O mercado interno respondeu por R\$ 3.430,2 milhões, equivalente a 96,3% da receita líquida total, com alta de 17,8% frente ao ano anterior. O mercado externo somou R\$ 130,1 milhões, ou 3,7% da receita líquida, com retração de 4,4%, influenciada principalmente pelo ambiente econômico desafiador na Argentina.

Por categoria, calçados esportivos seguiram como o principal vetor de crescimento, com receita líquida de R\$ 3.040,4 milhões, alta de 17,4% e participação de 85,4% na receita líquida total. As categorias Outros Calçados e Outros alcançaram R\$ 246,4 milhões, crescimento de 18,2%, enquanto a de Vestuário e Acessórios somou R\$ 273,5 milhões, avanço de 9,7%.

CANAL DIGITAL

O canal digital manteve trajetória de crescimento em 2025, com receita líquida de R\$ 543,1 milhões, avanço de 25,2% sobre 2024. Com esse desempenho, sua participação na receita líquida total passou de 14,2% para 15,3%. O resultado reforça a relevância do canal na estratégia de aproximação com o consumidor e na diversificação dos canais de venda, mesmo em um contexto de maior intensidade promocional no varejo.

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

O lucro bruto alcançou R\$ 1.461,0 milhões em 2025, crescimento de 14,3% em relação aos R\$ 1.278,4 milhões registrados em 2024. A margem bruta foi de 41,0%, redução de 0,9 ponto percentual frente ao ano anterior. Essa variação refletiu, principalmente, a elevação do custo dos produtos vendidos, que passou de 58,1% para 59,0% da receita líquida, em um ano marcado pelo crescimento acelerado da produção e por impactos associados à mão de obra direta.

Apesar da pressão sobre custos, a companhia manteve um patamar relevante de rentabilidade, apoiada pela qualificação do portfólio, pela evolução do *ticket* médio e por ganhos de eficiência operacional observados ao final do exercício.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

O lucro líquido societário foi de R\$ 1.165,3 milhões em 2025, crescimento de 104,5% frente a 2024, com margem líquida de 32,7%. Esse desempenho foi influenciado positivamente por efeitos não recorrentes, especialmente o reconhecimento de créditos de PIS/Cofins e de IRPJ e CSLL diferidos sobre prejuízos fiscais, base negativa de contribuição social e diferenças temporárias. Em termos recorrentes, o lucro líquido foi de R\$ 573,0 milhões e a margem de 16,1%.

EBITDA E MARGEM EBITDA

O EBITDA societário somou R\$ 884,0 milhões em 2025, alta de 28,7% em relação a 2024. A margem EBITDA alcançou 24,8%, avanço de 2,3 pontos percentuais. Esse resultado foi impactado positivamente por eventos não recorrentes relacionados ao reconhecimento de créditos de PIS/Cofins, que representaram efeito de R\$ 120,9 milhões no EBITDA.

Em termos recorrentes, o EBITDA foi de R\$ 763,1 milhões, crescimento de 12,9% sobre 2024, com margem EBITDA recorrente de 21,4%, redução de 0,8 ponto percentual. Essa leitura recorrente é importante para separar a evolução operacional dos efeitos extraordinários reconhecidos no exercício.

CAPEX

Os investimentos em ativos imobilizados e intangíveis somaram R\$ 242,3 milhões em 2025, crescimento de 19,2% em relação aos R\$ 203,3 milhões investidos em 2024. Os desembolsos foram direcionados principalmente à ampliação da capacidade instalada, com destaque para máquinas e equipamentos, que totalizaram R\$ 125,0 milhões, além de instalações, moldes, *softwares* e outros ativos necessários à sustentação do crescimento operacional.

Os investimentos de 2025 ficaram mais concentrados entre abril e setembro, período em que a companhia buscou acelerar a ampliação do parque fabril e a contratação de mão de obra, preservando flexibilidade e capacidade de atendimento à demanda.

DESEMPENHO DAS MARCAS E EVOLUÇÃO DO PORTFÓLIO

A evolução do portfólio foi um dos principais fatores de sustentação do desempenho em 2025. A categoria de calçados esportivos registrou crescimento de 17,4% na receita líquida, impulsionada pela força das marcas, pela qualificação do mix de produtos e pela expansão de modelos voltados à performance, com maior valor agregado e contribuição para o aumento do *ticket* médio.



Na **Olympikus**, o ano foi marcado pelas comemorações dos 50 anos da marca e pelo fortalecimento de sua liderança no universo da corrida. Entre abril de 2025 e março de 2026, a marca patrocinou **50 provas em 25 cidades** das cinco regiões do País, reuniu mais de **210 mil corredores** e somou mais de **2.100 quilômetros** de percurso. O **Corre 4** esteve entre os produtos mais buscados e desejados do País, enquanto a Família Corre seguiu como uma plataforma relevante de inovação, comunidade e democratização da tecnologia esportiva.

No início de 2026, essa estratégia ganhou continuidade com o **Corre Pace**, primeiro ultratênis de corrida desenvolvido no Brasil, e com a evolução de modelos como **Corre 5** e **Corre Trilha**, que incorporam aprendizados técnicos relacionados a materiais, espumas, conforto, retorno de energia e produção em escala. Esses movimentos reforçam a capacidade da Olympikus de transformar inovação de alta performance em soluções para diferentes perfis de corredores.



Na **Mizuno**, a evolução do portfólio combinou performance, inovação tecnológica e ampliação de territórios de marca. Em 2025, a Linha Neo fortaleceu a presença da marca na corrida, com produtos desenvolvidos a partir da colaboração entre Brasil e Japão. No início de 2026, lançamentos como **Neo Zen 2** e a coleção **Hyperwarp**, além do fortalecimento da **Mizuno Running Station** e do **Circuito Mizuno Athenas**, ampliaram a conexão com corredores e reforçaram o posicionamento da marca em *running* de alta performance.



A **Under Armour** também avançou em sua estratégia de portfólio no Brasil, com maior foco em treino e *running* performance. O lançamento do **Cross 2 SE** reforçou a atuação da marca em treinos de força, enquanto os modelos **Nonstop** e **Endless**, desenvolvidos no Brasil em conjunto com a Under Armour Global, ampliaram sua presença junto a corredores iniciantes e intermediários. No segmento de elite, o **Velociti Elite 3** fortaleceu a oferta de alta performance e posicionou a marca de forma mais competitiva na corrida.

A combinação entre marcas complementares, desenvolvimento local, inovação aplicada e presença em comunidades esportivas contribuiu para ampliar a relevância do portfólio da Vulcabras e sustentar a evolução dos resultados, especialmente na categoria de calçados esportivos.



RETORNO AO ACIONISTA E ESTRUTURA DE CAPITAL

Em 2025, a Vulcabras realizou distribuição de R\$ 1.541,9 milhões em dividendos. Ao final do exercício, a dívida líquida era de R\$ 769,4 milhões, equivalente a 0,9 vez o EBITDA. Esse patamar está alinhado à estratégia de fortalecimento da estrutura de capital e à preservação da capacidade de investimento.

PERSPECTIVAS

Para 2026, iniciamos o ano com produção estável, eficiência em patamares regulares e níveis saudáveis de estoques das marcas no varejo. As carteiras construídas para as coleções do primeiro semestre também indicam uma perspectiva positiva, apoiada pelo desempenho dos produtos nos pontos de venda.

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO GRI 201-1

A Demonstração do Valor Adicionado (DVA) permite observar como a riqueza gerada pela Vulcabras é distribuída entre diferentes públicos e frentes de contribuição econômica. A partir desse indicador, acompanhamos a participação de fornecedores, colaboradores, governo e provedores de capital na geração e destinação dos recursos associados às nossas atividades.

Em 2025, as receitas consideradas para fins de apuração somaram R\$ 4.205,6 milhões, crescimento de 21% em relação ao ano anterior. O valor distribuído totalizou R\$ 4.323,6 milhões, refletindo a expansão da operação, o aumento da escala produtiva, a remuneração das pessoas e a maior destinação a provedores de capital no período. Com isso, o montante distribuído aos públicos de relacionamento superou o valor econômico direto gerado no exercício em R\$ 118,0 milhões.

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (R\$ MIL) 				
Valor gerado	2023	2024	2025	25 vs 24
Receitas (R\$)	3.170.099	3.489.223	4.205.556	+21%
Valor distribuído	2023	2024	2025	25 vs 24
Custos operacionais	1.411.069	1.490.596	1.736.180	+16%
Salários e benefícios de colaboradores	746.271	875.386	1.028.983	+18%
Pagamento ao governo	432.372	485.475	249.431	-49%
Pagamento a provedores de capital	585.200	655.053	1.308.962	+100%
Valor retido	2023	2024	2025	25 vs 24
Valor econômico direto gerado menos o valor distribuído	-4.813	-17.287	-118.000	+583%

A maior parcela do valor distribuído foi destinada aos **custos operacionais**, que somaram R\$ 1.736,2 milhões, equivalentes a 40% do total. Esse montante reúne insumos adquiridos de terceiros, incluindo matérias-primas, custos dos produtos, mercadorias e serviços vendidos, materiais, energia, serviços de terceiros e outros itens necessários à operação.

A destinação a **colaboradores** totalizou R\$ 1.029,0 milhões, ou 24% do valor distribuído, contemplando remuneração direta, benefícios, FGTS, comissões sobre vendas e honorários da diretoria. Esse resultado reflete a relevância da geração de emprego, renda e desenvolvimento profissional em nosso modelo de negócio.

Os pagamentos ao governo somaram R\$ 249,4 milhões, correspondentes a 6% do valor distribuído, sob a forma de impostos, taxas e contribuições federais, estaduais e municipais. O valor foi inferior ao registrado em 2024, em um exercício marcado por efeitos tributários específicos reconhecidos nas demonstrações financeiras.

A remuneração de **provedores de capital** alcançou R\$ 1.309,0 milhões, equivalente a 30% do valor distribuído. Esse montante considera a remuneração de capitais de terceiros, como juros e aluguéis, e a remuneração de capitais próprios, incluindo dividendos, lucros retidos e participações de acionistas não controladores.

Como informação complementar à DVA contábil, também acompanhamos os **investimentos sociais** realizados pela companhia. Em 2025, nosso investimento social em iniciativas associadas às marcas e relacionadas ao esporte, à saúde, à educação e à solidariedade totalizou R\$ 1.791.598,18, considerando R\$ 830.101,31 destinados por meio de mecanismos de incentivo fiscal e R\$ 961.496,87 em aportes realizados com verba direta. Esses recursos são detalhados no capítulo social deste relatório.



AMBIENTE DE TRABALHO

PESSOAS QUE MOVEM A VULCABRAS

Na Vulcabras, o desenvolvimento do negócio está diretamente ligado às pessoas que constroem, todos os dias, nossa capacidade de inovar, produzir e entregar calçados esportivos de alta performance. Em 2025, avançamos na consolidação de uma cultura organizacional orientada por colaboração, excelência, inovação, inconformismo e agilidade, valores que sustentam nosso jeito de trabalhar e fortalecem nossa ambição de liderar o desenvolvimento do esporte no Brasil.

Encerramos o ano com **23.377 colaboradores próprios**, crescimento de 16% em relação a 2024. Esse avanço reflete a expansão da companhia e a relevância das nossas operações industriais, especialmente no Nordeste, onde está concentrada a maior parte do quadro funcional. Também contamos com **757 trabalhadores terceirizados**.

Total de colaboradores



Ao longo de 2025, ampliamos ações de cultura, comunicação, desenvolvimento, saúde, segurança, bem-estar e reconhecimento. A campanha de cultura organizacional envolveu toda a organização e reforçou os valores **Somos um Time, Somos Alta Performance, Somos Inovadores, Somos Inconformados e Somos Ágeis**. Por meio de comunicações e treinamentos, fortalecemos os comportamentos esperados, expressos na forma como nossas equipes resolvem problemas, aprendem, produzem, inovam, cuidam umas das outras e contribuem para os resultados da Vulcabras.

PERFIL DOS COLABORADORES

GRI 2-7, 405-1



A expansão do quadro próprio em 2025 refletiu o avanço da operação e a relevância das unidades industriais na composição da nossa força de trabalho. O Nordeste concentrou 21.557 colaboradores, equivalente a 92% do total, em linha com a presença das unidades fabris no Ceará e na Bahia.

A evolução do quadro também foi acompanhada pelo aumento da participação feminina. Em 2025, as mulheres representaram 55% dos colaboradores próprios, ante 53% em 2024. Em números absolutos, passamos de 10.700 mulheres para 12.850, crescimento de 20% no período.

Em relação à faixa etária, mantivemos um quadro predominantemente formado por profissionais de 30 a 50 anos, que representaram 49% do total. Os colaboradores com menos de 30 anos corresponderam a 43%, enquanto aqueles acima de 50 anos representaram 8%. Também encerramos o ano com 796 colaboradores com deficiência, sendo 497 homens e 299 mulheres, o equivalente a aproximadamente 3,4% do quadro próprio.

Nossa força de trabalho expressa, de forma concreta, o enraizamento das operações nos territórios onde a companhia está presente. A contratação local constitui diretriz estruturante da nossa estratégia de gestão de pessoas: ao priorizar profissionais residentes nas comunidades do entorno das unidades fabris, fortalecemos o vínculo com as regiões em que atuamos, reduzimos deslocamentos, favorecemos a retenção de talentos e contribuimos para a dinamização das economias locais.

No Ceará, a unidade de Horizonte recruta colaboradores em 11 municípios da Região Metropolitana de Fortaleza e do seu entorno: Horizonte, Fortaleza, Itaitinga, Eusébio, Pacajus, Chorozinho, Cascavel, Redenção, Barreira, Acarape e Ocara. Na Bahia, a unidade de Itapetinga abrange, além do próprio município, as localidades de Bandeira, Caatiba, Cassilândia, Firmino Alves, Itambé, Itati, Itororó, Macarani, Rio do Meio, Santa Cruz da Vitória e São José do Colônia. Essa capilaridade territorial amplia o acesso ao emprego formal em municípios de menor porte, reforçando nosso papel como vetor de geração de renda, inclusão produtiva e desenvolvimento socioeconômico regional, para além dos municípios onde estão localizadas as fábricas.

COLABORADORES PRÓPRIOS POR CATEGORIA FUNCIONAL DE 2023 A 2025

Categoria funcional	2023	2024	2025	25 vs 24
Diretores	20	18	18	-
Gerentes	130	132	139	5%
Supervisores	125	152	175	15%
Coordenadores	556	594	687	16%
Líderes operacionais	155	163	193	18%
Especialistas	9	6	8	33%
Administrativo	1.326	1.180	1.248	6%
Operações	14.720	17.095	20.138	18%
Operações em lojas	81	122	199	63%
Aprendizes	881	668	572	-14%
Total	18.003	20.130	23.377	16%

O crescimento mais expressivo ocorreu em **Operações**, que acrescentou **3.043 colaboradores** ao quadro próprio e concentrou **86%** da força de trabalho em 2025.

COLABORADORES PRÓPRIOS POR FAIXA ETÁRIA DE 2023 A 2025

Faixa etária	2023	2024	2025	25 vs 24
Abaixo de 30 anos	8.100	8.761	10.153	16%
Entre 30 e 50 anos	8.444	9.895	11.397	15%
Acima de 50 anos	1.459	1.474	1.827	24%
Total	18.003	20.130	23.377	16%

COLABORADORES PRÓPRIOS POR FAIXA ETÁRIA E CATEGORIA FUNCIONAL EM 2025

Categoria funcional	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total
Diretoria	0 [0%]	9 [50%]	9 [50%]	18
Gerencial	6 [4%]	96 [69%]	37 [27%]	139
Supervisão	20 [11%]	129 [74%]	26 [15%]	175
Coordenação	150 [22%]	498 [72%]	39 [6%]	687
Líder operacional	49 [25,4%]	126 [65,3%]	18 [9,3%]	193
Especialista	1 [13%]	4 [50%]	3 [38%]	8
Administrativo	375 [30%]	670 [54%]	203 [16%]	1.248
Operações	8.871 [44%]	9.780 [49%]	1.487 [7%]	20.138
Operações em lojas	109 [55%]	85 [43%]	5 [3%]	199
Aprendizes	572 [100%]	0 [0%]	0 [0%]	572
Total	10.153 [43%]	11.397 [49%]	1.827 [8%]	23.377

A distribuição por faixa etária mostra crescimento em todos os grupos. O maior avanço percentual ocorreu entre colaboradores com mais de 50 anos, que passaram de 1.474 para 1.827 pessoas. Esse dado evidencia a convivência de diferentes gerações na companhia, em um quadro que reúne jovens em formação, profissionais em consolidação de carreira e pessoas com trajetórias mais longas no mercado de trabalho.

COLABORADORES PRÓPRIOS POR GÊNERO DE 2023 A 2025

Gênero	2023	2024	2025	25 vs 24
Masculino	8.921	9.430	10.527	12%
Feminino	9.082	10.700	12.850	20%
Total	18.003	20.130	23.377	16%

COLABORADORES PRÓPRIOS POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL EM 2025

Categoria funcional	Feminino	Masculino	Total
Diretoria	2 [11%]	16 [89%]	18
Gerencial	48 [35%]	91 [65%]	139
Supervisão	48 [27%]	127 [73%]	175
Coordenação	287 [42%]	400 [58%]	687
Líder operacional	25 [13%]	168 [87%]	193
Especialista	1 [12,5%]	7 [87,5%]	8
Administrativo	591 [47%]	657 [53%]	1.248
Operações	11.371 [56%]	8.767 [44%]	20.138
Operações em lojas	133 [67%]	66 [33%]	199
Aprendizes	344 [60%]	228 [40%]	572
Total	12.850 (55%)	10.527 (45%)	23.377

As mulheres seguiram como maioria no quadro próprio e tiveram crescimento proporcionalmente superior ao dos homens em 2025. A participação feminina passou de **53%** para **55%** do total de colaboradores próprios.

COLABORADORES POR RAÇA/COR AUTODECLARADA DE 2023 A 2025

Raça/cor autodeclarada	2023	2024	2025	25 vs 24
Amarela	198	221	232	5%
Branca	3.116	3.545	3.987	12%
Preta	1.607	1.842	2.320	26%
Parda	12.463	14.020	16.395	17%
Indígena	132	133	135	2%
Outros	232	213	184	-14%
Não respondeu	255	156	124	-21%
Total	18.003	20.130	23.377	16%

Considerando a raça/cor autodeclarada, pessoas negras, grupo formado por colaboradores pretos e pardos, representaram 80% do quadro próprio em 2025. Esse perfil acompanha a presença territorial da Vulcabras e reforça a importância de uma gestão de pessoas atenta à representatividade, à inclusão e à igualdade de oportunidades.

COLABORADORES PRÓPRIOS POR LOCAL DE TRABALHO DE 2023 A 2025

Local de trabalho	2023	2024	2025	25 vs 24
Norte	0	0	0	-
Nordeste	16.196	18.295	21.557	18%
Centro-Oeste	0	0	0	-
Sudeste	551	591	625	6%
Sul	1.024	1.031	1.011	-2%
Mercado Externo	232	213	184	-14%
Total	18.003	20.130	23.377	16%

A concentração no Nordeste está relacionada à estrutura industrial da companhia, especialmente nas unidades do Ceará e da Bahia. O crescimento de **18%** na região foi o principal vetor da expansão do quadro próprio em 2025.

TRABALHADORES TERCEIRIZADOS DE 2023 A 2025

GRI 2-8

Atividade	2023	2024	2025	25 vs 24
Limpeza	23	29	30	3%
Portaria/segurança	42	38	44	16%
Manutenção	104	103	144	40%
Restaurante	156	159	171	8%
Promotores de vendas	71	75	75	0%
Transporte	177	188	226	20%
Outros	42	79	67	-15%
Total	615	671	757	13%

Em 2025, contamos com **757 trabalhadores terceirizados**, crescimento de 13% em relação ao ano anterior. As principais atividades contratadas foram transporte, restaurante e manutenção, em linha com as necessidades de apoio às operações industriais, administrativas e comerciais.





DIVERSIDADE E INCLUSÃO

GRI 405-1

A diversidade da nossa força de trabalho expressa a presença da Vulcabras nas regiões onde atuamos e fortalece a conexão da companhia com a sociedade brasileira. Em um negócio intensivo em pessoas, produção industrial, inovação e relacionamento com consumidores, promover um ambiente inclusivo significa ampliar perspectivas, reconhecer talentos e criar condições para que diferentes trajetórias possam se desenvolver.

REPRESENTATIVIDADE FEMININA

Encerramos 2025 com 12.850 mulheres em nosso quadro próprio, o equivalente a **55% dos colaboradores** da Vulcabras. Além da presença majoritária no total da força de trabalho, elas ampliaram sua participação em posições de Liderança, considerando Gerência e Diretoria, chegando a **32% em 2025**, crescimento de 5 pontos percentuais em relação a 2024. O avanço é especialmente relevante em um setor industrial intensivo em mão de obra, pois demonstra a contribuição das mulheres para a operação, a gestão, a inovação e a continuidade do crescimento da companhia.

Quando considerados os cargos de gestão no geral, que incluem também Supervisão, Coordenação e Liderança Operacional, a participação feminina permaneceu em 34%. Nas posições de não liderança, passou de 54% para 56%, reforçando a presença das mulheres na base operacional e administrativa da Vulcabras.

COLABORADORES POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL EM 2024

Categoria funcional	Feminino	Masculino	Total
Liderança [Gerência e Diretoria]	40 [27%]	110 [73%]	150
Cargos de gestão no geral	359 [34%]	700 [66%]	1.059
Não liderança	10.341 [54%]	8.730 [46%]	19.071
Total geral	10.700 (53%)	9.430 (47%)	20.130

COLABORADORES POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL EM 2025

Categoria funcional	Feminino	Masculino	Total
Liderança [Gerência e Diretoria]	50 [32%]	107 [68%]	157
Cargos de gestão no geral	410 [34%]	802 [66%]	1.212
Não liderança	12.440 [56%]	9.725 [44%]	22.165
Total geral	12.850 (55%)	10.527 (45%)	23.377



REPRESENTATIVIDADE ÉTNICO-RACIAL

A representatividade étnico-racial segue como eixo relevante da nossa agenda de diversidade. Em 2025, pessoas negras, consideradas as autodeclaradas pretas e pardas, representaram **80% do quadro próprio da Vulcabras**, ante 79% em 2024.

Ao considerar colaboradores autodeclarados pretos, pardos, amarelos e indígenas, esse grupo representou 82% do total de colaboradores próprios em 2025.

Nos cargos de gestão no geral, a representatividade étnico-racial alcançou 70%, avanço de três pontos percentuais em relação a 2024. Já no recorte de Liderança, considerando Gerência e Diretoria, o indicador foi de 20%, frente a 22% no ano anterior.

COLABORADORES POR RAÇA/COR AUTODECLARADA E CATEGORIA FUNCIONAL EM 2024

Categoria funcional	Amarela	Branca	Preta	Parda	Indígena	Outros	Não respondeu	Total
Liderança [Gerência e Diretoria]	1 [1%]	112 [75%]	2 [1%]	30 [20%]	0 [0%]	3 [2%]	2 [1%]	150
Cargos de gestão no geral	9 [1%]	304 [29%]	57 [5%]	641 [61%]	4 [0%]	34 [3%]	10 [1%]	1.059
Não liderança	212 [1%]	3.241 [17%]	1.785 [9%]	13.379 [70%]	129 [1%]	179 [1%]	146 [1%]	19.071
Total geral	221 [1%]	3.545 [18%]	1.842 [9%]	14.020 [70%]	133 [1%]	213 [1%]	156 [1%]	20.130

COLABORADORES POR RAÇA/COR AUTODECLARADA E CATEGORIA FUNCIONAL EM 2025

Categoria funcional	Amarela	Branca	Preta	Parda	Indígena	Outros	Não respondeu	Total
Liderança [Gerência e Diretoria]	0 [0%]	119 [76%]	2 [1%]	30 [19%]	0 [0%]	4 [3%]	2 [1%]	157
Cargos de gestão no geral	11 [1%]	328 [27%]	76 [6%]	752 [62%]	4 [0%]	30 [2%]	11 [1%]	1.212
Não liderança	221 [1%]	3.659 [17%]	2.244 [10%]	15.643 [71%]	131 [1%]	154 [1%]	113 [1%]	22.165
Total geral	232 [1%]	3.987 [17%]	2.320 [10%]	16.395 [70%]	135 [1%]	184 [1%]	124 [1%]	23.377

Nota: o recorte Liderança considera Gerência e Diretoria. Esse grupo está contido em Cargos de gestão no geral, que também inclui Supervisão, Coordenação e Liderança Operacional. O Total geral corresponde à soma entre Cargos de gestão no geral e Não liderança.

Além dos indicadores de gênero e raça/cor autodeclarada, encerramos 2025 com **796 colaboradores com deficiência**, sendo **497 homens e 299 mulheres**, o equivalente a aproximadamente **3,4%** do quadro próprio. O acompanhamento desse dado contribui para ampliar a visibilidade sobre inclusão e acessibilidade no ambiente de trabalho.

Ao longo do ano, também reforçamos a disseminação de conteúdos sobre cultura, respeito e conduta ética, com orientações sobre relações saudáveis, prevenção ao assédio, conflito de interesses, canal de denúncias e comportamentos esperados no ambiente de trabalho. Essas ações fortalecem a base cultural necessária para que diversidade e inclusão sejam vividas no cotidiano, com respeito, segurança psicológica e corresponsabilidade entre equipes e lideranças.



MOVIMENTAÇÃO DE PESSOAS

GRI 401-1

Em 2025, registramos uma dinâmica mais intensa de movimentação de pessoas, em um contexto de expansão do quadro, recomposição de equipes e maior volume de contratações. Ao longo do ano, realizamos **10.464 novas contratações** e registramos 5.943 desligamentos.

As admissões foram majoritariamente femininas, com 6.095 mulheres contratadas, o equivalente a 58% do total de ingressos. Também houve concentração de novas contratações entre profissionais abaixo de 30 anos, que somaram 7.043 admissões, ou 67% do total no ano.

Os desligamentos seguiram perfil semelhante, com maior concentração entre colaboradores abaixo de 30 anos, grupo que representou 68% dos desligamentos, em linha com um perfil etário associado a maior mobilidade profissional. Considerando os desligamentos totais em relação ao quadro médio de colaboradores, a taxa de desligamentos foi de 27% no ano. Já a taxa de movimentação foi de 38%, refletindo a intensidade combinada de entradas e saídas em um período de **crescimento da companhia**.

As tabelas a seguir apresentam as novas contratações, os desligamentos e a taxa de movimentação por gênero, faixa etária e região.

A taxa de novas contratações permite observar onde se concentrou a expansão do quadro; a taxa de desligamentos mostra o peso das saídas em cada recorte; e a taxa de movimentação combina admissões e desligamentos, ajudando a interpretar a intensidade da renovação e recomposição das equipes no período. As taxas foram calculadas em relação ao quadro médio de colaboradores. Os desligamentos correspondem ao total de saídas informadas no ano, contemplando desligamentos voluntários, involuntários e demais tipos de saída registrados pela companhia.

CONTRATAÇÕES, DESLIGAMENTOS E MOVIMENTAÇÃO POR GÊNERO EM 2025

Gênero	Novas contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de desligamentos	Taxa de movimentação
Masculino	4.369	44%	2.616	26%	35%
Feminino	6.095	52%	3.327	28%	40%
Total	10.464	48%	5.943	27%	38%

CONTRATAÇÕES, DESLIGAMENTOS E MOVIMENTAÇÃO POR FAIXA ETÁRIA EM 2025

Faixa etária	Novas contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de desligamentos	Taxa de movimentação
Abaixo de 30 anos	7.043	75%	4.060	43%	59%
De 30 a 50 anos	3.186	30%	1.790	17%	23%
Acima de 50 anos	235	14%	93	6%	10%
Total	10.464	48%	5.943	27%	38%

CONTRATAÇÕES, DESLIGAMENTOS E MOVIMENTAÇÃO POR REGIÃO EM 2025

Região	Novas contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de desligamentos	Taxa de movimentação
Nordeste	9.918	50%	5.383	27%	38%
Sudeste	308	50%	272	45%	48%
Sul	121	12%	142	14%	13%
Mercado Externo	117	59%	146	73%	66%
Total	10.464	48%	5.943	27%	38%

Nota: para a tabela por região, os dados foram consolidados a partir das localidades informadas na base. Ceará e Bahia compõem Nordeste; Minas Gerais e São Paulo compõem Sudeste; Sul e Mercado Externo foram mantidos conforme classificação original.



LICENÇA MATERNIDADE/PATERNIDADE E RETORNO AO TRABALHO

GRI 401-3

Além das entradas e saídas do quadro, acompanhamos indicadores que ajudam a avaliar a continuidade dos vínculos profissionais em momentos específicos da trajetória dos colaboradores. É o caso das licenças maternidade e paternidade, cujo monitoramento permite observar o retorno ao trabalho após o período de afastamento e a permanência na companhia nos 12 meses seguintes.

Em 2025, **686 colaboradores tiraram licença maternidade/paternidade**, sendo 293 homens e 393 mulheres. Desse total, **679 retornaram ao trabalho após o término da licença**, o que corresponde a uma taxa de retorno de 99%. A taxa de retenção após 12 meses foi de **68%**, com **412 colaboradores permanecendo na companhia** após esse período.

No recorte por gênero, a taxa de retorno foi de **100% entre homens e 98% entre mulheres**. Já a taxa de retenção após 12 meses foi de **84% entre homens e 56% entre mulheres**.

LICENÇA MATERNIDADE/PATERNIDADE POR GÊNERO EM 2025

Gênero	Direito à licença	Tiraram	Retornaram	Permaneceram 12 meses	Retorno	Retenção
Masculino	10.945	293	292	220	100%	84%
Feminino	12.872	393	387	192	98%	56%
Total	23.817	686	679	412	99%	68%

Nota: a taxa de retorno considera o total de colaboradores que retornaram ao trabalho após o término da licença maternidade/paternidade em relação ao total de colaboradores que deveriam retornar no período. A taxa de retenção considera a permanência de colaboradores 12 meses após o retorno ao trabalho, conforme a memória de cálculo da companhia.

BENEFÍCIOS AOS COLABORADORES

GRI 401-2

A estratégia de gestão de pessoas também considera o papel dos benefícios na atração, no cuidado e na permanência dos colaboradores. Em uma operação com diferentes unidades, perfis funcionais e realidades regionais, a oferta de benefícios contribui para apoiar necessidades essenciais dos empregados, fortalecer o vínculo com a companhia e complementar as iniciativas de saúde, bem-estar e qualidade de vida.

Em 2025, os benefícios mapeados nas unidades incluíram, conforme elegibilidade e localidade, seguro de vida, plano de saúde, plano odontológico, cesta básica, vale-refeição ou alimentação, vale-transporte ou fretado, ações de apoio à saúde física e mental e desconto para colaboradores na compra de produtos em loja. Em algumas localidades, também foram registrados benefícios adicionais, como apoio-creche e convênio com farmácia, compondo uma oferta alinhada às características da operação e ao perfil dos colaboradores.

CULTURA QUE ORIENTA COMPORTAMENTOS

Em 2025, demos um novo passo na consolidação da Cultura Vulcabras, reforçando a conexão entre valores, comportamentos esperados e práticas de gestão. A campanha realizada ao longo do ano envolveu toda a organização e teve como foco tornar mais claro, acessível e presente no dia a dia o jeito de ser que orienta nossas decisões, relações e entregas.

Os pilares Somos um Time, Somos Alta Performance, Somos Inovadores, Somos Inconformados e Somos Ágeis foram trabalhados por meio de comunicações internas, depoimentos de colaboradores, conteúdos de aprendizagem na Universidade do Movimento Vulcabras (UMV) e orientações às lideranças. A proposta foi aproximar esses valores das situações concretas da rotina, mostrando como eles se expressam na colaboração entre áreas, na busca por melhoria contínua, na abertura à inovação, na capacidade de adaptação e no compromisso com resultados consistentes.

As lideranças tiveram papel central nesse movimento. Ao longo do ano, foram incentivadas a atuar como multiplicadoras da cultura junto às equipes, utilizando interações estruturadas, como Diálogos Diários de Segurança (DDS), reuniões e conversas de alinhamento, para reconhecer atitudes aderentes aos valores da companhia e reforçar comportamentos esperados. Essa abordagem contribui para que a cultura não fique restrita à comunicação formal, tornando-se referência prática para orientar escolhas, relações e formas de trabalho.

A agenda de cultura também se conectou a temas de ética, integridade e respeito nas relações. Em 2025, retomamos comunicações sobre Código de Ética e Conduta, canal de denúncias, prevenção ao assédio moral, sexual e discriminatório, conflito de interesses e padrões de comportamento esperados no ambiente de trabalho. Essas ações reforçam a importância de relações saudáveis, seguras e responsáveis, em linha com a cultura que queremos fortalecer.

Ao integrar comunicação, aprendizagem e liderança, seguimos avançando na construção de uma cultura mais viva, compartilhada e coerente com os desafios da Vulcabras: crescer com qualidade, inovar com consistência, cuidar das pessoas e sustentar uma atuação alinhada ao nosso propósito.



DESENVOLVIMENTO CONTÍNUO

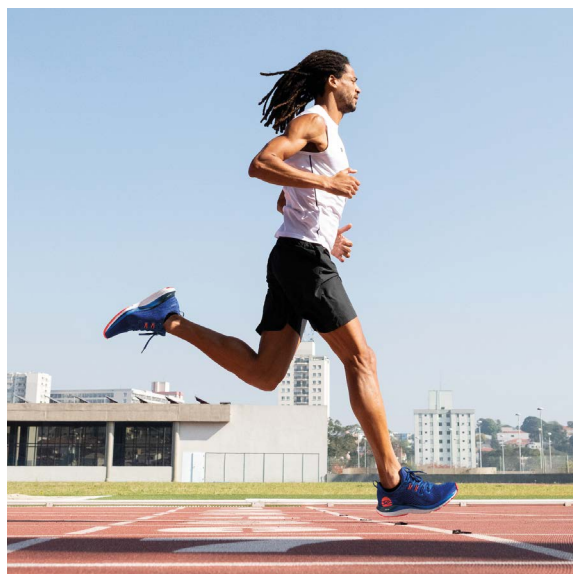
GRI 404-1, 404-2

A aprendizagem contínua é uma alavanca para manter a Vulcabras preparada para crescer, inovar e responder às transformações do mercado. Em 2025, fortalecemos ações de desenvolvimento técnico, comportamental, cultural e de liderança, combinando treinamentos presenciais nas unidades, trilhas digitais, programas internos e experiências formativas.

Nos treinamentos presenciais realizados nas unidades, alcançamos **mais de 108.546 horas de capacitação em 2025, com 18.096 pessoas treinadas e média total de 5 horas e 59 minutos por pessoa**. O crescimento desse volume está associado à expansão do quadro da companhia e à maior demanda por capacitações, especialmente nas unidades fabris.

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL EM 2025 – TREINAMENTOS PRESENCIAIS

Categoria funcional	Feminino	Masculino	Média total
Diretoria	00:00:00	06:06:00	06:06:00
Gerencial	04:26:40	05:01:32	04:54:28
Supervisão	40:51:42	42:38:06	42:09:11
Coordenação	22:11:44	19:17:44	20:31:15
Líder operacional	13:15:23	13:00:57	13:05:32
Especialista	10:26:40	07:55:00	08:30:00
Administrativo	06:13:24	08:07:55	07:19:51
Operações	04:43:59	05:28:15	05:02:27
Operações em lojas	07:45:00	06:50:00	07:18:57
Aprendiz	02:46:41	03:07:59	02:55:29
Estagiário	-	03:00:00	03:00:00
Total	05:20:52	06:50:13	05:59:54



A Universidade do Movimento Vulcabras [UMV] permaneceu como uma das principais plataformas de educação corporativa da companhia. Por meio dela, estruturamos conteúdos voltados a diferentes públicos e necessidades do negócio, apoiando a disseminação de conhecimentos técnicos, a formação comportamental e o fortalecimento da cultura organizacional.

Ao longo de 2025, a **UMV registrou mais de 46.220 horas de treinamento, com 22.113 pessoas treinadas e média geral de 2 horas e 5 minutos de capacitação** por pessoa treinada. Esse indicador considera os registros da plataforma e, portanto, deve ser lido como recorte específico da educação corporativa realizada por meio da UMV. A maior concentração de horas ocorreu em Operações, reflexo da representatividade desse público no quadro funcional e da importância da formação contínua para a qualidade, a segurança, a produtividade e a evolução dos processos industriais.

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL EM 2025 – UNIVERSIDADE DO MOVIMENTO VULCABRAS (UMV)

Categoria funcional	Feminino	Masculino	Média total
Diretoria		01:26:15	01:21:11
Gerencial	04:41:44	03:44:30	04:03:43
Supervisão	01:11:01	01:04:58	01:06:39
Coordenação	19:00:00	21:35:07	20:36:22
Líder operacional	00:12:17	00:26:11	00:21:22
Especialista	05:21:49	05:15:53	05:18:13
Administrativo	04:41:51	04:27:22	04:34:27
Operações	01:58:05	01:54:32	01:56:32
Operações em lojas	01:00:49	01:03:12	01:02:01
Aprendiz	05:04:48	06:15:48	05:35:09
Estagiário		03:00:00	03:00:00
Total	02:06:03	02:04:39	02:05:25

A UMV também foi utilizada para ampliar o alcance das ações de cultura. Em 2025, lançamos o EAD Cultura Vulcabras, curso voltado à apresentação do jeito de ser da companhia, dos valores institucionais e dos comportamentos esperados no dia a dia. A formação abordou os pilares da cultura e sua aplicação prática nas rotinas administrativas, industriais e comerciais. Ao longo do ano, mais de 1.500 colaboradores participaram do curso, totalizando mais de **4.500 horas de aprendizado**.

A formação de lideranças também foi fortalecida como parte desse movimento. Em diferentes unidades, realizamos iniciativas voltadas a temas como cultura, comunicação, confiança, *feedback*, conversas difíceis, segurança psicológica, relacionamento, autoconhecimento e alta performance. Entre as ações estiveram o Dia V, encontro voltado à conexão entre lideranças, estratégia e cultura; o **Formando Líderes do Futuro**, com foco no papel dos líderes como multiplicadores da Cultura Vulcabras; o **Programa de Desenvolvimento de Lideranças (Prodel)**; o **Conexão 360**, orientado ao desenvolvimento de competências de gestão e relacionamento; e **palestras com convidados** externos, como Marcos Piangers, que trouxe reflexões sobre felicidade no trabalho, orgulho, empatia e conexão entre propósito pessoal e organizacional.

EMPREGABILIDADE E FORMAÇÃO DE JOVENS TALENTOS

Além das ações corporativas de capacitação, mantivemos iniciativas voltadas à educação formal, à empregabilidade e à formação profissional de jovens talentos. Essas frentes ampliam oportunidades de desenvolvimento, contribuem para a inclusão produtiva e fortalecem a relação da Vulcabras com as comunidades onde está presente.

Em parceria com o Serviço Social da Indústria (Sesi), demos continuidade ao **Programa de Educação do Trabalhador**, que oferece aos colaboradores a possibilidade de concluir o ensino fundamental e o ensino médio. A iniciativa incentiva a retomada dos estudos e contribui para o desenvolvimento pessoal e profissional de pessoas que não tiveram essa oportunidade em sua trajetória escolar. Em 2025, o programa contou com **112 colaboradores**, sendo 8 no ensino fundamental e 104 no ensino médio. Do total de participantes, **31 eram mulheres e 81 eram homens**.

Também seguimos com o **Programa Jovem Aprendiz**, realizado em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), com foco na formação técnico-profissional e na inserção de jovens no mercado de trabalho. A iniciativa combina aprendizagem teórica e vivência prática, aproximando os participantes da realidade da indústria calçadista e contribuindo para o desenvolvimento de competências técnicas, comportamentais e profissionais. Em 2025, o programa contou com 954 jovens aprendizes em formação, sendo 578 mulheres e 376 homens, distribuídos nas unidades do Ceará, da Bahia e do Rio Grande do Sul. Também foram contratados 1.099 jovens que haviam participado do programa no ano anterior, sendo 638 mulheres e 461 homens.



SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO

GRI 403-5

Proteger a saúde e a integridade física dos colaboradores é um compromisso essencial da Vulcabras e um elemento estruturante da nossa operação. Em um ambiente industrial de grande escala, a gestão de Saúde e Segurança do Trabalho (SST) exige disciplina, prevenção contínua, identificação de riscos e engajamento das equipes para reduzir a exposição a acidentes e fortalecer uma cultura de cuidado compartilhado.

Nossa atuação em SST combina estruturas especializadas, processos de gestão de riscos, inspeções, treinamentos, campanhas de conscientização e participação ativa das lideranças e dos colaboradores. Essa abordagem é conduzida por áreas e fóruns como o Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT), a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e de Assédio (Cipa) e o Comitê de Ergonomia (Coergo), que atuam de forma integrada às rotinas operacionais.

Como parte da estratégia de capacitação em saúde e segurança, realizamos 149.825 horas de treinamentos em SST em 2025. As ações contemplaram treinamentos técnicos obrigatórios, Diálogos Diários de Segurança (DDS), simulados de emergência e evacuação, capacitações para membros da Cipa e da Brigada de Emergência, além de orientações específicas sobre ergonomia, prevenção de incêndio, uso seguro de máquinas e equipamentos e demais temas aplicáveis à rotina industrial.

INDICADORES DE SAÚDE E SEGURANÇA

GRI 403-9

Em 2025, não registramos óbitos decorrentes de acidentes de trabalho. No período, foram contabilizados 241 acidentes de trabalho com consequência grave, considerados aqueles com afastamento de 15 dias ou mais, o que correspondeu a uma taxa de 5,92 ocorrências por milhão de horas trabalhadas. Também foram registrados 675 acidentes de trabalho com comunicação obrigatória, com taxa de 16,59 ocorrências por milhão de horas trabalhadas.

Esses indicadores são acompanhados como parte da gestão preventiva de Saúde e Segurança do Trabalho (SST) e orientam a definição de ações de controle, capacitação, inspeção e conscientização nas unidades. A análise das ocorrências permite identificar riscos prioritários, reforçar medidas preventivas e aprimorar continuamente as condições de trabalho.

Em 2025, os principais tipos de ocorrência estiveram relacionados a **acidentes com as mãos**. A partir dessa análise, reforçamos medidas como o uso de EPIs e a realização de treinamentos, com foco na eliminação de perigos, redução da exposição a riscos, fortalecimento do comportamento seguro e ampliação da atenção preventiva nas rotinas operacionais.

Nota: os indicadores foram calculados considerando **40.675.510 horas trabalhadas** em 2025.

SIPATMA 2025

GRI 403-5

A Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho e Meio Ambiente (SIPATMA) foi um dos principais momentos de mobilização em saúde, segurança, meio ambiente e sustentabilidade no ano. Com a mensagem central **“Tudo começa com uma atitude: a nossa!”**, a edição de 2025 trabalhou o tema **“Prevenção em ação: seja o protagonista da segurança, saúde, meio ambiente e sustentabilidade”**.

A iniciativa reforçou o papel de cada colaborador como agente de prevenção e promotor de boas práticas na Vulcabras. Durante a semana, as unidades participaram de palestras, treinamentos e atividades voltadas à cultura de segurança, ao comportamento seguro, à saúde física e mental, à sustentabilidade, ao meio ambiente, à prevenção de acidentes e ao combate a incêndios.

A programação também incluiu sessões de saúde e bem-estar, avaliações físicas, práticas integrativas e ações educativas. Mais do que um evento pontual, a SIPATMA fortaleceu a compreensão de que saúde, segurança e sustentabilidade dependem de atitudes diárias, atenção aos riscos, corresponsabilidade e cuidado coletivo.

CAMPANHAS DE SAÚDE E PREVENÇÃO

Ao longo do ano, realizamos campanhas de conscientização alinhadas ao calendário nacional de saúde, segurança e prevenção. Essas iniciativas complementam as ações técnicas de Saúde e Segurança do Trabalho [SST], ampliam o acesso à informação, estimulam o autocuidado e reforçam a importância da prevenção também fora das situações estritamente ocupacionais.

Entre os temas trabalhados em 2025, destacam-se:

- **Abril Verde:** prevenção de acidentes e doenças ocupacionais.
- **Setembro Amarelo:** saúde mental, empatia, escuta e cuidado com as pessoas.
- **Outubro Rosa:** prevenção ao câncer de mama e ao câncer de colo uterino, com atividades nas cinco unidades da companhia e, em algumas localidades, testes e exames preventivos em parceria com o serviço público de saúde local.
- **Novembro Azul:** saúde masculina, prevenção ao câncer de próstata e infecções sexualmente transmissíveis.

BEM-ESTAR E EXPERIÊNCIAS ESPORTIVAS

Em linha com nosso propósito de construir um País melhor a partir do esporte, também incentivamos hábitos saudáveis e a prática de atividade física entre colaboradores e familiares. Uma das principais ferramentas nessa frente é o Wellhub, benefício que amplia o **acesso a academias**, atividades físicas e serviços de bem-estar. Em 2025, o programa registrou 5.233 inscritos, sendo **3.020 colaboradores e 2.213 familiares**, além de **35.974 check-ins** realizados ao longo do ano e **1.104 academias visitadas** por meio da plataforma. Em 2026, o programa foi substituído pelo TotalPass, ampliando o acesso dos colaboradores à prática esportiva, a plataformas de saúde mental e a apoio nutricional.

Também mantivemos iniciativas para **aproximar os colaboradores das experiências esportivas** promovidas pelas marcas Vulcabras e por parceiros. Por meio de sorteios, inscrições, cupons de desconto e convites, incentivamos a participação em eventos como Bota Pra Correr, Maratona de São Paulo, Maratona de Porto Alegre, Corrida do Sesi, Copa FIEC e Extrema Run.

Essas ações fortalecem a conexão entre esporte, saúde, pertencimento e cultura organizacional. Ao vivenciar corridas, competições e eventos esportivos, nossos colaboradores se aproximam do universo que inspira nossas marcas, reforçando a coerência entre o que produzimos, o que comunicamos ao mercado e o que buscamos incentivar internamente: movimento, bem-estar, superação e vida ativa.



RELAÇÕES E PARCERIAS

SOCIEDADE E COMUNIDADES

GRI 2-29, 413-1

A atuação social da Vulcabras está conectada ao nosso propósito de construir um País melhor a partir do esporte e ao compromisso de contribuir para o desenvolvimento das comunidades onde estamos presentes. Ao longo do ano, seguimos apoiando iniciativas que ampliam o acesso ao esporte, à cultura, à educação, à saúde e à inclusão social, com foco em públicos em situação de maior vulnerabilidade e em territórios relacionados às nossas operações.

Nossos projetos sociais são viabilizados por meio de leis de incentivo, parcerias estratégicas e iniciativas associadas às nossas marcas. A seleção considera o potencial de impacto positivo, a aderência aos pilares de educação cultural, esportiva e inclusiva e a capacidade de gerar oportunidades concretas para crianças, adolescentes, pessoas idosas e comunidades atendidas.

Em 2025, os projetos que apoiamos beneficiaram diretamente 9.283 pessoas, sendo 8.753 crianças e adolescentes e 530 pessoas idosas. No mesmo período, nosso investimento social totalizou R\$ 1.791.598,18, considerando R\$ 830.101,31 destinados por meio de mecanismos de incentivo fiscal e R\$ 961.496,87 em aportes realizados com verba direta.

CULTURA E EDUCAÇÃO

No eixo de cultura e educação, apoiamos projetos que ampliam o acesso a experiências artísticas, educativas e formativas. Essas iniciativas contribuem para o desenvolvimento humano, a convivência comunitária, a formação de repertório e a valorização de diferentes expressões culturais.

Em Horizonte [CE] e Itapetinga [BA], apoiamos a **AAMARTE**, associação que promove a inclusão de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social por meio da música e da educação. A organização criou e mantém o programa Sinfonia.BR de Educação Musical, que leva o ensino de música para escolas públicas e comunidades vulneráveis, formando orquestras infantojuvenis e transformando vidas por meio da arte. Em 2025, o projeto apoiado pela Vulcabras beneficiou 150 crianças e adolescentes.

Em Porto Alegre [RS], apoiamos o **Vila Flores**, Programação Cultural 2025, iniciativa voltada à oferta de atividades culturais gratuitas para diferentes públicos. A programação reúne apresentações, eventos e experiências artísticas que fortalecem o acesso à cultura, a ocupação de espaços culturais e a convivência comunitária. Em 2025, o projeto beneficiou 400 pessoas.

Também seguimos apoiando a **Bienal do Mercosul**, projeto cultural de artes visuais realizado no Rio Grande do Sul. A iniciativa contribui para democratizar o acesso à arte contemporânea, estimular a formação de público e aproximar diferentes comunidades de experiências culturais e educativas. Em 2025, o projeto beneficiou 8.000 pessoas.

Como continuidade da agenda de cultura e educação, incluímos o **Ateliê do Brincar** em nossa frente de projetos incentivados. A iniciativa prevê para 2026 a atuação em escolas públicas de educação infantil, com intervenções artísticas e atividades formativas voltadas ao desenvolvimento integral das crianças por meio da brincadeira e da expressão artística.

ESPORTE COMO INCLUSÃO E DESENVOLVIMENTO

O esporte ocupa lugar central na identidade da Vulcabras e orienta parte relevante do nosso investimento social. Por meio de projetos esportivos, buscamos incentivar hábitos saudáveis, disciplina, convivência, autoestima, desenvolvimento de habilidades e formação cidadã.

Em 2025, a **Escolinha de Triathlon Horizonte** beneficiou 50 crianças, promovendo o acesso ao esporte para participantes de 6 a 12 anos. A iniciativa contribui para ampliar oportunidades de prática esportiva e fortalecer valores como dedicação, cooperação, disciplina e superação.

Também apoiamos o **WimBelemDon**, projeto realizado no Rio Grande do Sul que utiliza o tênis como instrumento de inclusão social e desenvolvimento de crianças e adolescentes. A iniciativa oferece prática esportiva e acompanhamento psicopedagógico, contribuindo para a formação integral dos participantes. Em 2025, o projeto beneficiou 73 participantes.

Em Fortaleza [CE], o projeto **Povo do Mar** beneficiou 80 crianças e adolescentes, com atividades esportivas e socioeducativas no contraturno escolar. A iniciativa amplia o acesso a experiências de desenvolvimento e convivência, contribuindo para a proteção social e para a formação de crianças em situação de vulnerabilidade.

No período, também destinamos recursos ao **Projeto Vanderlei Cordeiro**, voltado ao desenvolvimento de jovens atletas da corrida. Em 2025, a Olympikus lançou o Olympikus Corre 4 Edição Vanderlei Cordeiro, em parceria com o medalhista olímpico, com lucro revertido à iniciativa. Em 2026, ampliando seu apoio à formação de novos atletas de rendimento, a marca lançou o projeto Corre do Amanhã, com aporte adicional voltado a jovens talentos da corrida brasileira em um ciclo contínuo de formação esportiva. A iniciativa reforça a conexão entre o posicionamento da Olympikus, o incentivo à alta performance e o apoio à nova geração da modalidade.

SAÚDE, CUIDADO E INCLUSÃO SOCIAL

Além das frentes de esporte, cultura e educação, apoiamos projetos voltados ao cuidado, à saúde e à inclusão social, com atenção a públicos em diferentes fases da vida.

No eixo voltado à pessoa idosa, os projetos **No Corre e Maturidade** beneficiaram, respectivamente, 180 e 350 pessoas em 2025, somando 530 idosos atendidos no ano. Essas iniciativas ampliam oportunidades de convivência, participação social, atividade física e bem-estar.

Como parte da evolução dessa agenda, destinamos recursos em 2025 ao **projeto EnvelheSer Ativo**, com execução prevista para 2026. Voltada à promoção de uma vida ativa e saudável para pessoas idosas em Horizonte (CE), a iniciativa prevê atividades físicas, oficinas de convivência e ações de fortalecimento de vínculos familiares e comunitários, com atendimento inicial de 60 beneficiários diretos.

No campo da saúde, destinamos recursos em 2025 ao **Instituto do Câncer do Ceará** para apoiar a compra de equipamento, prevista para 2026, voltado a ampliar o acesso ao diagnóstico e ao tratamento de pacientes na região.

Também demos continuidade à mobilização associada ao **Outubro Rosa**. Pelo quarto ano consecutivo, a Olympikus uniu inovação esportiva e impacto social por meio da edição especial Olympikus Corre 4 Outubro Rosa, criada para fortalecer a conscientização sobre o câncer de mama. Em 2025, 100% do lucro das vendas do produto foi destinado à Santa Casa de Porto Alegre (RS), instituição de referência nacional no tratamento oncológico e no cuidado integral a pacientes e familiares.

A ação reforça a conexão entre esporte, tecnologia e solidariedade, mobilizando consumidoras em todo o País e ampliando o alcance social das marcas da Vulcabras.



CADEIA DE FORNECEDORES

GRI 2-6, 2-29



Mantemos uma cadeia de suprimentos estratégica e diretamente conectada ao nosso modelo de negócio verticalizado. A integração entre desenvolvimento, compras, produção, qualidade e logística exige uma base de fornecedores capaz de responder aos padrões técnicos, operacionais e socioambientais da companhia, contribuindo para a eficiência industrial, a inovação em produtos e a consistência das marcas. Ao longo do ano, contamos com 5.500 fornecedores únicos, considerando toda a operação da Vulcabras.

Nossa cadeia é composta majoritariamente por fornecedores de matérias-primas e insumos essenciais à produção de calçados e produtos têxteis, como

laminados sintéticos, tecidos, materiais injetados e vulcanizados. Além da aquisição direta de matérias-primas, uma parcela dos calçados, componentes e insumos em estágio final de produção, bem como a totalidade da confecção e dos acessórios esportivos, é comprada de terceiros, no Brasil e no exterior. Essa estratégia complementa nossa capacidade produtiva e confere flexibilidade para atender diferentes mercados, canais e perfis de consumo.

Em 2025, nossa base de fornecedores ativos seguiu orientada por critérios de qualidade, regularidade de fornecimento, conformidade, competitividade e aderência aos padrões definidos pela companhia.

PRIORIDADE PARA FORNECEDORES LOCAIS

GRI 204-1

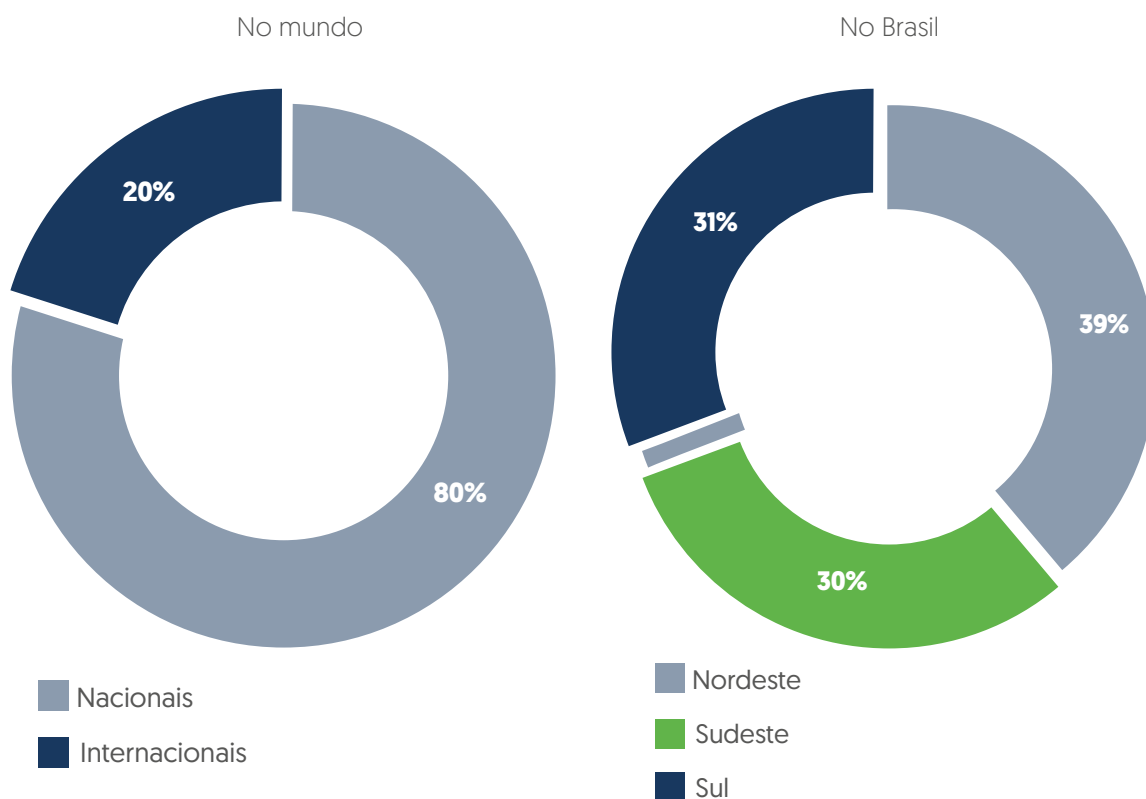
Como companhia brasileira com forte presença produtiva no País, seguimos priorizando o fortalecimento da cadeia nacional de fornecedores. Em 2025, 80% das compras de matéria-prima foram realizadas com fornecedores brasileiros.

Na comparação com 2021, o crescimento do volume financeiro destinado a fornecedores nacionais foi de

40%, superando a meta estabelecida de aumento de 10%. Esse resultado reforça a relevância da cadeia local para nosso modelo de negócio e demonstra a ampliação da base financeira de compras nacionais ao longo do período.

A distribuição regional das compras nacionais de matéria-prima permaneceu concentrada nas regiões onde mantemos relações produtivas e estratégicas. Em 2025, o Nordeste respondeu por 39% do volume financeiro de compras nacionais, seguido pelo Sul, com 31%, e pelo Sudeste, com 30%.

Distribuição geográfica das compras de matérias-primas



Nota: os percentuais de distribuição geográfica consideram o volume financeiro de compras de matérias-primas.

GESTÃO SUSTENTÁVEL DE SUPRIMENTOS

A consistência da nossa operação depende da capacidade de construir relações de fornecimento alinhadas aos padrões técnicos, éticos, sociais e ambientais da Vulcabras. Por isso, a gestão da cadeia de suprimentos vai além da negociação comercial: envolve critérios de seleção, homologação, acompanhamento e melhoria contínua, considerando a relevância estratégica dos fornecedores para a qualidade dos produtos, a eficiência industrial e a sustentabilidade do negócio.

Em 2025, mantivemos processos de homologação orientados por requisitos técnicos, financeiros, operacionais e socioambientais. A avaliação considera a capacidade do fornecedor de atender às especificações da companhia, cumprir a legislação aplicável, adotar práticas adequadas de saúde e segurança, manter controles ambientais e atuar de forma compatível com os princípios de integridade e responsabilidade que orientam a Vulcabras.

Para integrar a base de fornecimento, os parceiros devem atender aos requisitos definidos pela companhia e aderir às diretrizes do nosso **Código de Ética e Conduta** e do **Manual de Boas Práticas de Fornecimento**. Esses documentos estabelecem parâmetros para temas como conformidade legal, qualidade, responsabilidade socioambiental, saúde e segurança do trabalho, respeito às pessoas, conduta ética e melhoria contínua.

Após a homologação, o acompanhamento é definido conforme o perfil de risco e a relevância do fornecedor para a operação, considerando fatores como volume de compras, criticidade do item fornecido, exclusividade, impacto na produção e aderência aos padrões da companhia.

As rotinas de monitoramento podem incluir auditorias, análise documental, verificação de requisitos legais e acompanhamento de planos de melhoria, quando aplicável. Em 2025, realizamos auditorias em

64% dos fornecedores estratégicos nacionais, contemplando aspectos de conformidade trabalhista, saúde e segurança, gestão ambiental, regularidade documental e práticas de qualidade.

Entre os principais aspectos avaliados, destacam-se:

- **Responsabilidade social e trabalhista:** cumprimento da legislação aplicável, respeito às condições de trabalho, capacitações obrigatórias, exames médicos, uso de equipamentos de proteção individual e atendimento às Normas Regulamentadoras.
- **Gestão ambiental:** controle de resíduos, uso responsável de recursos, atendimento à legislação ambiental e adoção de práticas voltadas à redução de impactos.
- **Qualidade e desempenho:** atendimento às especificações técnicas, regularidade no fornecimento, estabilidade dos processos e aderência aos padrões definidos pela Vulcabras.
- **Integridade e conduta:** alinhamento ao Código de Ética e Conduta, ao Manual de Boas Práticas de Fornecimento e às diretrizes de relacionamento responsável com parceiros de negócio.

Com essa abordagem, buscamos fortalecer uma cadeia de suprimentos mais segura, confiável e responsável, capaz de apoiar a evolução do nosso modelo de negócio e contribuir para a entrega de produtos com qualidade, inovação e conformidade.





CLIENTES E CONSUMIDORES

GRI 2-25, 2-29

PRESENÇA COMERCIAL E RELACIONAMENTO

Mantemos relacionamento com uma ampla rede de clientes e parceiros comerciais, que conecta nossas marcas a consumidores em diferentes canais de venda no Brasil e no exterior. Em 2025, considerando a atuação consolidada das marcas, atendemos 13,7 mil clientes, com presença no varejo multimarcas, lojas próprias, *outlets*, comércio eletrônico, *marketplaces* e canais internacionais.

Essa capilaridade é apoiada por uma estrutura comercial formada por 31 escritórios de representação com *showroom* de vendas, 191 representantes e prepostos e 16 gerentes comerciais, além de equipe de *merchandising*, inteligência de mercado e ferramentas próprias para análise de desempenho, treinamento e conexão com lojistas. Essa atuação qualifica a execução comercial, consolida a presença das marcas nos canais de venda e aproxima os produtos da Vulcabras de diferentes perfis de consumidores.

A presença direta com consumidores também se dá por meio de 55 lojas físicas, sendo 17 no mercado interno e 38 no mercado externo, além dos canais digitais próprios e de grandes plataformas de venda *online*.

CONSUMIDOR NO CENTRO DA ESTRATÉGIA

Colocar o consumidor no centro das decisões segue sendo uma diretriz fundamental do nosso modelo de negócio. Essa orientação se reflete no desenvolvimento de produtos com alto valor tecnológico, foco em desempenho e leitura das necessidades de diferentes perfis de consumidores, especialmente no segmento esportivo.

Também se expressa nas estratégias de comunicação, experiência de marca e relacionamento, que aproximam Olympikus, Mizuno e Under Armour de atletas profissionais, corredores amadores, influenciadores, comunidades esportivas e consumidores em todo o País.

Ao longo do ano e no início de 2026, nossas marcas ampliaram iniciativas de conexão com o público, combinando produtos, experiências, estudos, eventos e comunidades esportivas. Na Olympikus, as comemorações dos **50 anos da marca e a evolução da Família Corre** fortaleceram a presença junto à comunidade corredora. Na Mizuno, a ampliação de experiências como a **Mizuno Running Station** e o **Circuito Mizuno Athenas** reforçou a proximidade com corredores e a experimentação de produtos. Na Under Armour, a **expansão do portfólio em treino e running performance** ampliou a conexão da marca com diferentes perfis de praticantes.

ATENDIMENTO E ESCUTA DO CONSUMIDOR

Mantemos canais estruturados de atendimento ao consumidor, com foco em acolhimento, agilidade, resolutividade e geração de aprendizados para o negócio. Em 2025, esses canais receberam **443.007 contatos**, volume 32% superior ao registrado no ano anterior.

Os canais digitais seguiram ganhando relevância no relacionamento com o consumidor. **Os sites das marcas concentraram 45% dos contatos** recebidos em 2025, seguidos pelo telefone, com 37%, e pelo e-mail, com 18%. Considerando o volume de 33,7 milhões de pares e peças faturados no ano, a proporção de contatos recebidos foi de 1,31%.

Entre as manifestações classificadas por tipo, predominaram informações e solicitações, que representaram 69,47% dos registros, seguidas por críticas e reclamações, com 23,60%. Esse acompanhamento contribui para compreender demandas recorrentes, orientar melhorias e direcionar as áreas responsáveis na busca por soluções mais eficientes.

As manifestações recebidas são analisadas de forma sistemática e encaminhadas às áreas responsáveis, com o objetivo de promover ajustes e melhorias em processos, produtos e atendimento. Em 2025, 7.727 casos foram encaminhados para análise técnica, montante equivalente a 0,0229% do total de pares e peças faturados no ano. O indicador permaneceu praticamente estável em relação a 2024.



INVESTIDORES

GRI 2-29

Como companhia aberta listada no Novo Mercado da B3, mantemos uma agenda de relacionamento com investidores orientada pela transparência, pela equidade no acesso às informações e pela prestação de contas sobre nossa estratégia, desempenho e decisões societárias relevantes.

Em 2025, seguimos divulgando informações financeiras, operacionais e societárias pelos canais formais de comunicação com o mercado, incluindo a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), a B3 e a página de Relações com Investidores. Essas divulgações incluem resultados trimestrais, demonstrações financeiras, comunicados, avisos aos acionistas, fatos relevantes, atas, propostas da administração e demais documentos exigidos pela regulamentação aplicável.

Ao longo do ano, **mantivemos uma comunicação ativa com acionistas, analistas e instituições financeiras**. Entre os temas divulgados ao mercado em 2025 estiveram a aprovação de novo Plano de Opção de Compra de Ações, o encerramento e a aprovação de programa de recompra de ações, a declaração de dividendos, o aumento de capital privado e propostas de aprimoramento estatutário relacionadas à distribuição de resultados e ao capital autorizado.

Também realizamos, em agosto, o **Investor Day** na unidade de Parobé [RS], reunindo mais de **50 instituições financeiras**. A iniciativa aproximou investidores do Centro de Pesquisa e Desenvolvimento e permitiu apresentar, de forma concreta, diferenciais estruturais do nosso modelo de negócio, como verticalização produtiva, capacidade de inovação, domínio técnico e integração entre pesquisa, desenvolvimento e produção.

Durante a programação, os participantes conheceram áreas estratégicas da operação, da pesquisa e desenvolvimento à engenharia e à produção dos protótipos. A visita permitiu demonstrar como integramos conhecimento técnico, tecnologia industrial e capacidade produtiva para desenvolver produtos das marcas Mizuno, Olympikus e Under Armour.

Essa agenda reforça nosso compromisso com uma comunicação qualificada com o mercado, conectando informações financeiras e societárias à visão de longo prazo da companhia, à disciplina de gestão e à geração de valor para os acionistas.

ENTIDADES REPRESENTATIVAS

GRI 2-28

Como uma das principais empresas da indústria calçadista brasileira, participamos de fóruns, entidades e iniciativas setoriais que contribuem para o desenvolvimento da cadeia produtiva, a evolução de práticas responsáveis e a competitividade do setor. Essas conexões ampliam o diálogo com diferentes agentes da indústria, fortalecem o acesso a referências técnicas e de mercado e apoiam a construção de agendas coletivas relacionadas a inovação, sustentabilidade, qualidade, conformidade e desenvolvimento industrial.

Em 2025, nossa atuação setorial teve destaque na **BFSHOW**, realizada entre 19 e 21 de maio no Distrito Anhembi, em São Paulo [SP]. Considerada a maior feira do setor calçadista da América Latina, a iniciativa da Abicalçados reuniu mais de 10 mil visitantes com o objetivo de fortalecer e impulsionar o setor no Brasil e no mundo.

No evento, participamos da **Arena de Inovação by Vulcabras**, espaço dedicado a empresas que lideram transformações tecnológicas no setor. A iniciativa permitiu apresentar tecnologias desenvolvidas no Brasil, com foco em produtos da linha Olympikus Corre, como Corre Supra 2, Corre Turbo, Corre Grafeno 3 e Corre 4, reforçando a capacidade da indústria nacional de desenvolver calçados esportivos com tecnologia de ponta e competitividade global.

Também mantivemos nossa relação com a **Abicalçados** [Associação Brasileira das Indústrias de Calçados], entidade de referência para o setor e responsável por iniciativas que fortalecem a competitividade da indústria nacional. Essa associação contribui para ampliar a presença institucional da Vulcabras, favorecer o acompanhamento de temas estratégicos para a cadeia e apoiar o acesso a programas como o Origem Sustentável, certificação setorial alinhada a boas práticas ambientais, sociais, culturais, econômicas e de gestão.

Ao participar de entidades, fóruns e programas setoriais, fortalecemos nossa capacidade de acompanhar tendências, responder a requisitos de mercado, contribuir para agendas coletivas e aprimorar práticas internas. Essas parcerias ampliam nossa visão sobre os desafios da indústria e contribuem para uma atuação mais integrada, competitiva e responsável.

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

Produzir em grande escala exige responsabilidade proporcional sobre o uso de recursos e a gestão dos impactos ambientais. Na Vulcabras, essa responsabilidade se traduz em práticas voltadas à eficiência energética, ao desenvolvimento de produtos e processos com melhor aproveitamento de materiais, à reutilização de insumos, ao tratamento de efluentes, ao reúso hídrico e à destinação adequada dos resíduos gerados no processo produtivo. A gestão ambiental, portanto, não se limita ao controle de impactos: ela integra nossa forma de operar, inovar e gerar valor.

Como companhia industrial dedicada ao desenvolvimento e à fabricação de calçados esportivos, buscamos combinar tecnologia, desempenho, qualidade e eficiência operacional com práticas que reduzem perdas e ampliam o aproveitamento de recursos. A agenda ambiental, portanto, está presente tanto nas decisões produtivas quanto na evolução dos materiais, das rotas de reaproveitamento e dos mecanismos de controle ambiental adotados nas unidades.

Em 2025, seguimos fortalecendo essa agenda em diferentes frentes. Nossas unidades fabris contam com **abastecimento de energia elétrica de fonte eólica**, com 100% de cobertura na unidade de Horizonte (CE). Também **tratamos 100% dos efluentes** gerados nas unidades e reutilizamos 62% dos efluentes na unidade de **Horizonte (CE)**. Na gestão de resíduos, destinamos 93% dos resíduos gerados no processo produtivo para rotas como venda, reciclagem, neutralização, reprocessamento, circularidade e coprocessamento.

A Ambição ESG 2030 da Vulcabras, que prevê a eliminação da destinação de resíduos industriais para aterros sanitários, orienta a forma como acompanhamos e qualificamos a gestão de resíduos nas operações. Esse compromisso é especialmente relevante na análise dos resultados de 2025, ano em que a expansão da produção, a entrada de novos colaboradores e a incorporação de novas tecnologias produtivas trouxeram novos desafios de adaptação aos processos industriais. Nesse contexto, mantivemos o foco no monitoramento dos indicadores e no direcionamento dos resíduos para rotas de reaproveitamento, reciclagem, reprocessamento, circularidade e coprocessamento.



COMPROMISSO COM ENERGIA RENOVÁVEL

O uso de energia renovável é uma das principais frentes da estratégia ambiental da Vulcabras. Desde 2022, nossas unidades fabris contam com energia eólica contratada no mercado livre, por meio de parceria com a Casa dos Ventos, uma das maiores geradoras de energia renovável do Brasil. Essa iniciativa aumenta a participação de fontes renováveis na matriz energética da companhia, apoia a redução dos impactos associados ao consumo de eletricidade e dá maior previsibilidade à operação industrial em um insumo essencial para a produção.

O contrato, vigente até 2035, contribui para o abastecimento das unidades fabris da Vulcabras e reforça a integração entre responsabilidade ambiental, eficiência operacional e gestão de custos. Ao priorizar energia de fonte eólica, combinamos mitigação de impactos climáticos, segurança no suprimento energético e maior eficiência no uso de recursos.

Essa frente também fortalece a capacidade da Vulcabras de acompanhar seu desempenho energético e climático de forma mais consistente, especialmente em um contexto de expansão produtiva e de maior demanda por eficiência operacional.

CONSUMO E INTENSIDADE ENERGÉTICA
GRI 302-1, 302-3

O consumo de energia elétrica é um indicador relevante para a gestão ambiental e operacional da Vulcabras. Além de ser um insumo essencial para a produção, ele se relaciona diretamente à eficiência das unidades, aos custos operacionais e ao desempenho climático da companhia.

Em 2025, o consumo total de energia elétrica foi de 113 GWh, aumento de 23% em relação ao ano anterior. A intensidade energética, indicador que relaciona o consumo de energia à quantidade de pares de calçados produzidos, foi de 0,18 GWh por par produzido, volume 5% superior ao de 2024.

CONSUMO E INTENSIDADE ENERGÉTICA				
Indicador	2023	2024	2025	2025 x 2024
Consumo total de energia elétrica [GWh]	85	92	113	23%
Intensidade energética [GWh/par produzido]	0,10	0,17	0,18	+5%

A evolução desses indicadores é analisada em conjunto com o comportamento da produção, a incorporação de novos equipamentos e tecnologias e o nível de utilização da capacidade produtiva ao longo do ano. Em 2025, a ampliação da produção, a inclusão de novas tecnologias de produto e a substituição de equipamentos por máquinas 100% elétricas contribuíram para a variação do consumo de energia elétrica, que cresceu 23% em relação a 2024. No mesmo período, a intensidade energética apresentou aumento de 5%.

A gestão do consumo energético permite dar mais previsibilidade à operação, identificar oportunidades de eficiência e acompanhar a relação entre uso de energia, produção e desempenho ambiental. Em 2025, as ações estiveram concentradas em manutenções preventivas em máquinas e na rede elétrica, mantendo o foco no uso racional da energia, na estabilidade operacional e no acompanhamento contínuo dos indicadores.



INVENTÁRIO DE EMISSÕES

GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4

O inventário corporativo de gases de efeito estufa (GEE) permite à Vulcabras acompanhar as emissões associadas às operações, ao consumo de energia e à cadeia de valor. Realizado anualmente com base na metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol, o levantamento considera emissões diretas e indiretas distribuídas em três escopos:

- **Escopo 1:** Emissões diretas geradas pelas operações da companhia
- **Escopo 2:** Emissões indiretas associadas ao consumo de energia elétrica
- **Escopo 3:** Outras emissões indiretas da cadeia de valor

Em 2025, nosso inventário totalizou 65.245 tCO₂e, variação de 4% em relação ao ano anterior. Desse total, 11% correspondem ao Escopo 1 (7.434 tCO₂e), 8% ao Escopo 2 (5.216 tCO₂e) e 81% ao Escopo 3 (52.596 tCO₂e).

A maior participação do Escopo 3 reflete, principalmente, as emissões de transporte e distribuição, que

responderam por cerca de 95% dessa categoria. O crescimento do volume de produção e de vendas em 2025 demandou maior movimentação logística para abastecimento das unidades e atendimento aos clientes, contribuindo para as emissões indiretas ao longo da cadeia de valor. Esses fatores impactaram, consequentemente, as emissões totais da companhia.

Quando analisamos o Escopo 1, observamos que a variação esteve relacionada ao maior consumo de combustíveis em fontes fixas e móveis no processo produtivo. No Escopo 2, as emissões permaneceram praticamente estáveis em relação a 2024, com redução de 0,7%. Esse resultado considera a atualização do fator de emissão adotado no inventário e deve ser analisado em conjunto com o perfil de consumo de energia elétrica da companhia, que inclui o uso de energia proveniente de fontes renováveis.

A intensidade de emissões, calculada em tCO₂e por par/peça vendido, foi de 0,001935 em 2025, variação de -0,03% em relação a 2024. Esse indicador permite avaliar a evolução das emissões em relação ao desempenho produtivo e comercial da companhia, contribuindo para uma leitura mais precisa da eficiência ambiental das operações.

EMISSIONES DE GASES DE EFEITO ESTUFA POR ESCOPO

Escopo	2022	2023	2024	2025	2025 x 2024
Escopo 1	4.241 [10%]	5.443 [9%]	6.085 [10%]	7.434 [11%]	22%
Escopo 2	3.391 [8%]	3.152 [5%]	5.253 [8%]	5.216 [8%]	-0,7%
Escopo 3	36.267 [83%]	50.377 [85%]	51.282 [82%]	52.596 [81%]	3%
Total	43.899 (100%)	58.972 (100%)	62.620 (100%)	65.245 (100%)	4%

INTENSIDADE DE EMISSIONES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (TCO₂E POR PAR/PEÇA VENDIDO)

Indicador	2022	2023	2024	2025	2025 x 2024
Intensidade de emissões	0,001383	0,001876	0,001936	0,001935	-0,03%

Mantivemos a adesão ao Programa Brasileiro GHG Protocol (PBGHG), reforçando nosso compromisso com a transparência, a credibilidade e a qualidade de informações climáticas divulgadas. A elaboração do inventário segue metodologias internacionalmente reconhecidas e contribui para a gestão de emissões e a evolução das práticas de sustentabilidade e governança climática da companhia.

ECONOMIA CIRCULAR

GRI 306-3, 306-4 E 306-5

Na Vulcabras, a circularidade se materializa no modo como os materiais percorrem a operação industrial: da escolha e uso de matérias-primas à destinação dos resíduos gerados no processo produtivo. Em vez de tratar os resíduos apenas como etapa final da produção, buscamos mantê-los em uso pelo maior tempo possível, por meio de reutilização interna, reciclagem, reprocessamento, venda ou coprocessamento.

Essa lógica é especialmente relevante para uma indústria calçadista, em que materiais como plástico/PVC, EVA, TPU, tecidos, laminados, componentes, embalagens e alumínio fazem parte de diferentes etapas de desenvolvimento e fabricação. A gestão desses insumos exige controle técnico, segregação adequada, rotas de destinação qualificadas e capacidade de identificar oportunidades de reaproveitamento sem comprometer qualidade, desempenho ou segurança dos produtos.

Em 2025, os indicadores refletiram um ano de maior complexidade operacional, com aumento da escala produtiva, ampliação do quadro operacional e adoção de novas tecnologias em fase de estabilização. Nesse contexto, geramos 14.494.388 kg de resíduos de produção e mantivemos a maior parte desse volume em rotas alternativas ao aterro, com destaque para o coprocessamento, que representou 62% da destinação total. Também reutilizamos nos processos produtivos 2.441.074 kg de plástico/PVC, EVA (espuma de etileno-acetato de vinila), TPU (poliuretano termoplástico) e TR [borracha termoplástica].

A atuação da companhia permanece orientada pela lógica dos 5R, recusar, repensar, reduzir, reutilizar e reciclar, e pela Ambição ESG 2030, que prevê a eliminação da destinação de resíduos industriais para aterros sanitários. Em 2025, esse compromisso reforçou a importância de qualificar as rotas de destinação e interpretar os resultados à luz do crescimento e das adaptações produtivas do período.





MATÉRIAS-PRIMAS DE ORIGEM RENOVÁVEL

GRI 301-1, 301-2

A Vulcabras acompanha diferentes categorias de insumos utilizados nos processos produtivos, como compostos, químicos, componentes, tecidos, laminados, couro e embalagens. Como esses materiais são registrados em unidades distintas, a leitura dos dados deve ser feita por categoria, sem consolidação direta dos volumes.

Em 2025, os maiores percentuais de materiais renováveis foram registrados no couro, com 100%, e em determinadas categorias de embalagens. As embalagens em quilos apresentaram 99% de renovabilidade; as embalagens em folhas, 92%; as embalagens em unidades, 75%; e as embalagens em metros quadrados, 45%. O acompanhamento desses percentuais contribui para orientar a gestão de materiais e identificar oportunidades de evolução no uso de insumos renováveis, mantendo os requisitos de qualidade, desempenho e segurança dos produtos.

MATÉRIAS-PRIMAS ADQUIRIDAS NO PROCESSO PRODUTIVO

Matéria-prima	Unidade	Total em 2025	Percentual renovável
Compostos	kg	3.797.650	-
Químicos	kg	14.038.675	1%
	m²	375.939	-
	unidade	20.593.521	-
	litro	58.948	-
Componentes	folha	3.391.595	-
	kg	769.293	-
	m²	378.639	-
	milheiro	51.407	-
	metro	77.532.048	5%
	par	44.476.223	-
	placa	48.250	-
	rolo	17.157	-
	unidade	52.482.686	-
Tecidos	m²	9.776.491	3%
Tecidos	metro	200.777	-
Laminados	m²	2.468.820	-
Couro	m²	4.632	100%
Embalagens	folha	22.871.011	92%
	kg	687.937	99%
	m²	3.356.872	45%
	milheiro	62.922	-
	metro	7.904.048	10%
	rolo	19.694	-
	unidade	32.628.338	75%

MATERIAIS REUTILIZADOS NO PROCESSO PRODUTIVO

A reutilização de materiais permite que parte dos insumos gerados ao longo da produção retorne ao processo industrial, ampliando o aproveitamento de recursos. Em 2025, a Vulcabras **reinseriu 3.388.770 kg de materiais nos processos produtivos**, considerando plástico/PVC, EVA, TPU, TR e alumínio das matrizes.

Nos centros de reciclagem de Horizonte [CE] e Itapetinga [BA], plástico/PVC, EVA, TPU e TR retornaram ao processo produtivo como insumos para a fabricação de calçados, botas e componentes. Além desses materiais, também passamos a mensurar a reutilização de alumínio das matrizes, processo que já fazia parte da operação e que somou 947.696 kg em 2025. O volume reutilizado reforça a relevância da reinserção de materiais na estratégia de circularidade da companhia.

Material reutilizado	Volume (kg)
Plástico/PVC	842.665
EVA	1.283.854
TPU	208.517
TR	106.038
Alumínio das matrizes	947.696
Total reutilizado	3.388.770

GERAÇÃO E REDUÇÃO DE RESÍDUOS

GRI 306-3, 306-4 E 306-5

Atuamos para reduzir perdas e ampliar a eficiência no uso de materiais ao longo do processo produtivo. Essa frente é acompanhada por meio da geração total de resíduos e da geração por par produzido, indicador que permite avaliar a relação entre resíduos e escala de produção.

Em 2025, geramos 14.494.388 kg de resíduos de produção, aumento de 32% em relação a 2024. Na métrica por par produzido, o indicador passou de 0,46 kg/par em 2024 para 0,57 kg/par em 2025, alta de 25%.

Esse crescimento ocorreu em um ano marcado pela expansão da produção, pela entrada de novos colaboradores e pela incorporação de novas tecnologias produtivas. Esses fatores elevaram a complexidade da operação e reforçaram a importância de acompanhar a geração de resíduos, suas rotas de destinação e o aproveitamento de materiais.

RESÍDUOS INDUSTRIAIS GERADOS: VOLUME TOTAL E POR PAR PRODUZIDO (KG E KG/PAR)

Indicador	2022	2023	2024	2025	2025 x 2024
Resíduos industriais gerados	11.836.164	11.322.157	10.944.148	14.494.388	32%
Resíduos industriais gerados por par produzido	0,50	0,46	0,46	0,57	25%



DESTINAÇÃO RESPONSÁVEL E EFICIENTE

GRI 306-3, 306-4 E 306-5

A destinação responsável dos resíduos industriais é uma das principais frentes de atuação da Vulcabras, com o objetivo de eliminar a disposição em aterros sanitários. Em 2025, mesmo diante do aumento da geração total de resíduos, mantivemos a maior parte dos materiais em rotas de aproveitamento, recuperação ou destinação alternativa ao aterro.

O coprocessamento permaneceu como a principal rota de destinação dos resíduos, com 9.026.044 kg, equivalentes a 62% do total. Os resíduos vendidos somaram 3.536.915 kg, 24% do volume gerado no ano, enquanto os resíduos encaminhados para reciclagem, neutralização, reprocessamento ou circularidade totalizaram 954.621 kg, correspondendo a 7%.

A destinação para aterro somou 976.700 kg em 2025, equivalente a 7% do total de resíduos de produção. O indicador aumentou em relação a 2024, quando representava 3%, principalmente em razão da manutenção dos fornos de coprocessamento por três meses. Ainda assim, permaneceu abaixo dos patamares registrados nos anos anteriores da série: em 2023, a destinação a aterro correspondia a 20% do total e, em 2022, a 33%.

RESÍDUOS INDUSTRIAIS POR DESTINAÇÃO OU DISPOSIÇÃO FINAL (KG)

Destinação/ disposição	2022	2023	2024	2025	2025 x 2024	2025 x 2022
Venda	3.630.624	3.306.199	3.144.583	3.536.915	12%	-3%
Reciclagem, neutralização, reprocessamento ou circularidade	3.400.261	765.076	671.039	954.621	42%	-72%
Coprocessamento	924.550	5.029.187	6.767.959	9.026.044	33%	876%*
Incineração	254	215	207	108	-48%	-57%
Aterro	3.880.475	2.221.480	360.360	976.700	171%	-75%
Total	11.836.164	11.322.157	10.944.148	14.494.388	32%	22%

*Os dados de coprocessamento não consideravam a unidade de Itapetinga (BA) até 2022.

PARTICIPAÇÃO POR TIPO DE DESTINAÇÃO/DISPOSIÇÃO (% SOBRE O TOTAL DE RESÍDUOS INDUSTRIAIS)

Destinação/ disposição	2022	2023	2024	2025	2025 x 2024	2025 x 2022
Venda	31%	29%	29%	24%	-5 p.p.	-7 p.p.
Reciclagem, neutralização, reprocessamento ou circularidade	29%	7%	6%	7%	+1 p.p.	-22 p.p.
Coprocessamento	8%	44%	62%	62%	-	+54 p.p.
Incineração	0%	0%	0%	0%	-	-
Aterro	33%	20%	3%	7%	+4 p.p.	-26 p.p.

A evolução da destinação mostra que o coprocessamento se consolidou como a principal alternativa ao aterro na gestão dos resíduos industriais da Vulcabras. Essa rota permite o aproveitamento energético dos resíduos em fornos industriais, com incorporação das cinzas ao processo de produção de cimento, contribuindo para reduzir a disposição final e ampliar o aproveitamento dos materiais gerados na operação.



VISÃO CONSOLIDADA: ATERRO X ROTAS ALTERNATIVAS

GRI 306-3, 306-4 E 306-5

A leitura consolidada permite acompanhar a evolução da Vulcabras em relação à destinação dos seus resíduos. Nesse acompanhamento, os resíduos descartados correspondem ao volume enviado a aterro, enquanto as rotas alternativas ao aterro reúnem as demais destinações, como venda, reciclagem, neutralização, reprocessamento, circularidade, coprocessamento e incineração.

Em 2025, os resíduos destinados a rotas alternativas ao aterro somaram 13.517.688 kg, equivalentes a **93%** do total de resíduos industriais. O volume foi 28% superior ao registrado em 2024 e 70% maior que em 2022. Já os resíduos descartados em aterro somaram 976.700 kg, correspondentes a 7% do total. Embora esse percentual tenha aumentado em relação a 2024, permanece substancialmente inferior ao patamar de 2022.

RESÍDUOS DESCARTADOS X ROTAS ALTERNATIVAS AO ATERRO (KG E PARTICIPAÇÃO NO TOTAL)

Destinação	2022	2023	2024	2025	2025 x 2024	2025 x 2022
Descartados [aterro]	3.880.475 kg [33%]	2.221.480 kg [20%]	360.360 kg [3%]	976.700 kg [7%]	+171% [+4 p.p.]	-75% [-26 p.p.]
Rotas alternativas ao aterro	7.955.689 kg [67%]	9.100.677 kg [80%]	10.583.788 kg [97%]	13.517.688 kg [93%]	+28% [-4 p.p.]	+70% [+26 p.p.]
Total	11.836.164 kg	11.322.157 kg	10.944.148 kg	14.494.388 kg	+32%	+22%

REPROCESSAMENTO INTERNO DE MATRIZES DE SOLADO

GRI 306-3, 306-4 E 306-5

O reaproveitamento de matrizes de solado é uma prática de circularidade relevante para a fabricação de calçados. Produzidas majoritariamente em alumínio, essas matrizes são utilizadas na modelagem dos solados e deixam de ser utilizadas quando apresentam desgaste, defeitos ou quando os modelos correspondentes são descontinuados.

Na Vulcabras, o alumínio proveniente das matrizes utilizadas é fundido e reintegrado integralmente aos processos internos para a produção de novas matrizes de solado, contribuindo para reduzir o descarte desse material e ampliar sua vida útil na operação industrial. Em 2025, passamos a monitorar esse fluxo de reaproveitamento, que alcançou 947,7 toneladas de alumínio de matrizes de solado reintegradas ao processo produtivo.

O reprocessamento das matrizes reforça a integração entre engenharia, eficiência operacional e gestão ambiental. Ao reinserir o alumínio em novos ciclos produtivos, a companhia reduz a necessidade de destinação externa desse material e amplia o aproveitamento de recursos já disponíveis em sua própria operação.

COLETA SELETIVA

GRI 306-3, 306-4 E 306-5

A coleta seletiva fortalece a gestão de resíduos ao favorecer a separação dos materiais na origem, reduzir contaminações e ampliar o potencial de reaproveitamento. Na Vulcabras, essa prática contribui para direcionar os resíduos gerados nas unidades conforme suas características e possibilidades de recuperação.

Em 2025, a coleta seletiva foi mantida em todas as unidades fabris e buscamos fortalecer a cultura de responsabilidade compartilhada por esse processo. No período, a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho e Meio Ambiente [SIPATMA] abordou a importância da reciclagem, sensibilizando e orientando os colaboradores sobre a separação correta dos resíduos.



COMPENSAÇÃO DE EMBALAGENS

GRI 301-3, 306-3, 306-4 E 306-5

Nossa responsabilidade sobre o uso de materiais também se estende às embalagens utilizadas nas operações e na comercialização dos produtos. Por meio de mecanismos de compensação ambiental e logística reversa certificada, contribuimos para fortalecer a cadeia de reciclagem, apoiar a atuação de cooperativas e ampliar a destinação adequada de resíduos pós-consumo.

Em 2025, a Vulcabras colocou no mercado embalagens de papel e plástico em todos os estados brasileiros e, seguindo o ciclo de compensação ambiental vigente no País, realizou em 2026 a compensação equivalente a 33% da massa dessas embalagens. Na prática, isso corresponde à compensação de 2.083 toneladas de papel e 14,9 toneladas de plástico, por

meio de um sistema certificado de coleta e reciclagem com abrangência nacional. O modelo funciona por equivalência: para cada quilo de embalagem compensada, um quilo do mesmo material é coletado e reciclado por cooperativas e operadores certificados.

A iniciativa complementa as ações de gestão de resíduos realizadas nas unidades produtivas e amplia a responsabilidade da companhia sobre o ciclo de vida dos materiais. Além da destinação adequada de embalagens pós-consumo, a compensação ambiental gera benefícios associados à redução de emissões, economia de energia, preservação de árvores, economia de água e redução do consumo de petróleo. Em 2024, o programa de compensação de embalagens plásticas gerou impactos positivos ao fortalecer a cadeia da reciclagem, alcançando 36 organizações de catadores e operadores de reciclagem participantes do sistema de logística reversa.

COMPENSAÇÃO DE EMBALAGENS

Indicador	2024	2025	2025 x 2024
Percentual de papel compensado	32%	33%	+1 p.p.
Percentual de plástico compensado	32%	33%	+1 p.p.
Volume de papel compensado	1.307 t	2.083 t	+59%
Volume de plástico compensado	32,6 t	14,9 t	-54%

A redução do volume de plástico destinado à compensação de embalagens, de 32,6 toneladas em 2024 para 14,9 toneladas em 2025, decorre, principalmente, do aprimoramento da metodologia de cálculo adotada pela Vulcabras e da evolução na qualidade das informações fornecidas pela área de Logística. O fortalecimento dos processos internos de coleta, consolidação e validação de dados possibilitou maior precisão na identificação das embalagens efetivamente colocadas no mercado e sujeitas à compensação ambiental. Dessa forma, a variação observada reflete uma melhoria na governança e na confiabilidade dos dados reportados, não representando, necessariamente, uma redução proporcional na utilização de embalagens plásticas pela companhia.

GESTÃO HÍDRICA

Nossa gestão hídrica envolve o controle do consumo de água, o acompanhamento das fontes de abastecimento, o tratamento adequado dos efluentes e o reúso em aplicações compatíveis. Em uma operação industrial com grande concentração de pessoas e processos produtivos específicos, esse acompanhamento é relevante tanto para o desempenho ambiental quanto para a segurança operacional das unidades.

A maior parte da água que utilizamos é fornecida por concessionárias públicas responsáveis pela captação, tratamento e distribuição. Esse volume é complementado por captação subterrânea nas unidades de Parobé (RS) e Jundiá (SP), com controle de volumes conforme as outorgas ambientais vigentes.

Em 2025, mantivemos o tratamento de 100% dos efluentes gerados em nossas unidades. Na unidade de Horizonte (CE), o reúso alcançou 62% dos efluentes, reforçando a importância do controle hídrico para reduzir impactos, ampliar a eficiência no uso da água e manter a conformidade ambiental das nossas operações.



CONSUMO DE ÁGUA

GRI 303-5

A maior parte da água consumida pela Vulcabras é destinada ao consumo humano e ao suporte às rotinas operacionais, incluindo hidratação dos colaboradores, preparo de alimentos nos refeitórios, uso em sanitários e vestiários. Outra parcela é utilizada nos processos industriais, principalmente para refrigeração de máquinas por meio de *chillers*, geração de vapor e operações relacionadas à produção de componentes termoformados e de EVA.

Em 2025, o consumo de água doce nas operações industriais foi de **435.215 m³**, variação de **37%** em relação ao ano anterior. Na métrica por par produzido, o consumo foi de **16,5 litros por par**, representando variação de **31%** em relação a 2024.

A variação no consumo pode ser explicada pelas obras de ampliação das unidades fabris e pelas atividades de terraplenagem e plantio de gramado na unidade de Horizonte [CE].

CONSUMO DE ÁGUA DOCE NAS OPERAÇÕES INDUSTRIAIS (M³)

Indicador	2022	2023	2024	2025	2025 x 2024
Consumo total de água doce	227.444	289.634	316.757	435.215	37%

CONSUMO DE ÁGUA DOCE POR PAR PRODUZIDO (LITROS/PAR)

Indicador	2022	2023	2024	2025	2025 x 2024
Consumo por par produzido	9,2	11,3	12,6	16,5	31%

TRATAMENTO E REÚSO DE EFLUENTES

GRI 303-4

Todos os efluentes gerados nas operações da Vulcabras passam por tratamento adequado e são monitorados regularmente quanto à qualidade, conforme os parâmetros definidos pela legislação ambiental. Em 2025, a companhia manteve o tratamento de 100% dos efluentes gerados em suas unidades.

A unidade de Horizonte [CE] é referência no reaproveitamento de efluentes tratados. Em 2025, o reúso alcançou 70%, reduzindo a necessidade de uso de água potável em aplicações compatíveis. O volume reaproveitado é direcionado a usos como sanitários selecionados, limpeza de áreas comuns e irrigação dos jardins da fábrica.

No consolidado das operações, o volume total de efluentes industriais tratados em 2025 foi de 152.566 m³. No período, 74.743 m³ foram reutilizados e 77.823 m³ foram descartados após tratamento, conforme os parâmetros ambientais aplicáveis. Em relação a 2024, os volumes apresentaram incremento de 4% no total tratado, aumento de 12% no volume reutilizado e aumento de 10% no volume descartado.

EFLUENTES INDUSTRIAIS TRATADOS, REUTILIZADOS E DESCARTADOS APÓS TRATAMENTO (M³)

Indicador	2022	2023	2024	2025	2025 x 2024
Efluentes tratados	141.798	140.416	146.506	152.566	4%
Efluentes reutilizados	66.071	62.584	66.464	74.743	12%
Efluentes descartados após tratamento	75.727	77.252	70.580	77.823	10%

GOVERNANÇA E INTEGRIDADE

ESTRUTURA DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 2-9, 2-10, 2-12

A governança corporativa da Vulcabras reúne estrutura formal de administração, práticas de transparência, mecanismos de controle e instâncias de decisão orientadas à perenidade do negócio. Como empresa aberta, buscamos manter uma atuação alinhada às exigências regulatórias, às boas práticas do mercado de capitais e aos compromissos assumidos com acionistas, investidores e demais públicos de relacionamento.

A Vulcabras S.A. é uma sociedade anônima de capital autorizado, regida por seu Estatuto Social, pela Lei das Sociedades por Ações [Lei nº 6.404/1976] e pelas demais disposições legais aplicáveis. Desde 2017, integra o Novo Mercado da B3, segmento que reúne empresas comprometidas com elevados padrões de governança corporativa.

As ações da companhia são negociadas sob o código VULC3 e são ordinárias, nominativas e de classe única. Conforme o Estatuto Social de 29/04/2026, o **capital social da companhia é de R\$ 1.635.304.208,96**. Esse montante é representado por 317.982.170 ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal. Cada ação ordinária corresponde ao direito a um voto nas deliberações da Assembleia Geral, sendo vedada a emissão de ações preferenciais ou partes beneficiárias.

A administração da Vulcabras é exercida por dois órgãos estatutários: o **Conselho de Administração**, responsável por deliberações estratégicas, e a **Diretoria Estatutária**, responsável pela representação e pela gestão executiva. O Conselho é responsável por definir as diretrizes estratégicas e supervisionar a gestão executiva, enquanto a Diretoria conduz a gestão cotidiana da companhia, implementando as diretrizes aprovadas pelo Conselho.

O Estatuto Social estabelece que o Conselho de Administração seja composto de cinco a sete membros, eleitos pela Assembleia Geral para mandato unificado de dois anos, admitida a reeleição. Também prevê que, no mínimo, dois conselheiros ou 20% do colegiado, o que for maior, sejam independentes, conforme a definição do Regulamento do Novo Mercado. Outro mecanismo relevante de governança é a vedação ao acúmulo dos cargos de Presidente do Conselho de Administração e Diretor Presidente pela mesma pessoa.



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 2-11

Em 2025, o Conselho de Administração da Vulcabras era composto por cinco membros, dos quais dois conselheiros independentes, em conformidade com as exigências do Novo Mercado e com as disposições do Estatuto Social.

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

O Conselho de Administração tem entre suas atribuições fixar a orientação geral dos negócios, eleger e destituir diretores, aprovar planejamento, investimentos e orçamento, além de fiscalizar a gestão da Diretoria. Também cabe ao órgão manifestar-se sobre o relatório da administração e as contas da Diretoria, escolher auditores independentes e deliberar sobre operações relevantes, conforme previsto no Estatuto Social.

DIRETORIA ESTATUTÁRIA

A Diretoria Estatutária é responsável pela **gestão executiva da companhia**, pela condução das operações e pela implementação das diretrizes aprovadas pelo Conselho de Administração. Em 2025, sua composição era a seguinte:

Pedro Bartelle Diretor Presidente
Rafael Carqueijo Gouveia Diretor Corporativo de Operações
Wagner Dantas da Silva Diretor Financeiro e de Relação 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

A função de Relações com Investidores é exercida por Wagner Dantas da Silva, responsável pela interlocução com acionistas, investidores, Comissão de Valores Mobiliários [CVM], B3 e demais agentes do mercado de capitais, conforme a regulamentação aplicável.

GOVERNANÇA DA SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade na Vulcabras é conduzida de forma estruturada e alinhada à estratégia corporativa. Desde 2019, contamos com uma **Diretoria de ESG**, responsável por promover a integração dos temas ambientais, sociais e de governança às decisões estratégicas e recomendar à Diretoria Estatutária as melhores práticas em cada dimensão.

Para fortalecer a implementação das iniciativas e ampliar o engajamento das áreas envolvidas com temas socioambientais, mantemos uma **Comissão de Sustentabilidade** composta por representantes das áreas Industriais, de Compras, Desenvolvimento e Comunicação. O grupo atua de forma colaborativa, contribuindo para o acompanhamento de metas, a identificação de oportunidades e a consolidação de uma cultura orientada à sustentabilidade.

Essa estrutura apoia a integração dos compromissos ESG ao modelo de negócios, conectando temas como eficiência operacional, gestão ambiental, inovação, desenvolvimento de pessoas, responsabilidade social, ética e qualidade às prioridades estratégicas da companhia.

COMITÊ DE AUDITORIA

O Comitê de Auditoria é um órgão consultivo permanente, vinculado diretamente ao Conselho de Administração. Tem como principais objetivos supervisionar a qualidade e a integridade dos relatórios financeiros, a **conformidade com normas legais e regulatórias**, a gestão de riscos e as atividades dos auditores independentes.

Em 2025, o Comitê de Auditoria tinha a seguinte composição:

	Carlos Gardel José de Souza Coordenador
	Rafael Ferraz Dias de Moraes Membro efetivo
	Henrique Scher de Carvalho Santos Membro efetivo

As demonstrações financeiras da companhia são auditadas por auditores independentes registrados na CVM. Em 2025, a auditoria independente era realizada pela **Ernst & Young Auditores Independentes S/S**.





ESTRUTURA ACIONÁRIA

A estrutura acionária da Vulcabras reflete sua condição de empresa aberta listada no Novo Mercado da B3, com ações ordinárias, nominativas e de classe única. Em 2025, o capital social era representado por **317.982.170 ações ordinárias**, conforme detalhado a seguir.

Acionistas	Quantidade de ações ordinárias	Participação
Free float	110.618.680	34,8%
Gianpega Negócios e Participações S.A. [Pedro Grendene Bartelle]	50.299.580	15,8%
Outros, pessoas relacionadas ao Controlador	129.473.801	40,7%
Gold Negócios e Participações S.A. [Pedro Grendene Bartelle]	23.720.860	7,5%
Ações em tesouraria	3.869.249	1,2%
Total de ações	317.982.170	100,0%

Em 2025, a companhia também manteve comunicações regulares ao mercado por meio de fatos relevantes, avisos aos acionistas e demais canais formais de divulgação. Entre os temas tratados no período estiveram a aprovação de novo Plano de Opção de Compra de Ações na Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária de 30/04/2025, o encerramento e a aprovação de programa de recompra de ações, a declaração de dividendos e o aumento de capital privado. Também foram divulgadas propostas de aprimoramento estatutário relacionadas à distribuição de resultados e ao capital autorizado.

Essas iniciativas se inserem na gestão da estrutura de capital, no relacionamento com acionistas e no alinhamento de interesses entre a companhia, administradores, funcionários e investidores, sempre em observância à legislação societária, à regulamentação da CVM e às práticas aplicáveis ao mercado de capitais.

CONDUTA ÉTICA

GRI 2-23, 2-24, 2-25

A integridade orienta a forma como conduzimos nossos negócios e nos relacionamos com colaboradores, terceiros, clientes, consumidores, investidores, fornecedores, parceiros, agentes públicos e a sociedade. Na Vulcabras, a conduta ética não se limita ao cumprimento de normas: ela expressa a cultura que buscamos fortalecer em todas as áreas e unidades.

Nosso **Código de Ética e Conduta**, revisado e aprovado pelo Conselho de Administração em 07/03/2024, formaliza os princípios, valores e padrões de conduta que devem ser observados por conselheiros, diretores, empregados e terceiros que atuem em nome da

companhia ou em seu benefício. O documento reflete nosso compromisso com a transparência, o cumprimento da legislação aplicável, a postura ética nos negócios e a prevenção de práticas ilegais ou antiéticas.

O Código aborda temas como cumprimento de leis e regulamentos, relacionamento com clientes, investidores, colaboradores, terceiros, agentes públicos, imprensa e concorrentes, dever de sigilo, conflito de interesses, proibição de corrupção, doações, presentes e brindes, registros contábeis, proteção de dados pessoais e responsabilidade socioambiental.

Entre os princípios que orientam nossa atuação, destacam-se:

- Compromisso com a excelência dos produtos e a satisfação dos clientes;
- Relacionamento correto e transparente com colaboradores, terceiros, clientes e sociedade;
- Compromisso com a qualidade do ambiente de trabalho e com a integridade física e moral dos colaboradores;
- Integridade e honestidade na condução dos negócios;
- Tolerância zero com atos de corrupção;
- Práticas de boa governança corporativa, princípios contábeis e gestão responsável;
- Comunicação clara, objetiva e tempestiva com investidores e mercado de capitais;
- Respeito às pessoas, com rejeição a qualquer forma de discriminação.

Em 2025, reforçamos a comunicação interna sobre o Código de Ética e Conduta, conectando seus princípios ao nosso jeito de ser e aos comportamentos esperados no dia a dia. A campanha **“Fazer o certo é o nosso jeito”** abordou temas como respeito nas relações, prevenção ao assédio moral, sexual e discriminatório, conflitos de interesses, cumprimento de normas e uso do Canal de Ouvidoria.

As comunicações reforçaram que políticas, normas e boas práticas são extensões da cultura Vulcabras e devem orientar decisões e atitudes, independentemente de cargo, área ou unidade. Também trouxeram exemplos práticos de condutas esperadas e não toleradas, contribuindo para ampliar a compreensão dos colaboradores sobre situações que podem comprometer a ética, o respeito, a confiança e a segurança psicológica no ambiente de trabalho.

CANAL DE OUVIDORIA

GRI 2-25, 2-26

As violações ao Código de Ética e Conduta, às normas internas ou à legislação aplicável devem ser reportadas por meio do Canal de Ouvidoria da Vulcabras. O canal é operado por empresa independente especializada, assegura confidencialidade, permite relatos anônimos e garante proteção contra retaliações às pessoas que realizam relatos de boa-fé.

CANAL DE OUVIDORIA

canalconfidencial.com.br/vulcabras

0800 300 4510, de segunda a sexta-feira, das 9h às 17h

As manifestações recebidas são encaminhadas para apuração interna. A gestão do Código é supervisionada pelo Departamento Jurídico da Vulcabras, área responsável por sua implementação, aplicação e monitoramento. Quando necessário, temas de maior gravidade podem ser submetidos ao Conselho de Administração para deliberação sobre as medidas cabíveis.

As violações aos princípios e condutas descritos no Código podem resultar em medidas disciplinares, incluindo advertência, afastamento durante investigação, suspensão, demissão, medidas legais para ressarcimento de danos e comunicação dos fatos às autoridades competentes.

POLÍTICAS ORGANIZACIONAIS

GRI 2-23, 2-24

A governança da Vulcabras é sustentada por documentos normativos que orientam a tomada de decisão, a prestação de contas, a transparência com o mercado e a gestão de temas estratégicos. O Estatuto Social da companhia foi reformado para atender aos principais requisitos de adesão ao Novo Mercado e, em sua versão de 29/04/2026, consolida regras relacionadas à administração, capital social, assembleias, Conselho de Administração, Diretoria, Conselho Fiscal, demonstrações financeiras, distribuição de resultados e arbitragem.

Como parte de seu projeto de governança corporativa, a companhia busca estreitar seus laços com investidores e com o mercado de capitais, formalizando políticas e incorporando práticas de governança em suas rotinas. Entre os principais instrumentos normativos, destacam-se:

- Estatuto Social, atualizado em 29/04/2026;
- Política de Divulgação de Fato Relevante;
- Política de Negociação das Ações da Companhia;
- Política de Transações com Partes Relacionadas;
- Política de Indicação e Remuneração dos Administradores;
- Política de Gerenciamento de Riscos;
- Regimento Interno do Conselho de Administração;
- Regimento Interno do Conselho Fiscal;
- Regimento Interno do Comitê de Auditoria.

Esses documentos estão disponíveis para consulta pública no portal de Relações com Investidores da Vulcabras: <https://www.vulcabrasri.com/>

PREVENÇÃO A CONFLITOS DE INTERESSES

GRI 2-15

A integridade das decisões corporativas é resguardada por políticas, controles e orientações que buscam prevenir conflitos de interesses reais, potenciais ou aparentes. O Código de Ética e Conduta define conflito de interesses como a possibilidade de confronto direto ou indireto entre interesses pessoais e os interesses da Vulcabras, capaz de comprometer ou influenciar indevidamente o desempenho das atribuições profissionais.

Em 2025, as orientações internas abordaram situações como nepotismo em contratação, favorecimento de amigos, decisões envolvendo vínculo pessoal, uso indevido de informações internas, presentes e vantagens. A abordagem buscou traduzir o tema para situações concretas, reforçando que relações de confiança dependem de decisões justas, transparentes e orientadas pelo interesse da companhia e de seus públicos de relacionamento.

A Política de Transações com Partes Relacionadas define critérios para negociação, avaliação e aprovação de operações com pessoas ou entidades vinculadas à companhia. O Estatuto Social também estabelece competências do Conselho de Administração para deliberar sobre determinadas operações com partes relacionadas e prevê que, em situações de impedimento de voto, as decisões sejam tomadas pelos membros não impedidos.

Todos os colaboradores têm o dever de comunicar situações de conflito de interesses ao superior imediato ou pelos canais adequados, para que a companhia avalie o caso e adote as medidas cabíveis.

GESTÃO DE RISCOS

A gestão de riscos integra a governança da Vulcabras com foco em resiliência organizacional, continuidade operacional, conformidade regulatória e sustentabilidade do negócio. A Política de Gerenciamento de Riscos estabelece diretrizes e responsabilidades para identificar, avaliar, mitigar e monitorar riscos que possam afetar a operação, os resultados, a reputação e a estratégia da companhia.

A Vulcabras acompanha riscos operacionais, financeiros, reputacionais, regulatórios e estratégicos, adotando abordagem multidisciplinar com envolvimento da Diretoria, do Conselho de Administração e do Comitê de Auditoria. O Conselho de Administração tem papel relevante na supervisão da gestão, na aprovação de planejamento, investimentos e orçamento, na escolha dos auditores independentes e na deliberação sobre operações relevantes.

A estrutura segue o modelo das Três Linhas de Defesa:

- 1. Primeira linha:** áreas operacionais, responsáveis pela gestão e pelo controle dos riscos em suas atividades.
- 2. Segunda linha:** área de Compliance, responsável por supervisionar e apoiar o gerenciamento de riscos.
- 3. Terceira linha:** Auditoria Interna, com atuação independente e reporte direto ao Conselho de Administração.

Esse modelo contribui para fortalecer a disciplina de controle, a segregação de responsabilidades e a capacidade de resposta da companhia diante de riscos inerentes ao negócio.

GESTÃO DA QUALIDADE E CERTIFICAÇÕES

A qualidade é um atributo essencial do modelo de negócios da Vulcabras e está presente em cada etapa da cadeia produtiva, da concepção e do desenvolvimento dos produtos à entrega final ao consumidor. Em uma indústria orientada por desempenho, inovação e escala, a gestão da qualidade é determinante para assegurar segurança, confiabilidade, redução de perdas, eficiência operacional e satisfação dos clientes.

Nosso sistema de controle envolve inspeção criteriosa de matérias-primas, auditorias de processo, testes laboratoriais, avaliação de produtos acabados, acompanhamento de devoluções e análise contínua de indicadores de desempenho. Esse acompanhamento técnico apoia a tomada de decisão, permite identificar oportunidades de melhoria e fortalece a cultura de excelência operacional.

Seguimos normativas nacionais, internacionais e requisitos específicos de marcas, clientes e programas setoriais, que orientam nossos padrões de conformidade e excelência fabril. Entre as certificações, avaliações e requisitos acompanhados pela companhia, destacam-se:

CERTIFICAÇÃO ABVTEX

Reconhece práticas responsáveis e éticas na cadeia produtiva, com avaliação de requisitos trabalhistas, ambientais e de governança. Em 2025, as unidades de Itapetinga [BA] e Horizonte [CE] foram reconhecidas com o Selo Ouro no Programa ABVTEX, que avalia governança na cadeia de valor, relações de trabalho, saúde e segurança dos trabalhadores e cumprimento de regulações ambientais.

SOCIAL & LABOR CONVERGENCE PROGRAM (SLCP): programa voltado à convergência de padrões sociais e trabalhistas na cadeia produtiva.

CERTIFICAÇÃO DE LABORATÓRIO DA MIZUNO: assegura a qualidade técnica dos produtos da marca.

HIGG FACILITY ENVIRONMENTAL MODULE (HIGG FEM): avaliação ambiental de instalações industriais da Cascale, voltada à mensuração de impactos ambientais e identificação de oportunidades de melhoria.

PROGRAMA ORIGEM SUSTENTÁVEL, DA ABICALÇADOS: certificação setorial voltada a critérios ambientais, sociais, culturais e de inovação da cadeia calçadista. A companhia possuía Certificação Diamante válida até outubro de 2025, renovada para 2026.

SELO ESG DA FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO CEARÁ (FIEC): em 2025, a Vulcabras concluiu novo ciclo de auditoria e recebeu a recertificação do Selo ESG-FIEC, concedido em parceria com o Bureau Veritas. O reconhecimento está associado a práticas como reaproveitamento de matérias-primas, uso de energia renovável, compensação ambiental de embalagens e iniciativas de saúde, segurança e bem-estar.



SEMANA DA QUALIDADE 2025

Em 2025, a qualidade também foi trabalhada como cultura e atitude. A Semana da Qualidade, realizada em novembro na unidade de Horizonte [CE], marcou a retomada de uma das principais iniciativas internas de mobilização sobre excelência, melhoria contínua e prevenção de falhas. Com o tema **“Qualidade: pense e faça diferente”**, a iniciativa reforçou a importância da inovação, da redução de perdas e do engajamento das equipes para elevar o desempenho dos processos.

Com mais de **5.000 colaboradores participantes**, a programação envolveu lideranças, equipes operacionais, áreas administrativas e fornecedores estratégicos. As atividades foram organizadas para aproximar os conceitos de qualidade da rotina das equipes, estimulando a participação dos colaboradores na identificação de oportunidades de melhoria e no fortalecimento de práticas orientadas à excelência.

Entre os principais eixos da programação, destacaram-se:

- **Engajamento das equipes:** incentivo à participação dos colaboradores na identificação de melhorias para processos e produtos.
- **Aprendizagem prática:** atividades educativas para traduzir temas técnicos de qualidade em situações próximas da rotina operacional.
- **Reconhecimento e integração:** ações voltadas à valorização de iniciativas internas, ao envolvimento das áreas e ao fortalecimento do senso de pertencimento.
- **Participação da cadeia de valor:** envolvimento de fornecedores estratégicos em atividades de troca, orientação e aprimoramento técnico.
- **Capacitação técnica:** treinamentos direcionados a pontos críticos da operação, como processos de colagem, acabamento, posicionamento e redução de retrabalho.
- **Uso de indicadores:** análise de devoluções do Serviço de Atendimento ao Consumidor [SAC] como insumo para prevenção de falhas e melhoria contínua.

Ao integrar diferentes públicos em torno de uma agenda comum, a Semana da Qualidade reforçou que a excelência depende de responsabilidade compartilhada, atenção aos detalhes e disposição permanente para aprimorar processos. Mais do que um padrão técnico, qualidade é um comportamento que se expressa nas escolhas diárias de cada área e de cada pessoa que participa da construção dos nossos produtos.

SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI



Declaração de uso: A Vulcabras relatou as informações citadas neste sumário de conteúdo da GRI para o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025 com base nas Normas GRI.

CÓDIGO	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO OU RESPOSTA
Norma GRI: GRI 1: Fundamentos 2021		
2-1	Detalhes da organização	Página 8
2-2	Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Página 3
2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	Relatório anual referente ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025. Em caso de dúvidas sobre o Relatório de Sustentabilidade da Vulcabras, envie um e-mail para: dri@vulcabras.com .
2-4	Reformulações de informações	Eventuais reformulações foram indicadas ao longo do relatório, quando aplicável, no mesmo capítulo em que foi feita a mudança.
2-5	Verificação externa	Não foi realizada a verificação externa do relatório.
2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	Página 10
2-7	Empregados	Página 35
2-8	Trabalhadores que não são empregados	Página 38
2-9	Estrutura de governança e sua composição	Complemento: Formulário de Referência 2026, itens 7.1D e 7.3, pp. 203-215.
2-10	Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	Informação disponível na Política de Indicação e Remuneração de Administradores. Complemento: Formulário de Referência 2026, item 7.1 – Principais características dos órgãos de administração e do conselho fiscal, pp. 194-197.
2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	Conforme o Regimento Interno do Conselho de Administração, os cargos de presidente do conselho de administração e de diretor presidente ou principal executivo da companhia não poderão ser acumulados pela mesma pessoa, de acordo com o artigo 20 do Regulamento do Novo Mercado.

2-12	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Informação disponível no Regimento Interno do Conselho de Administração. Complemento: Formulário de Referência 2026, item 7.1, pp. 201-202, e item 7.2, p. 205.
2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	A Diretoria Estatutária, nomeada pelo Conselho de Administração, é responsável pela gestão cotidiana dos impactos da organização na economia, no meio ambiente e nas pessoas. Complemento: Formulário de Referência 2026, item 7.2, p. 205.
2-14	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	A Diretoria Estatutária, nomeada pelo Conselho de Administração, é responsável por analisar e aprovar as informações relatadas, incluindo os temas materiais da organização.
2-15	Conflitos de interesse	Complemento: Formulário de Referência 2026, item 7.1, p. 199, e item 11.1, p. 297 e seguintes.
2-16	Comunicação de preocupações cruciais	Informação disponível na Política de Gerenciamento de Riscos. Complemento: Formulário de Referência 2026, item 7.2, p. 205. Não houve, no exercício 2025, preocupações cruciais relatadas ao Conselho de Administração.
2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	O Relatório de Sustentabilidade é apresentado ao Conselho de Administração como parte do processo de atualização do colegiado sobre as práticas, os compromissos e o desempenho da organização em desenvolvimento sustentável.
2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	A avaliação dos membros do Conselho de Administração, dos seus comitês de assessoramento e da Diretoria é realizada anualmente, ao final de cada exercício social, pelo menos uma vez no período dos respectivos mandatos. Complemento: Formulário de Referência 2026, item 7.1, pp. 198-199.
2-19	Políticas de remuneração	Informação disponível no Formulário de Referência 2026, item 8.1 – Política ou prática de remuneração, pp. 231-240.
2-20	Processo para determinação da remuneração	Informação disponível no Formulário de Referência 2026, item 8.1 – Política ou prática de remuneração, pp. 231-240.

2-21	Proporção da remuneração total anual	Informação disponível no Formulário de Referência 2026, item 10.3(d) – Políticas e práticas de remuneração dos empregados, pp. 293-294.
2-22	Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Página 6
2-23	Compromissos de política	Página 71
2-24	Incorporação de compromissos de política	Página 71
2-25	Processos para reparar impactos negativos	Página 71
2-26	Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Página 71
2-27	Conformidade com leis e regulamentos	Informação disponível em Formulário de Referência 2026, item 4.4 – Processos não sigilosos, pp. 155-160.
2-28	Participação em associações	Página 56
2-29	Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	Página 4
2-30	Acordos de negociação coletiva	100% dos empregados contratados sob o regime da CLT estão cobertos por acordos de negociação coletiva. Complemento: Formulário de Referência 2026, item 10.4 – Relações entre emissor e sindicatos, p. 295.
Norma GRI 3: Temas Materiais 2021		
3-1	Processo de definição de temas materiais	Página 4 Complemento: Formulário de Referência 2026, item 10.4 – Relações entre emissor e sindicatos, p. 295.
3-2	Lista de temas materiais	Página 4
3-3	Gestão dos temas materiais	Página 4
Norma GRI 201: Desempenho Econômico 2016		
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Página 32
Norma GRI 204: Práticas de Compra 2016		
204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	Página 53

Norma GRI 301: Materiais 2016		
301-1	Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	Página 61
301-2	Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Página 61
301-3	Produtos e suas embalagens reaproveitados	Página 65
Norma GRI 302: Energia 2016		
302-1	Consumo de energia dentro da organização	Página 58
302-3	Intensidade energética	Página 58
Norma GRI 303: Água e Efluentes 2018		
303-4	Descarte de água	Página 66
303-5	Consumo de água	Página 66
Norma GRI 305: Emissões 2016		
305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa [GEE]	Página 59
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa [GEE] provenientes da aquisição de energia	Página 59
305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa [GEE]	Página 59
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa [GEE]	Página 59
Norma GRI 306: Resíduos 2020		
306-3	Resíduos gerados	Página 62
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	Página 63
306-5	Resíduos destinados para disposição final	Página 63

Norma GRI 401: Emprego 2016		
401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	Página 41
401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	Página 43
401-3	Licença maternidade/paternidade	Página 42
Norma GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018		
403-5	Treinamento de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Página 47
403-9	Acidentes de trabalho	Página 47
Norma GRI 404: Capacitação e Educação 2016		
404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Página 45
404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Página 45
Norma GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016		
405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	Página 39
Norma GRI 413: Comunidades Locais 2016		
413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Página 49

CRÉDITOS

VULCABRAS S.A.

Av. Antônio Frederico Ozanan, 1.440.
Jundiaí [SP] - CEP 13219-001

DESENVOLVIMENTO DO RELATÓRIO

Thaiany Erthal Assad
Diretora de Comunicação Corporativa e ESG

Davi Fernandes Pinheiro
Consultor de Sustentabilidade

CONTEÚDO

NEXO Comunicação e Sustentabilidade

DIAGRAMAÇÃO

U5 Marketing



VULCABRAS
vivemos para o esporte

2025

REPORT

SUSTAIN ABILITY



VULCABRAS



TABLE OF CONTENTS



REPORT PRESENTATION	3
Overview of the publication	3
Material topics	4
MESSAGE FROM THE PRESIDENCY	6
VULCABRAS	8
Organizational profile	8
Strategy and organizational culture	9
Our business model	10
Awards and recognition	11
Brand portfolio	12
Infrastructure and geographical distribution	16
Innovation and Industry 4.0	18
Sustainability commitment	24
PERFORMANCE IN FOCUS	27
Outstanding Figures	27
Results summary	29
Distribution of added value	32
WORK ENVIRONMENT	34
Employee profile	35
Diversity and inclusion	39
Personnel management	41
A culture that guides behavior	43
Continuing development	45
Occupational health and safety	47
RELATIONSHIPS AND PARTNERSHIPS	49
Society and communities	49
Supply chain	52
Clients and customers	55
Investors	56
Representative organizations	56
ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY	57
Energy and emissions	58
Circular economy	60
Water management	65
GOVERNANCE AND INTEGRITY	67
Administrative structure	67
Shareholding structure	70
Ethical conduct	70
Organizational policies	71
Risk management	72
Quality management and certifications	73
GRI DISCLOSURE SUMMARY	75
CREDITS	80

REPORT PRESENTATION

OVERVIEW OF THE PUBLICATION

GRI 2-2, 2-3

This Sustainability Report presents the most relevant information on Vulcabras' operations in 2025, bringing together content related to our business model, organizational structure, financial performance, and the progress of our social, environmental, and corporate governance practices.

Published annually, this edition has been prepared with reference to the principles of the Global Reporting Initiative (GRI), one of the world's leading frameworks for sustainability reporting. We have used selected GRI content and guidance to foster clearer, more balanced, and consistent communication of our commitments, management practices, and results.

The preparation of this report involved professionals from different areas of the Company, under the coordination of the Corporate Communications and ESG Department, with the direct support of senior leadership. We extend our sincere thanks to everyone who contributed to consolidating the information and to the development of this report.



MATERIAL TOPICS

GRI 2-29, 3-1, 3-2

Material topics guide how Vulcabras organizes, prioritizes, and communicates its sustainability information. They identify the issues that are most relevant to understanding the impacts associated with our activities, as well as the expectations of the stakeholders with whom we engage.

The current materiality matrix was established in 2022 through a structured stakeholder engagement and assessment process. Internally, employees from different departments and organizational levels participated. Externally, representatives of suppliers, customers, investors, and local government authorities were consulted. In total, 100 employees and 39 representatives of key external stakeholder groups took part in the process.

For the preparation of this report, the Corporate Communications and ESG Department assessed the continued relevance of this materiality matrix in light of the Company's current context, considering the continuity of its business model, the evolution of its sustainability practices, and the topics monitored throughout the reporting period. This assessment confirmed that the materiality matrix established in 2022 remains valid as the basis for the 2025 Sustainability Report.

Based on this assessment, we have maintained the nine previously established material topics, organized into three dimensions: economic, social, and environmental. These topics provide the framework for the content of this report and support the communication of our commitments, management practices, and performance.

ECONOMIC DIMENSION

Material topic	Why the topic is material for Vulcabras	Location of information
Economic performance	Economic performance reflects our ability to keep Vulcabras financially sound and competitive, ensuring compliance with our obligations, the continuity of investments in innovation, research and development, the implementation of operational improvements, and the creation of value for society.	
Indirect economic impact	Our indirect economic impacts are associated with our commitment to generating employment, strengthening our supplier network, fostering fair business relationships, and creating opportunities for professional development. By promoting socioeconomic progress in the regions where we operate, we contribute to a more sustainable business ecosystem.	

ENVIRONMENTAL DIMENSION

Material topic	Why the topic is material for Vulcabras	Location of information
Water	Efficient water management is essential to our operations, with consumption primarily related to human use, cafeterias, restrooms, and irrigation. In our manufacturing processes, water is used for equipment cooling and steam generation. We adopt responsible water management practices, including water conservation, reuse, and wastewater treatment, with the aim of reducing environmental impacts and optimizing operating costs.	
Circular economy	To ensure environmentally and financially efficient footwear production, we strive to minimize material waste through sustainable design, the reuse of materials in manufacturing, recycling, and co-processing. These practices significantly reduce the volume of waste sent for final disposal.	

Renewable energy	Given the strategic importance of energy to our industry, we prioritize the use of renewable energy sources over fossil fuels. This approach supports the energy transition, reduces greenhouse gas emissions, and reinforces our commitment to operating with a lower environmental footprint.
Climate change	We recognize the urgency of mitigating the effects of climate change and embrace our role in this global effort. We invest in clean energy sources and technologies that contribute to reducing our greenhouse gas emissions.

SOCIAL DIMENSION

Material topic	Why the topic is material for Vulcabras	Location of information
Impact on society and suppliers	The ethical and responsible conduct of our business directly influences suppliers, communities, and other key stakeholders. We operate with a strong commitment to respecting human rights, supporting the development of the communities where we operate, and providing effective and transparent channels for dialogue and communication.	
Use of safe products	Ensuring product safety is essential to protecting consumers, complying with regulatory requirements, and maintaining trust in the Vulcabras brands. Therefore, we adhere to rigorous quality control standards and ensure compliance with applicable legislation, technical standards, and internal production requirements.	
Socio-environmental development of suppliers	As a large-scale manufacturer, we recognize that shared responsibility across the supply chain is essential to preventing operational, legal, and reputational risks. Accordingly, we adopt structured criteria for the selection, monitoring, and development of suppliers, with a focus on financial, operational, and environmental and social performance.	



MESSAGE FROM THE PRESIDENCY

GRI 2-22



The publication of this 2025 Sustainability Report is part of our commitment to accountability, providing transparent and consistent disclosure of how Vulcabras conducts its strategy, creates value, and manages the impacts associated with its operations. In a year of significant growth, we reinforced the combination that underpins our trajectory: strong brands, industrial capabilities, innovation in sports, disciplined execution, and responsible management of environmental, social, and governance matters.

With 74 years of history, we are a Brazilian Global Sportech company dedicated to managing sports brands and manufacturing footwear, apparel, and accessories for sports and active lifestyles. Our vertically integrated business model — encompassing research and development, manufacturing, distribution, commercial intelligence, brand management, and sales channels — continued to be a competitive advantage in an increasingly dynamic market. This integrated structure enables us to develop products with speed, quality, and scale while maintaining close relationships with consumers, retailers, athletes, and sports communities.

Our performance in 2025 confirms the strength of this model. Gross operating revenue reached BRL 4.2 billion, up 16.7% compared to 2024. Net revenue totaled BRL 3.56 billion, an increase of 16.8%, while gross sales volume reached 33.7 million pairs and items, up 4.2%. Profitability kept pace with this growth despite a period of greater operational complexity. Gross profit amounted to BRL 1.46 billion, with a gross margin of 41.0%. Recurring EBITDA reached BRL 763.1 million, representing growth of 12.9% over 2024, while recurring net income totaled BRL 573.0 million, with a recurring net margin of 16.1%. Investments in property, plant and equipment and intangible assets totaled BRL 242.3 million, primarily allocated to expanding installed capacity, modernizing industrial operations, and supporting the continued growth of the business.

These results were driven by the continued evolution of our product portfolio and the strength of the brands we manage. In 2025, Olympikus celebrated its 50th anniversary and further strengthened its connection with the running community, establishing the Família Corre [Running Family] as a platform for innovation, engagement, and the democratization of sports technology. Mizuno strengthened its position in the high-performance running segment, while Under Armour expanded its product offering and deepened its connection with Generation Z in Brazil.

Innovation remained at the core of this strategy. Since 2019, we have invested more than BRL 1 billion in research and development, manufacturing modernization, digitalization, and the continuous enhancement of our production and technological capabilities. This commitment is embodied in our Research and Development Center in Parobé, Rio Grande do Sul — the largest facility in Latin America dedicated to sports footwear — as well as in our manufacturing units in Horizonte, Ceará, and Itapetinga, Bahia, where automation, robotics, artificial intelligence, and connected systems enhance efficiency, production precision, and responsiveness to market demands. In 2025, we also continued expanding our infrastructure, adding a total of 9,738 square meters of industrial, logistics, and operational support facilities.

Sustainability remained embedded in the way we manage our business. Our 2030 ESG Ambitions are focused on reducing environmental impacts, strengthening the domestic supply chain, promoting social impact through sport, and advancing diversity. In 2025, we kept this agenda closely aligned with business growth, the integration of new employees, increased production, and the technological modernization of our facilities.

On the environmental front, we continued sourcing wind energy through the free energy market to power our manufacturing operations. Choosing a renewable energy source supports our climate management strategy and is aligned with our greenhouse gas emissions inventory, which recorded 65,245 tCO₂e in 2025. In waste management, 93% of industrial waste was diverted from landfill through alternative recovery and treatment routes, including resale, recycling, neutralization, reprocessing, circularity initiatives, and co-processing. We also reintegrated 3,388,770 kg of materials



into our production processes, representing approximately 23% of the production waste generated during the year, including plastic/PVC, EVA, TPU, TR, and aluminum from molds.

Vulcabras' growth was also reflected in the expansion of our workforce. We ended 2025 with 23,377 direct employees, a 16% increase compared with the previous year, in addition to 757 contracted workers. Women represented 55% of our workforce and increased their presence in management and executive leadership positions, rising from 27% in 2024 to 32% in 2025, surpassing our 2030 target of achieving 30% female representation in leadership roles.

Throughout the year, we expanded our initiatives focused on culture, learning and development, health, safety, well-being, and employee recognition. During the year, we delivered 108,546 hours of in-person training and 46,220 hours of digital learning through Universidade do Movimento Vulcabras [Vulcabras Movement University]. The Vulcabras Culture campaign reinforced our core values — We Are One Team, We Deliver High Performance, We Are Innovators, We Never Settle, and We Are Agile — bringing these principles closer to the behaviors expected in employees' day-to-day work.

Our relationship with society remained aligned with our purpose of building a better country through sport. In 2025, the projects we supported directly benefited 9,283 people, including 8,753 children and adolescents and 530 older adults. Our social investment through tax incentive mechanisms exceeded BRL 800 thousand, supporting initiatives in sport, culture, education, health, care, and social inclusion.

Across our supply chain, we maintained our commitment to domestic sourcing and responsible supplier management. In 2025, we worked with 5,500 unique suppliers, and 80% of our raw material purchases were sourced from Brazilian suppliers.

Corporate governance continues to be a cornerstone of Vulcabras' long-term sustainability. As a publicly traded company listed on B3's Novo Mercado segment, we maintain a formal governance structure, robust control mechanisms, transparent practices, and decision-making bodies aligned with regulatory requirements and capital market best practices. Sustainability remained integrated into governance through the Corporate Communications and ESG Department and the Sustainability Committee, connecting targets, indicators, and initiatives to the company's strategic priorities.

The year was also marked by recognitions that reflect the many dimensions of our business. Among our external recognitions, Forbes named us one of Brazil's most innovative companies. We also received recognition for the advancement of our organizational culture, executive leadership, and the consistency of our sustainability, quality, and socio-environmental management practices, including certifications and recognitions such as Origem Sustentável, Hígg FEM, SLCP, ABVTEX, and the renewed ESG-FIEC Seal.

As we look ahead to the coming years, we remain confident in the strength of our business model and Vulcabras' ability to grow with discipline, innovation, and responsibility. At the same time, we recognize that sustainable growth requires continuously improving our processes, developing our people, strengthening our performance indicators, and enhancing the management of our business impacts.

We are working to strengthen Vulcabras' position as Brazil's benchmark in sport, technology, and responsible management by expanding access to high-performance products, reinforcing the domestic manufacturing industry, creating value for shareholders, employees, consumers, suppliers, and communities, and making sport an even more powerful driver of Brazil's development.

Pedro Bartelle
Chief Executive Officer of Vulcabras

ORGANIZATIONAL PROFILE

GRI 2-1, 2-6

We are a Brazilian Global Sportech company specializing in the management of sports brands and the manufacturing of footwear, apparel, and accessories for sport and active lifestyles. With a 74-year history, we operate through a business model that integrates manufacturing, research and development, market intelligence, brand management, sales channels, and direct engagement with consumers.

Our origins are closely intertwined with the evolution of Brazil's footwear industry. Vulcabras was founded in July 1952 in the city of Cabreúva, São Paulo, and soon relocated to Jundiaí, São Paulo, where it established itself as a manufacturer of leather shoes with vulcanized rubber soles — an important innovation at the time. The Vulcabras 752 model — a reference to the month and year of the Company's founding — became a hallmark of this early stage and established qualities that continue to define our trajectory, including quality, comfort, technical expertise, and the ability to adapt to changing market dynamics.

Over the decades, we expanded our operations, added new brands to our portfolio, invested in industrial technology, and strategically focused our portfolio on the sports segment. Today, we manage a portfolio of complementary brands — including Olympikus, Mizuno, and Under Armour — enabling us to serve diverse consumer profiles, sports categories, price points, and usage occasions. This strategy strengthens our position in the Brazilian market and expands our presence in a fast-growing category, driven by the increasing popularity of sports participation, running, and active lifestyle consumption.

Our vertically integrated business model encompasses every key stage of the value chain, from research and development to manufacturing, distribution, commercial management, and direct-to-consumer sales. This structure enables us to quickly identify market trends, develop new products, respond to retail demand, and shorten the time from product conception to retail launch. It also enables us to combine industrial scale, rigorous quality control, manufacturing flexibility, and proximity to the market.

Vulcabras' corporate head office is located in Jundiaí, São Paulo. We operate two manufacturing facilities, located in Horizonte, State of Ceará, and Itapetinga, State of Bahia, equipped with state-of-the-art technology and the capacity to manufacture athletic footwear to internationally competitive standards. In Parobé, State of Rio Grande do Sul, we operate Latin America's largest Sports Footwear Research and Development Center, spanning more than 20,000 square meters and employing over 800 professionals dedicated to research, design, engineering, materials development, prototyping, and sports innovation. We also operate a Distribution Center in Extrema, State of Minas Gerais, dedicated to our direct-to-consumer channel, including e-commerce and company-owned stores, as well as a sales showroom in São Paulo, State of São Paulo, an office at the Caldeira Institute in Porto Alegre, State of Rio Grande do Sul, and a branch office with a Distribution Center in Peru.

Innovation is one of the company's key competitive advantages. We develop more than 800 new sports footwear models each year and incorporate proprietary and licensed technologies into our brands, with the aim of enhancing performance, comfort, durability, and access to high-performance products. Recent examples include technologies such as PV-YA, Carbon G Plate, Eleva Pro, and Oxitec, as well as cushioning technologies developed in Brazil and introduced to international markets, reinforcing our ability to create world-class sports products based on Brazilian expertise, infrastructure, and manufacturing.

Our commercial presence spans multi-brand retail, company-owned stores, e-commerce, major digital marketplaces, international markets, and direct-to-consumer sales. In 2025, considering the consolidated operations of our brands, we served 13,700 customers and ended the year with 60 retail operations, including brick-and-mortar stores and e-commerce channels: 20 in the domestic market (17 physical stores and 3 e-commerce operations) and 40 in international markets (38 physical stores and 2 e-commerce operations). This extensive market presence was supported by market intelligence, a dedicated merchandising team, and proprietary tools for performance analysis, training, and retailer engagement, strengthening product replenishment, demand forecasting, and the consumer experience across multiple channels.

In 2025, we sold 33.7 million items, including pairs of footwear and apparel pieces, and ended the year with a workforce of 23,377 employees. These figures reflect the scale of a Brazilian industrial company that combines manufacturing capacity, brand management, technological innovation, and a strong commercial presence in both domestic and international markets.

We remain guided by our purpose of bringing innovation, technology, and high performance to the world, helping expand access to sports while strengthening a value chain that connects industry, knowledge, brands, retail, consumers, and communities.



STRATEGY AND ORGANIZATIONAL CULTURE

Vulcabras' strategy is built on a clear vision: to strengthen our position as a Brazilian global Sportech company, capable of bringing together technology, innovation, and sports to develop high-performance brands and products. This strategic direction underpins our operations in an increasingly dynamic market, where sports participation, running, and active lifestyles are becoming increasingly important across a wide range of consumer profiles.

This vision is reflected in our institutional guiding principles, which express who we are, what drives us, and how we strive to evolve as a company. Below, we present our purpose, our ambition, and the values that guide Vulcabras' operations.

WHO WE ARE We're more than sports specialists. We live and breathe sports in everything we do.	PURPOSE Building a better Country through sports, leading the development of sports in Brazil.	AMBITION To be the leading force in the Brazilian sports market, establishing ourselves as the industry's leading company. To foster the development of our people so they can continue to grow and, in doing so, take our business to ever greater heights.
--	--	--

VALUES

 WE ARE HIGH PERFORMANCE	We are obsessed with delivering outstanding results par excellence. We're always striving for the best performance and constantly want to beat our own records. Our discipline is unquestionable and we give our all to be at the top.
 WE ARE ONE TEAM	We play together. Bringing together individual talents gives us the collective strength we need to reach the top. We all work towards the same goals and ambitions. We have the grit and resilience to face challenges with heads held high.
 WE ARE INNOVATIVE	Innovation is our business. We're always one step ahead in order to bring the future of sports technology today and find ways to make it a reality. We democratize access to cutting-edge products that lead to better performance. We innovate with quality, keeping our focus on competitiveness and business.
 WE ARE NONCONFORMISTS	We're restless. We don't settle for what we already have and we ask how much farther we can go. We are committed to constantly pushing our limits in the way we deliver, manufacture, build relationships, and design our products.
 WE ARE AGILE	We don't get hung up on absolutes. We are flexible enough to head in new directions with the speed and capacity for transformation to meet the needs of consumers and the market, constantly improving our business. We have the strength to change our strategy or direction, facing any adversity together.

OUR BUSINESS MODEL

GRI 2-1, 2-6

We operate a vertically integrated business model designed to transform expertise in sports, technology, and consumer behavior into high-performance products, delivering scale, efficiency, and speed to market. This integration enables us to operate across multiple stages of the value chain, from brand management and product development to manufacturing, distribution, sales, and consumer engagement.

Our operations bring together three leading sports brands in the Brazilian market: Olympikus, Mizuno, and Under Armour. Each has its own distinct identity, positioning, and value proposition, enabling us to serve a broad range of consumer profiles, sports disciplines, price segments, and usage occasions. The integrated management of this portfolio strengthens our presence in the sports market and deepens our connection with consumers seeking performance, comfort, innovation, and an active lifestyle.

The **company's innovation** capabilities are anchored by its Research and Development Center in Parobé, State of Rio Grande do Sul, the largest facility of its kind dedicated to sports footwear in Latin America. With more than 20,000 square meters of facilities and a team of over 800 professionals, the center brings together expertise in research, design, engineering, materials development, prototyping, and testing. From this center, we develop more than 800 new sports footwear models each year, including technologies created in Brazil and incorporated into products designed for every level of athletic activity, from entry-level participation to elite performance.

Our manufacturing operations are carried out at our industrial facilities in Horizonte, Ceará, and Itapetinga, Bahia, which leverage state-of-the-art technology, automation, robotics, artificial intelligence, and real-time connected systems. This manufacturing infrastructure enhances process precision, strengthens quality control, reduces waste, improves operational efficiency, and provides the flexibility to adjust production volumes, product models, and inventory replenishment in response to changing market demand.

The **integration of product development, manufacturing, and commercial intelligence** is one of the defining strengths of our business model. Our Market Intelligence team supports decision-making related to product assortment, inventory planning, distribution, and point-of-sale performance, helping ensure that products reach the right channels in volumes that are closely aligned with market demand. In 2025, considering the consolidated operations of our brands, we served 13,700 customers, expanding our retail presence and strengthening our connection with a diverse range of consumer profiles.

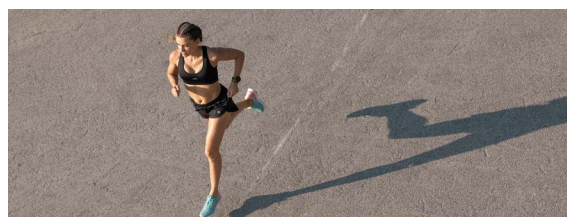
This commercial structure is further supported by 31 sales offices, 191 sales representatives and agents, and 16 commercial managers, who help expand our brands' presence across different regions, sales channels, and customer segments. This extensive commercial presence helps expand product availability, strengthen relationships with retail partners, and support the execution of our brand strategies at the point of sale.

Our **distribution platform** integrates physical, digital, and international sales channels. In Brazil, we operate through multi-brand retailers, company-owned stores, outlet stores, e-commerce, and major digital marketplaces. In international markets, we maintain operations in strategic countries, particularly across Latin America, through company-owned, licensed, and digital channels. In 2025, this footprint included 55 brick-and-mortar stores and five e-commerce operations across domestic and international markets, expanding the reach of our brands and enabling us to serve consumers across a variety of purchasing journeys.

The growth of **direct-to-consumer** sales plays a significant role in this strategy. The digital operation is supported by a dedicated logistics infrastructure, including the Distribution Center in Extrema, Minas Gerais, which serves the brands' direct channels, including e-commerce and company-owned stores. Our presence on Brazil's leading online marketplaces complements our proprietary channels and expands the brands' reach across the digital marketplace.

Brand building is also a core component of the business model. Our marketing strategy is data-driven and tailored to each brand, with a strong presence across digital channels, engagement with sports communities, event sponsorships, athlete partnerships, and initiatives that strengthen connections with consumers. In 2025, the Brazilian social media profiles of our brands expanded their follower base, highlighting the importance of these channels for audience engagement, product communication, and brand reputation.

Sustainability is embedded in the way we structure our operations and make business decisions. Environmental, social, and governance (ESG) management guides initiatives aimed at improving production efficiency, promoting the responsible use of resources, valuing people, fostering relationships with communities, and creating value for a wide range of stakeholders. For a large-scale industrial company, these issues are integral to competitiveness, risk management, and the long-term sustainability of the business.





AWARDS AND RECOGNITION

In 2025, we received recognition for innovation, the strength of our brands, the evolution of our organizational culture, and executive leadership. These achievements highlight the many dimensions of Vulcabras and our ability to deliver results in a competitive market through technology, industrial scale, brand management, and close relationships with consumers, employees, and other key stakeholders.

INNOVATION AND BUSINESS PERFORMANCE

We were recognized by Forbes as one of Brazil's most innovative companies, featured on a list that recognizes organizations that consistently translate innovation into business results. This recognition reflects the company's recent trajectory. Since 2019, we have invested more than BRL 1 billion in innovation, including research and development, industrial modernization, process digitalization, and the strengthening of our sports product development ecosystem.

This investment is reflected, for example, in our Research and Development Center in Parobé, Rio Grande do Sul, which serves as a strategic technology hub for our brands, bringing together science, engineering, design, materials, and sports-focused applied expertise.

BRANDS, PRODUCTS, AND CONSUMER ENGAGEMENT

The strength of our brands was also reflected in consumer behavior. Olympikus' Corre 4 was

recognized by Google as Brazil's most searched-for and most sought-after running shoe in 2025, ranking sixth among the country's 50 most searched-for and most sought-after products in the Most Desired Products of the Year list.

In addition, for the third consecutive year, Olympikus was the running shoe brand most used by Brazilian runners on Strava.

ORGANIZATIONAL CULTURE

Our cultural transformation journey also received external recognition. The "Jornada de Evolução Cultural" [Cultural Transformation Journey] project, developed in partnership with United Minds, received the regional Southern Brazil Aberje Award in a category recognizing excellence in employee communication.

The initiative began in 2022 with the assessment and development of the company's culture platform and expanded in 2024 through initiatives designed to engage leaders and employees, reinforce corporate values, and embed the company's culture into day-to-day operations.

EXECUTIVE LEADERSHIP

Vulcabras' leadership was recognized through major awards in 2025. Pedro Bartelle, the company's CEO, received the Prêmio Equilibrista, presented by the Brazilian Institute of Finance Executives of Rio Grande do Sul (IBEF-RS), in recognition as Finance Executive of the Year.

In the same year, he was also honored by the Brazilian Human Resources Association of Rio Grande do Sul [ABRH-RS] as the 2025 Top Human Being Personality, an award that recognizes leaders who place people at the center of decision-making and contribute to more human-centered, innovative, and development-oriented workplaces.

BRAND PORTFOLIO

GRI 2-1, 2-6

Our portfolio spans a broad range of sports categories, from running and training to high-performance athletics and everyday athletic lifestyle, while also maintaining a dedicated presence in the occupational footwear market. This brand architecture comprises Olympikus, our proprietary brand and Brazil's leading sports footwear brand; Mizuno and Under Armour, global brands licensed in Brazil; and Botas Vulcabras, focused on safety and occupational footwear.

Each brand has its own identity, value proposition, and target audience. This complementary portfolio strengthens our presence across multiple product categories, price points, and usage occasions, while enabling us to develop products, experiences, and initiatives that meet the needs of athletes, fitness enthusiasts, everyday consumers, and professionals who rely on technical footwear in their daily work.

Throughout 2025 and into early 2026, this strategy continued to be driven by innovation, portfolio development, the strengthening of sports communities, and deeper consumer engagement. During this period, Olympikus, Mizuno, and Under Armour further strengthened their respective market positions, reinforcing Vulcabras' role as the manager of a portfolio of complementary sports brands.



OLYMPIKUS

Founded in 1975, Olympikus celebrated its 50th anniversary in 2025 as one of Brazil's leading sports brands. Throughout its history, the brand has built its reputation around a clear purpose: making sports technology more accessible by developing products for athletes of all levels, from beginners to elite performers.

Running has become a defining pillar of this recent trajectory. Between 2025 and March 2026, as part of its 50th anniversary celebrations, Olympikus expanded its presence within Brazil's running community by sponsoring **50 races across 25 cities in all five regions of the country**. More than **210,000 people** participated in Olympikus-sponsored races between April 2025 and

March 2026, covering a combined distance of more than **2,100 kilometers**.

These initiatives strengthened Olympikus' connection with the running community while supporting the continued evolution of its technical product portfolio, designed to meet the needs of runners with different performance profiles. During the most recent cycle, the Família Corre reached another milestone with the launch of **Corre Pace**, the first high-performance "super shoe" for running developed in Brazil. The model introduces a new category within the brand's portfolio and demonstrates Olympikus' ability to develop sports technology that competes on a global level. Beyond expanding its high-performance offering, the product also generates technical knowledge that supports the continuous

evolution of the Corre line and the development of new solutions for runners with different needs.

The brand also deepened its understanding of Brazil's running market through the second edition of the **Por Dentro do Corre** study, which explores the country's running culture. The research identified approximately **2 million new runners in 2025**, highlighting significant growth among women, younger consumers, and middle-income (Class C) consumers. These findings reinforce the sport's growth potential and help guide the brand's strategy for the coming years.

Engagement with the running community remained a core pillar of Olympikus through sponsorship of races, brand activations, proprietary experiences, and

initiatives aimed at developing the sport. Among the most recent initiatives is **Corre do Amanhã** [Running for Tomorrow], created in partnership with the Vanderlei Cordeiro de Lima Institute to identify, train, and develop the next generation of Brazilian running talent.

Beyond its products and research initiatives, Olympikus also creates proprietary experiences that connect sport, culture, and place, such as Bota Pra Correr, **described in the following section**. The initiative reflects the brand's approach to engaging with the running community by celebrating Brazil's diverse landscapes and promoting running as a collective, accessible experience deeply connected to the country.

Learn more at www.olympikus.com.br

BOTA PRA CORRER OLYMPIKUS

Created by Olympikus in 2019, Bota Pra Correr is a proprietary running festival that extends the running experience beyond race day. The initiative celebrates Brazil's diverse regions by bringing together sport, nature, local culture, and community in an experience designed for runners.

In 2025, the festival was held in Serra do Cipó, Minas Gerais, and Cumbuco, Ceará, featuring both road and trail courses through destinations known for their outstanding natural beauty and tourism appeal. The program included community engagement spaces, talks with experts and athletes, brand activations, and initiatives highlighting the cultural and environmental value of the host locations. Through this format, Bota Pra Correr embodies Olympikus' commitment to making running more accessible while celebrating the sport as a shared experience that is inclusive and deeply connected to Brazil.





MIZUNO

With more than 100 years of global history, Mizuno is recognized for its longstanding tradition of technology, innovation, and athletic performance. In Brazil, the brand has been present for 25 years and has been managed by Vulcabras since 2021, strengthening its local product development capabilities, expanding its commercial presence, and deepening its connection with Brazilian consumers.

High-performance running is one of the brand's core pillars. In 2025, Mizuno introduced the Neo Line, developed through a collaboration between Brazil and Japan. The launch expanded the brand's running portfolio, making performance technologies accessible to a broader range of runners while repositioning the brand across new price segments.

During the most recent cycle, Mizuno continued to expand the Neo Line with the launch of the **Neo Zen 2**, a premium model designed for everyday running and a variety of training sessions. The launch was supported by digital activations and on-site experiences at the **Mizuno Running Station**, reinforcing product trials and strengthening the brand's connection with the running community.

Mizuno also advanced its high-performance offering with the **Hyperwarp** collection, featuring models designed for speed and competition. The collection reflects the brand's global engineering expertise and reinforces its position in the elite performance segment through close engagement with athletes, proprietary events, and product testing in competitive environments.

The brand also strengthened its presence in road running through the **Mizuno Athenas Circuit**, one of São Paulo's most established running series. The first race attracted more than **9,000 participants**, reinforcing the credibility of Mizuno's technologies within the running community.

The **Mizuno Running Station** has become a strategic platform for brand engagement, product trial, and brand building in Brazil, reaching the **milestone of 100,000** visitors. The space strengthens the brand's direct connection with runners while providing hands-on opportunities to experience the technical features and performance benefits of its products.

Beyond performance, Mizuno has continued to expand its presence in the sportstyle segment, bringing together sport, urban culture, and creative expression. Initiatives such as the **Wave Prophecy Morelia Neo** and the collaboration with French brand **VRUNK** reinforce the brand's presence in spaces where sporting heritage, design, and contemporary culture intersect.

In 2026, Mizuno also strengthened its presence in Brazilian football by announcing a three-and-a-half-year **partnership with Botafogo** as the club's official sportswear supplier. The agreement brings together two century-old institutions, reinforcing Mizuno's positioning in technology, performance, and sporting tradition while marking a new chapter in the brand's connection with communities passionate about sport.

Learn more at www.mizuno.com.br



UNDER ARMOUR

Founded in the United States in 1996, Under Armour is a global performance brand offering footwear, apparel, and accessories for training, running, basketball, and active lifestyles. Since 2018, Under Armour's operations in Brazil have been managed by Vulcabras, with a focus on building local relevance and strengthening connections with key consumer audiences.

In the Brazilian market, the brand is strongly associated with performance, intensity, and physical training. Throughout 2025 and into early 2026, Under Armour expanded its presence through a portfolio strategy focused primarily on the training and running categories, complemented by initiatives designed to engage **Generation Z** by connecting training with culture, community, and team sports, positioning sport as an expression of identity, belonging, and lifestyle.

In the training category, the brand introduced the **Cross 2 SE**, a model engineered for strength training with an emphasis on stability and performance. The launch reinforces a category that has long been central to Under Armour's identity while expanding its offering for consumers seeking enhanced performance across a variety of training routines.

In running, Under Armour continued to build a more comprehensive product portfolio that addresses the needs of runners at different levels. The **Nonstop and Endless** models, developed in Brazil by Vulcabras' R&D team in collaboration with Under Armour Global, broaden access to performance technology and strengthen the brand's presence among beginner and intermediate runners.

At the elite end of the market, the **Velociti Elite 3** was introduced in Brazil as a high-performance racing shoe validated in international competition. The launch further strengthens Under Armour's position in elite running and reinforces its ability to deliver solutions for athletes at every level, supported by innovation in materials, biomechanics, and product engineering.

Through these initiatives, Under Armour continues to strengthen its relevance in Brazil by combining global expertise with local product development and consumer-focused communication and activation strategies, reinforcing its presence across the training, running, and active lifestyle segments.

Learn more at www.underarmour.com.br



VULCABRAS BOOTS

Botas Vulcabras represents the company's presence in the occupational safety footwear market. The brand develops products designed for demanding work environments that require protection, durability, and resistance, serving professionals in industries such as mining, steelmaking, agribusiness, construction, and healthcare.

Its products are manufactured using materials that meet the technical requirements of the segment and comply with applicable occupational safety standards. The operation also incorporates resource-efficiency practices, including the reuse of up to 6% of industrial waste as raw material in the production of safety boots, helping reduce material losses and enhance circularity within the manufacturing process.

INFRASTRUCTURE AND GEOGRAPHICAL DISTRIBUTION



GRI 2-1, 2-6

Our infrastructure comprises facilities with complementary roles across manufacturing, research and development, logistics, corporate administration, commercial operations, and open innovation. This geographic footprint enables an integrated operating model that connects our manufacturing capacity in Brazil's Northeast, our corporate head office in the state of São Paulo, our technology development center in Rio Grande do Sul, our logistics hub in Minas Gerais, and our international presence in strategic Latin American markets.





HORIZONTE (CE) PLANT

Located in the Greater Fortaleza metropolitan area in the state of Ceará, the Horizonte facility is Vulcabras' largest manufacturing plant and the primary production site for Olympikus, Mizuno, and Under Armour footwear. Since its inauguration in 1996, the facility has undergone successive expansion and modernization cycles to support the company's growth and increasing market demand.

In 2025, the plant reached 104,000 square meters of built area following the completion of a new expansion phase that began the previous year. This growth was accompanied by the hiring of approximately 1,900 employees during the year, reinforcing the facility's role as a major driver of employment and industrial development in the state of Ceará.

The facility integrates manufacturing lines, logistics, industrial engineering, laboratory operations, and production planning and control, fostering close collaboration across technical and operational teams. This integrated structure provides the scale, precision, and flexibility required to manufacture sports footwear efficiently while maintaining high quality standards and responding quickly to market demand.

ITAPETINGA (BA) PLANT

Established in 1998, the Itapetinga facility in the state of Bahia occupies a total area of 350,000 square meters, including 93,000 square meters of covered built space. The plant plays a complementary role within Vulcabras' manufacturing network, producing outsoles, flip-flops, football boots, products for the company's sports brands, and Botas Vulcabras safety footwear. In 2025, the facility hired approximately 1,300 new employees, reinforcing its contribution to employment generation and industrial development in the state of Bahia.

The facility includes logistics, industrial engineering, and production planning and control operations, supporting the integration of manufacturing processes across multiple product lines. Its operations contribute to the company's vertically integrated manufacturing model, particularly in the production of components and product categories that require scale, technical control, and standardized processes.

ADMINISTRATIVE CENTER IN JUNDIAÍ (SP)

Vulcabras' corporate head office is located in Jundiaí, in the state of São Paulo, a city that has played a significant role throughout the company's history. Founded in 1952 in Cabreúva, São Paulo, Vulcabras relocated its manufacturing operations to Jundiaí, in the state of São Paulo, in the 1950s, where it expanded its production capacity and established a significant portion of its operational base.

Today, the facility houses the company's corporate functions and strategic management teams, supporting governance, business planning, and the integration of operations across the organization.

DISTRIBUTION CENTER IN EXTREMA (MG)

Vulcabras' Distribution Center in Extrema, Minas Gerais, celebrated its fifth year of operation in 2025 and has become one of the company's primary logistics hubs. The facility supports the company's e-commerce operations and the distribution of imported products for the wholesale channel, bringing Vulcabras closer to customers and consumers across different regions.

In 2025, the Distribution Center was expanded by 4,277.24 square meters, strengthening the logistics infrastructure needed to support the continued growth of digital channels, retail operations, and the brands' presence across multiple markets.

Designed to deliver speed, operational control, and efficiency, the Extrema Distribution Center enhances the accuracy of order processing, warehousing, and fulfillment, contributing to both an improved customer experience and greater distribution efficiency.



PAROBÉ RESEARCH & DEVELOPMENT CENTER (RS)

The Research & Development Center, located in Parobé, Rio Grande do Sul, is the largest in Latin America dedicated to sports footwear. With more than 20,000 square meters of built area and a team of over 800 professionals, the center brings together expertise in design, engineering, materials, prototyping, testing, virtual reality, 3D printing, and the development of sports technologies.

More than 800 new product models for the company's brands are developed at this center each year. Its integrated structure enables product design, testing, and technical refinement to take place in faster development cycles, bringing research, innovation, and manufacturing closer together. The facility also supports the development of proprietary technologies and the adaptation of global solutions to the specific needs of the Brazilian market.

SHOWROOM IN SÃO PAULO (SP)

Located near Villa-Lobos Park in São Paulo, Brazil, the Vulcabras showroom is a dedicated space for showcasing the company's collections, product launches, and brand portfolio. It also serves as a venue for engaging with retailers, strategic partners, commercial teams, and executives from the licensed brands.

The facility supports business meetings, events, institutional visits, and commercial planning sessions, helping strengthen the company's connection with the market while effectively communicating the value and differentiation of its product portfolio.

OFFICE IN PORTO ALEGRE (RS)

In Porto Alegre, Rio Grande do Sul, we maintain an office at Instituto Caldeira, an innovation hub that brings together companies, startups, universities, and organizations dedicated to developing new solutions. Vulcabras' presence within this ecosystem strengthens its engagement with open innovation initiatives, multidisciplinary collaboration, and knowledge sharing.

The office complements our research and development capabilities by connecting the company with external networks focused on technology, entrepreneurship, and digital transformation.

INTERNATIONAL PRESENCE

Internationally, we are present in more than 20 countries, with our strongest footprint in Latin America. In 2025, our international operations included 38 retail stores and two e-commerce platforms, concentrated in Peru and Chile, in addition to distribution channels that further extended the reach of our brands beyond Brazil.

Our international presence reinforces our ability to bring sports technology developed and manufactured in Brazil to a diverse range of markets, particularly in regions with strong commercial, cultural, and logistical ties to our Brazilian operations.

This geographic footprint strengthens the integration of manufacturing, technology development, logistics, corporate management, commercial operations, and international business. By combining large-scale manufacturing facilities, a specialized research and development center, and an integrated distribution network, Vulcabras supports a business model built on efficiency, innovation, and proximity to the market.

INNOVATION AND INDUSTRY 4.0

APPLIED INNOVATION IN SPORTS

At Vulcabras, innovation is an integral capability embedded throughout our operations. It is driven by the integration of applied research, materials development, design, engineering, manufacturing technology, consumer insights, and close collaboration with athletes and industry experts. This structure enables us to develop sports products in Brazil, test them rapidly, manufacture them at scale, and translate technical knowledge into solutions that can be applied across different brands, product categories, and consumer segments.

Our goal is to make advanced sports technology accessible to consumers at every level, from beginners to elite athletes. To achieve this, we invest in products, processes, equipment, systems, and strategic partnerships that strengthen our ability to develop proprietary solutions while adapting global technologies to the needs of the Brazilian market.



INVESTMENT AND TECHNOLOGICAL CAPABILITIES

Over the past six years, we have invested more than BRL 1 billion in innovation. These investments have supported research and development, the modernization of our manufacturing facilities, the implementation of more efficient production processes, the acquisition of advanced equipment, the adoption of integrated systems, and the development of new products.

This investment cycle has strengthened our technological capabilities and enhanced the company's ability to respond to the continued growth of the sports market, particularly in the running category. It has also accelerated product development, shortened the time from concept to market, and improved the precision of both manufacturing and commercial decision-making.

RESEARCH & DEVELOPMENT CENTER

Located in Parobé, Rio Grande do Sul, our Research and Development (R&D) Center is the largest facility in Latin America dedicated to sports footwear. The center brings together designers, researchers, product developers, materials and process engineers, as well as specialized teams focused on testing, prototyping, and technology development.



The R&D Center supports all three of the company's sports brands — Olympikus, Mizuno, and Under Armour — developing and testing more than 800 prototypes each year. Its infrastructure includes a Design Center, a Mini Factory, Machining Centers, 3D printing capabilities, and Virtual Reality and Materials Research Laboratories, among other specialized resources.

This technological platform enables us to test hypotheses, refine materials, validate product geometry, optimize comfort and performance, and make critical development decisions before the first production samples are manufactured. The use of artificial intelligence, digital modeling, 3D printing, and virtual reality makes the development process faster and more accurate, bringing product design, technical validation, and industrial manufacturing closer together.

INDUSTRY 4.0 ACROSS OUR MANUFACTURING FACILITIES

Innovation also extends to our manufacturing facilities in Horizonte, Ceará, and Itapetinga, Bahia, where advanced Industry 4.0 technologies are embedded throughout operations. The use of artificial intelligence, robotics, and real-time connected systems provides greater process control, deeper production data insights, and enhanced quality management.

This technological infrastructure supports a more efficient, flexible, and data-driven operation. In a market where speed to replenish, manufacturing accuracy, and cost control are critical success factors, the integration of product development, production planning, manufacturing, and commercial demand planning represents a key competitive advantage for Vulcabras.

COLLABORATION, TESTING, AND TECHNICAL VALIDATION

Our innovation model is built on collaboration. We maintain partnerships with universities, research centers, laboratories, suppliers, professional and amateur athletes, coaches, and biomechanics specialists. Our research partners include the University of Caxias do Sul [UCS], the University of São Paulo [USP], and the Materials Characterization and Development Center [CCDM] at the Federal University of São Carlos [UFSCar].

This collaborative approach supports the validation of materials, the refinement of technologies, and the testing of products under conditions that closely reflect real-world use. Co-creation with runners and technical specialists ensures that insights generated in the laboratory are validated against the practical experience of athletes using our products in training, competition, and a wide range of sporting activities.

APPLIED KNOWLEDGE DRIVING PRODUCT EVOLUTION

High-performance products also play a strategic role in Vulcabras' innovation process. By incorporating greater technical complexity, new material combinations, and rigorous testing cycles, these products serve as development platforms that generate insights which can be adapted across other product lines, categories, and brands.

The development of **Corre Pace** is a clear example of this approach. The project expanded the company's technical expertise in product engineering, foam formulation, upper construction, and biomechanical validation. The knowledge generated extends well beyond the product itself, supporting the continuous evolution of the Corre family while strengthening Vulcabras' ability to deliver advanced sports technology to athletes of all levels.

One outcome of this knowledge transfer is the evolution of the **Corre 5** and **Corre Trilha**, which incorporate a new EVA-PEBA midsole compound. The new compound is designed to balance energy return, weight reduction, and scalable manufacturing, making technologies inspired by elite-performance footwear accessible to a broader range of runners.

The same approach also drives continuous improvements in components such as insoles, foams, and uppers, as well as biomechanical studies conducted with athletes. This approach reflects a defining characteristic of our innovation model: knowledge flows across products and categories, combining high performance, real-world application, industrial-scale manufacturing, and accessibility.

PROPRIETARY TECHNOLOGIES

Vulcabras' technological development has resulted in a portfolio of proprietary solutions incorporated into the products of the brands we manage. Key highlights include:

PROPULSION AND STABILITY

Propulsion and stability: Grafenus, the world's first graphene-based propulsion plate; Carbon-G, a carbon-fiber propulsion plate featuring a new geometric design; and rocker geometry, which promotes a smoother stride transition and enhanced forward propulsion.

CUSHIONING AND ENERGY RETURN

Cushioning and energy return: Eleva Pro 2.0, Eleva Pro Max, NT-X, NT-X 2.0, and NT-X Pro 2.0, cushioning technologies engineered to deliver responsive energy return, comfort, lightweight performance, and low compression set.

UPPERS AND LIGHTNESS

Uppers and lightweight construction: Oxitec 3.0, Oxitec 4.0, and Oxilite, upper technologies engineered to provide enhanced breathability, fit, durability, and reduced weight.

TRACTION AND GRIP

Traction and grip: Michelin outsoles and the Gripper outsole, engineered to enhance stability, traction, and confidence across a wide range of running conditions.

These technologies are continuously developed and refined to deliver enhanced performance, comfort, durability, and accessibility. By building in-house technical and manufacturing expertise in areas such as foams, uppers, propulsion plates, geometries, insoles, and outsoles, we strengthen our ability to develop competitive solutions tailored to different consumer profiles, from entry-level athletes to elite performers.



RECENT PRODUCT LAUNCHES

Between 2025 and early 2026, technologies developed and applied by Vulcabras reached the market through new product launches and continued to evolve across successive innovation cycles, serving a wide range of consumer profiles, sports disciplines, and athletic needs. These recent launches demonstrate how the company leverages its research, engineering, testing, and manufacturing capabilities to support brands with distinct market positions while maintaining local product development, industrial-scale production, and a strong focus on performance.

OLYMPIKUS

At Olympikus, recent product launches and updates further strengthened the Família Corre as an innovation platform dedicated to the Brazilian running community, offering solutions for athletes across the performance spectrum, from daily training to high performance.

In 2025, **Corre Turbo** was introduced for intermediate and advanced runners seeking high performance in demanding training sessions and long-distance races without a propulsion plate. The model combines an Oxilite upper, an NT-X 2.0 nitrogen-infused midsole, and a Gripper outsole to deliver lightweight performance, energy return, comfort, and traction.

Corre Supra 2 marked the evolution of Olympikus' flagship super shoe. It features an Oxitec 4.0 upper, an NT-X Pro 2.0 midsole, a Carbon-G propulsion plate, and a Michelin outsole, creating a platform engineered for propulsion, stability, responsiveness, grip, and efficiency at high speeds.

Beyond these launches, **Corre 4** further established itself as one of the defining products of Olympikus' new chapter in running by combining design, technology, and accessibility. The model also inspired special editions celebrating the brand's 50th anniversary and Brazil's running culture.

In early 2026, the evolution of the Família Corre reached a new milestone with the launch of **Corre Pace**, the first ultra-performance running shoe developed in Brazil. The product established a new category within the Olympikus portfolio and demonstrated the brand's ability to develop globally competitive sports technology. Beyond its role as a high-performance product, Corre Pace generated valuable technical knowledge in product engineering, foam development, materials science, upper construction, and biomechanics, providing insights that now support the continued evolution of the Corre family.

This knowledge has also been translated into products such as **Corre 5** and **Corre Trilha**, which incorporate advancements in EVA-PEBA midsole compounds, enhanced responsiveness, improved comfort, and scalable manufacturing. Through this approach, Olympikus reinforces its strategy of democratizing access to sports technology by transferring innovations developed for elite-performance footwear to models designed for a broader range of runners.

MIZUNO

At Mizuno, recent innovations further strengthened the brand's position across performance running and sportstyle. The continued evolution of the **Neo line** remained one of the key drivers of this strategy, combining technological development, collaboration between Brazil and Japan, and adaptation to the preferences of Brazilian runners.

In early 2026, the brand expanded the line with the launch of **Neo Zen 2**, a premium daily trainer designed to support a wide range of training routines. The launch was supported

by digital activations and on-site experiences at the **Mizuno Running Station**, reinforcing product trials and strengthening the brand's connection with the running community.

The brand also strengthened its performance portfolio with the introduction of the **Hyperwarp super shoe collection**, designed for speed and competitive racing. Representing an advancement in Mizuno's global engineering capabilities, the launch was complemented by the **Hyperwarp Challenge Brasil**, a proprietary event featuring elite athletes that further reinforced the brand's positioning in high-performance running.

Mizuno also renewed its presence in road racing by becoming the title sponsor of the **Mizuno Athenas Circuit**, one of São Paulo's most established running series. The opening race attracted more than 9,000 participants, reinforcing the credibility of the brand's technologies in a competitive environment.

The **Mizuno Running Station** continued to serve as a strategic platform for consumer engagement, product testing, and community building. During the period, the space surpassed the milestone of **100,000 people reached**, further establishing itself as a key brand hub in Brazil.

In the sportstyle segment, Mizuno continued to expand at the intersection of sport, urban culture, and creative expression through launches such as the **Wave Prophecy Morelia Neo** and its collaboration with the French brand **VRUNK**. These initiatives extend the brand's presence beyond athletic performance, connecting its sporting heritage with design and contemporary culture.

UNDER ARMOUR

At Under Armour, Vulcabras continued to expand the brand's portfolio in Brazil, focusing on training, high-performance running, and the development of products tailored to the needs and preferences of Brazilian consumers. This approach combines the brand's global expertise with Vulcabras' local capabilities in research, product development, and market insight.

In the training category, the brand introduced the **Cross 2 SE**, a model engineered for strength training with an emphasis on stability and performance. The initiative reinforces Under Armour's presence in a category that has long been central to its athletic identity, defined by intensity, strength, and physical preparation.

In running, the brand expanded its product portfolio into a more comprehensive lineup designed to meet the needs of runners across different performance levels. The **Nonstop and Endless** models, developed in Brazil by Vulcabras' R&D team in collaboration with Under Armour Global, broaden access to performance technology and strengthen the brand's presence among beginner and intermediate runners.

At the top of this strategy is the **Velociti Elite 3**, a high-performance racing shoe validated in international competition. Its introduction to the Brazilian market strengthens Under Armour's competitive position in the elite running segment while reinforcing the brand's ability to deliver solutions for athletes across different performance levels, supported by innovation in materials, biomechanics, and product engineering.

Through this evolution, Under Armour continues to strengthen its position in the Brazilian market by combining global innovation with local product development and more consumer-centric communication, expanding its relevance across the training and running categories.

SUSTAINABILITY COMMITMENT

At Vulcabras, sustainability is an integral part of the way we manage our business. It guides decisions related to manufacturing efficiency, resource management, innovation, supplier engagement, people, social investment, and corporate governance.

We manage our ESG agenda through a cross-functional approach, coordinated by the Corporate Communications and ESG Department and supported by our corporate, manufacturing, and commercial teams. This structure enables us to integrate our long-term commitments into day-to-day operations, performance indicators, and the material topics monitored by the company.

In 2025, we maintained consistent progress across our key ESG priorities, focusing on circular economy initiatives, renewable energy, water stewardship, strengthening the domestic supply chain, social impact, and diversity. At the same time, increased production, the expansion of our operational footprint, the adoption of new technologies, and workforce growth introduced new challenges for the management of ESG indicators, particularly in the environmental and people dimensions.

Our priorities continue to be guided by the current materiality matrix, which remains a reference for monitoring Vulcabras' progress on environmental, social, and governance topics.

These goals are also aligned with the United Nations (UN) Sustainable Development Goals (SDGs), focusing on the goals where we have the greatest potential to contribute through our operations, products, business relationships, and social investments.



CERTIFICATIONS, ASSESSMENTS, AND AUDITS

We adopt certifications, assessment tools, and industry protocols to support the management of our environmental and social impacts, strengthen transparency, and drive the continuous improvement of our operations. These initiatives complement our internal sustainability management framework and enable us to monitor issues that are material to the footwear industry, including environmental performance, working conditions, compliance, governance, and ESG maturity.

SUSTAINABLE ORIGIN

We maintain certification under Sustainable Origin, an ESG and sustainability program for the footwear industry coordinated by the Brazilian Footwear Industries Association (Abicalçados) and the Brazilian Association of Companies Supplying Components for Leather, Footwear and Manufactured Goods [Assintecal]. The certification assesses companies across the footwear and components supply chain based on economic, environmental, social, cultural, and sustainability management criteria.

Our Horizonte [CE] facility has achieved the Diamond Seal, the highest level of certification, awarded to companies that meet more than 80% of the program's assessment criteria. This recognition reflects the maturity of the practices implemented at the facility and its strong alignment with the footwear industry's sustainability criteria across environmental management, labor practices, economic development, organizational culture, and corporate governance.

HIGG FEM – FACILITY ENVIRONMENTAL MODULE

We assess our manufacturing facilities using the Higg FEM [Facility Environmental Module], a component of the Higg Index designed to measure and monitor the environmental performance of manufacturing sites.

Developed by Cascale [formerly the Sustainable Apparel Coalition — SAC] and made available through the Worldly platform, the Higg FEM assesses key environmental topics, including energy, greenhouse

gas emissions, water, wastewater, waste, chemicals, and environmental management systems. The tool supports the identification of environmental risks, efficiency opportunities, and improvement priorities, while providing a common framework for environmental performance assessment across the global consumer goods supply chain.

At Vulcabras, the Higg FEM complements established environmental management practices, including the use of wind energy in our manufacturing operations, wastewater treatment, waste monitoring, and the continuous tracking of environmental performance indicators. In 2025, the Horizonte [CE] and Itapetinga [BA] manufacturing facilities completed the Higg FEM assessment in April and May, respectively. In this way, we strengthen the technical management of our environmental impacts and enhance the comparability of the data used to support our continuous improvement processes.

SOCIAL & LABOR CONVERGENCE PROGRAM (SLCP)

We also implement the Social & Labor Convergence Program [SLCP] across our manufacturing facilities. The program uses a standardized methodology to collect and verify information on social and labor conditions, helping reduce redundant audits and generate more consistent data on labor practices across the value chain.

The SLCP supports the monitoring of key topics such as working conditions, occupational health and safety, working hours, compensation, management systems, and labor compliance. By streamlining assessment processes and improving data quality, the program enables greater focus on the effective improvement of working conditions and the development of safe, fair, and responsible workplaces.

At Vulcabras, the implementation of the SLCP strengthens the social management of our manufacturing facilities and complements internal initiatives focused on valuing people, occupational health and safety, ethical conduct, and compliance with legal and industry requirements. In 2025, the Horizonte [CE] and Itapetinga [BA] manufacturing facilities participated in the SLCP assessment, which was conducted in March and August, respectively.

FIEC ESG PROGRAM

In 2025, we were recertified under the ESG-FIEC Seal, awarded by the Federation of Industries of the State of Ceará (FIEC) through its ESG Center. The company was the first to receive the certification in 2022 and became the first to successfully renew it. The official recertification ceremony took place in April 2025 at our Horizonte [CE] facility.

The ESG-FIEC Certification Program is designed to guide industrial companies in the state of Ceará in developing and strengthening their environmental, social, and governance [ESG] practices. The program is independently audited by Bureau Veritas, an internationally recognized certification body, reinforcing the credibility of the assessment process.

The recertification recognizes the continuity of Vulcabras's ESG agenda and the consistency of practices such as the work of the Sustainability Committee, the promotion of the circular economy, water reuse, waste management, environmental education programs, and the adoption of

management plans aligned with current corporate sustainability standards.

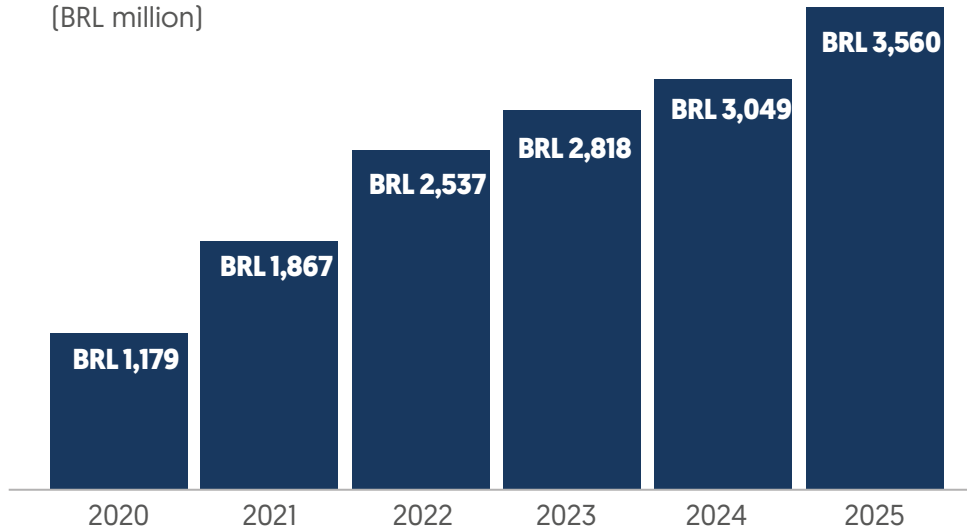
ABVTEX GOLD SEAL

The ABVTEX PROGRAM is the Brazilian fashion retail industry's leading initiative for promoting fair and responsible labor practices throughout the supply chain. Established in September 2010 by Brazil's leading fashion retailers, the program has become a benchmark for monitoring and developing suppliers with respect to legal compliance, social and environmental responsibility, and the prevention of child labor and forced labor. The program evaluates participating companies through annual independent audits and classifies them into four certification levels — Copper, Bronze, Silver, and Gold — with the Gold Seal representing the highest distinction. In 2025, our Horizonte [CE] and Itapetinga [BA] manufacturing facilities achieved the ABVTEX Gold Seal, reaffirming the company's commitment to the highest standards of social responsibility throughout its supply chain.

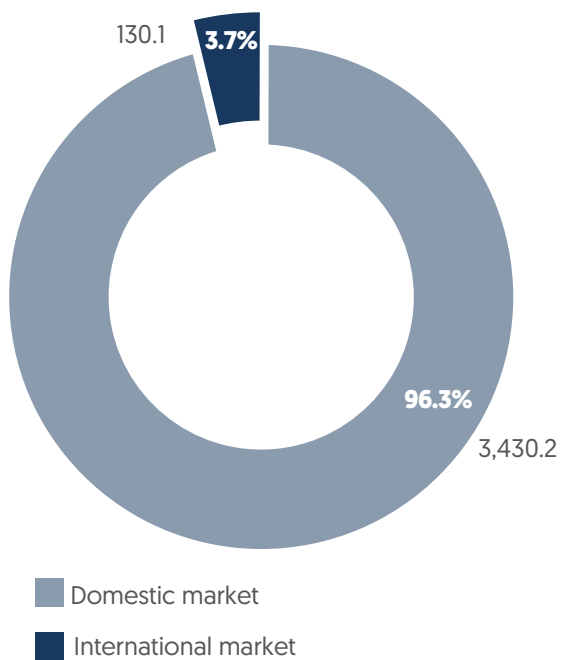


OUTSTANDING FIGURES

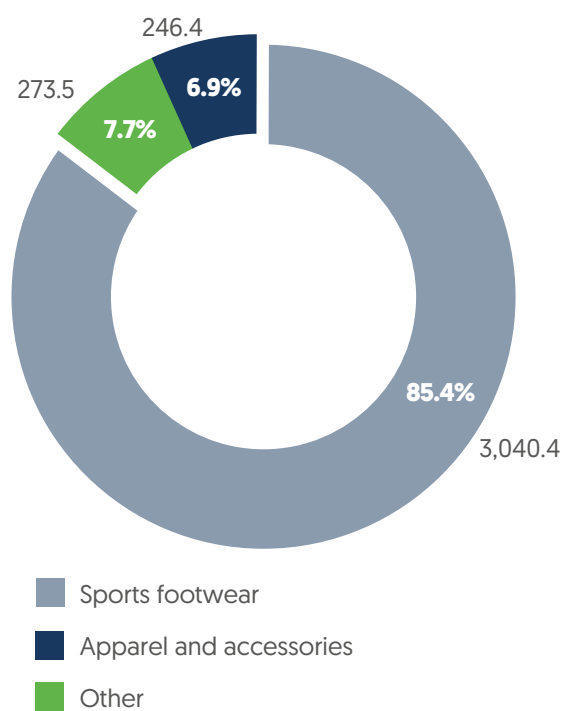
Net revenue, 2020 to 2025
[BRL million]

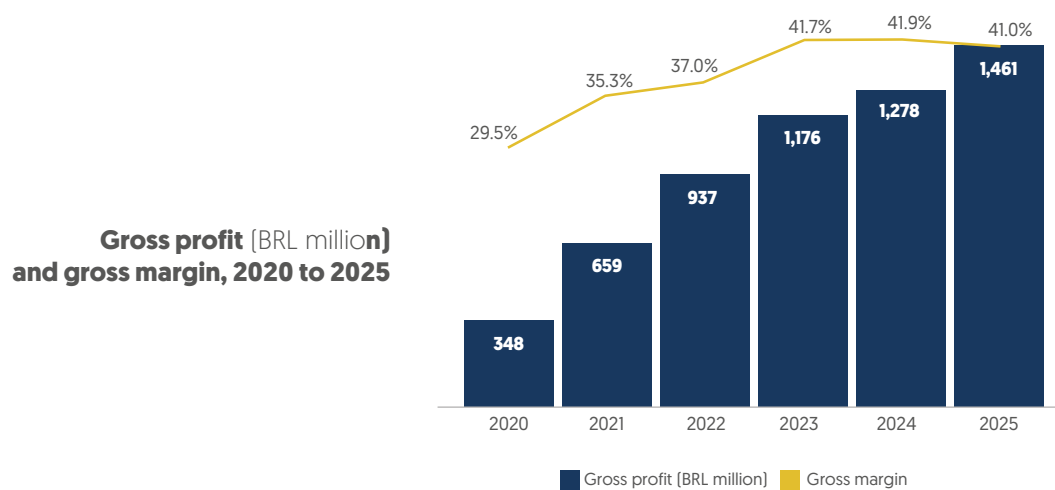
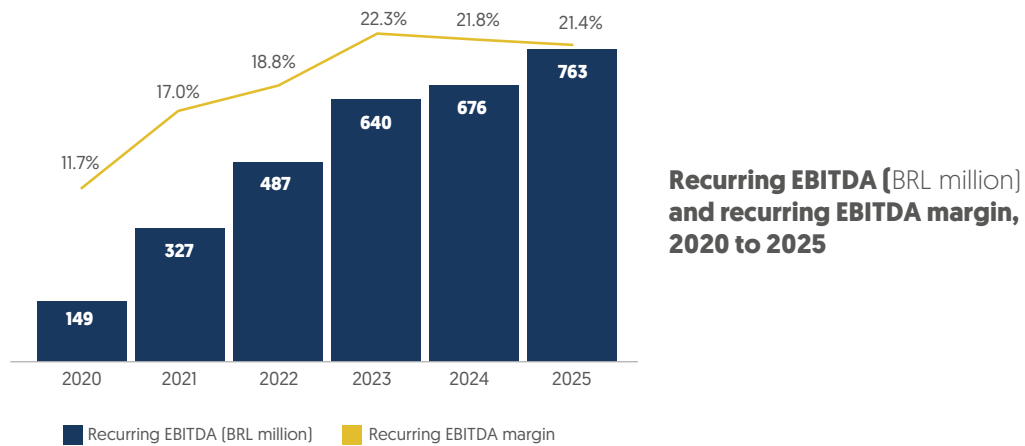


Net revenue by market in 2025
[BRL million]

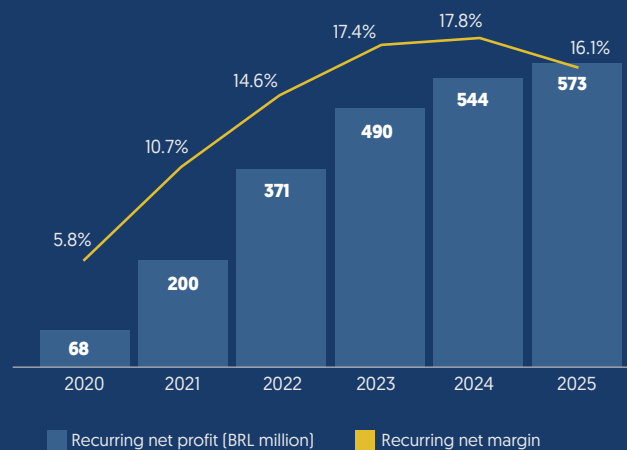


Net revenue by category in 2025
[BRL million]





**Recurring net profit
(BRL million)
and recurring net margin, 2020 to 2025**



RESULTS SUMMARY

In 2025, the combination of strong brands, a vertically integrated business model, and commercial discipline enabled Vulcabras to deliver another year of record-breaking results. Gross operating revenue reached BRL 4.2 billion, up 16.7% compared to 2024. Net sales revenue totaled BRL 3.56 billion, an increase of 16.8%, while gross sales volume reached 33.7 million pairs and apparel items, up 4.2% year over year.

Performance was driven primarily by the domestic market and the athletic footwear category, which remained the company's main source of revenue. The digital channel also delivered strong growth, generating BRL 543.1 million in net sales revenue and accounting for 15.3% of the company's total net sales revenue.

GROSS SALES VOLUME (PAIRS AND APPAREL ITEMS)

Gross sales volume totaled 33.7 million pairs and apparel items in 2025, up 4.2% from the 32.4 million recorded in 2024. Athletic footwear gross sales volume totaled 21.7 million pairs, up 3.5% year over year. The Other Footwear and Other category, which includes flip-flops, boots, women's footwear, and footwear components, reached 4.9 million pairs and apparel items, representing 6.7% growth year over year. Meanwhile, apparel and accessories reached 7.1 million items, an increase of 4.7% year over year.

This performance reflected consistent demand, particularly in the Brazilian market, as well as the company's strategy of preserving brand positioning by focusing on higher-quality, more profitable sales. Throughout the year, the company also advanced the optimization of its product mix, increasing the share of technology-driven, higher value-added products, particularly within the athletic footwear category.

NET OPERATING REVENUE

Net operating revenue totaled BRL 3,560.3 million in 2025, representing 16.8% growth compared to 2024. The domestic market generated BRL 3,430.2 million, accounting for 96.3% of total net operating revenue and representing 17.8% growth compared to the previous year. The international market generated BRL 130.1 million, representing 3.7% of total net operating revenue, a 4.4% decline primarily driven by the challenging economic environment in Argentina.

By category, athletic footwear remained the primary growth driver, generating BRL 3,040.4 million in net operating revenue, up 17.4% year over year, and accounting for 85.4% of total net operating revenue. The Other Footwear and Other categories generated BRL 246.4 million in net operating revenue, representing 18.2% growth, while Apparel and Accessories generated BRL 273.5 million, an increase of 9.7% year over year.

DIGITAL CHANNEL

The digital channel maintained its growth trajectory in 2025, generating BRL 543.1 million in net operating revenue, an increase of 25.2% compared to 2024. As a result, its share of total net operating revenue increased from 14.2% to 15.3%. This performance reinforces the strategic importance of the digital channel in strengthening consumer engagement and diversifying sales channels, even amid a more promotional retail environment.

GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN

Gross profit reached BRL 1,461.0 million in 2025, representing 14.3% growth compared to the BRL 1,278.4 million recorded in 2024. Gross margin was 41.0%, a decrease of 0.9 percentage point compared to the previous year. This change primarily reflected the increase in the cost of goods sold, which rose from 58.1% to 59.0% of net operating revenue in a year marked by accelerated production growth and higher direct labor-related costs.

Despite cost pressures, the company maintained a strong level of profitability, supported by an enhanced product portfolio, higher average selling prices, and operational efficiency gains achieved toward the end of the year.

NET PROFIT AND NET MARGIN

Net income reached BRL 1,165.3 million in 2025, an increase of 104.5% compared to 2024, with a net margin of 32.7%. This performance was positively influenced by non-recurring items, particularly the recognition of PIS/COFINS tax credits and deferred corporate income tax (IRPJ) and social contribution (CSLL) tax assets related to tax loss carryforwards, negative CSLL tax bases, and temporary differences. On a recurring basis, net income totaled BRL 573.0 million, with a net margin of 16.1%.

EBITDA AND EBITDA MARGIN

Statutory EBITDA totaled BRL 884.0 million in 2025, an increase of 28.7% compared to 2024. EBITDA margin reached 24.8%, an increase of 2.3 percentage points. This result was positively impacted by non-recurring events related to the recognition of PIS/COFINS tax credits, which had a BRL 120.9 million impact on EBITDA.

On a recurring basis, EBITDA totaled BRL 763.1 million, an increase of 12.9% compared to 2024, with a recurring EBITDA margin of 21.4%, a decrease of 0.8 percentage point. This recurring analysis is important to distinguish operational performance from extraordinary effects recognized during the year.

CAPEX

Investments in property, plant and equipment and intangible assets totaled BRL 242.3 million in 2025, an increase of 19.2% compared to the BRL 203.3 million invested in 2024. Investments were primarily allocated to expanding installed capacity, particularly machinery and equipment, which totaled BRL 125.0 million, as well as facilities, molds, software, and other assets required to support operational growth.

Investments in 2025 were more concentrated between April and September, a period during which the company sought to accelerate the expansion of its manufacturing facilities and workforce, while maintaining flexibility and the ability to meet demand.

BRAND PERFORMANCE AND PORTFOLIO EVOLUTION

Portfolio evolution was one of the key factors supporting the company's performance in 2025. The athletic footwear category recorded **17.4%** growth in net operating revenue, driven by brand strength, an enhanced product mix, and the expansion of performance-oriented models with higher value added and a contribution to increased average selling prices.



At **Olympikus**, the year was marked by the brand's 50th anniversary celebrations and by the strengthening of its leadership in the running segment. Between April 2025 and March 2026, the brand sponsored **50 races in 25 cities** across Brazil's five regions, bringing together more than **210,000 runners** and covering a total course distance of over **2,100 kilometers**. The **Corre 4** was among the most sought-after and desired products in Brazil, while the Família Corre continued to serve as a relevant platform for innovation, community building, and the democratization of sports technology.

At the beginning of 2026, this strategy continued with the launch of **Corre Pace**, the first ultra running shoe developed in Brazil, as well as the evolution of models such as **Corre 5** and **Corre Trilha**, which incorporate technical learnings related to materials, foams, comfort, energy return, and large-scale production. These initiatives reinforce Olympikus' ability to transform high-performance innovation into solutions for different types of runners.



Mizuno, portfolio evolution combined performance, technological innovation, and the expansion of the brand's market territories. In 2025, the Neo Line strengthened the brand's presence in the running segment, with products developed through collaboration between Brazil and Japan. At the beginning of 2026, launches such as **Neo Zen 2** and the **Hyperwarp** collection, along with the strengthening of **Mizuno Running Station** and the **Mizuno Athenas Circuit**, expanded the brand's connection with

runners and reinforced its positioning in high-performance running.



Under Armour also advanced its portfolio strategy in Brazil, with a greater focus on training and performance running. The launch of **Cross 2 SE** reinforced the brand's presence in strength training, while the **Nonstop** and **Endless** models, developed in Brazil in collaboration with Under Armour Global, expanded its reach among beginner and intermediate runners. In the elite segment, the **Velociti Elite 3** strengthened the high-performance offering and positioned the brand more competitively in the running category.

The combination of complementary brands, local development, applied innovation, and presence in sports communities helped expand the relevance of Vulcabras' portfolio and sustain the evolution of its results, particularly in the athletic footwear category.

SHAREHOLDER RETURNS AND CAPITAL STRUCTURE

In 2025, Vulcabras distributed BRL 1,541.9 million in dividends. At the end of the year, net debt totaled BRL 769.4 million, equivalent to 0.9x EBITDA. This level is aligned with the strategy of strengthening the capital structure and preserving investment capacity.

OUTLOOK

For 2026, we began the year with stable production, efficiency levels at regular levels, and healthy inventory levels of our brands across retail channels. The order books built for the first-half collections also indicate a positive outlook, supported by product performance at points of sale.

DISTRIBUTION OF ADDED VALUE GRI 201-1

The Statement of Value Added (DVA) provides insight into how the wealth generated by Vulcabras is distributed among different stakeholders and areas of economic contribution. Based on this indicator, we monitor the participation of suppliers, employees, government, and capital providers in the generation and allocation of resources associated with our activities.

In 2025, the revenues considered for calculation purposes totaled BRL 4,205.6 million, an increase of 21% compared to the previous year. The amount distributed totaled BRL 4,323.6 million, reflecting the expansion of operations, increased production scale, employee compensation, and greater allocation to capital providers during the period. As a result, the amount distributed to stakeholders exceeded the direct economic value generated during the year by BRL 118.0 million.

DISTRIBUTION OF ADDED VALUE (THOUSAND BRL) 				
Value generated	2023	2024	2025	25 vs 24
Revenue (BRL)	3,170,099	3,489,223	4,205,556	+21%
Value distributed	2023	2024	2025	25 vs 24
Operational costs	1,411,069	1,490,596	1,736,180	+16%
Employee salaries and benefits	746,271	875,386	1,028,983	+18%
Payments to the government	432,372	485,475	249,431	-49%
Payments to providers of capital	585,200	655,053	1,308,962	+100%
Value retained	2023	2024	2025	25 vs 24
Direct economic value generated minus value distributed	-4,813	-17,287	-118,000	+583%

The largest share of value distributed was allocated to **operating costs**, which totaled BRL 1,736.2 million, equivalent to 40% of the total. This amount includes inputs acquired from third parties, including raw materials, product costs, goods and services sold, materials, energy, third-party services, and other items required for operations.

The amount allocated to **employees** totaled BRL 1,029.0 million, or 24% of the value distributed, including direct compensation, benefits, FGTS, sales commissions, and executive board fees. This result reflects the importance of job creation, income generation, and professional development within our business model.

Payments to the **government** totaled BRL 249.4 million, corresponding to 6% of the value distributed, in the form of federal, state, and municipal taxes, fees, and contributions. The amount was lower than that recorded in 2024, a year marked by specific tax effects recognized in the financial statements.

The Remuneration of **capital providers** reached BRL 1,309.0 million, equivalent to 30% of the value distributed. This amount includes the remuneration of third-party capital, such as interest and leases, and the remuneration of equity capital, including dividends, retained earnings, and non-controlling shareholders' interests.

As supplementary information to the accounting DVA, we also monitor the **social investments** made by the company. In 2025, our social investment in initiatives associated with our brands and related to sports, health, education, and solidarity totaled BRL 1,791,598.18, including BRL 830,101.31 allocated through tax incentive mechanisms and BRL 961,496.87 in contributions made through direct funding. These resources are detailed in the social chapter of this report.



WORK ENVIRONMENT

THE PEOPLE WHO DRIVE VULCABRAS

At Vulcabras, business development is directly linked to the people who build, every day, our ability to innovate, produce, and deliver high-performance athletic footwear. In 2025, we advanced in consolidating an organizational culture driven by collaboration, excellence, innovation, a mindset of continuous improvement, and agility — values that shape our way of working and strengthen our ambition to lead the development of sports in Brazil.

We ended the year with **23,377 own employees**, an increase of 16% compared to 2024. This growth reflects the company's expansion and the relevance of our industrial operations, especially in the Northeast, where the largest share of our workforce is concentrated. We also had **757 outsourced workers**.

Total employees



Throughout 2025, we expanded initiatives focused on culture, communication, development, health, safety, well-being, and recognition. The organizational culture campaign engaged the entire company and reinforced our values — **We Are One Team, We Deliver High Performance, We Are Innovators, We Never Settle, and We Are Agile**. Through communications and training programs, we strengthened the expected behaviors, reflected in the way our teams solve problems, learn, produce, innovate, support one another, and contribute to Vulcabras' results.

EMPLOYEE PROFILE

GRI 2-7, 405-1



The expansion of our own workforce in 2025 reflected the growth of our operations and the relevance of our industrial facilities in the composition of our workforce. The Northeast region accounted for 21,557 employees, equivalent to 92% of the total, in line with the presence of our manufacturing units in Ceará and Bahia.

The evolution of our workforce was also accompanied by an increase in female representation. In 2025, women accounted for 55% of our own employees, compared to 53% in 2024. In absolute terms, the number of women increased from 10,700 to 12,850, representing growth of 20% over the period.

Regarding age profile, we maintained a workforce predominantly composed of professionals aged 30 to 50, who represented 49% of the total. Employees under 30 accounted for 43%, while those over 50 represented 8%. We also ended the year with 796 employees with disabilities, including 497 men and 299 women, equivalent to approximately 3.4% of our own workforce.

Our workforce concretely reflects the embedded presence of our operations in the territories where the company operates. Local hiring is a core guideline of our people management strategy: by prioritizing professionals who live in the communities surrounding our manufacturing units, we strengthen our connection with the regions where we operate, reduce commuting needs, promote talent retention, and contribute to the development of local economies.

In Ceará, the Horizonte facility recruits employees from 11 municipalities in the Fortaleza Metropolitan Region and its surrounding areas: Horizonte, Fortaleza, Itaitinga, Eusébio, Pacajus, Chorozinho, Cascavel, Redenção, Barreira, Acarape, and Ocara. In Bahia, the Itapetinga facility covers, in addition to the municipality itself, the localities of Bandeira, Caatiba, Cassilândia, Firmino Alves, Itambé, Itati, Itororó, Macarani, Rio do Meio, Santa Cruz da Vitória, and São José do Colônia. This territorial reach expands access to formal employment in smaller municipalities, reinforcing our role as a driver of income generation, productive inclusion, and regional socioeconomic development, beyond the municipalities where our factories are located.

OWN EMPLOYEES BY JOB CATEGORY FROM 2023 TO 2025

Functional category	2023	2024	2025	25 vs 24
Officers	20	18	18	-
Managers	130	132	139	5%
Supervisors	125	152	175	15%
Coordinators	556	594	687	16%
Operations leaders	155	163	193	18%
Specialists	9	6	8	33%
Administrative	1,326	1,180	1,248	6%
Operations	14,720	17,095	20,138	18%
In-store operations	81	122	199	63%
Trainees	881	668	572	-14%
Total	18,003	20,130	23,377	16%

The most significant growth occurred in **Operations**, which added **3,043 employees** to our own workforce and accounted for **86%** of the total workforce in 2025.

OWN EMPLOYEES BY AGE GROUP FROM 2023 TO 2025

Age group	2023	2024	2025	25 vs 24
Under 30 years old	8,100	8,761	10,153	16%
Between 30 and 50 years old	8,444	9,895	11,397	15%
Over 50 years old	1,459	1,474	1,827	24%
Total	18,003	20,130	23,377	16%

OWN EMPLOYEES BY AGE GROUP AND JOB CATEGORY IN 2025

Functional category	Under 30 years old	Between 30 and 50 years old	Over 50 years old	Total
Board	0 [0%]	9 [50%]	9 [50%]	18
Management	6 [4%]	96 [69%]	37 [27%]	139
Supervision	20 [11%]	129 [74%]	26 [15%]	175
Coordination	150 [22%]	498 [72%]	39 [6%]	687
Operations leader	49 [25.4%]	126 [65.3%]	18 [9.3%]	193
Specialist	1 [13%]	4 [50%]	3 [38%]	8
Administrative	375 [30%]	670 [54%]	203 [16%]	1,248
Operations	8,871 [44%]	9,780 [49%]	1,487 [7%]	20,138
In-store operations	109 [55%]	85 [43%]	5 [3%]	199
Trainees	572 [100%]	0 [0%]	0 [0%]	572
Total	10,153 [43%]	11,397 [49%]	1,827 [8%]	23,377

The age distribution shows growth across all groups. The highest percentage growth occurred among employees over 50 years old, whose number increased from 1,474 to 1,827 people. This data highlights the coexistence of different generations within the company, with a workforce that brings together young professionals in development, employees consolidating their careers, and individuals with longer professional trajectories in the labor market.

OWN EMPLOYEES BY GENDER FROM 2023 TO 2025

Gender	2023	2024	2025	25 vs 24
Male	8,921	9,430	10,527	12%
Feminino	9,082	10,700	12,850	20%
Total	18,003	20,130	23,377	16%

OWN EMPLOYEES BY GENDER AND JOB CATEGORY IN 2025

Functional category	Female	Male	Total
Board	2 [11%]	16 [89%]	18
Management	48 [35%]	91 [65%]	139
Supervision	48 [27%]	127 [73%]	175
Coordination	287 [42%]	400 [58%]	687
Operations leader	25 [13%]	168 [87%]	193
Specialist	1 [12.5%]	7 [87.5%]	8
Administrative	591 [47%]	657 [53%]	1,248
Operations	11,371 [56%]	8,767 [44%]	20,138
In-store operations	133 [67%]	66 [33%]	199
Trainees	344 [60%]	228 [40%]	572
Total	12,850 (55%)	10,527 (45%)	23,377

Women remained the majority within our own workforce and experienced proportionally higher growth than men in 2025. Female representation increased from 53% to 55% of total own employees.

EMPLOYEES BY SELF-DECLARED RACE/COLOR, 2023 TO 2025

Self-declared race/color	2023	2024	2025	25 vs 24
Asian	198	221	232	5%
White	3,116	3,545	3,987	12%
Black	1,607	1,842	2,320	26%
Brown	12,463	14,020	16,395	17%
Indigenous	132	133	135	2%
Other	232	213	184	-14%
No response	255	156	124	-21%
Total	18,003	20,130	23,377	16%

Considering self-declared race/color, Black people, a group comprising employees who identify as Black and Brown, represented 80% of our own workforce in 2025. This profile reflects Vulcabras' territorial presence and reinforces the importance of people management focused on representation, inclusion, and equal opportunities.

OWN EMPLOYEES BY WORKPLACE LOCATION FROM 2023 TO 2025

Work location	2023	2024	2025	25 vs 24
North	0	0	0	-
Northeast	16,196	18,295	21,557	18%
Midwest	0	0	0	-
Southeast	551	591	625	6%
South	1,024	1,031	1,011	-2%
External market	232	213	184	-14%
Total	18,003	20,130	23,377	16%

The concentration in Brazil's Northeast is related to the company's industrial footprint, particularly its manufacturing facilities in the states of Ceará and Bahia. The **18%** growth in the Northeast was the primary driver of the expansion of the company's direct workforce in 2025.

OUTSOURCED WORKERS FROM 2023 TO 2025

GRI 2-8

Activity	2023	2024	2025	25 vs 24
Cleaning	23	29	30	3%
Concierge/Security	42	38	44	16%
Maintenance	104	103	144	40%
Restaurant	156	159	171	8%
Sales Promoters	71	75	75	0%
Transport	177	188	226	20%
Other	42	79	67	-15%
Total	615	671	757	13%

In 2025, we had **757 outsourced workers**, representing a 13% increase compared with the previous year. The main contracted services were transportation, food services, and maintenance, in line with the support requirements of the company's manufacturing, administrative, and commercial operations.





DIVERSITY AND INCLUSION

GRI 405-1

The diversity of our workforce reflects Vulcabras' presence in the regions where we operate and strengthens the company's connection with Brazilian society. As a business driven by people, industrial manufacturing, innovation, and consumer engagement, we believe that fostering an inclusive workplace means broadening perspectives, recognizing talent, and creating opportunities for people with diverse backgrounds and experiences to thrive.

FEMALE REPRESENTATION

We ended 2025 with 12,850 women in our direct workforce, representing **55% of Vulcabras' employees**. In addition to representing the majority of our workforce, women increased their representation in leadership positions, considering manager and director roles, reaching **32% in 2025, an increase of 5 percentage points compared with 2024**.

This progress is particularly significant in a labor-intensive manufacturing industry, as it highlights the contribution of women to the company's operations, management, innovation, and continued growth.

When considering management positions as a whole — including supervisory, coordinator, and operational leadership roles — female representation remained at 34%. In non-leadership positions, female representation increased from 54% to 56%, reinforcing the presence of women across Vulcabras' operational and administrative workforce.

EMPLOYEES BY GENDER AND JOB CATEGORY IN 2024

Functional category	Female	Male	Total
Leadership (Management and Board)	40 [27%]	110 [73%]	150
Management positions overall	359 [34%]	700 [66%]	1,059
Non-management	10,341 [54%]	8,730 [46%]	19,071
Grand total	10,700 (53%)	9,430 (47%)	20,130

EMPLOYEES BY GENDER AND JOB CATEGORY IN 2025

Functional category	Female	Male	Total
Leadership (Management and Board)	50 [32%]	107 [68%]	157
Management positions in general	410 [34%]	802 [66%]	1,212
Non-leadership	12,440 [56%]	9,725 [44%]	22,165
Grand total	12,850 (55%)	10,527 (45%)	23,377



ETHNIC AND RACIAL REPRESENTATION

Ethnic and racial representation remains a key pillar of our diversity agenda. In 2025, Black employees — defined as those who self-identified as Black or mixed-race [Brown] — **represented 80% of Vulcabras' direct workforce**, up from 79% in 2024.

Considering employees who self-identify as Black, mixed-race [Brown], Asian, or Indigenous, this group accounted for **82% of the total direct workforce in 2025**.

Across all management positions, ethnic and racial representation reached 70%, an increase of three percentage points compared with 2024. Within the Leadership group, considering manager and director roles, the indicator was 20%, compared with 22% in the previous year.

EMPLOYEES BY SELF-DECLARED RACE/COLOR AND JOB CATEGORY IN 2024

Functional category	Asian	White	Black	Brown	Indigenous	Other	No response	Total
Leadership [Management and Board]	1 [1%]	112 [75%]	2 [1%]	30 [20%]	0 [0%]	3 [2%]	2 [1%]	150
Management positions overall	9 [1%]	304 [29%]	57 [5%]	641 [61%]	4 [0%]	34 [3%]	10 [1%]	1.059
Non-management	212 [1%]	3,241 [17%]	1,785 [9%]	13,379 [70%]	129 [1%]	179 [1%]	146 [1%]	19.071
Grand total	221 [1%]	3.545 [18%]	1.842 [9%]	14.020 [70%]	133 [1%]	213 [1%]	156 [1%]	20.130

EMPLOYEES BY SELF-DECLARED RACE/COLOR AND JOB CATEGORY IN 2025

Functional category	Asian	White	Black	Brown	Indigenous	Other	No response	Total
Leadership [Management and Board]	0 [0%]	119 [76%]	2 [1%]	30 [19%]	0 [0%]	4 [3%]	2 [1%]	157
Management positions in general	11 [1%]	328 [27%]	76 [6%]	752 [62%]	4 [0%]	30 [2%]	11 [1%]	1.212
Non-leadership	221 [1%]	3,659 [17%]	2,244 [10%]	15,643 [71%]	131 [1%]	154 [1%]	113 [1%]	22.165
Grand total	232 [1%]	3.987 [17%]	2.320 [10%]	16.395 [70%]	135 [1%]	184 [1%]	124 [1%]	23.377

Note: Leadership comprises manager and director roles. This group is included within All Management Positions, which also encompasses supervisory, coordinator, and operational leadership roles. Grand total represents the combined total of All Management Positions and Non-Leadership Positions.

In addition to our gender and self-identified race/color indicators, we ended 2025 with **796 employees with disabilities**, including **497 men** and **299 women**, representing approximately **3.4%** of our direct workforce. Monitoring this indicator helps enhance visibility into inclusion and accessibility across the workplace.

Throughout the year, we also strengthened awareness initiatives focused on culture, respect, and ethical conduct, providing guidance on healthy workplace relationships, harassment prevention, conflicts of interest, our whistleblowing channel, and expected workplace behaviors. These initiatives reinforce the cultural foundation needed for diversity and inclusion to be embedded in everyday practices, fostering respect, psychological safety, and shared accountability among employees and leaders.



PERSONNEL MANAGEMENT

GRI 401-1

In 2025, we experienced a more dynamic workforce movement, driven by workforce expansion, team restructuring, and a higher volume of hiring. During the year, we **hired 10,464 employees** and recorded 5,943 employee departures.

Women accounted for the majority of new hires, with 6,095 women joining the company, representing 58% of total hires. Hiring was also concentrated among employees under the age of 30, who accounted for 7,043 new hires, or 67% of the total during the year.

Employee departures followed a similar pattern, with the highest concentration among employees under the age of 30, who represented 68% of total departures, consistent with an age profile generally associated with greater workforce mobility. Based on total departures relative to the average workforce during the year, the employee turnover rate was 27%. The workforce movement rate reached 38%, reflecting the combined intensity of hiring and departures during a period of **company growth**.

The following tables present new hires, employee departures, and the workforce movement rate by gender, age group, and region.

The new hire rate shows where workforce expansion was concentrated, while the turnover rate indicates the relative weight of employee departures across each segment. The workforce movement rate combines hiring and departures, helping to illustrate the intensity of workforce renewal and team restructuring during the period. All rates were calculated based on the average workforce during the year. Employee departures include all separations reported during the year, encompassing voluntary and involuntary terminations, as well as other types of employee exits recorded by the company.

HIRES, TERMINATIONS, AND TURNOVER BY GENDER IN 2025

Gender	New hires	New hire rate	Employee departures	Turnover rate	Workforce movement rate
Male	4,369	44%	2,616	26%	35%
Female	6,095	52%	3,327	28%	40%
Total	10,464	48%	5,943	27%	38%

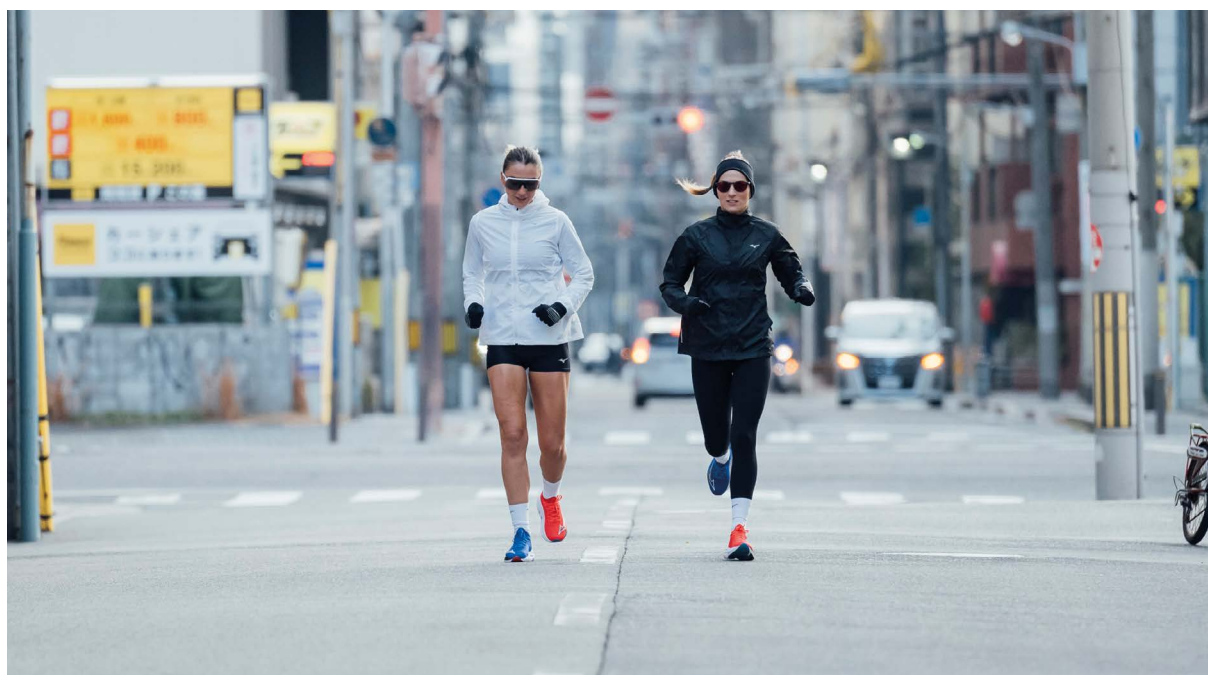
HIRES, TERMINATIONS, AND TURNOVER BY AGE GROUP IN 2025

Age group	New hires	New hire rate	Employee departures	Turnover rate	Workforce movement rate
Under 30 years old	7,043	75%	4,060	43%	59%
30 to 50 years old	3,186	30%	1,790	17%	23%
Over 50 years old	235	14%	93	6%	10%
Total	10,464	48%	5,943	27%	38%

HIRES, TERMINATIONS, AND TURNOVER BY REGION IN 2025

Region	New hires	New hire rate	Employee departures	Turnover rate	Workforce movement rate
Northeast	9,918	50%	5,383	27%	38%
Southeast	308	50%	272	45%	48%
South	121	12%	142	14%	13%
External market	117	59%	146	73%	66%
Total	10,464	48%	5,943	27%	38%

Note: For the table by region, the data were consolidated based on the locations reported in the dataset. Ceará and Bahia are grouped under the Northeast; Minas Gerais and São Paulo under the Southeast; and the South and International Markets were retained according to the original classification.



PARENTAL LEAVE AND RETURN TO WORK

GRI 401-3

In addition to workforce inflows and outflows, we monitor indicators that help assess employment continuity at key moments in employees' careers. One such indicator is parental leave, which enables us to track employees' return to work following their leave period, as well as their retention over the subsequent 12 months.

In 2025, **686 employees took parental leave**, including 293 men and 393 women. Of these, 679 returned to work upon completion of their leave, resulting in a return-to-work rate of 99%. The 12-month retention rate was 68%, with 412 employees remaining with the company after that period.

By gender, the return-to-work rate was 100% for men and 98% for women. By gender, the 12-month retention rate was 84% for men and 56% for women.



PARENTAL LEAVE BY GENDER IN 2025

Gender	Employees entitled to leave	Took leave	Returned to work	Retained after 12 months	Return-to-work rate	Retention rate
Male	10,945	293	292	220	100%	84%
Female	12,872	393	387	192	98%	56%
Total	23,817	686	679	412	99%	68%

Note: The return rate considers the total number of employees who returned to work after the end of parental leave in relation to the total number of employees expected to return in the period. The retention rate considers employees remaining 12 months after returning to work, in accordance with the company's calculation methodology.

EMPLOYEE BENEFITS

GRI 401-2

Our people management strategy also recognizes the role of employee benefits in attracting, supporting, and retaining employees. Across an operation spanning multiple business units, job profiles, and regional contexts, our benefits offering helps meet employees' essential needs, strengthen their connection with the company, and complement our health, well-being, and quality-of-life initiatives.

In 2025, the benefits available across our business units, subject to eligibility and location, included life insurance, medical insurance, dental insurance, food staples, meal or food allowances, transportation benefits or company-provided transportation, physical and mental health support initiatives, and employee discounts on purchases made at company stores. In some locations, additional benefits — such as childcare assistance and pharmacy benefits — were also offered, reflecting a benefits package tailored to the characteristics of each operation and our employee profile.

A CULTURE THAT GUIDES BEHAVIOR

In 2025, we took another step forward in strengthening the Vulcabras Culture, reinforcing the connection between our values, expected behaviors, and people management practices. The campaign carried out throughout the year engaged the entire organization and focused on making the behaviors and mindset that guide our decisions, relationships, and delivery of results clearer, more accessible, and more present in employees' daily work.

The pillars We Are One Team, We Deliver High Performance, We Are Innovators, We Never Settle, and We Are Agile were reinforced through internal communications, employee testimonials, learning content delivered through the Vulcabras Movement University [UMV], and guidance for leaders. The initiative aimed to bring these values closer to employees' day-to-day experiences by demonstrating how they are reflected in cross-functional collaboration, the pursuit of continuous improvement, openness to innovation, adaptability, and a commitment to delivering consistent results.

Leaders played a central role in this effort. Throughout the year, leaders were encouraged to act as culture ambassadors within their teams, using structured interactions — such as Daily Safety Dialogues [DSDs], team meetings, and alignment conversations — to recognize behaviors aligned with the company's values and reinforce expected behaviors. This approach helps ensure that our culture is not confined to formal communications, but instead becomes a practical reference that guides decision-making, relationships, and ways of working.

Our culture agenda was also closely connected to ethics, integrity, and respect in workplace relationships. In 2025, we resumed communications on the Code of Ethics and Conduct, the whistleblowing channel, the prevention of moral, sexual, and discriminatory harassment, conflicts of interest, and the standards of conduct expected in the workplace. These initiatives reinforced the importance of maintaining healthy, safe, and responsible relationships, consistent with the culture we seek to strengthen.

By integrating communication, learning, and leadership, we continue to advance the development of a stronger, more widely shared culture that is aligned with the challenges facing Vulcabras: growing with quality, innovating consistently, caring for people, and sustaining operations that remain true to our purpose.





CONTINUING DEVELOPMENT

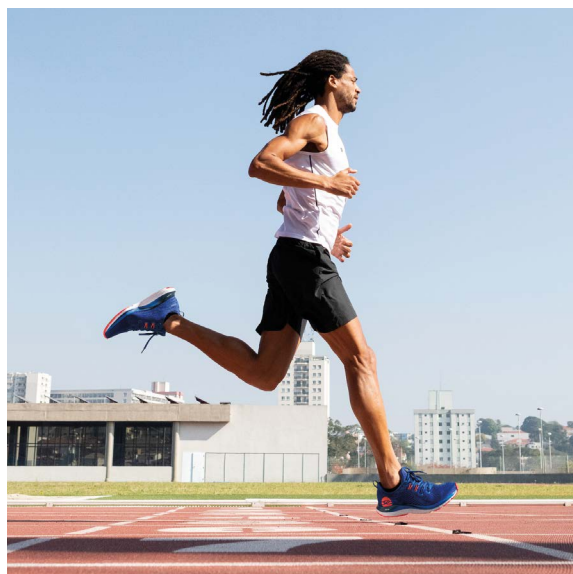
GRI 404-1, 404-2

Continuous learning is a key driver in keeping Vulcabras prepared to grow, innovate, and respond to market changes. In 2025, we strengthened our technical, behavioral, cultural, and leadership development initiatives by combining classroom training at our facilities with digital learning paths, internal programs, and other learning experiences.

Our **classroom training programs** delivered across our facilities totaled **more than 108,546 training hours in 2025, reaching 18,096 participants and averaging 5 hours and 59 minutes of training per person**. This increase reflects both the expansion of our workforce and the growing demand for training, particularly at our manufacturing facilities.

AVERAGE TRAINING HOURS BY GENDER AND EMPLOYEE CATEGORY IN 2025 — CLASSROOM TRAINING

Functional category	Female	Male	Overall average
Board	00:00:00	06:06:00	06:06:00
Management	04:26:40	05:01:32	04:54:28
Supervision	40:51:42	42:38:06	42:09:11
Coordination	22:11:44	19:17:44	20:31:15
Operations leader	13:15:23	13:00:57	13:05:32
Specialist	10:26:40	07:55:00	08:30:00
Administrative	06:13:24	08:07:55	07:19:51
Operations	04:43:59	05:28:15	05:02:27
In-store operations	07:45:00	06:50:00	07:18:57
Apprentice	02:46:41	03:07:59	02:55:29
Intern	-	03:00:00	03:00:00
Total	05:20:52	06:50:13	05:59:54



The Vulcabras Movement University (UMV) remained one of the Company's main corporate learning platforms. Through the platform, we developed content tailored to different audiences and business needs, supporting the dissemination of technical knowledge, behavioral development, and the strengthening of our organizational culture.

Throughout 2025, **UMV recorded more than 46,220 training hours, reaching 22,113 participants and an overall average of 2 hours and 5 minutes** of training per participant. This indicator reflects only the training activities recorded on the platform and should therefore be interpreted as a specific subset of the corporate learning initiatives delivered through UMV. The highest concentration of training hours was recorded in Operations, reflecting both the size of this employee group within the workforce and the importance of continuous learning in supporting quality, safety, productivity, and the ongoing improvement of manufacturing processes.



AVERAGE TRAINING HOURS BY GENDER AND JOB CATEGORY IN 2025 – VULCABRAS MOVEMENT UNIVERSITY (UMV)

Functional category	Female	Male	Overall average
Board		01:26:15	01:21:11
Managerial	04:41:44	03:44:30	04:03:43
Supervision	01:11:01	01:04:58	01:06:39
Coordination	19:00:00	21:35:07	20:36:22
Operational Leader	00:12:17	00:26:11	00:21:22
Specialist	05:21:49	05:15:53	05:18:13
Administrative	04:41:51	04:27:22	04:34:27
Operations	01:58:05	01:54:32	01:56:32
In-store operations	01:00:49	01:03:12	01:02:01
Apprentice	05:04:48	06:15:48	05:35:09
Intern		03:00:00	03:00:00
Total	02:06:03	02:04:39	02:05:25

UMV was also used to expand the reach of our culture initiatives. In 2025, we launched the Vulcabras Culture e-Learning Program, designed to introduce employees to the Company's way of working, its core values, and the behaviors expected in everyday activities. The program covered the pillars of our culture and their practical application across administrative, manufacturing, and commercial operations. Throughout the year, more than 1,500 employees completed the course, accounting for over **4,500 learning hours**.

Leadership development was also strengthened as part of this effort. Across different locations, we delivered initiatives focused on topics such as culture, communication, trust, feedback, difficult conversations, psychological safety, interpersonal relationships, self-awareness, and high performance. These initiatives included V Day, an event designed to strengthen the connection between leadership, strategy, and culture; **Developing Future Leaders**, which focused on preparing leaders to serve as ambassadors of the Vulcabras Culture; the **Leadership Development Program (Prodel)**; Connection 360, aimed at developing leadership and relationship management competencies; and guest lectures by external speakers, including Marcos Piangers, who shared insights on happiness at work, pride, empathy, and the connection between personal and organizational purpose.

YOUTH EMPLOYABILITY AND TALENT DEVELOPMENT

In addition to our corporate learning initiatives, we continued to invest in programs focused on formal education, employability, and the development of young talent. These initiatives expand opportunities for personal and professional growth, promote workforce inclusion, and strengthen Vulcabras' relationship with the communities where we operate.

In partnership with the Social Service of Industry (SESI), we continued the **Worker Education Program**, which enables employees to complete their elementary and secondary education. The initiative encourages employees to resume their studies and supports the personal and professional development of individuals who did not have the opportunity to complete their formal education earlier in life. In 2025, the program served **112 employees**, including **8 enrolled in elementary education and 104 in secondary education**. Of the total participants, **31 were women and 81 were men**.

We also continued the **Young Apprentice Program**, delivered in partnership with the National Service for Industrial Training (SENAI), with a focus on technical and vocational education and the integration of young people into the labor market. The program combines classroom instruction with hands-on practical experience, bringing participants closer to the realities of the footwear industry while helping them develop technical, behavioral, and professional competencies. In 2025, the program included 954 apprentices, comprising 578 women and 376 men, across our facilities in the states of Ceará, Bahia, and Rio Grande do Sul. During the same year, 1,099 young people who had participated in the program in the previous year were hired by the Company, including 638 women and 461 men.



OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY

GRI 403-5

Protecting the health and physical safety of our employees is a fundamental commitment at Vulcabras and a core element of our operations. In a large-scale manufacturing environment, effective Occupational Health and Safety [OHS] management requires discipline, continuous prevention, risk identification, and employee engagement to reduce exposure to workplace accidents and strengthen a culture of shared responsibility for safety.

Our OHS approach combines specialized teams, risk management processes, inspections, training, awareness campaigns, and the active involvement of leaders and employees. These efforts are coordinated through dedicated functions and committees, including the Specialized Occupational Safety Engineering and Occupational Health Service [SESMT], the Internal Commission for Accident and Harassment Prevention [CIPA], and the Ergonomics Committee [COERGO], all of which work in close integration with our day-to-day operations.

As part of our health and safety training strategy, we delivered 149,825 **hours of OHS training** in 2025. These initiatives included mandatory technical training, Daily Safety Dialogues [DSDs], emergency response and evacuation drills, training for members of CIPA and the Emergency Response Team, as well as specific guidance on ergonomics, fire prevention, the safe operation of machinery and equipment, and other topics relevant to our manufacturing operations.

HEALTH AND SAFETY INDICATORS

GRI 403-9

In 2025, we recorded no work-related injuries. During the year, 241 serious work-related injuries were reported, defined as incidents resulting in 15 or more days away from work, corresponding to a rate of 5.92 cases per million hours worked. We also recorded 675 reportable work-related injuries, representing a rate of 16.59 cases per million hours worked.

These indicators are monitored as part of our preventive Occupational Health and Safety [OHS] management system and guide the implementation of control measures, training, inspections, and awareness initiatives across our operations. Analyzing these incidents enables us to identify priority risks, strengthen preventive measures, and continuously improve working conditions.

In 2025, the most common incidents involved hand injuries. Based on this analysis, we reinforced preventive measures such as **the use of personal protective equipment (PPE) and the delivery of targeted training**, with a focus on hazard elimination, risk reduction, strengthening safe behaviors, and increasing preventive awareness in day-to-day operations.

***Note:** The indicators were calculated based on 40,675,510 hours worked in 2025.*

2025 OCCUPATIONAL SAFETY AND ENVIRONMENTAL AWARENESS WEEK (SIPATMA)

GRI 403-5

The Internal Occupational Safety and Environmental Awareness Week [SIPATMA] was one of the Company's main initiatives to promote health, safety, environmental awareness, and sustainability during the year. Under the central message, **"Everything begins with an attitude: ours!"**, the 2025 edition adopted the theme **"Prevention in Action: Be the Champion of Safety, Health, the Environment, and Sustainability."**

The initiative reinforced the role of every employee as an active contributor to accident prevention and the promotion of good practices across Vulcabras. Throughout the week, our facilities hosted lectures, training sessions, and activities focused on safety culture, safe behaviors, physical and mental health, sustainability, environmental stewardship, accident prevention, and fire safety.

The program also included health and well-being sessions, physical assessments, integrative health practices, and educational activities. More than a one-time event, SIPATMA reinforced the understanding that health, safety, and sustainability depend on everyday actions, risk awareness, shared responsibility, and collective care.

HEALTH AND PREVENTION CAMPAIGNS

Throughout the year, we conducted awareness campaigns aligned with Brazil's national health, safety, and prevention calendar. These initiatives complemented our Occupational Health and Safety [OHS] programs by expanding access to information, encouraging self-care, and reinforcing the importance of prevention beyond the workplace.

The main campaigns conducted in 2025 included:

- **Green April:** Raising awareness of the prevention of occupational accidents and work-related illnesses.
- **Yellow September:** Promoting mental health, empathy, active listening, and care for people.
- **Pink October:** Raising awareness of breast and cervical cancer prevention through activities across the Company's five operating locations and, in some communities, preventive screenings and medical examinations carried out in partnership with local public health services.
- **Blue November:** Promoting men's health, including awareness of prostate cancer prevention and sexually transmitted infections [STIs].

WELL-BEING AND SPORTS EXPERIENCES

In line with our purpose of helping build a better country through sport, we continued to encourage healthy lifestyles and physical activity among our employees and their families. One of our main initiatives in this area was Wellhub, an employee benefit that expands **access to gyms**, fitness activities, and well-being services. In 2025, the program recorded 5,233 registered users, including **3,020 employees and 2,213 family members**, as well as **35,974 check-ins** throughout the year and **visits to 1,104 gyms** through the platform. In 2026, the program was replaced by **TotalPass**, expanding employees' access to sports and fitness activities, mental health platforms, and nutritional support.

We also continued initiatives designed to **connect employees with the sporting experiences** promoted by Vulcabras brands and partner organizations. Through prize draws, complimentary race entries, discount vouchers, and invitations, we encouraged participation in events such as Bota Pra Correr, the São Paulo Marathon, the Porto Alegre Marathon, the SESI Run, the FIEC Cup, and the Extrema Run.

These initiatives strengthen the connection between sport, health, a sense of belonging, and our organizational culture. By participating in races, competitions, and other sporting events, our employees become more closely connected to the world that inspires our brands, reinforcing the alignment between what we produce, what we communicate to the market, and what we promote internally: movement, well-being, perseverance, and an active lifestyle.



RELATIONSHIPS AND PARTNERSHIPS

SOCIETY AND COMMUNITIES

GRI 2-29, 413-1

Vulcabras' social initiatives are closely aligned with our purpose of helping build a better country through sport and with our commitment to contributing to the development of the communities where we operate. Throughout the year, we continued to support initiatives that expand access to sport, culture, education, healthcare, and social inclusion, with a focus on vulnerable populations and communities connected to our operations.

Our social projects are delivered through tax incentive programs, strategic partnerships, and initiatives associated with our brands. Projects are selected based on their potential to generate positive social impact, their alignment with our pillars of cultural, sports, and inclusive education, and their ability to create meaningful opportunities for children, adolescents, older adults, and the communities they serve.

In 2025, the projects we supported **directly benefited 9,283 people, including 8,753 children and adolescents and 530 older adults**. In 2025, our social investment totaled BRL 1,791,598.18, including BRL 830,101.31 allocated through tax incentive mechanisms and BRL 961,496.87 in contributions made through direct funding.

CULTURE AND EDUCATION

Within the culture and education pillar, we supported projects that expand access to artistic, educational, and learning experiences. These initiatives contribute to human development, strengthen community engagement, broaden cultural awareness, and promote appreciation for diverse forms of cultural expression.

In Horizonte [Ceará] and Itapetinga [Bahia], we supported **AAMARTE**, an organization that promotes the inclusion of socially vulnerable children and adolescents through music and education. The organization created and operates the Sinfonia.BR Music Education Program, which brings music education to public schools and underserved communities, establishing youth orchestras and transforming lives through the arts. In 2025, the project supported by Vulcabras benefited 150 children and adolescents.

In Porto Alegre [Rio Grande do Sul], we supported the **Vila Flores – 2025 Cultural Program**, an initiative offering free cultural activities for diverse audiences. The program includes performances, events, and artistic experiences that expand access to culture, encourage the use of cultural spaces, and strengthen community engagement. In 2025, the project benefited 400 people.

We also continued to support the **Mercosur Biennial**, a visual arts initiative held in the state of Rio Grande do Sul. The project helps democratize access to contemporary art, foster audience development, and connect diverse communities with cultural and educational experiences. In 2025, the project benefited 8,000 people.

As part of our ongoing culture and education agenda, we also added **Ateliê do Brincar** to our portfolio of tax incentive-supported projects. Scheduled to begin in 2026, the initiative will work with public early childhood education schools, delivering artistic interventions and educational activities designed to support children's holistic development through play and creative expression.

SPORT AS A DRIVER OF INCLUSION AND DEVELOPMENT

Sport is central to Vulcabras' identity and guides a significant share of our social investment. Through sports initiatives, we seek to promote healthy lifestyles, discipline, social interaction, self-confidence, skills development, and citizenship.

In 2025, the **Horizonte Triathlon School** benefited 50 children between the ages of 6 and 12, expanding access to sport while fostering values such as dedication, teamwork, discipline, and perseverance.

We also supported **WimBelemDon**, a project in the state of Rio Grande do Sul that uses tennis as a tool for social inclusion and the development of children and adolescents. In addition to sports instruction, the initiative provides psychoeducational support, contributing to the participants' holistic development. In 2025, the project benefited 73 participants.

In Fortaleza [Ceará], the **Povo do Mar** project benefited 80 children and adolescents through sports and socio-educational activities offered outside regular school hours. The initiative expands access to development opportunities and positive social interaction, contributing to social protection and the development of children living in vulnerable situations.

During the period, we also supported the **Vanderlei Cordeiro Project**, which focuses on developing young distance runners. In 2025, Olympikus launched the Olympikus Corre 4 — Vanderlei Cordeiro Edition, in partnership with the Olympic medalist, with proceeds from the product directed to the project. In 2026, further expanding its commitment to developing the next generation of elite athletes, the brand launched Corre do Amanhã [Tomorrow's Run], providing additional funding to support promising young Brazilian runners through an ongoing athlete development program. The initiative reinforces the connection between Olympikus' brand positioning, its commitment to high performance, and its support for the next generation of the sport.

HEALTH, CARE, AND SOCIAL INCLUSION

Beyond our initiatives in sport, culture, and education, we also supported projects focused on health, care, and social inclusion, addressing the needs of people at different stages of life.



Within our initiatives for older adults, the **No Corre and Maturidade** projects benefited 180 and 350 participants, respectively, in 2025, reaching a total of 530 older adults during the year. These initiatives expand opportunities for social interaction, community participation, physical activity, and well-being.

As part of the continued expansion of this agenda, we allocated funding in 2025 to the EnvelheSer Ativo project, which is scheduled to begin implementation in 2026. Focused on promoting active and healthy aging in Horizonte (Ceará), the initiative will offer physical activity programs, community workshops, and activities designed to strengthen family and community ties, initially serving 60 direct beneficiaries.

In the healthcare area, we allocated funding in 2025 to the **Ceará Cancer Institute** to support the acquisition of medical equipment, with delivery scheduled for 2026, aimed at expanding access to diagnosis and treatment for patients in the region.

We also continued our **Pink October** campaign. For the fourth consecutive year, Olympikus combined sports innovation with social impact through the special Olympikus Corre 4 Pink October Edition, created to raise awareness of breast cancer. In 2025, 100% of the profits from product sales were donated to Santa Casa de Porto Alegre, one of Brazil's leading institutions for cancer treatment and comprehensive care for patients and their families.

The initiative reinforces the connection between sport, technology, and solidarity, engaging consumers across Brazil while expanding the social impact of Vulcabras' brands.



SUPPLY CHAIN

GRI 2-6, 2-29



We maintain a strategic supply chain that is closely aligned with our vertically integrated business model. The integration of product development, procurement, manufacturing, quality, and logistics depends on a supplier base capable of meeting the Company's technical, operational, and environmental and social standards, contributing to manufacturing efficiency, product innovation, and brand consistency. Throughout the year, Vulcabras worked with 5,500 unique suppliers across its operations.

Our supply chain is composed primarily of suppliers of raw materials and key production inputs for footwear and apparel, including synthetic laminates, fabrics,

injected materials, and vulcanized components. In addition to the direct procurement of raw materials, we source a portion of finished or near-finished footwear, components, and production inputs from third parties, both in Brazil and abroad. We also outsource the production of all apparel and sports accessories. This strategy complements our manufacturing capacity and provides the flexibility to serve different markets, sales channels, and consumer segments.

In 2025, our active supplier base continued to be managed according to criteria that included quality, supply reliability, compliance, competitiveness, and adherence to the standards established by the Company.

PRIORITIZING LOCAL SUPPLIERS

GRI 204-1

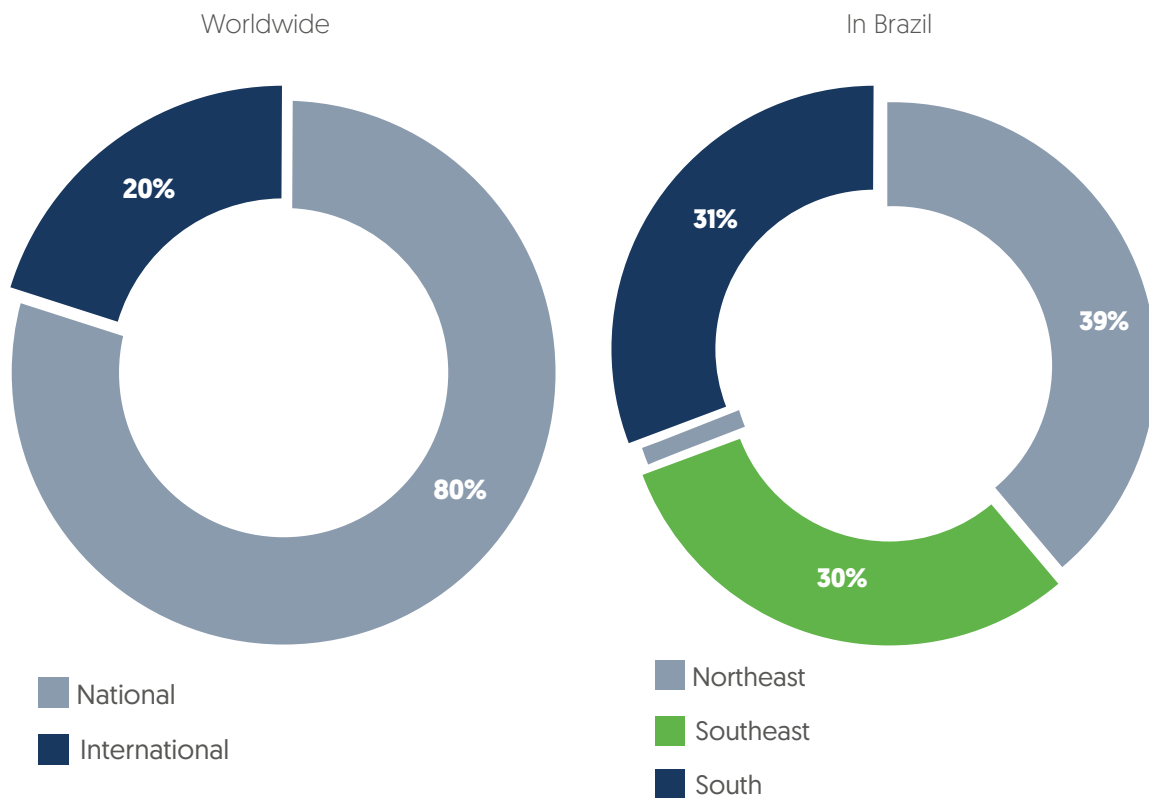
As a Brazilian company with a strong manufacturing footprint in the country, we remain committed to strengthening our domestic supply chain. In 2025, 80% of our raw material purchases were made from Brazilian suppliers.

Compared with 2021, the financial volume of purchases from domestic suppliers increased by 40%, significantly exceeding our target of 10% growth. This result

underscores the strategic importance of the local supply chain to our business model and reflects the continued expansion of our domestic procurement spending over the period.

The regional distribution of domestic raw material purchases remained concentrated in the regions where we maintain strategic manufacturing and business relationships. In 2025, the Northeast accounted for 39% of the financial volume of domestic raw material purchases, followed by the South with 31% and the Southeast with 30%.

Geographic distribution of raw material purchases



Note: Geographic distribution percentages are based on the financial value of raw material procurement.

SUSTAINABLE SUPPLY MANAGEMENT

The consistency of our operations depends on our ability to build supplier relationships that are aligned with Vulcabras' technical, ethical, social, and environmental standards. For this reason, supply chain management extends beyond commercial negotiations to encompass supplier selection, qualification, monitoring, and continuous improvement, recognizing the strategic importance of our suppliers to product quality, manufacturing efficiency, and the long-term sustainability of our business.

In 2025, we maintained supplier qualification processes based on technical, financial, operational, and environmental and social requirements. The assessment evaluates each supplier's ability to meet the Company's specifications, comply with applicable legislation, implement appropriate occupational health and safety practices, maintain effective environmental controls, and operate in accordance with the principles of integrity and responsibility that guide Vulcabras.

To become part of our supplier base, business partners must meet the Company's qualification requirements and adhere to the principles set out in our **Code of Ethics and Conduct** and **Supplier Best Practices Manual**. These documents establish expectations regarding legal compliance, quality, environmental and social responsibility, occupational health and safety, respect for people, ethical conduct, and continuous improvement.

Following qualification, supplier oversight is determined according to each supplier's risk profile and strategic importance to our operations, considering factors such as procurement volume, the criticality of the supplied item, exclusivity, production impact, and compliance with the Company's standards.

Monitoring activities may include audits, document reviews, verification of legal compliance, and the follow-up of improvement plans, where applicable. In 2025, we **audited 64% of our strategic domestic**

suppliers, covering areas such as labor compliance, occupational health and safety, environmental management, documentation compliance, and quality practices.

Key aspects evaluated include:

- **Social and labor responsibility:** Compliance with applicable legislation, respect for working conditions, completion of mandatory training, medical examinations, use of personal protective equipment (PPE), and compliance with Regulatory Standards.
- **Environmental management:** Waste management, responsible use of natural resources, compliance with environmental legislation, and the adoption of practices aimed at reducing environmental impacts.
- **Quality and performance:** Compliance with technical specifications, supply reliability, process stability, and adherence to the standards established by Vulcabras.
- **Integrity and ethical conduct:** Alignment with the Code of Ethics and Conduct, the Supplier Best Practices Manual, and the Company's guidelines for responsible engagement with business partners.

Through this approach, we seek to strengthen a safer, more reliable, and more responsible supply chain, capable of supporting the evolution of our business model and contributing to the delivery of products that meet the highest standards of quality, innovation, and compliance.





CLIENTS AND CUSTOMERS

GRI 2-25, 2-29

COMMERCIAL PRESENCE AND CUSTOMER RELATIONSHIPS

We maintain relationships with an extensive network of customers and business partners, connecting our brands with consumers through a wide range of sales channels in Brazil and international markets. In 2025, across our brand portfolio, we served 13,700 customers through multi-brand retailers, company-owned stores, outlets, e-commerce, marketplaces, and international distribution channels.

This broad market presence is supported by a commercial structure comprising 31 sales offices with showrooms, 191 sales representatives and commercial agents, and 16 sales managers, in addition to dedicated merchandising and market intelligence teams and proprietary tools for performance analysis, training, and retailer engagement. Together, these capabilities strengthen commercial execution, reinforce our brands' presence across sales channels, and bring Vulcabras products closer to diverse consumer segments.

Our direct engagement with consumers is also supported by 55 physical stores, including 17 in the domestic market and 38 in international markets, complemented by our proprietary digital channels and major online marketplaces.

CONSUMER-CENTRIC STRATEGY

Keeping the consumer at the center of our decisions remains a fundamental principle of our business model. This commitment is reflected in the development of products with advanced technology, a strong focus on performance, and a deep understanding of the needs of different consumer segments, particularly in the sports market.

It is also reflected in our communication, brand experience, and customer engagement strategies, which bring Olympikus, Mizuno, and Under Armour closer to professional athletes, recreational runners, influencers, sports communities, and consumers across Brazil.

Throughout 2025 and into early 2026, our brands expanded initiatives designed to strengthen these connections by combining innovative products, brand experiences, research, sporting events, and community engagement. At Olympikus, the celebration of the **brand's 50th anniversary** and the **continued expansion of the Família Corre** further strengthened its relationship with the running community. At Mizuno, initiatives such as the expansion of the Mizuno Running Station and the **Mizuno Athenas Circuit** reinforced the brand's proximity to runners while encouraging product trials and engagement. At Under Armour, the **expansion of its training and performance running portfolio** strengthened the brand's connection with a broader range of athletes and fitness enthusiasts.

CUSTOMER SERVICE AND CUSTOMER ENGAGEMENT

We maintain structured consumer service channels focused on responsiveness, timely resolution, and generating insights that support continuous business improvement. In 2025, these channels received **443,007 consumer contacts**, representing a 32% increase compared with the previous year.

Digital channels continued to play an increasingly important role in our relationship with consumers. **Brand websites accounted for 45% of all contacts** received in 2025, followed by telephone [37%] and email [18%]. Based on the 33.7 million pairs and items sold during the year, the contact rate was 1.31%.

By type of inquiry, information requests and general inquiries accounted for 69.47% of all contacts, followed by criticisms and complaints, which represented 23.60%. Monitoring these interactions helps us identify recurring issues, guide continuous improvements, and support the responsible teams in developing more efficient solutions.

All consumer contacts are systematically reviewed and referred to the appropriate teams to promote improvements in processes, products, and customer service. In 2025, 7,727 cases were referred for technical analysis, equivalent to 0.0229% of the total pairs and items sold during the year. This indicator remained virtually unchanged compared with 2024.



INVESTORS

GRI 2-29

As a company listed on the Novo Mercado segment of B3, we maintain an investor relations agenda guided by transparency, equal access to information, and accountability regarding our strategy, performance, and material corporate decisions.

In 2025, we continued to disclose financial, operational, and corporate information through our formal market communication channels, including the Brazilian Securities and Exchange Commission [CVM], B3, and our Investor Relations website. These disclosures included quarterly earnings releases, financial statements, corporate announcements, shareholder notices, material facts, meeting minutes, management proposals, and other documents required under applicable regulations.

Throughout the year, we maintained **active engagement with shareholders, analysts, and financial institutions**. Key matters disclosed to the market in 2025 included the approval of a new Stock Option Plan, the completion and approval of a share buyback program, the declaration of dividends, a private capital increase, and proposed amendments to the Company's bylaws concerning profit distributions and authorized share capital.

In August, we also hosted an **Investor Day** at our Parobé [Rio Grande do Sul] facility, bringing together representatives from more than **50 financial institutions**. The event provided investors with direct access to our Research and Development Center, showcasing the structural strengths of our business model, including our vertically integrated manufacturing operations, innovation capabilities, technical expertise, and the close integration between research, product development, and manufacturing.

During the event, participants visited key areas of our operations, from research and development to engineering and prototype production. The visit demonstrated how we combine technical expertise, industrial technology, and manufacturing capabilities to develop products for the Mizuno, Olympikus, and Under Armour brands.

This investor relations agenda reinforces our commitment to transparent and meaningful engagement with the capital markets, connecting financial and corporate disclosures with the Company's long-term strategy, disciplined management approach, and commitment to creating long-term value for shareholders.

REPRESENTATIVE ORGANIZATIONS

GRI 2-28

As one of the leading companies in the Brazilian footwear industry, we participate in industry forums, representative organizations and initiatives that contribute to the development of the value chain, the advancement of responsible practices and the sector's competitiveness. These connections strengthen dialogue with a wide range of industry stakeholders, expand access to technical and market expertise, and support the development of collective agendas related to innovation, sustainability, quality, compliance and industrial development.

In 2025, our industry engagement was highlighted by our participation in **BFSHOW**, held from May 19 to 21 at Distrito Anhembi in São Paulo, Brazil. Recognized as the largest footwear trade show in Latin America, the event, organized by the Brazilian Footwear Industries Association [Abicalçados], brought together more than 10,000 visitors with the aim of strengthening and advancing the footwear industry in Brazil and internationally.

During the event, we participated in the **Arena de Inovação by Vulcabras**, a dedicated space for companies leading technological transformation in the footwear industry. The initiative provided an opportunity to showcase technologies developed in Brazil, focusing on products from the Olympikus Corre line, including Corre Supra 2, Corre Turbo, Corre Grafeno 3 and Corre 4. It also reinforced the Brazilian industry's ability to develop high-performance athletic footwear with cutting-edge technology and global competitiveness.

We also maintained our relationship with the **Brazilian Footwear Industries Association** [Abicalçados], the leading industry association responsible for initiatives that strengthen the competitiveness of the national footwear industry. Membership enhances Vulcabras' institutional presence, supports the monitoring of strategic issues affecting the value chain, and facilitates access to programs such as Origem Sustentável [Sustainable Origin], an industry certification aligned with environmental, social, cultural, economic and governance best practices.

By participating in industry organizations, forums and programs, we strengthen our ability to monitor emerging trends, respond to market requirements, contribute to collective initiatives and continuously improve our internal practices. These partnerships broaden our understanding of the industry's challenges and support a more integrated, competitive and responsible approach to business.

ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY

Large-scale manufacturing requires a proportional commitment to the responsible use of resources and the management of environmental impacts. At Vulcabras, this commitment is reflected in practices focused on energy efficiency, the development of products and processes that optimize material use, the reuse of inputs, wastewater treatment, water reuse, and the proper management of waste generated throughout the manufacturing process. Environmental management therefore extends beyond impact control, forming an integral part of how we operate, innovate and create value.

As an industrial company dedicated to the development and manufacturing of athletic footwear, we strive to combine technology, performance, quality and operational efficiency with practices that reduce waste and maximize resource utilization. Environmental considerations are therefore embedded in both manufacturing decisions and the continuous improvement of materials, recovery pathways and environmental control mechanisms adopted across our production facilities.

In 2025, we continued to strengthen this agenda on multiple fronts. Our manufacturing facilities are supplied with **electricity generated from wind power**, with 100% renewable electricity coverage at our Horizonte [Ceará] plant.

We also **treated 100% of the wastewater** generated at our facilities and reused 62% of the treated wastewater at the **Horizonte (Ceará)** plant. In waste management, 93% of the waste generated during the manufacturing process was directed to recovery pathways, including resale, recycling, neutralization, reprocessing, circularity initiatives and co-processing.

Vulcabras' 2030 ESG Ambition, which includes eliminating the disposal of industrial waste in landfills, guides the way we monitor and continuously improve waste management across our operations. This commitment was particularly significant in assessing our 2025 performance, a year in which increased production, the onboarding of new employees and the incorporation of new manufacturing technologies created additional operational challenges. Against this backdrop, we maintained our focus on monitoring key performance indicators and directing waste to recovery, recycling, reprocessing, circularity and co-processing pathways.



COMMITMENT TO RENEWABLE ENERGY

The use of renewable energy is a key pillar of Vulcabras' environmental strategy. Since 2022, our manufacturing facilities have been supplied with wind-generated electricity procured through the Brazilian free energy market under a long-term partnership with Casa dos Ventos, one of Brazil's leading renewable energy producers. This initiative increases the share of renewable sources in the Company's energy mix, supports the reduction of impacts associated with electricity consumption and provides greater predictability for industrial operations by securing a reliable supply of a critical production input.

The agreement, which remains in effect through 2035, supports the electricity supply of Vulcabras' manufacturing facilities while reinforcing the integration of environmental responsibility, operational efficiency and cost management. By prioritizing wind-generated electricity, we combine climate impact mitigation, energy supply security and more efficient resource use.

This initiative also strengthens Vulcabras' ability to monitor its energy and climate performance more consistently, particularly in the context of production expansion and growing demand for operational efficiency.

ENERGY CONSUMPTION AND ENERGY INTENSITY

GRI 302-1, 302-3

Electricity consumption is a key indicator of Vulcabras' environmental and operational performance. In addition to being an essential input for manufacturing, it is directly linked to the efficiency of our facilities, operating costs and the Company's climate performance.

In 2025, total electricity consumption reached 113 GWh, representing a 23% increase compared with the previous year. Energy intensity, which measures energy consumption relative to the number of pairs of footwear produced, was 0.18 GWh per pair produced, 5% higher than in 2024.

ENERGY CONSUMPTION AND ENERGY INTENSITY

Indicator	2023	2024	2025	2025 vs 2024
Total electricity consumption [GWh]	85	92	113	23%
Energy intensity [GWh/pair produced]	0.10	0.17	0.18	+5%

The evolution of these indicators is assessed alongside production volumes, the integration of new equipment and technologies, and the level of manufacturing capacity utilization throughout the year. In 2025, increased production, the introduction of new product technologies and the replacement of equipment with fully electric machines contributed to changes in electricity consumption, which increased by 23% compared with 2024. During the same period, energy intensity increased by 5%.

Monitoring energy consumption provides greater operational predictability, helps identify opportunities for efficiency improvements and enables continuous assessment of the relationship between energy use, production and environmental performance. In 2025, our initiatives focused on preventive maintenance of manufacturing equipment and electrical infrastructure, with continued emphasis on the efficient use of energy, operational reliability and ongoing performance monitoring.



INVENTORY OF EMISSIONS

GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4

The corporate greenhouse gas (GHG) inventory enables Vulcabras to monitor emissions associated with its operations, energy consumption and value chain. Prepared annually in accordance with the methodology of the Brazilian GHG Protocol Program, the inventory covers direct and indirect emissions across three scopes:

- **Scope 1:** Direct emissions generated by the company's operations
- **Scope 2:** Indirect emissions associated with electricity consumption
- **Scope 3:** Other indirect emissions from the value chain

In 2025, our total GHG emissions amounted to 65,245 tCO₂e, representing a 4% increase compared with the previous year. Of this total, 11% corresponded to Scope 1 (7,434 tCO₂e), 8% to Scope 2 (5,216 tCO₂e) and 81% to Scope 3 (52,596 tCO₂e).

The predominance of Scope 3 emissions primarily reflects emissions from transportation and distribution,

which accounted for approximately 95% of this category. Higher production and sales volumes in 2025 required increased logistics activity to supply our manufacturing facilities and deliver products to customers, contributing to higher indirect emissions across the value chain. These factors consequently influenced the Company's overall emissions profile.

Scope 1 emissions increased mainly as a result of higher fuel consumption from stationary and mobile combustion sources used in the manufacturing process. Scope 2 emissions remained broadly stable compared with 2024, decreasing by 0.7%. This result reflects the updated emission factor applied in the inventory and should be considered alongside the Company's electricity consumption profile, which includes electricity generated from renewable sources.

Emissions intensity, calculated as tCO₂e per pair/item sold, was 0.001935 in 2025, representing a -0.03% decrease compared with 2024. This indicator enables the assessment of emissions performance relative to the Company's production and sales activity, providing a more meaningful measure of the environmental efficiency of its operations.

GREENHOUSE GAS EMISSIONS BY SCOPE

Scope	2022	2023	2024	2025	2025 vs 2024
Scope 1	4,241 [10%]	5,443 [9%]	6,085 [10%]	7,434 [11%]	22%
Scope 2	3,391 [8%]	3,152 [5%]	5,253 [8%]	5,216 [8%]	-0.7%
Scope 3	36,267 [83%]	50,377 [85%]	51,282 [82%]	52,596 [81%]	3%
Total	43,899 (100%)	58,972 (100%)	62,620 (100%)	65,245 (100%)	4%

GREENHOUSE GAS EMISSIONS INTENSITY (TCO₂E PER PAIR/ITEM SOLD)

Indicator	2022	2023	2024	2025	2025 vs 2024
Emissions intensity	0.001383	0.001876	0.001936	0.001935	-0.03%

We maintained our participation in the Brazilian GHG Protocol Program [PBGHG], reinforcing our commitment to the transparency, credibility and quality of our climate-related disclosures. Our inventory is prepared in accordance with internationally recognized methodologies, supporting emissions management and the continuous advancement of the Company's sustainability and climate governance practices.

CIRCULAR ECONOMY

GRI 306-3, 306-4 AND 306-5

At Vulcabras, circularity is embedded in the way materials flow through our manufacturing operations — from the selection and use of raw materials to the management of waste generated during production. Rather than viewing waste solely as the final stage of the manufacturing process, we seek to keep materials in use for as long as possible through internal reuse, recycling, reprocessing, resale and co-processing.

This approach is particularly relevant to the footwear industry, where materials such as plastic/PVC, EVA, TPU, textiles, laminates, components, packaging and aluminum are used throughout different stages of product development and manufacturing. Managing these materials requires robust technical controls, proper segregation, qualified recovery and disposal pathways, and the ability to identify opportunities for material recovery without compromising product quality, performance or safety.

In 2025, our performance indicators reflected a year of increased operational complexity, driven by higher production volumes, workforce expansion and the implementation of new technologies that were still in the stabilization phase. During the year, we generated 14,494,388 kg of production waste and kept the majority of this volume out of landfills by directing it to alternative recovery pathways, with co-processing accounting for 62% of total waste management. We also reused 2,441,074 kg of plastic/PVC, EVA (ethylene-vinyl acetate), TPU (thermoplastic polyurethane) and TR (thermoplastic rubber) in our manufacturing processes.

The Company's approach continues to be guided by the 5Rs — Refuse, Rethink, Reduce, Reuse and Recycle — and by its 2030 ESG Ambition, which includes eliminating the disposal of industrial waste in landfills. In 2025, this commitment further reinforced the importance of strengthening waste management pathways and assessing performance in the context of production growth and operational adjustments implemented throughout the year.





RENEWABLE RAW MATERIALS

GRI 301-1, 301-2

Vulcabras monitors the different categories of materials used throughout its manufacturing processes, including compounds, chemicals, components, textiles, laminates, leather and packaging. As these materials are measured using different units of measure, the data should be analyzed by material category rather than as consolidated volumes.

In 2025, the highest shares of renewable materials were recorded for leather, at 100%, and for selected packaging categories. Packaging measured by weight reached 99% renewable content, packaging measured in sheets 92%, packaging measured in units 75%, and packaging measured in square meters 45%. Monitoring these percentages supports materials management and helps identify opportunities to increase the use of renewable inputs while maintaining product quality, performance and safety.

RAW MATERIALS PURCHASED IN THE MANUFACTURING PROCESS

Recyclable raw materials	Unit	Total in 2025	Renewable content (%)
Compounds	kg	3.797.650	-
Chemicals	kg	14.038.675	1%
	square meters	375.939	-
	unit	20.593.521	-
	liters	58.948	-
	sheet	3.391.595	-
Components	kg	769.293	-
	square meters	378.639	-
	thousand units	51.407	-
	meter	77.532.048	5%
	pair	44.476.223	-
	plate	48.250	-
	roll	17.157	-
	unit	52.482.686	-
Textiles	square meters	9.776.491	3%
Textiles	meter	200.777	-
Laminates	square meters	2.468.820	-
Leather	square meters	4.632	100%
Packaging	sheet	22.871.011	92%
	kg	687.937	99%
	square meters	3.356.872	45%
	thousand units	62.922	-
	meter	7.904.048	10%
	roll	19.694	-
	unit	32.628.338	75%



MATERIALS REUSED IN THE MANUFACTURING PROCESS

Material reuse enables a portion of the inputs generated during production to be reintegrated into the manufacturing process, maximizing resource utilization. In 2025, Vulcabras **reintroduced 3,388,770 kg of materials into its manufacturing processes**, including plastic/PVC, EVA, TPU, TR and aluminum from molds.

At our recycling centers in Horizonte (Ceará) and Itapetinga (Bahia), plastic/PVC, EVA, TPU and TR were reprocessed and returned to the manufacturing process as raw materials to produce footwear, boots and components. In addition to these materials, we also began measuring the reuse of aluminum recovered from molds, a practice that was already part of our operations and totaled 947,696 kg in 2025. The volume of materials reused underscores the importance of material reintegration within the Company's circular economy strategy.

Reused material	Volume (kg)
Plastic/PVC	842,665
EVA	1,283,854
TPU	208,517
TR	106,038
Aluminum from molds	947,696
Total reused	3,388,770

WASTE GENERATION AND REDUCTION

GRI 306-3, 306-4 AND 306-5

We work continuously to reduce material losses and improve resource efficiency throughout the manufacturing process. Progress in this area is monitored through total waste generation and waste generation per pair produced, an indicator that measures the relationship between waste generation and production output.

In 2025, we generated 14,494,388 kg of production waste, representing a 32% increase compared with 2024. Waste generation per pair produced increased from 0.46 kg per pair in 2024 to 0.57 kg per pair in 2025, an increase of 25%.

This increase occurred during a year marked by higher production volumes, workforce expansion and the integration of new manufacturing technologies. These factors increased the operational complexity of our manufacturing processes and reinforced the importance of monitoring waste generation, waste management pathways and opportunities for material recovery.

INDUSTRIAL WASTE GENERATED: TOTAL VOLUME AND PER PAIR PRODUCED (KG AND KG/PAIR)

Indicator	2022	2023	2024	2025	2025 vs 2024
Industrial waste generated	11,836,164	11,322,157	10,944,148	14,494,388	32%
Industrial waste generated per pair produced	0.50	0.46	0.46	0.57	25%

RESPONSIBLE AND EFFICIENT DISPOSAL

GRI 306-3, 306-4 AND 306-5

The responsible management of industrial waste is one of Vulcabras' main areas of action, with the objective of eliminating the disposal of industrial waste in landfills. In 2025, despite the increase in total waste generation, we continued to direct the majority of materials to recovery, reuse and other landfill diversion pathways.

Co-processing remained the primary waste management route, accounting for 9,026,044 kg, or 62% of total waste generated. Waste sold for recovery totaled 3,536,915 kg, representing 24% of the annual volume, while waste sent for recycling, neutralization, reprocessing and circularity initiatives amounted to 954,621 kg, or 7% of the total.

Waste disposed of in landfills totaled 976,700 kg in 2025, equivalent to 7% of total production waste. This indicator increased compared with 2024, when landfill disposal represented 3%, primarily due to maintenance shutdowns at co-processing kilns for a three-month period. Nevertheless, landfill disposal remained below the levels recorded in previous years: 20% in 2023 and 33% in 2022.

INDUSTRIAL WASTE BY FINAL DESTINATION OR DISPOSAL (KG)

Recovery/ disposal method	2022	2023	2024	2025	2025 vs 2024	2025 vs 2022
Sale	3,630,624	3,306,199	3,144,583	3,536,915	12%	-3%
Recycling, neutralization, reprocessing or circularity initiatives	3,400,261	765,076	671,039	954,621	42%	-72%
Co-processing	924,550	5,029,187	6,767,959	9,026,044	33%	876%*
Incineration	254	215	207	108	-48%	-57%
Landfill	3,880,475	2,221,480	360,360	976,700	171%	-75%
Total	11,836,164	11,322,157	10,944,148	14,494,388	32%	22%

*Co-processing data did not consider the Itapetinga (BA) unit until 2022.

SHARE BY RECOVERY/DISPOSAL METHOD (% OF TOTAL INDUSTRIAL WASTE)

Recovery/ disposal method	2022	2023	2024	2025	2025 vs 2024	2025 vs 2022
Sale	31%	29%	29%	24%	-5 p.p.	-7 p.p.
Recycling, neutralization, reprocessing or circularity initiatives	29%	7%	6%	7%	+1 p.p.	-22 p.p.
Co-processing	8%	44%	62%	62%	-	+54 p.p.
Incineration	0%	0%	0%	0%	-	-
Landfill	33%	20%	3%	7%	+4 p.p.	-26 p.p.

The evolution of our waste management practices demonstrates that co-processing has become the primary alternative to landfill disposal for managing Vulcabras' industrial waste. This recovery pathway enables the energy recovery of waste in industrial kilns, while the resulting ash is incorporated into the cement manufacturing process, reducing the need for final disposal and increasing the recovery of materials generated by our operations.

CONSOLIDATED OVERVIEW: LANDFILL DISPOSAL VS. ALTERNATIVE RECOVERY PATHWAYS

GRI 306-3, 306-4 AND 306-5

A consolidated view enables Vulcabras to monitor progress in the management of its waste. Under this approach, waste disposed of refers to the volume sent to landfills, while alternative landfill diversion pathways include all other waste management routes, such as resale, recycling, neutralization, reprocessing, circularity initiatives, co-processing and incineration.

In 2025, 13,517,688 kg of industrial waste was directed to alternative landfill diversion pathways, representing **93%** of total industrial waste generated. This volume was 28% higher than in 2024 and 70% higher than in 2022. Waste disposed of in landfills totaled 976,700 kg, corresponding to 7% of total industrial waste. Although this percentage increased compared with 2024, it remained significantly below the level recorded in 2022.

WASTE DISPOSED OF VS. ALTERNATIVE LANDFILL DIVERSION PATHWAYS (KG AND SHARE OF TOTAL INDUSTRIAL WASTE)						
Disposal	2022	2023	2024	2025	2025 vs 2024	2025 vs 2022
Disposed (landfill)	3,880,475 kg [33%]	2,221,480 kg [20%]	360,360 kg [3%]	976,700 kg [7%]	+171% [+4 p.p.]	-75% [-26 p.p.]
Alternative landfill diversion pathways	7,955,689 kg [67%]	9,100,677 kg [80%]	10,583,788 kg [97%]	13,517,688 kg [93%]	+28% [-4 p.p.]	+70% [+26 p.p.]
Total	11,836,164 kg	11,322,157 kg	10,944,148 kg	14,494,388 kg	+32%	+22%

INTERNAL REPROCESSING OF SOLE MOLDS

GRI 306-3, 306-4 AND 306-5

The recovery of sole molds is an important circularity practice in footwear manufacturing. Made primarily of aluminum, these molds are used to shape shoe soles and are retired when they become worn, develop defects or when the corresponding product models are discontinued.

At Vulcabras, aluminum recovered from retired sole molds is melted down and fully reintegrated into our internal manufacturing processes to produce new sole molds, reducing material disposal and extending the useful life of this resource within our operations. In 2025, we began tracking this recovery stream, which totaled 947.7 metric tons of aluminum from sole molds reintegrated into the manufacturing process.

The reprocessing of sole molds reinforces the integration of engineering, operational efficiency and environmental management. By reincorporating aluminum into new production cycles, the Company reduces the need for external disposal of this material while maximizing the use of resources already available within its own operations.

SELECTIVE WASTE COLLECTION

GRI 306-3, 306-4 AND 306-5

Selective waste collection strengthens waste management by promoting source segregation, reducing contamination and increasing the potential for material recovery. At Vulcabras, this practice helps ensure that waste generated at our facilities is sorted according to its characteristics and directed to the most appropriate recovery pathways.

In 2025, selective waste collection remained in place at all manufacturing facilities, and we continued to strengthen a culture of shared responsibility for proper waste segregation. During the year, our Internal Occupational Safety and Environmental Awareness Week (SIPATMA) highlighted the importance of recycling by raising employee awareness and providing guidance on the correct segregation of waste.



PACKAGING RECOVERY

GRI 301-3, 306-3, 306-4 AND 306-5

Our responsibility for material use also extends to the packaging used in our operations and in the commercialization of our products. Through certified packaging recovery and reverse logistics mechanisms, we contribute to strengthening the recycling value chain, supporting waste picker cooperatives and increasing the proper recovery of post-consumer packaging waste.

In 2025, Vulcabras placed paper and plastic packaging on the market across all Brazilian states. In accordance with Brazil's packaging recovery framework, the Company completed, in 2026, the recovery of an amount equivalent to 33% of the mass of this packaging. In practice, this corresponded to the recovery of 2,083 metric tons of paper and 14.88 metric tons of plastic through a nationally certified collection and recycling

system. The program operates on an equivalency basis: for every kilogram of packaging recovered through the program, one kilogram of the same material is collected and recycled by certified cooperatives and recycling operators.

This initiative complements the waste management practices implemented at our manufacturing facilities and extends the Company's responsibility across the packaging life cycle. In addition to ensuring the proper recovery of post-consumer packaging, the program generates environmental benefits associated with lower greenhouse gas emissions, energy savings, water conservation, reduced petroleum consumption and the preservation of forest resources. In 2024, the plastic packaging recovery program also strengthened the recycling value chain by supporting 36 waste picker organizations and recycling operators participating in the reverse logistics system.

PACKAGING RECOVERY			
Indicator	2024	2025	2025 vs 2024
Paper recovery percentage	32%	33%	+1 p.p.
Plastic recovery percentage	32%	33%	+1 p.p.
Volume of paper recovered	1,307 t	2,083 t	+59%
Volume of plastic recovered	32.6 t	14.9 t	-54%

The reduction in the volume of plastic packaging subject to the packaging recovery program, from 32.6 metric tons in 2024 to 14.9 metric tons in 2025, was primarily driven by improvements in Vulcabras' calculation methodology and by enhanced data quality provided by the Logistics department. Strengthened internal processes for data collection, consolidation and validation enabled more accurate identification of the packaging actually placed on the market and therefore subject to the packaging recovery program. As a result, the observed variation reflects improvements in data governance and reporting reliability rather than necessarily indicating a proportional reduction in the Company's use of plastic packaging.

WATER CONSUMPTION

Our water management approach encompasses the monitoring of water consumption, water sources, wastewater treatment and water reuse in suitable applications. In an industrial operation with a large workforce and specialized manufacturing processes, effective water management is essential to both environmental performance and the operational reliability of our facilities.

Most of the water we use is supplied by public utilities responsible for water abstraction, treatment and distribution. This supply is supplemented by groundwater abstraction at our Parobé (Rio Grande do Sul) and Jundiaí (São Paulo) facilities, with withdrawal volumes managed in accordance with the terms of the applicable environmental water permits.

In 2025, we continued to treat 100% of the wastewater generated at our facilities. At the Horizonte (Ceará) plant, 62% of treated wastewater was reused, reinforcing the importance of water management in reducing environmental impacts, improving water-use efficiency and maintaining environmental compliance across our operations.



WATER CONSUMPTION

GRI 303-5

Most of the water consumed by Vulcabras is used for domestic purposes and to support day-to-day operations, including employee hydration, meal preparation in cafeterias, and the operation of restrooms and changing facilities. The remaining volume is used in manufacturing processes, primarily for machine cooling through chillers, steam generation, and the production of thermoformed components and EVA.

In 2025, total freshwater consumption in industrial operations amounted to **435,215 m³**, representing a **37%** increase compared with the previous year. On an intensity basis, freshwater consumption reached **16.5 liters per pair** produced, an increase of **31%** compared with 2024.

The increase in water consumption was primarily attributable to the expansion of our manufacturing facilities, as well as earthmoving works and lawn establishment activities at the Horizonte [Ceará] plant.

FRESHWATER CONSUMPTION IN INDUSTRIAL OPERATIONS (M³)

Indicator	2022	2023	2024	2025	2025 vs 2024
Total freshwater consumption	227,444	289,634	316,757	435,215	37%

FRESHWATER CONSUMPTION PER PAIR PRODUCED (LITERS/PAIR)

Indicator	2022	2023	2024	2025	2025 vs 2024
Consumption per pair produced	9.2	11.3	12.6	16.5	31%

WASTEWATER TREATMENT AND REUSE

GRI 303-4

All wastewater generated by Vulcabras' operations undergoes appropriate treatment and is regularly monitored to ensure compliance with environmental quality standards established by applicable regulations. In 2025, the Company continued to treat 100% of the wastewater generated across its facilities.

The Horizonte [Ceará] plant serves as a benchmark for treated wastewater reuse. In 2025, the reuse rate reached 70%, reducing the need for potable water in suitable applications. Reclaimed water was used for purposes such as selected restroom facilities, cleaning of common areas and irrigation of landscaped areas at the plant.

Across our operations, a total of 152,566 m³ of industrial wastewater was treated in 2025. During the year, 74,743 m³ was reused and 77,823 m³ was discharged after treatment in compliance with applicable environmental standards. Compared with 2024, total treated wastewater increased by 4%, while the volume reused increased by 12% and the volume discharged after treatment increased by 10%.

INDUSTRIAL EFFLUENTS TREATED, REUSED, AND DISCHARGED AFTER TREATMENT (M³)

Indicator	2022	2023	2024	2025	2025 vs 2024
Treated wastewater	141,798	140,416	146,506	152,566	4%
Reused wastewater	66,071	62,584	66,464	74,743	12%
Wastewater discharged after treatment	75,727	77,252	70,580	77,823	10%

GOVERNANCE AND INTEGRITY

ADMINISTRATIVE STRUCTURE

GRI 2-9, 2-10, 2-12

Corporate governance at Vulcabras combines a formal management structure, transparent practices, control mechanisms and decision-making processes designed to support the Company's long-term sustainability. As a publicly listed company, we seek to operate in accordance with regulatory requirements, capital markets best practices and the commitments we have made to shareholders, investors and other stakeholders.

Vulcabras S.A. is a publicly held corporation with authorized share capital, governed by its Bylaws, the Brazilian Corporations Law [Law No. 6.404/1976] and other applicable legal provisions. Since 2017, the Company has been listed on B3's Novo Mercado, the premium listing segment for companies committed to high standards of corporate governance.

The Company's shares are traded under the ticker VULC3 and consist exclusively of registered common shares. According to the Company's Bylaws dated April 29, 2026, its **share capital totals BRL 1,635,304,208.96**, represented by 317,982,170 registered, book-entry common shares with no par value. Each common share carries one vote at General Shareholders' Meetings, and the issuance of preferred shares or beneficiary certificates is prohibited.

Vulcabras is managed through two statutory governing bodies: the **Administrative Board**, which is responsible for strategic oversight and decision-making, and the **Executive Board**, which is responsible for executive management and the legal representation of the Company. The Administrative Board establishes the Company's strategic direction and oversees executive management, while the Executive Board is responsible for the day-to-day management of the business and the implementation of the strategies approved by the Board.

The Bylaws provide that the Administrative Board shall consist of five to seven members elected by the General Shareholders' Meeting for a unified two-year term, with reelection permitted. They also require that at least two directors, or 20% of the Board's members, whichever is greater, qualify as independent directors in accordance with the Novo Mercado Listing Rules. Another important governance mechanism is the prohibition against the same individual simultaneously serving as Chair of the Administrative Board and Chief Executive Officer.



ADMINISTRATIVE BOARD

GRI 2-11

In 2025, Vulcabras' Administrative Board consisted of **five members**, including **two independent directors**, in compliance with the Novo Mercado Listing Rules and the provisions of the Company's Bylaws.

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

The Administrative Board is responsible for establishing the Company's overall strategic direction, appointing and dismissing officers, approving the business plan, investments and annual budget, and overseeing the management of the Executive Board. The Board is also responsible for reviewing the Management Report and the Executive Board's financial statements, appointing the independent auditor and approving significant transactions, as provided for in the Company's Bylaws.

EXECUTIVE BOARD

The Executive Board is responsible for the **executive management of the Company**, overseeing its operations and implementing the strategic guidelines approved by the Administrative Board. In 2025, its composition was as follows:

Pedro Bartelle CEO
Rafael Carqueijo Gouveia Corporate Operations Officer
Wagner Dantas da Silva Chief Financial and Investor Relations Officer
Evandro Saluar Kollet Corporate Product Development and Innovation Officer
Márcio Kremer Callage Marketing Officer
Rodrigo Miceli Piazer Corporate Supply Chain, Manufacturing and Human Resources Officer

The Investor Relations function is performed by Wagner Dantas da Silva, who is responsible for maintaining communication with shareholders, investors, the Brazilian Securities and Exchange Commission (CVM), B3 and other participants in the capital markets, in accordance with applicable regulations.

SUSTAINABILITY GOVERNANCE

Sustainability at Vulcabras is managed through a structured governance framework aligned with the Company's corporate strategy. Since 2019, we have maintained a dedicated **ESG Department**, responsible for integrating environmental, social and governance considerations into strategic decision-making and recommending ESG best practices to the Executive Board across each of these dimensions.

To strengthen the implementation of sustainability initiatives and enhance engagement across functions involved in environmental and social matters, we maintain a **Sustainability Committee** composed of representatives from the Manufacturing, Procurement, Product Development and Corporate Communications departments. Working collaboratively, the Committee supports the monitoring of targets, the identification of improvement opportunities and the promotion of a sustainability-oriented culture throughout the organization.

This governance structure supports the integration of ESG commitments into the Company's business model by connecting operational efficiency, environmental management, innovation, people development, social responsibility, ethics and quality with Vulcabras' strategic priorities.

AUDIT COMMITTEE

The Audit Committee is a permanent advisory body directly linked to the Administrative Board. Its primary responsibilities include overseeing the quality and integrity of financial reporting, ensuring **compliance with legal and regulatory requirements**, monitoring risk management processes, and overseeing the work of the independent auditor.

In 2025, the Audit Committee was composed of the following members:

	Carlos Gardel José de Souza Coordinator
	Rafael Ferraz Dias de Moraes Regular Member
	Henrique Scher de Carvalho Santos Regular Member

The Company's financial statements are audited by independent auditors registered with the Brazilian Securities and Exchange Commission (CVM). In 2025, the Company's independent auditor was **Ernst & Young Auditores Independentes S/S**.





SHAREHOLDING STRUCTURE

Vulcabras' shareholding structure reflects its status as a publicly listed company on B3's Novo Mercado, with a single class of registered common shares. In 2025, the Company's share capital was represented by **317,982,170 common shares**, as detailed below.

Shareholders	Number of common shares	Ownership interest
<i>Free float</i>	110,618,680	34.8%
Gianpega Negócios e Participações S.A. [Pedro Grendene Bartelle]	50,299,580	15.8%
Others, related parties to the controlling shareholder	129,473,801	40.7%
Gold Negócios e Participações S.A. [Pedro Grendene Bartelle]	23,720,860	7.5%
Treasury shares	3,869,249	1.2%
Total number of shares	317,982,170	100.0%

In 2025, the Company also maintained regular communications with the market through material fact notices, shareholder notices and other formal disclosure channels. Key matters disclosed during the year included the approval of a new Stock Option Plan at the Annual and Extraordinary General Shareholders' Meeting held on April 30, 2025; the completion and approval of a share repurchase program; the declaration of dividends; and a private capital increase. The Company also disclosed proposed amendments to its Bylaws relating to profit distributions and authorized share capital.

These initiatives formed part of the Company's capital management strategy, shareholder engagement efforts and the alignment of interests among the Company, its management, employees and investors, while remaining fully compliant with Brazilian corporate law, CVM regulations and applicable capital markets practices.

ETHICAL CONDUCT

GRI 2-23, 2-24, 2-25

Integrity guides the way we conduct our business and interact with employees, third parties, customers, consumers, investors, suppliers, business partners, public officials and society. At Vulcabras, ethical conduct goes beyond compliance with rules and regulations — it reflects the culture we seek to strengthen across all business areas and operating units.

Our **Code of Ethics and Conduct**, revised and approved by the Administrative Board on March 7, 2024, formally establishes the principles, values and standards of conduct that must be observed by directors, executive officers, employees and third parties acting on behalf

of, or for the benefit of, the Company. The Code reflects our commitment to transparency, compliance with applicable laws, ethical business practices and the prevention of illegal or unethical conduct.

The Code addresses topics including compliance with laws and regulations; relationships with customers, investors, employees, third parties, civil servants, the media and competitors; confidentiality obligations; conflicts of interest; anti-corruption; donations, gifts and hospitality; accounting records; personal data protection; and environmental and social responsibility.

The principles that guide our conduct include:

- Commitment to product excellence and customer satisfaction;
- Fair and transparent relationships with employees, third parties, customers and society;
- Commitment to a high-quality work environment and to the physical and moral well-being of employees;
- Integrity and honesty in the conduct of business;
- Zero tolerance for corruption;
- Sound corporate governance practices, compliance with accounting principles and responsible management;
- Clear, objective and timely communication with investors and the capital markets;
- Respect for people, with zero tolerance for any form of discrimination.

In 2025, we strengthened internal communications regarding the Code of Ethics and Conduct, connecting its principles with our organizational culture and the behaviors expected in everyday activities. The “Fazer o certo é o nosso jeito” [Doing the Right Thing Is Our Way] campaign addressed topics such as respectful workplace relationships, the prevention of moral, sexual and discriminatory harassment, conflicts of interest, compliance with internal policies and the use of the Whistleblowing Channel.

These communications reinforced that policies, standards and good practices are extensions of Vulcabras’ culture and should guide decisions and actions regardless of position, department or operating unit. They also provided practical examples of expected and unacceptable conduct, helping employees better understand situations that could compromise ethics, respect, trust and psychological safety in the workplace.

WHISTLEBLOWING CHANNEL

GRI 2-25, 2-26

Violations of the Code of Ethics and Conduct, internal policies or applicable laws must be reported through the Vulcabras Whistleblowing Channel. Operated by an independent specialized service provider, the channel ensures confidentiality, allows anonymous reporting and protects individuals who report concerns in good faith against retaliation.

WHISTLEBLOWING CHANNEL

canalconfidencial.com.br/vulcabras
0800 300 4510, Monday through Friday, from 9:00 a.m. to 5:00 p.m.

All reports received are referred for internal investigation. Oversight of the Code is the responsibility of Vulcabras’ Legal Department, which is responsible for its implementation, administration and monitoring. When appropriate, matters of greater significance may be submitted to the Administrative Board for deliberation on the appropriate course of action.

Violations of the principles and standards of conduct set forth in the Code may result in disciplinary measures, including formal warnings, temporary leave during an investigation, suspension, termination of employment or engagement, legal action to recover damages and, where applicable, notification of the competent authorities.

ORGANIZATIONAL POLICIES

GRI 2-23, 2-24

Vulcabras’ governance framework is supported by corporate governance documents that guide decision-making, accountability, market transparency and the management of strategic matters. The Company’s Bylaws were amended to meet the principal listing requirements of B3’s Novo Mercado and, in the version dated April 29, 2026, consolidate the rules governing corporate management, share capital, shareholders’ meetings, the Administrative Board, the Executive Board, the Fiscal Council, financial statements, profit distributions and arbitration.

As part of its corporate governance framework, the Company seeks to strengthen its relationships with investors and the capital markets by formalizing key policies and embedding sound governance practices into its day-to-day operations. Its principal governance documents include:

- Bylaws, updated on April 29, 2026;
- Material Information Disclosure Policy;
- Securities Trading Policy;
- Related Party Transactions Policy;
- Nomination and Compensation Policy for Management;
- Risk Management Policy;
- Internal Regulations of the Administrative Board;
- Internal Regulations of the Finance Committee;
- Internal Regulations of the Audit Committee.

These documents are publicly available on the Vulcabras Investor Relations website: <https://www.vulcabrasri.com/>

CONFLICT OF INTEREST PREVENTION

GRI 2-15

The integrity of corporate decision-making is safeguarded by policies, controls and guidelines designed to prevent actual, potential or perceived conflicts of interest. The Code of Ethics and Conduct defines a conflict of interest as any situation in which personal interests may directly or indirectly conflict with the interests of Vulcabras, potentially compromising or improperly influencing the performance of professional responsibilities.

In 2025, internal communications addressed situations such as nepotism in hiring, favoritism toward friends, decision-making involving personal relationships, the improper use of confidential information, and the acceptance of gifts and other benefits. These communications translated the concept into practical workplace situations, reinforcing that trusted relationships depend on fair, transparent decisions made in the best interests of the Company and its stakeholders.

The Related Party Transactions Policy establishes the criteria for negotiating, evaluating and approving transactions involving individuals or entities related to the Company. The Company's Bylaws also assign the Administrative Board responsibility for approving certain related party transactions and provide that, in situations involving voting conflicts, decisions shall be made by the directors who are not conflicted.

All employees are required to disclose any actual, potential or perceived conflicts of interest to their immediate supervisor or through the appropriate reporting channels so that the Company can assess the situation and take the necessary actions.

RISK MANAGEMENT

Risk management is an integral part of Vulcabras' corporate governance framework, supporting organizational resilience, business continuity, regulatory compliance and the long-term sustainability of the business. The Risk Management Policy establishes the guidelines and responsibilities for identifying, assessing, mitigating and monitoring risks that could affect the Company's operations, financial performance, reputation and strategic objectives.

Vulcabras monitors operational, financial, reputational, regulatory and strategic risks through a multidisciplinary approach involving the Executive Board, the Administrative Board and the Audit Committee. The Administrative Board plays a key oversight role by supervising the Company's risk management framework, approving the business plan, investments and annual budget, appointing the independent auditor and approving significant transactions.



The Company's governance framework follows the Three Lines Model:

- 1. First Line:** Operational functions, responsible for managing and controlling risks within their respective activities.
- 2. Second Line:** The Compliance function, responsible for overseeing and supporting risk management activities.
- 3. Third Line:** Internal Audit, operating independently and reporting directly to the Administrative Board.

This model strengthens the Company's control environment by reinforcing accountability, segregation of responsibilities and its ability to respond effectively to risks inherent to the business.

QUALITY MANAGEMENT AND CERTIFICATIONS

Quality is a fundamental element of Vulcabras' business model and is embedded throughout every stage of the value chain, from product design and development to final delivery to the consumer. In an industry driven by performance, innovation and scale, quality management is essential to ensuring product safety, reliability, waste reduction, operational efficiency and customer satisfaction.

Our quality management system includes rigorous raw material inspections, process audits, laboratory testing, finished product evaluations, returns monitoring and the continuous analysis of performance indicators. This technical oversight supports decision-making, helps identify opportunities for continuous improvement and reinforces a culture of operational excellence.

We comply with national and international standards, as well as the specific requirements of brands, customers and industry programs that guide our manufacturing quality and compliance standards. The Company's principal certifications, assessments and compliance programs include:

ABVTEX CERTIFICATION

Recognizes responsible and ethical practices throughout the value chain by assessing labor, environmental and governance requirements. In 2025, our Itapetinga (Bahia) and Horizonte (Ceará) manufacturing facilities were awarded the ABVTEX Gold Seal, which evaluates value chain governance, labor practices, occupational health and safety, and compliance with environmental regulations.

SOCIAL & LABOR CONVERGENCE PROGRAM (SLCP): A program designed to harmonize social and labor assessment standards across global supply chains.

MIZUNO LABORATORY CERTIFICATION: Confirms the technical quality and testing capabilities supporting Mizuno products.

HIGG FACILITY ENVIRONMENTAL MODULE (HIGG FEM): Cascalé's facility-level environmental assessment tool, used to measure environmental impacts and identify opportunities for continuous improvement.

ORIGEM SUSTENTÁVEL PROGRAM (ABICALÇADOS): An industry certification focused on environmental, social, cultural and innovation criteria within the Brazilian footwear value chain. The Company held Diamond Certification through October 2025, which was renewed for 2026.

FIEC ESG SEAL: In 2025, Vulcabras completed a new audit cycle and was recertified under the FIEC ESG Seal, awarded in partnership with Bureau Veritas. The recognition reflects practices such as raw material recovery, the use of renewable energy, packaging recovery initiatives, and programs promoting health, safety and employee well-being.



2025 QUALITY WEEK

In 2025, quality was also promoted as a mindset and a shared responsibility. Quality Week, held in November at the Horizonte (Ceará) manufacturing facility, marked the return of one of the Company's principal internal initiatives dedicated to operational excellence, continuous improvement and defect prevention. Under the theme **"Quality: Think and Do Things Differently,"** the event reinforced the importance of innovation, waste reduction and employee engagement in improving process performance.

More than **5,000 employees participated** in the event, which brought together leaders, operational teams, administrative functions and strategic suppliers. The program was designed to connect quality concepts with employees' day-to-day activities, encouraging active participation in identifying improvement opportunities and strengthening practices focused on operational excellence.

The main themes of the program included:

- **Team engagement:** Encouraging employees to identify opportunities for improving processes and products.
- **Practical learning:** Hands-on educational activities designed to translate technical quality concepts into situations relevant to daily operations.
- **Recognition and Collaboration:** Initiatives aimed at recognizing internal contributions, promoting cross-functional engagement and strengthening employees' sense of belonging.
- **Value Chain Engagement:** Participation of strategic suppliers in knowledge-sharing, guidance and technical improvement activities.
- **Technical Training:** Training focused on critical manufacturing processes, including bonding, finishing, component positioning and rework reduction.
- **Performance Indicators:** Analysis of Customer Service (SAC) returns as an input for defect prevention and continuous improvement.

By bringing together different stakeholders around a shared agenda, Quality Week reinforced that operational excellence depends on shared responsibility, attention to detail and an ongoing commitment to improving processes. More than a technical standard, quality is a mindset reflected in the daily decisions and actions of every team and every individual involved in developing our products.

GRI DISCLOSURE SUMMARY



Declaration of use: Vulcabras has reported the information cited in this GRI Disclosure Summary for the period from January 1 to December 31, 2025, with reference to the GRI Standards.

CODE	CONTENT	LOCATION OR RESPONSE
GRI Standard: GRI 1: Foundation 2021		
2-1	Organizational details	Page 8
2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	Page 3
2-3	Reporting period, frequency and contact point	Annual report covering the period from January 1 to December 31, 2025. For questions regarding the Vulcabras Sustainability Report, please contact us by email at: dri@vulcabras.com .
2-4	Restatements of information	Where applicable, any restatements have been identified within the relevant section of this report in which the changes were made.
2-5	External assurance	An external assurance of the report was not carried out.
2-6	Activities, value chain and other business relationships	Page 10
2-7	Employees	Page 35
2-8	Workers who are not employees	Page 38
2-9	Governance structure and composition	Page XX Additional information: 2026 Reference Form, items 7.1D and 7.3, pages 203-215.
2-10	Nomination and selection of the highest governance body	Information available in the Nomination and Compensation Policy for Management. Additional information: 2026 Reference Form, item 7.1 – Key Characteristics of the Management Bodies and the Fiscal Council, pages 194–197.
2-11	Chair of the highest governance body	As provided in the Internal Regulations of the Administrative Board, the positions of Chair of the Administrative Board and Chief Executive Officer (or the Company's principal executive officer) may not be held by the same individual, in accordance with Article 20 of the Novo Mercado Listing Rules.

2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	Information available in the Internal Regulations of the Administrative Board. Supplement: 2026 Reference Form, item 7.1, pp. 201-202, and item 7.2, p. 205.
2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	The Executive Board, appointed by the Administrative Board, is responsible for the day-to-day management of the organization's impacts on the economy, the environment, and people. Supplement: 2026 Reference Form, item 7.2, p. 205.
2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	The Executive Board, appointed by the Administrative Board, is responsible for reviewing and approving the information reported, including the organization's material topics.
2-15	Conflicts of interest	Page XX Additional information: 2026 Reference Form, item 7.1, page 199, and item 11.1, page 297 and following ones.
2-16	Communication of critical concerns	Information available in the Risk Management Policy. Additional information: 2026 Reference Form, item 7.2, page 205. There were no critical concerns reported to the Administrative Board in the 2025 financial year.
2-17	Collective knowledge of the highest governance body	The Sustainability Report is presented to the Administrative Board as part of the process of updating the board on the organization's sustainable development practices, commitments, and performance.
2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	The members of the Administrative Board, its advisory committees, and the Executive Board are evaluated annually, at the end of each fiscal year, at least once during their respective terms. Additional information: 2026 Reference Form, item 7.1, pages 198–199.
2-19	Remuneration policies	Information available in the 2026 Reference Form, Item 8.1 – Compensation Policy or Practice, pages 231–240.
2-20	Process to determine remuneration	Information available in the 2026 Reference Form, Item 8.1 – Compensation Policy or Practice, pages 231–240.



2-21	Annual total compensation ratio	Information available in the 2026 Reference Form, Item 10.3[d] – Employee Compensation Policies and Practices, pages 293–294.
2-22	Statement on sustainable development strategy	Page 6
2-23	Policy commitments	Page 71
2-24	Embedding policy commitments	Page 71
2-25	Processes to remediate negative impacts	Page 71
2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Page 71
2-27	Compliance with laws and regulations	Information available in the 2026 Reference Form, item 4.4 – Non-confidential proceedings, pp. 155-160.
2-28	Membership associations	Page 56
2-29	Approach to stakeholder engagement	Page 4
2-30	Collective bargaining agreements	One hundred percent (100%) of employees hired under Brazil's Consolidation of Labor Laws (CLT) are covered by collective bargaining agreements. Additional information: 2026 Reference Form, item 10.4 – Relationship Between the Issuer and Trade Unions, page 295.
GRI 3: Material Topics 2021		
3-1	Process to determine material topics	Page 4 Complemento: Formulário de Referência 2026, item 10.4 – Relações entre emissor e sindicatos, p. 295.
3-2	List of material topics	Page 4
3-3	Management of material topics	Page 4
GRI 201: Economic Performance 2016		
201-1	Direct economic value generated and distributed	Page 32
GRI 204: Procurement Practices 2016		
204-1	Proportion of spending on local suppliers	Page 53



GRI 301: Materials 2016		
301-1	Materials used, distinguished by weight or volume	Page 61
301-2	Raw or recycled materials used	Page 61
301-3	Products and their recovered packaging	Page 65
GRI 302: Energy 2016		
302-1	Energy consumption within the organization	Page 58
302-3	Energy intensity	Page 58
GRI 303: Water and Effluents 2018		
303-4	Water discharge	Page 66
303-5	Water consumption	Page 66
GRI 305: Emissions 2016		
305-1	Direct [Scope 1] GHG emissions	Page 59
305-2	Energy indirect [Scope 2] greenhouse gas [GHG] emissions	Page 59
305-3	Other indirect [Scope 3] greenhouse gas [GHG] emissions	Page 59
305-4	Greenhouse gas [GHG] emissions intensity	Page 59
GRI 306: Waste 2020		
306-3	Waste generated	Page 62
306-4	Waste diverted from disposal	Page 63
306-5	Waste directed to disposal	Page 63

GRI 401: Employment 2016		
401-1	New employee hires and employee turnover	Page 41
401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	Page 43
401-3	Parental leave	Page 42
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018		
403-5	Worker training on occupational health and safety	Page 47
403-9	Work-related injuries	Page 47
GRI 404: Training and Education 2016		
404-1	Average hours of training per year per employee	Page 45
404-2	Programs to improve employee skills and provide assistance for career transition	Page 45
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016		
405-1	Diversity of governance bodies and employees	Page 39
GRI 413: Local Communities 2016		
413-1	Operations with local community engagement, impact assessments and development programs	Page 49

CREDITS

VULCABRAS S.A.

Av. Antônio Frederico Ozanan, 1.440.
Jundiaí [SP] – Postal Code [CEP] 13219-001

REPORT DEVELOPMENT

Thaiany Erthal Assad
Corporate Communications and ESG Officer

Davi Fernandes Pinheiro
Sustainability Consultant

DISCLOSURE

NEXO Comunicação e Sustentabilidade

FORMATTING

U5 Marketing



VULCABRAS
vivemos para o esporte