3T26

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS



VULCABRAS
vivemos para o esporte

Jundiaí, 10 de novembro de 2026 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do terceiro trimestre de 2026 (3T26). As informações operacionais e financeiras da Vulcabras S.A. ("Companhia") são apresentadas com base em números consolidados e em milhões de reais, elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com os padrões contábeis internacionais. Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do terceiro trimestre de 2026, comparado ao mesmo período de 2025, exceto quando especificado de forma diversa.

DESTAQUES

VOLUME BRUTO

8,8 milhões de pares/peças

no 3T26, redução de 2,0% frente ao 3T25. No 9M26, o volume somou 25,2 milhões de pares/peças, alta de 2,5% na comparação anual.

RECEITA LÍQUIDA

R$ 977,6 milhões

no 3T26, crescimento de 2,3% sobre o 3T25. No acumulado do ano, alcançou R$ 2.748,8 milhões, avanço de 7,7% frente ao 9M25.

LUCRO BRUTO

R$ 386,3 milhões

no 3T26, redução de 2,4% frente ao 3T25. No 9M26, totalizou R$ 1.102,1 milhões, aumento de 5,6% na comparação anual.

MARGEM BRUTA

39,5%

no 3T26, 1,9 p.p. abaixo do 3T25. No 9M26, atingiu 40,1%, redução de 0,8 p.p. na comparação anual.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

R$ 139,9 milhões

Margem Líquida Recorrente de 14,3%

no 3T26, com redução de 14,3% no lucro líquido recorrente e de 2,8 p.p. na margem líquida recorrente frente ao 3T25. No 9M26, somou R$ 369,7 milhões, com margem de 13,4%, recuos de 10,7% e 2,8 p.p., respectivamente.

EBITDA RECORRENTE

R$ 203,2 milhões

Margem EBITDA Recorrente de 20,8%

no 3T26, com redução de 3,7% no EBITDA Recorrente e de 1,3 p.p. na margem Ebitda Recorrente frente ao 3T25. No 9M26, alcançou R$ 568,9 milhões, alta de 4,9%, com margem de 20,7%, 0,6 p.p. abaixo do 9M25.

COTAÇÃO VULC3 (30/09/2026)	VALOR DE MERCADO	QUANTIDADE DE AÇÕES ORDINÁRIAS:	RELAÇÃO COM INVESTIDORES
R$ 13,82	R$ 4,4 bilhões	317.982.170	Wagner Dantas da Silva CFO e DRI

SITE RI VULCABRAS	TELEFONE RI	VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS
http://vulcabrasri.com	+55 (11) 4532-1068	11/11/2026 às 10h00 (Brasília) Acesse em Português
E-MAIL RI dri@vulcabras.com		

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A Vulcabras (VULC3) encerrou o terceiro trimestre de 2026 (3T26) demonstrando a resiliência de seu modelo de negócios diante de um ambiente de consumo mais desafiador, marcado pela retração da demanda no varejo e pela elevada intensidade promocional.

No período, a receita líquida atingiu R$ 977,6 milhões, alta de 2,3% em relação ao terceiro trimestre de 2025 (3T25), marcando o 25º trimestre de crescimento da Companhia. O volume bruto comercializado somou 8,8 milhões de pares e peças. O EBITDA recorrente totalizou R$ 203,2 milhões, com margem de 20,8%, mantendo-se no mesmo patamar da margem registrada no primeiro semestre.

Os resultados refletem a capacidade da Vulcabras de manter o equilíbrio entre desempenho e rentabilidade, apoiada na eficiência de sua estrutura produtiva e na gestão disciplinada de suas operações.

A disciplina operacional também se refletiu na evolução da estrutura financeira. Ao final dos nove primeiros meses de 2026, o endividamento líquido foi reduzido para R$ 439,9 milhões, frente aos R$ 769,4 milhões registrados em 31 de dezembro de 2025, representando uma redução de 42,8% reforçando o compromisso da Companhia com a gestão eficiente de seus recursos e a manutenção de uma estrutura de capital sólida e equilibrada.

Ao longo do trimestre, Olympikus, Mizuno e Under Armour deram continuidade às iniciativas de fortalecimento de suas marcas, ampliando a conexão com diferentes perfis de consumidores. A Olympikus reforçou sua presença na comunidade de corrida com mais uma etapa do Bota Pra Correr, realizada na Chapada dos Guimarães (MT), enquanto a Mizuno avançou em sua atuação no segmento sportstyle, com destaque para o documentário Relíquia – A Profecia Vem das Ruas, que explora a relação do Mizuno Wave Prophecy com a cultura urbana.

A Under Armour, por sua vez, avançou em sua estratégia de desenvolvimento no Brasil com a inauguração de sua Brand House no país, realizada no início de outubro, no Shopping Villa-Lobos, em São Paulo. As iniciativas refletem os posicionamentos complementares das três marcas e a estratégia da Vulcabras de fortalecer sua relevância no mercado esportivo, combinando performance, inovação e conexão com os consumidores.

No canal de e-commerce, o ambiente promocional, especialmente nos marketplaces, exigiu uma atuação disciplinada e criteriosa. Nesse contexto, a Companhia manteve sua estratégia de valorização das marcas e preservação das margens, priorizando a qualidade das vendas em detrimento de ações promocionais mais agressivas que buscassem vendas a qualquer custo. Essa decisão, apesar de ter resultado em uma retração de 16,9% na receita do canal, foi importante para a preservação do resultado consolidado da Companhia.

A combinação de marcas fortes, capacidade de inovação, verticalização produtiva e disciplina na execução segue como um importante diferencial competitivo da Vulcabras. Essa estrutura confere à Companhia agilidade e adaptabilidade para ajustar sua operação e estratégia às diferentes demandas do mercado, mantendo a eficiência e a competitividade do negócio.

Seguimos atentos às transformações do ambiente econômico e às mudanças no comportamento dos consumidores, conduzindo nossas decisões com responsabilidade e visão de longo prazo. Nosso compromisso é preservar a saúde financeira da Companhia, aprimorar continuamente nossa eficiência operacional e manter a capacidade de oferecer as melhores soluções aos nossos clientes e consumidores, fortalecendo nossas marcas e a posição de protagonismo da Vulcabras no mercado esportivo brasileiro.

DESEMPENHO CONSOLIDADO

R$ milhões	3T26	3T25	Var. % 3T26/ 3T25	9M26	9M25	Var. % 9M26/ 9M25
Volume (milhões pares/peças)	8,8	9,0	-2,0%	25,2	24,6	2,5%
Receita Operacional Bruta	1.142,2	1.114,3	2,5%	3.232,3	2.984,0	8,3%
Receita Líquida	977,6	955,7	2,3%	2.748,8	2.551,7	7,7%
Mercado Interno	950,8	920,0	3,3%	2.681,9	2.452,5	9,4%
Mercado Externo	26,8	35,7	-24,9%	66,9	99,2	-32,6%
Lucro Bruto	386,3	395,8	-2,4%	1.102,1	1.043,1	5,6%
Margem bruta	39,5%	41,4%	-1,9 p.p.	40,1%	40,9%	-0,8 p.p.
Despesas Operacionais SG&A	-224,9	-221,3	1,6%	-652,7	-616,1	5,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	10,4	16,1	-35,4%	12,1	136,8	-91,2%
EBITDA societário	207,7	226,5	-8,3%	567,4	663,3	-14,5%
Margem EBITDA	21,2%	23,7%	-2,5 p.p.	20,6%	26,0%	-5,4 p.p.
EBITDA recorrente	203,2	211,2	-3,7%	568,9	542,4	4,9%
Margem EBITDA recorrente	20,8%	22,1%	-1,3 p.p.	20,7%	21,3%	-0,6 p.p.
Lucro Líquido societário	144,4	547,2	-73,6%	368,2	1.006,5	-63,4%
Margem Líquida	14,8%	57,3%	-42,5 p.p.	13,4%	39,4%	-26,0 p.p.
Lucro Líquido recorrente	139,9	163,2	-14,3%	369,7	414,1	-10,7%
Margem Líquida recorrente	14,3%	17,1%	-2,8 p.p.	13,4%	16,2%	-2,8 p.p.

VOLUME BRUTO

No 3T26, a Companhia operou em um ambiente de consumo desafiador para o varejo, marcado pela forte retração das vendas em todos os canais.

A desaceleração do consumo no varejo foi observada ao longo de todos os meses do 3T26. Nem mesmo o Dia dos Pais, data comemorativa que tradicionalmente contribui para impulsionar as vendas no segmento de calçados, foi capaz de promover uma retomada das vendas no período.

No 3T26, foram faturados 8,8 milhões de pares e peças, redução de 2,0% em relação aos 9,0 milhões registrados no 3T25. A retração foi distribuída entre as categorias de Calçados Esportivos e Outros Calçados e Outros, sendo parcialmente compensada pelo crescimento registrado em Vestuário e Acessórios.

A categoria de Calçados Esportivos totalizou 5,8 milhões de pares no 3T26, redução de 2,7% em relação ao volume de 5,9 milhões de pares registrado no mesmo período do ano anterior. Cabe ressaltar, contudo, que a base de comparação com o 3T25 se mostra mais desafiadora uma vez que o crescimento registrado no ano anterior foi um robusto 8,5%.

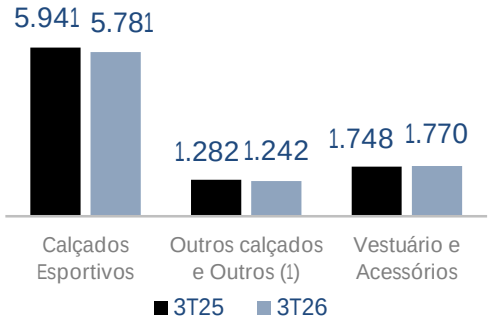
A categoria de Outros Calçados e Outros registrou volume de 1,2 milhão de pares no 3T26, queda de 3,1% em relação ao 3T25. Esse desempenho foi influenciado pela redução na comercialização de botas de uso profissional, parcialmente compensada pelo crescimento do volume de chinelos esportivos comercializados no período

Por sua vez, a categoria de Vestuário e Acessórios apresentou crescimento de 1,3% no volume comercializado, totalizando 1,8 milhão de peças no 3T26, ante 1,7 milhão de peças no mesmo período do ano anterior

No acumulado dos nove meses de 2026, o volume atingiu 25,2 milhões de pares/peças, crescimento de 2,5% em relação ao 9M25.

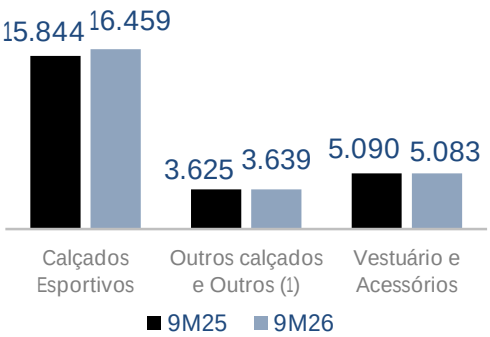
VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL - 3T26 vs 3T25

Pares e Peças (Mil)	3T26	Partic.	3T25	Partic.	Var.% 3T26/ 3T25
Calçados Esportivos	5.781	65,7%	5.941	66,2%	-2,7%
Outros Calçados e Outros (1)	1.242	14,1%	1.282	14,3%	-3,1%
Vestuário e Acessórios	1.770	20,2%	1.748	19,5%	1,3%
Total	8.793	100,0%	8.971	100,0%	-2,0%



VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL - 9M26 vs 9M25

Pares e Peças (Mil)	9M26	Partic.	9M25	Partic.	Var.% 9M26/ 9M25
Calçados Esportivos	16.459	65,4%	15.844	64,5%	3,9%
Outros Calçados e Outros (1)	3.639	14,4%	3.625	14,8%	0,4%
Vestuário e Acessórios	5.083	20,2%	5.090	20,7%	-0,1%
Total	25.181	100,0%	24.559	100,0%	2,5%



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

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA
CATEGORIAS

A receita líquida da Companhia manteve trajetória de crescimento no 3T26, mesmo diante de um ambiente desafiador e de desaceleração de consumo no varejo.

Mesmo diante desse cenário, a Companhia manteve a execução consistente de sua estratégia comercial e fortaleceu o portfólio de suas marcas, com opções que atenderam às diferentes necessidades dos consumidores em um momento de maior pressão sobre o orçamento das famílias.

No 3T26, a Receita Líquida totalizou R$ 977,6 milhões, crescimento de 2,3% em relação aos R$ 955,7 milhões registrados no 3T25. O avanço da receita, mesmo diante da retração do volume comercializado, evidenciou a capacidade da Companhia de capturar maior valor em suas vendas, reforçando a força de suas marcas, a consistência de sua estratégia comercial e a resiliência de seu modelo de negócios.

DESEMPENHO POR CATEGORIAS

A categoria de Calçados Esportivos registrou crescimento de 2,5% na receita em relação ao 3T25, impulsionado pela força das marcas e pelo fortalecimento do mix de produtos. A Olympikus manteve desempenho positivo, tanto na categoria de corrida de performance quanto nas demais categorias de seu portfólio. As marcas Mizuno e Under Armour adotaram iniciativas comerciais mais dinâmicas para enfrentar o cenário econômico desafiador, o que contribuiu para sustentar seus respectivos posicionamentos.

A categoria de Outros Calçados e Outros apresentou crescimento de 3,9% na receita em relação ao 3T25, refletindo o bom desempenho dos chinelos esportivos, que compensou os efeitos negativos da redução da receita de botas de uso profissional.

Por sua vez, a categoria de Vestuário e Acessórios apresentou retração de 2,5% na receita no 3T26, apesar do aumento do volume comercializado. Esse resultado se deve a alteração no mix entre marcas e categorias.

No 9M26, a receita líquida resultou em R$ 2.748,8 milhões, 7,7% superior à do 9M25, quando a mesma foi R$ 2.551,7 milhões.

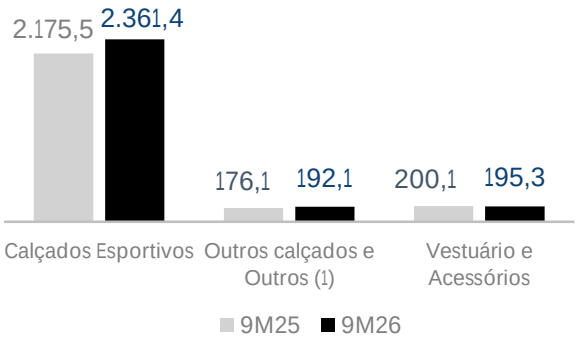
RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 3T26 vs 3T25

R$ Milhões	3T26	Partic.	3T25	Partic.	Var.% 3T26/ 3T25
Calçados Esportivos	848,4	86,8%	827,4	86,6%	2,5%
Outros Calçados e Outros (1)	67,3	6,9%	64,8	6,8%	3,9%
Vestuário e Acessórios	61,9	6,3%	63,5	6,6%	-2,5%
Receita Líquida Total	977,6	100,0%	955,7	100,0%	2,3%



RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 9M26 vs 9M25

R$ Milhões	9M26	Partic. %	9M25	Partic. %	Var.% 9M26/ 9M25
Calçados Esportivos	2.361,4	85,9%	2.175,5	85,3%	8,5%
Outros Calçados e Outros (1)	192,1	7,0%	176,1	6,9%	9,1%
Vestuário e Acessórios	195,3	7,1%	200,1	7,8%	-2,4%
Receita Líquida Total	2.748,8	100,0%	2.551,7	100,0%	7,7%



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

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA
MERCADOS

MERCADO INTERNO

A Receita Operacional Líquida no mercado interno atingiu R$ 950,8 milhões no 3T26, crescimento de 3,3% em relação ao 3T25.

O desempenho obtido no mercado interno no 3T26 refletiu a força das marcas da Companhia e a execução consistente de sua estratégia comercial, mesmo diante do ambiente econômico desafiador observado ao longo do trimestre. A expansão das categorias de Calçados e Chinelos Esportivos foi o principal vetor de crescimento das vendas no período e demonstrou a capacidade da Vulcabras de capturar oportunidades, mesmo em um cenário de concorrência acirrada e de consumo enfraquecido.

No acumulado dos nove meses de 2026, a Receita Líquida do Mercado Interno atingiu R$ 2.681,9 milhões, avanço de 9,4% frente ao 9M25.

MERCADO EXTERNO

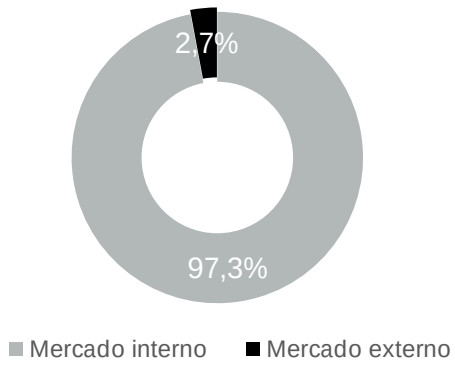
No mercado externo, a Receita Líquida totalizou R$ 26,8 milhões no 3T26, redução de 24,9% em relação ao 3T25. A retração refletiu a menor demanda nos mercados de atuação da Companhia, sobretudo na América Latina e, em especial, na Argentina. Esses mercados seguiram pressionados por um ambiente macroeconômico desafiador e pela desaceleração do consumo.

No acumulado dos nove meses de 2026, a Receita Líquida do Mercado Externo somou R$ 66,9 milhões, redução de 32,6% em relação ao 9M25.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 3T26 vs 3T25

R$ Milhões	3T26	Partic.	3T25	Partic.	Var.% 3T26/ 3T25
Mercado Interno	950,8	97,3%	920,0	96,3%	3,3%
Mercado Externo	26,8	2,7%	35,7	3,7%	-24,9%
Receita Líquida Total	977,6	100,0%	955,7	100,0%	2,3%

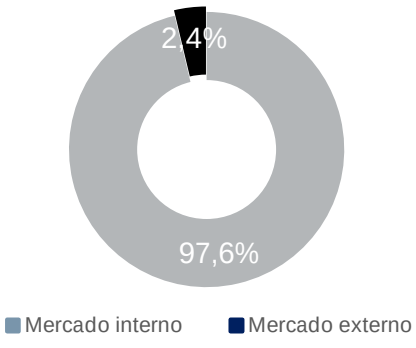
PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 3T26



RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 9M26 vs 9M25

R$ Milhões	9M26	Partic. %	9M25	Partic. %	Var.% 9M26/ 9M25
Mercado Interno	2.681,9	97,6%	2.452,5	96,1%	9,4%
Mercado Externo	66,9	2,4%	99,2	3,9%	-32,6%
Receita Líquida Total	2.748,8	100,0%	2.551,7	100,0%	7,7%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 9M26



E-COMMERCE

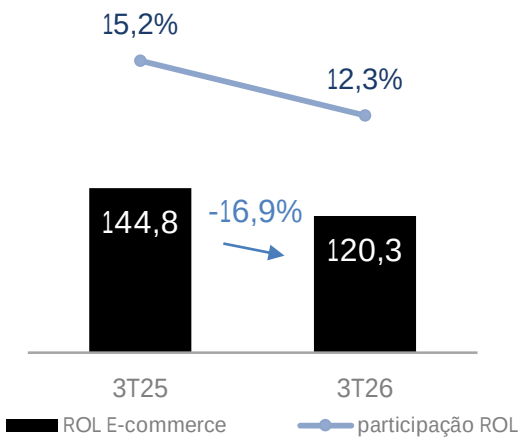
As No trimestre, o canal registrou Receita Líquida de R$ 120,3 milhões no 3T26, retração de 16,9% em relação ao 3T25, passando a representar 12,3% da Receita Líquida consolidada. O desempenho ocorreu em um ambiente de maior intensidade promocional no varejo digital, somado a uma base de comparação elevada, considerando que, no 3T25, o canal havia apresentado crescimento de 25,4% em relação ao 3T24.

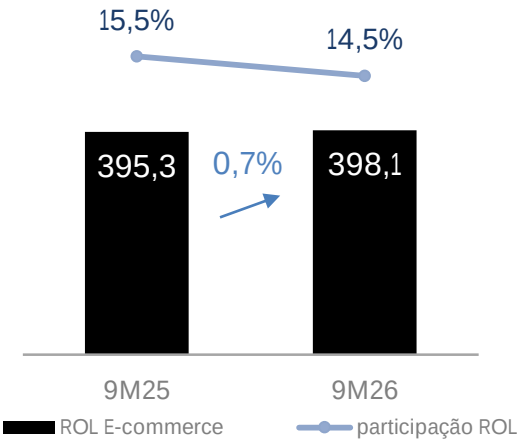
Com a desaceleração do consumo no varejo, o ambiente promocional se acentuou, especialmente nos marketplaces, exigindo uma atuação disciplinada e criteriosa. Nesse contexto, a Companhia manteve sua estratégia de valorização das marcas e preservação das margens, priorizando a qualidade das vendas em detrimento de ações promocionais mais agressivas que buscassem vendas a qualquer custo. Essa decisão, apesar de ter resultado em uma retração de receita no canal, foi importante para a preservação do resultado consolidado da Companhia.

No acumulado dos nove meses de 2026, a Receita Líquida do E-commerce alcançou R$ 398,1 milhões, crescimento de 0,7% em relação ao 9M25. O canal permanece como uma frente estratégica para a Companhia, contribuindo para ampliar o alcance de suas marcas e fortalecer o relacionamento direto com os consumidores.

RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R$ Milhões	3T26	3T25	Var.% 3T26/3T25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Receita Líquida e-commerce	120,3	144,8	-16,9%	398,1	395,3	0,7%
Participação ROL %	12,3%	15,2%	-2,9 p.p.	14,5%	15,5%	-1,0 p.p.





CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS

Ao longo do terceiro trimestre de 2026, a Companhia seguiu enfrentando pressões relevantes sobre sua estrutura de custos.

O recrudescimento dos conflitos no Oriente Médio, entre Irã e Estados Unidos, elevou os preços dos derivados de petróleo e, por consequência, os custos das matérias-primas e dos insumos de produção diretamente vinculados a essa cadeia.

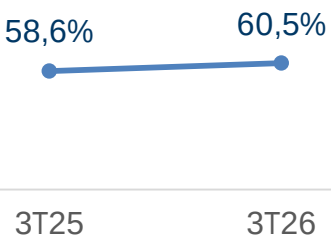
O custo da mão de obra operacional seguiu impactado pelo processo de reoneração da folha de pagamento e pelos altos índices de absenteísmo, problema recorrente, apesar dos esforços empreendidos para mitigar seus efeitos e das políticas de incentivo adotadas para reduzi-lo.

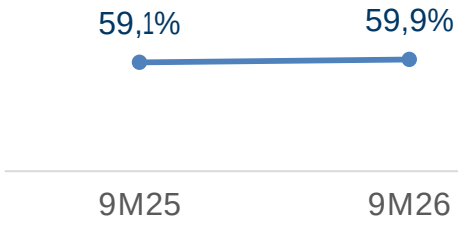
Diante desse cenário desafiador, e mesmo com os ganhos obtidos por meio das iniciativas de produtividade industrial e da disciplina na gestão de custos implementadas ao longo do trimestre, o custo dos produtos vendidos aumentou e pressionou a margem bruta do período. No 3T26, o CPV representou 60,5% da receita líquida de vendas, aumento de 1,9 ponto percentual em relação ao 3T25.

A Companhia seguiu focada em iniciativas para ampliar a eficiência operacional, reduzir perdas produtivas e capturar ganhos de escala, com o objetivo de mitigar pressões externas e preservar sua rentabilidade.

No acumulado dos nove meses de 2026, o custo das vendas representou 59,9% da receita líquida, alta de 0,8 ponto percentual em relação ao mesmo período de 2025.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (% CPV/ROL)







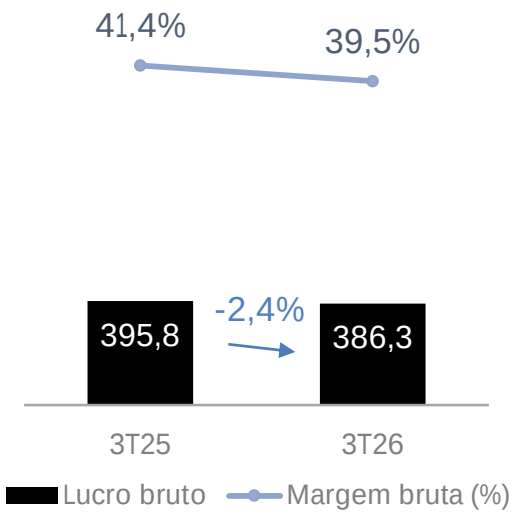
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

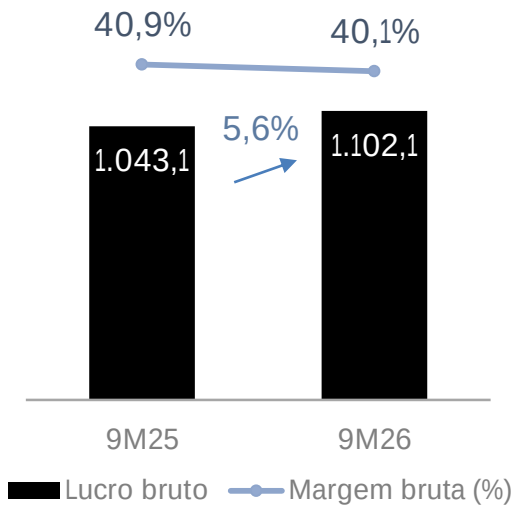
No terceiro trimestre de 2026, o lucro bruto da Companhia totalizou R$ 386,3 milhões, retração de 2,4% em relação aos R$ 395,8 milhões registrados no 3T25. A margem bruta atingiu 39,5%, redução de 1,9 ponto percentual frente aos 41,4% observados no mesmo período do ano anterior, refletindo os efeitos combinados das alterações no mix de canais de vendas e das pressões sobre os custos de produção.

A mudança no mix de canais de vendas contribuiu significativamente para a retração da margem bruta no trimestre, especialmente pela menor participação do e-commerce, que apresenta margens superiores à média da Companhia. O canal registrou queda de 16,9% na receita líquida, reduzindo sua representatividade na receita consolidada de 15,2% no 3T25 para 12,3% no 3T26.

No acumulado dos nove meses de 2026, o lucro bruto alcançou R$ 1.102,1 milhões, crescimento de 5,6% em relação aos R$ 1.043,1 milhões registrados no 9M25. A margem bruta foi de 40,1%, redução de 0,8 ponto percentual frente aos 40,9% do mesmo período do ano anterior.

A Companhia segue adotando medidas voltadas à elevação gradual da eficiência industrial, à disciplina de custos e à otimização de seus processos produtivos, buscando mitigar os impactos sobre a rentabilidade e preservar a competitividade de suas operações.







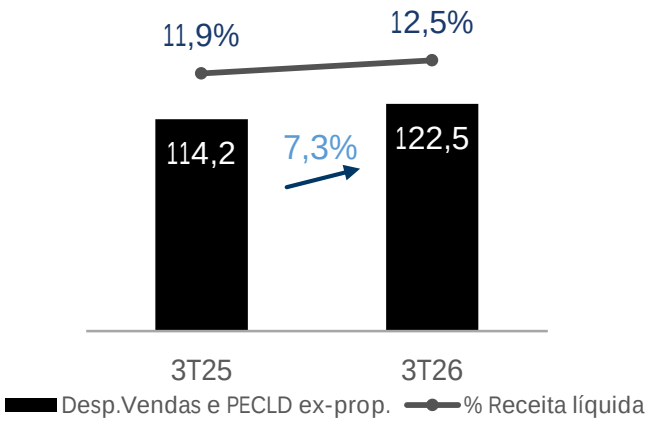
DESPESAS COM VENDAS E PECLD (EX-PROPAGANDA)

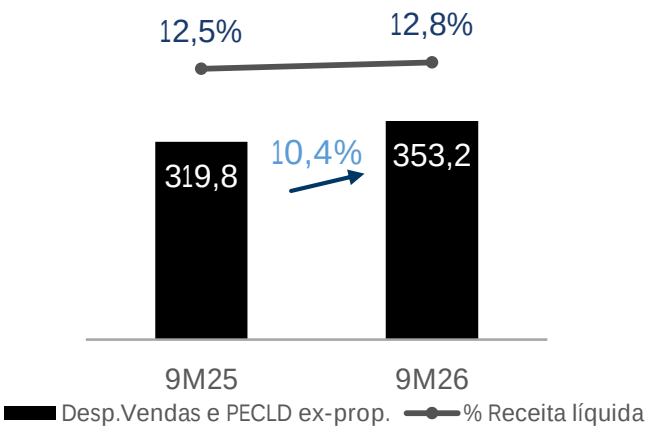
No 3T26, as despesas relacionadas a vendas, propaganda e às Perdas Estimadas em Créditos de Liquidação Duvidosa (PECLD) totalizaram R$ 169,0 milhões, o que representou um crescimento de 0,4% em relação ao mesmo período de 2025.

As despesas diretas associadas a vendas e PECLD, desconsiderando os investimentos em propaganda, somaram R$ 122,5 milhões no 3T26, o que correspondeu a um crescimento de 7,3% frente aos R$ 114,2 milhões registrados no 3T25. Quando comparadas à receita líquida, essas despesas representaram 12,5%, um aumento de 0,6 p.p. em relação aos 11,9% observados no mesmo trimestre do ano anterior.

As principais pressões sobre esse resultado decorreram da necessidade e aumento da provisão para Perdas Estimadas com Créditos de Liquidação duvidosa, reflexo do aperto monetário vivenciado por alguns clientes, e ao aumento das despesas com fretes de entrega, impactadas pela elevação dos preços dos combustíveis.

No 9M26, registrou-se uma despesa com vendas (ex-propaganda) de R$ 353,2 milhões, um acréscimo de 10,4% em comparação aos R$ 319,8 milhões do 9M25. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida atingiu 12,8%, um incremento de 0,3 p.p. em relação a apresentada no 9M25.







DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING

No 3T26, os investimentos em propaganda e marketing totalizaram R$ 46,6 milhões, uma redução de 14,2% em relação aos R$ 54,3 milhões registrados no mesmo período de 2025. Essa redução reflete, principalmente, a maior base de comparação do 3T25, período em que a Olympikus intensificou suas ações de marketing com a campanha das 50 corridas, realizada em comemoração aos 50 anos da marca. Com a conclusão dessa iniciativa, os investimentos no 3T26 retornaram a patamares mais próximos dos níveis historicamente praticados pela Companhia.

Em relação à receita líquida, as despesas com propaganda e marketing representaram 4,8% uma retração de 0,9 p.p. frente à participação de 5,7% observada no 3T25.

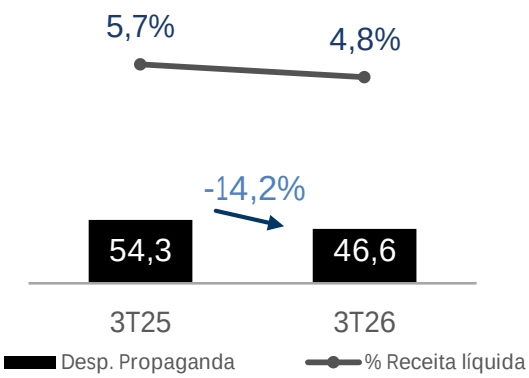
Neste trimestre, a Companhia manteve suas iniciativas de marketing voltadas à inovação, ao fortalecimento do posicionamento de suas marcas e à ampliação da conexão com os consumidores.

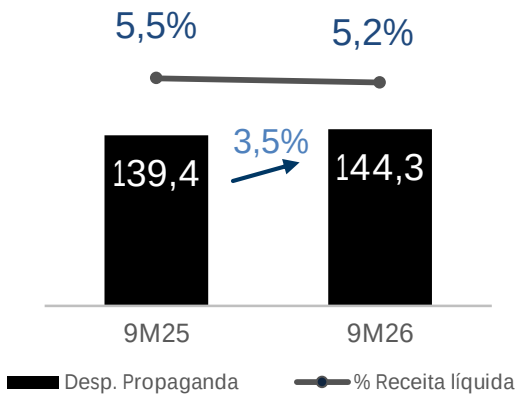
A Olympikus destacou-se pelos lançamentos da Família Corre, com o Corre Max 2 e novas opções de cores, além da ampliação do portfólio de vestuário e acessórios. A marca também realizou mais uma edição do festival Bota Pra Correr, na Chapada dos Guimarães (MT), reunindo mais de 1,3 mil inscritos e fortalecendo sua presença na comunidade de corrida.

A Mizuno avançou em sua estratégia multiesportiva, com destaque para os lançamentos do Wave Rider 30 e Hyperwarp 96 e a participação em importantes maratonas. No segmento sportstyle, destaque para o documentário Relíquia – A Profecia Vem das Ruas, que explora a relação do Mizuno Wave Prophecy com a cultura urbana.

A Under Armour concentrou suas iniciativas no fortalecimento do posicionamento em alta performance, com o lançamento do UA TriBase Reps 3 e a ampliação do portfólio de running. A marca também lançou o projeto Gear Lab, conceito desenvolvido em parceria com a Centauro, proporcionando novas experiências de compra e maior conexão com os consumidores.

No 9M26, registrou-se despesa com propaganda de R$ 144,3 milhões, um acréscimo de 3,5% em comparação aos R$ 139,4 milhões do 9M25. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida atingiu 5,2%, uma redução de 0,3 p.p em relação a apresentada no 9M25.

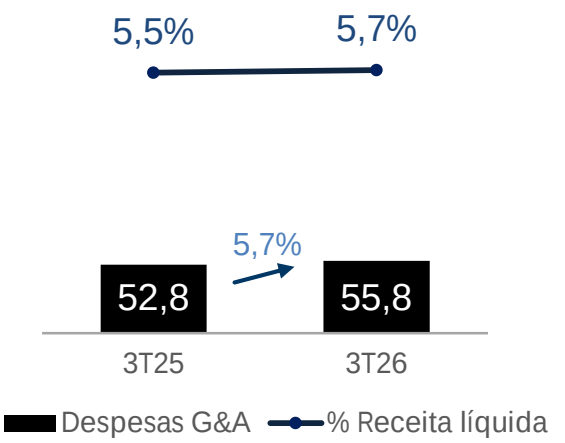


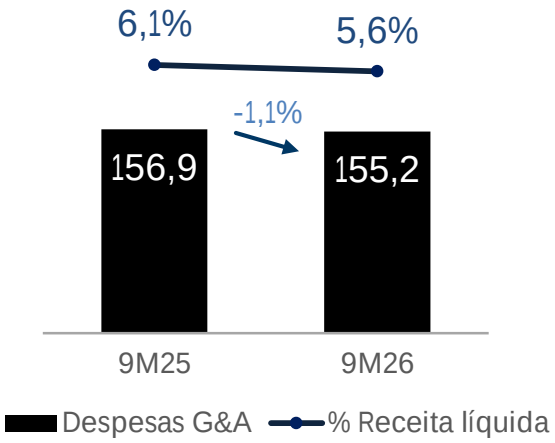


DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

No 3T26, as despesas gerais e administrativas totalizaram R$ 55,8 milhões, representando um aumento de 5,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. Quando analisadas em proporção à receita líquida, as despesas gerais e administrativas alcançaram 5,7% no trimestre, aumento de 0,2 p.p. em relação a participação reportada no 3T25.

As principais variações ocorreram nas despesas com pessoal, em decorrência do repasse dos reajustes salariais e aumento dos encargos com a reoneração da folha de pagamento, bem como manutenção de softwares utilizados nas plataformas de e-commerce.





EVENTO NÃO RECORRENTE

R$ Milhões	3T26	3T25	Var.% 3T26/3T25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Despesas Gerais e Administrativas	55,8	52,8	5,7%	155,2	156,9	-1,1%
(-) Honorários sobre Ações de PIS/COFINS aferidos em Controladas	0,0	0,0	N/A	0,0	9,3	N/A
Despesas Gerais e Administrativas Recorrentes	55,8	52,8	5,7%	155,2	147,6	5,1%
% da Receita Líquida	5,7%	5,5%	0,2 p.p.	5,6%	5,8%	-0,1 p.p.

OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

As outras receitas (despesas) operacionais líquidas totalizaram R$ 10,4 milhões no 3T26, uma redução de 35,4% em relação aos R$ 16,1 milhões registrados no 3T25.

No 3T26, foi reconhecido um evento não recorrente relacionado ao resultado da venda de ativos fixos descontinuados na subsidiária do Peru. Esse efeito impactou positivamente em R$ 4,5 milhões as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas no 3T26. No mesmo período do ano anterior, havia sido reconhecido um efeito não recorrente positivo de R$ 15,3 milhões, referente ao valor principal de ações judiciais de PIS/COFINS em controladas.

Desconsiderando esse efeito não recorrente, as outras receitas (despesas) operacionais líquidas recorrentes apresentaram crescimento, passando de R$ 0,8 milhão no 3T25 para R$ 5,9 milhões no 3T26.

A principal causa dessa variação foi a redução na necessidade de provisão para contingências trabalhistas e tributárias.

No acumulado dos nove meses de 2026, as outras receitas (despesas) operacionais líquidas totalizaram R$ 12,1 milhões, uma redução de 91,2% em relação aos R$ 136,8 milhões registrados no mesmo período de 2025. Essa variação foi influenciada, principalmente, pela elevada base de comparação do ano anterior, que contemplou o reconhecimento de R$ 130,2 milhões em efeitos não recorrentes relacionados ao valor principal de ações judiciais de PIS/COFINS em controladas.

Desconsiderando os efeitos não recorrentes de ambos os períodos, as outras receitas (despesas) operacionais líquidas recorrentes somaram R$ 13,6 milhões no 9M26, frente a R$ 6,6 milhões no 9M25, representando um crescimento de 106,1%.

EVENTO NÃO RECORRENTE

R$ Milhões	3T26	3T25	Var.% 3T26/3T25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	10,4	16,1	-35,4%	12,1	136,8	-91,2%
(+) Baixa de ativo intangível relativo a softwares das plataformas do e-commerce	0,0	0,0	N/A	6,0	0,0	N/A
(-) Valor Principal em Ações de PIS/COFINS aferidos em Controladas | PIS/COFINS sobre outras receitas	0,0	-15,3	N/A	0,0	-130,2	N/A
(-) Resultado da venda de ativos descontinuados na subsidiária do Peru	-4,5	0,0	N/A	-4,5	0,0	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes em Outras Receitas/Despesas	-4,5	-15,3	-70,6%	1,5	-130,2	-101,2%
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas recorrente	5,9	0,8	637,5%	13,6	6,6	106,1%



RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

No 3T26, o resultado financeiro líquido apresentou uma despesa de R$ 20,2 milhões, frente à despesa de R$ 0,2 milhão registrada no mesmo período de 2025. Essa variação foi influenciada, principalmente, pela redução das receitas financeiras, no trimestre. O resultado também reflete os efeitos do novo perfil de endividamento da Companhia, adotado ao final de 2025, com um acréscimo de despesas financeiras, que passou a exercer maior pressão sobre o resultado financeiro.

No 3T25, foram reconhecidos efeitos não recorrentes positivos de R$ 4,9 milhões, decorrentes da atualização monetária de créditos de PIS/COFINS aferidos em controladas, que contribuíram para o resultado financeiro daquele período. Desconsiderando esse efeito extraordinário, o resultado financeiro líquido recorrente apresentou uma despesa de R$ 20,2 milhões no 3T26, comparativamente à despesa de R$ 5,1 milhões no 3T25.

No acumulado dos nove meses de 2026, o resultado financeiro líquido apresentou uma despesa de R$ 70,9 milhões, comparada a receita de R$ 121,5 milhões registrada no mesmo período de 2025. Essa variação decorre, principalmente, da elevada base de comparação do ano anterior, beneficiada pelo reconhecimento de R$ 127,9 milhões em receitas financeiras não recorrentes relacionadas à atualização monetária de créditos tributários de PIS/COFINS. Excluindo esses efeitos extraordinários, o resultado financeiro líquido recorrente apresentou uma despesa de R$ 70,9 milhões no 9M26, frente à despesa de R$ 6,4 milhões no 9M25.

R$ Milhões	3T26	3T25	Var.% 3T26/3T25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Estrutura de capital	-33,6	-30,6	9,8%	-103,4	-59,1	75,0%
Operacionais	-3,4	-3,1	9,7%	-9,5	-8,9	6,7%
Cambiais	-1,5	-7,3	-79,5%	-17,5	-26,7	-34,5%
Despesas Financeiras	-38,5	-41,0	-6,1%	-130,4	-94,7	37,7%
Estrutura de capital	12,3	20,2	-39,1%	31,3	36,6	-14,5%
Operacionais	5,5	15,4	-64,3%	13,8	153,9	-91,0%
Cambiais	0,5	5,2	-90,4%	14,4	25,7	-44,0%
Receitas Financeiras	18,3	40,8	-55,1%	59,5	216,2	-72,5%
Resultado Financeiro Líquido	-20,2	-0,2	10.000,0%	-70,9	121,5	-158,4%

EVENTO NÃO RECORRENTE

R$ Milhões	3T26	3T25	Var.% 3T26/3T25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Resultado Financeiro Líquido	-20,2	-0,2	10.000,0%	-70,9	121,5	-158,4%
(-) Valor da correção em créditos de PIS/COFINS aferidos em Controladas	0,0	-4,9	N/A	0,0	-127,9	N/A
Resultado financeiro Líquido Recorrente	-20,2	-5,1	296,1%	-70,9	-6,4	1.007,8%

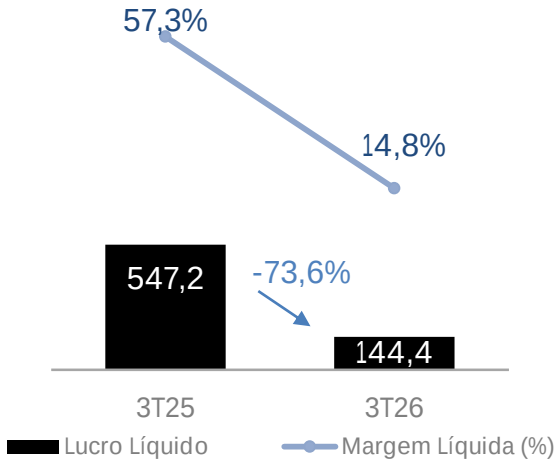
LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

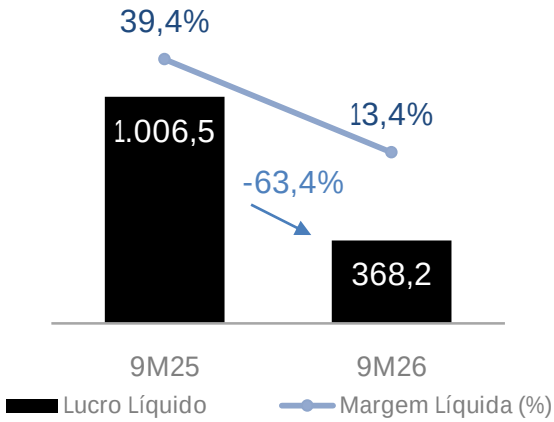
No 3T26, a Companhia registrou lucro líquido de R$ 144,4 milhões, uma redução de 73,6% em relação aos R$ 547,2 milhões apurados no 3T25. A margem líquida atingiu 14,8%, uma retração de 42,5 pontos percentuais em relação aos 57,3% registrados no mesmo período do ano anterior.

Essa variação foi influenciada, principalmente, pela elevada base de comparação do 3T25, beneficiada por efeitos não recorrentes positivos de R$ 384,0 milhões, relacionados, sobretudo, ao reconhecimento de créditos tributários de PIS/COFINS e ao diferimento de impostos.

Adicionalmente no 3T26 foi reconhecido um efeito não recorrente positivo de R$ 4,5 milhões, relacionado ao resultado da venda de ativos fixos descontinuados na subsidiária do Peru. Desconsiderando os efeitos extraordinários de ambos os períodos, o lucro líquido recorrente totalizou R$ 139,9 milhões, uma redução de 14,3% em relação ao 3T25. A margem líquida recorrente atingiu 14,3%, uma retração de 2,8 pontos percentuais frente aos 17,1% registrados no mesmo período do ano anterior, refletindo a pressão sobre a rentabilidade operacional e o resultado financeiro.

A queda do lucro líquido recorrente e da margem líquida recorrente decorreu da redução do lucro bruto, causada pelo enfraquecimento das vendas e pelas pressões sobre os custos, e do aumento das despesas financeiras, sendo parcialmente compensados pela redução das despesas operacionais, especialmente as de marketing. Para melhor interpretação apresentamos a demonstração do impacto dos eventos não recorrentes sobre o lucro líquido.





EVENTOS NÃO RECORRENTES

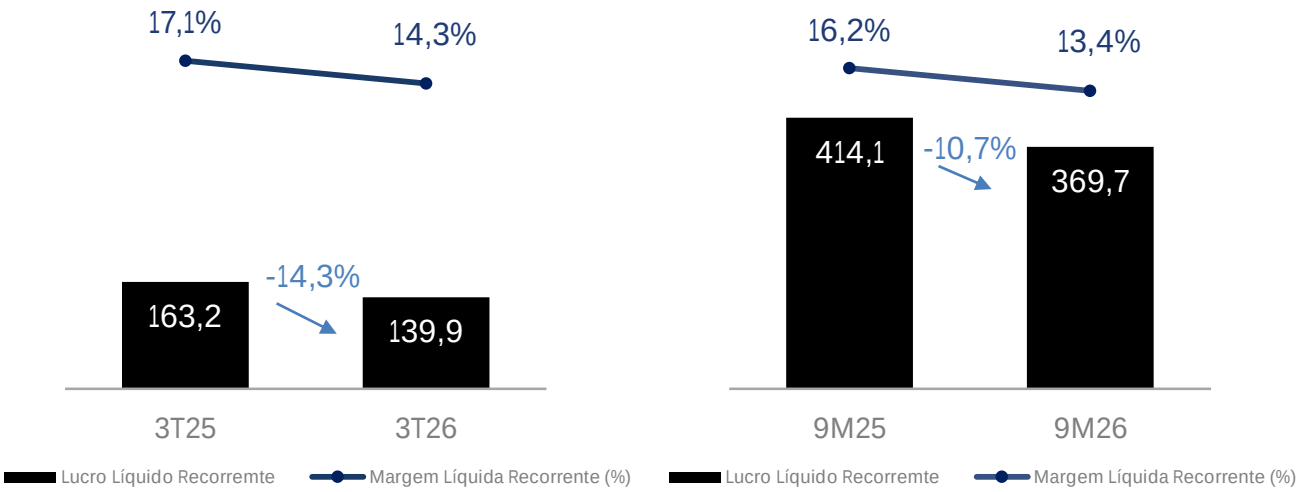
R$ Milhões	3T26	3T25	Var. % 3T26 / 3T25	9M26	9M25	Var. % 9M26/9M25
Lucro Líquido	144,4	547,2	-73,6%	368,2	1.006,5	-63,4%
(-) Valor Principal em créditos de PIS/COFINS aferido em Controladas | PIS/COFINS sobre outras receitas	0,0	-15,3	N/A	0,0	-130,2	N/A
(-) Juros sobre créditos de PIS/COFINS aferido em Controladas	0,0	-4,9	N/A	0,0	-127,9	N/A
(+) Honorários sobre créditos de PIS/COFINS aferido em Controladas	0,0	0,0	N/A	0,0	9,3	N/A
(+) IRPJ/CSLL sobre créditos de PIS/COFINS aferido em Controladas	0,0	2,3	N/A	0,0	22,5	N/A
(+) IRPJ e CSLL referente a impostos diferidos sobre prejuízos fiscais, base negativa de contribuição social e diferenças temporárias	0,0	-366,1	N/A	0,0	-366,1	N/A
(+) Baixa de ativo intangível relativo a softwares das plataformas do e-commerce	0,0	0,0	N/A	6,0	0,0	N/A
(-) Resultado da Venda de ativos na subsidiária do Peru	-4,5	0,0	N/A	-4,5	0,0	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes no Lucro Líquido	-4,5	-384,0	-98,8%	1,5	-592,4	-100,3%
Lucro Líquido Recorrente	139,9	163,2	-14,3%	369,7	414,1	-10,7%
Margem Líquida Recorrente	14,3%	17,1%	-2,8 p.p.	13,4%	16,2%	-2,8 p.p.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

No acumulado dos nove meses de 2026, o lucro líquido somou R$ 368,2 milhões, uma redução de 63,4% frente aos R$ 1.006,5 milhões registrados no 9M25. A margem líquida passou de 39,4% para 13,4%, uma retração de 26,0 pontos percentuais, refletindo, principalmente, os efeitos não recorrentes positivos de R$ 592,4 milhões reconhecidos no ano anterior.

Excluindo os efeitos extraordinários, o lucro líquido recorrente atingiu R$ 369,7 milhões, uma redução de 10,7%, com margem líquida recorrente de 13,4%, inferior em 2,8 pontos percentuais à registrada no 9M25.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE









EBITDA E MARGEM EBITDA

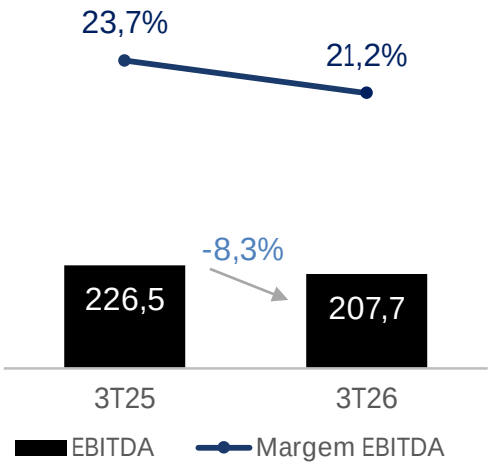
No 3T26, o EBITDA da Companhia totalizou R$ 207,7 milhões, uma redução de 8,3% em relação aos R$ 226,5 milhões registrados no mesmo período de 2025. A margem EBITDA atingiu 21,2%, uma retração de 2,5 pontos percentuais frente aos 23,7% apurados no 3T25, refletindo, principalmente, a pressão sobre a margem bruta.

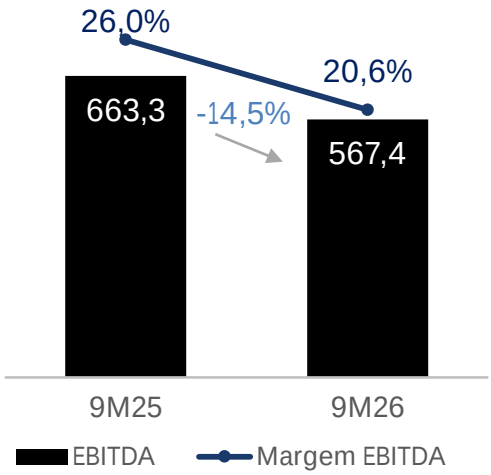
A queda observada no EBITDA e na margem EBITDA decorreu da redução do lucro bruto, causada pelo enfraquecimento das vendas e pelas pressões sobre os custos, parcialmente compensada pela maior diluição das despesas operacionais. A comparação com o 3T25 foi influenciada pelo reconhecimento, naquele período, de efeitos não recorrentes positivos de R$ 15,3 milhões, relacionados à recuperação de créditos tributários de PIS/COFINS em controladas.

No 3T26, foi reconhecido um efeito não recorrente positivo de R$ 4,5 milhões, relacionado ao resultado da venda de ativos fixos descontinuados na subsidiária do Peru.

Desconsiderando esses eventos, o EBITDA recorrente totalizou R$ 203,2 milhões, uma redução de 3,7% em relação ao 3T25, com margem EBITDA recorrente de 20,8%, inferior em 1,3 ponto percentual à registrada no mesmo período do ano anterior.

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





EVENTOS NÃO RECORRENTES

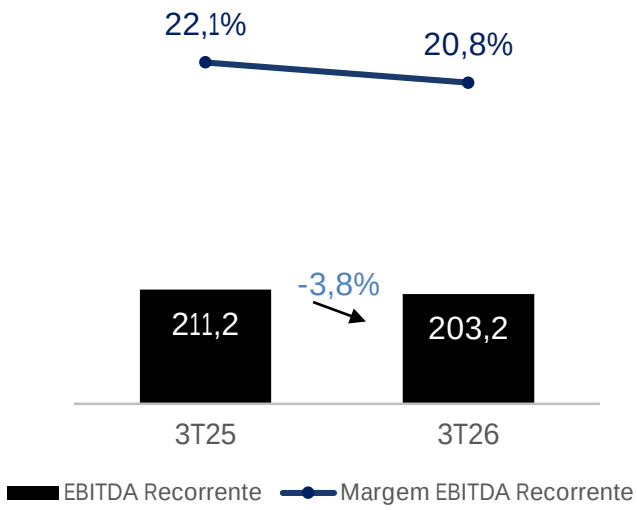
R$ Milhões	3T26	3T25	Var. % 3T26/3T25	9M26	9M25	Var. % 9M26/9M25
EBITDA Contábil	207,7	226,5	-8,3%	567,4	663,3	-14,5%
(-) Valor Principal em Ações de PIS/COFINS aferido em Controladas | PIS/COFINS sobre outras receitas	0,0	-15,3	N/A	0,0	-130,2	N/A
(+) Baixa de ativo intangível relativo a softwares das plataformas do e-commerce	0,0	0,0	N/A	6,0	0,0	N/A
(-) Honorários sobre Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	0,0	0,0	N/A	0,0	9,3	N/A
(+) Resultado da Venda de ativos na subsidiária do Peru	-4,5	0,0	N/A	-4,5	0,0	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes no EBITDA	-4,5	-15,3	-70,6%	1,5	-120,9	-101,2%
Ebitda Recorrente	203,2	211,2	-3,7%	568,9	542,4	4,9%
Margem Ebitda Recorrente	20,8%	22,1%	-1,3 p.p.	20,7%	21,3%	-0,6 p.p.

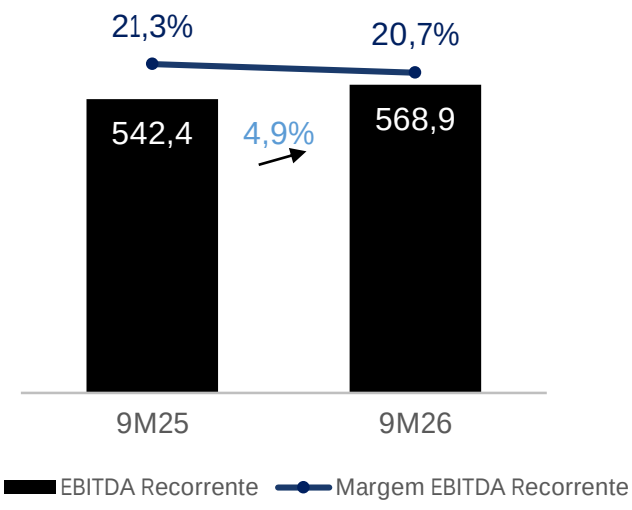
EBITDA
E MARGEM EBITDA

No acumulado dos nove meses de 2026, o EBITDA atingiu R$ 567,4 milhões, uma redução de 14,5% frente aos R$ 663,3 milhões registrados no 9M25, período beneficiado por efeitos não recorrentes positivos de R$ 120,9 milhões.

Excluindo os efeitos extraordinários de ambos os períodos, o EBITDA recorrente alcançou R$ 568,9 milhões, um crescimento de 4,9% em relação aos R$ 542,4 milhões do 9M25. A margem EBITDA recorrente ficou em 20,7%, uma retração de 0,6 ponto percentual frente aos 21,3% registrados no mesmo período do ano anterior.

EBITDA RECORRENTE E MARGEM EBITDA RECORRENTE











ROIC (RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO)

O retorno sobre capital investido – ROIC²– anualizado atingiu 19,2% no 3T26-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/09/2026).

ROIC	2023	2024	2025	3T26 LTM
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	494,9	569,9	1.165,3	527,1
(+) Resultado Financeiro (LTM)	4,8	(22,6)	(101,1)	91,3
NOPAT	499,7	547,3	1.064,2	618,4
Capital Investido				
Financiamentos, Empréstimos e Debêntures	437,8	336,9	976,3	772,1
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(361,0)	(307,7)	(204,0)	(330,1)
(-) Aplicações Financeiras	(13,4)	(6,6)	(2,9)	(2,1)
(+) Patrimônio Líquido	1.995,3	2.110,3	2.427,3	2.799,9
Total Capital Investido	2.058,7	2.132,9	3.196,7	3.239,8
Média de Capital Investido no período (1)	1.999,9	2.095,8	2.664,9	3.218,3
ROIC anualizado (2)	25,0%	26,1%	39,9%	19,2%

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC-ajustado3) anualizado atingiu 20,8% no 3T26-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/09/2026).

ROIC AJUSTADO	2023	2024	2025	3T26 LTM
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	494,9	569,9	1.165,3	527,1
(+) Resultado Financeiro (LTM)	4,8	(22,6)	(101,1)	91,3
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(7,9)	(6,1)	(3,8)	(5,0)
NOPAT (Ajustado)	491,8	541,2	1.060,4	613,4
Capital Investido				
Financiamentos, Empréstimos e Debêntures	437,8	336,9	976,3	772,1
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(361,0)	(307,7)	(204,0)	(330,1)
(-) Aplicações Financeiras	(13,4)	(6,6)	(2,9)	(2,1)
(-) Ágio da Compra	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(62,9)	(64,3)	(72,1)	(71,3)
(+) Patrimônio Líquido	1.995,3	2.110,3	2.427,3	2.799,9
Total Capital Investido Ajustado	1.797,6	1.870,4	2.926,4	2.970,4
Média de Capital Investido no período (1)	1.732,4	1.834,0	2.398,4	2.948,4
ROIC ajustado anualizado (3)	28,4%	29,5%	44,2%	20,8%

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

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

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

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

CAPEX

O investimento em ativos imobilizados e intangíveis somou R$ 27,1 milhões no 3T26, queda de 57,5% na comparação com o mesmo período de 2025. O resultado refletiu a mudança de ciclo da Companhia: depois de um ano de 2025 dedicado à ampliação da capacidade produtiva, com elevado volume de CAPEX, o ano de 2026 tem sido pautado pela consolidação das operações e por um ritmo de investimentos mais moderado.

Nesse cenário, os aportes do trimestre foram direcionados a iniciativas pontuais, principalmente à finalização e ao complemento de projetos já em curso.

ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

R$ Milhões	3T26	3T25	Var.% 3T26/3T25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Moldes	7,6	8,8	-13,6%	32,2	31,0	3,9%
Máquinas e Equipamentos	10,4	22,7	-54,2%	32,0	92,2	-65,3%
Instalações	3,3	7,2	-54,3%	13,3	15,8	-15,8%
Outros	5,4	23,4	-76,9%	28,7	32,8	-12,5%
Imobilizado	26,7	62,1	-57,0%	106,2	171,8	-38,2%
Software	0,4	1,6	-75,0%	2,2	6,7	-67,2%
Intangível	0,4	1,6	-75,0%	2,2	6,7	-67,2%
Total Geral	27,1	63,7	-57,5%	108,4	178,5	-39,3%





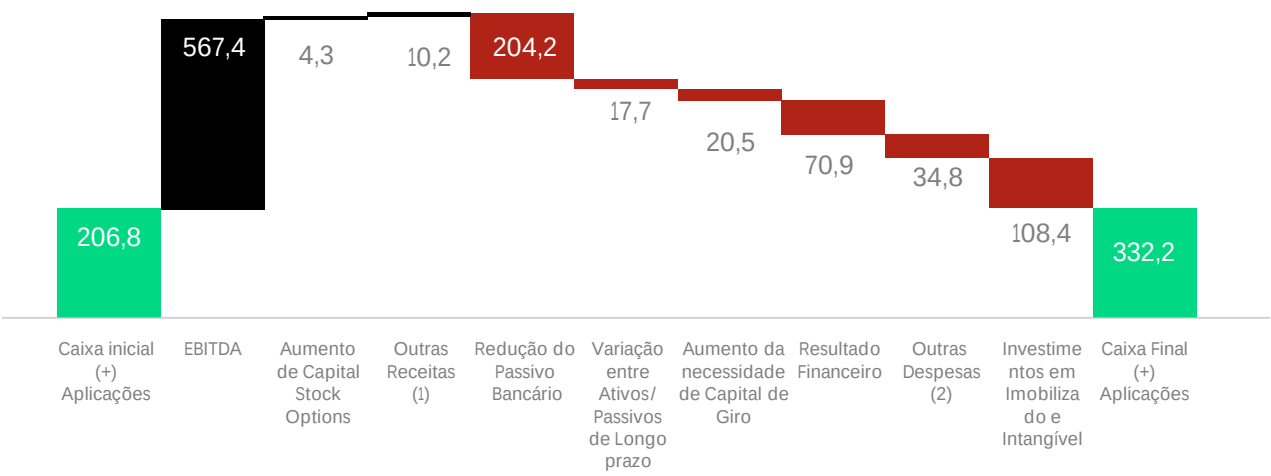


GERAÇÃO DE CAIXA

A variação de caixa no 3T26 totalizou R$ 125,4 milhões e foi composta principalmente pelos seguintes eventos:

- EBITDA de R$ 567,4 milhões;
- Aumento de capital pelo exercício do plano de Stock Option de R$ 4,3 milhões;
- Redução do passivo bancário em R$ 204,2 milhões;
- Variação entre Ativos/Passivos de Longo Prazo de R$ 17,7 milhões;
- Aumento da necessidade de capital de giro de R$ 20,5 milhões;
- Resultado financeiro de R$ 70,9 milhões;
- Investimentos em imobilizado e intangível de R$ 108,4 milhões.

FLUXO DE CAIXA 9M26



FLUXO DE CAIXA - DISPONIBILIDADES



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

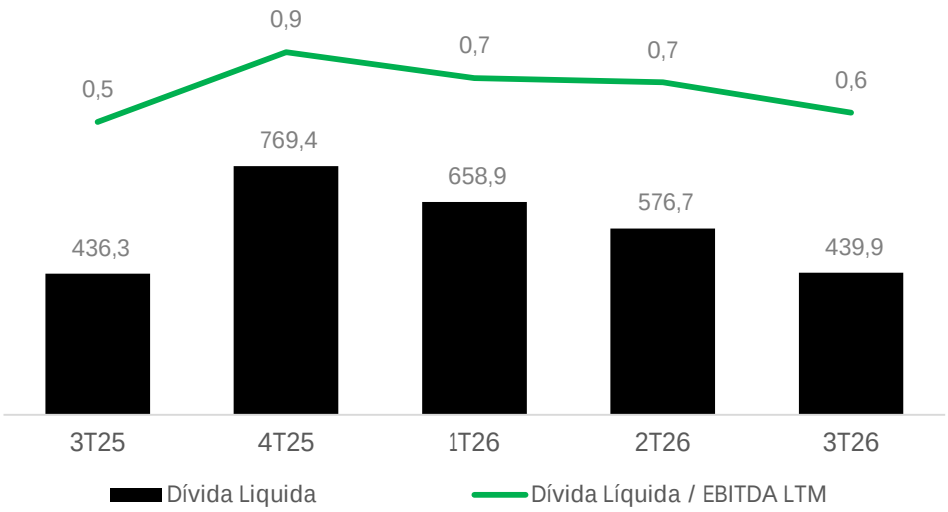
ENDIVIDAMENTO

A Companhia encerrou o terceiro trimestre de 2026 com dívida líquida de R$ 439,9 milhões, uma redução de 42,8% em relação aos R$ 769,4 milhões registrados em 31 de dezembro de 2025. A redução de R$ 329,5 milhões no endividamento líquido ao longo dos nove meses do ano reflete a continuidade da trajetória de desalavancagem da Companhia, em linha com sua estratégia de fortalecimento da estrutura de capital e disciplina financeira.

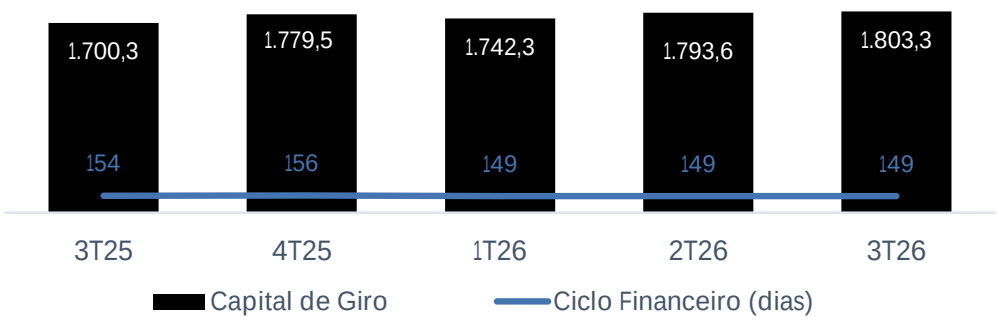
DÍVIDA LÍQUIDA

R$ Milhões	31/12/2024	31/12/2025	30/09/2026	Var. % 30/09/2026 / 31/12/2025
Financiamentos, empréstimos e debêntures	336,9	976,3	772,1	-20,9%
Caixa e equivalentes de Caixa	-307,7	-204,0	-330,1	61,8%
Aplicações financeiras	-6,6	-2,9	-2,1	-27,6%
Dívida Líquida	22,6	769,4	439,9	-42,8%

EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E ALAVANCAGEM



CAPITAL DE GIRO E CICLO FINANCEIRO (EX-DIVIDENDOS)



MERCADO DE CAPITAIS

DIVIDENDOS

Nos nove meses de 2026, a Companhia, manteve uma rigorosa disciplina financeira e concentrou os seus esforços na redução da alavancagem, razão pela qual não realizou novos anúncios de distribuição de dividendos no período.

A Companhia permanece comprometida em, sempre que viável, buscar o melhor retorno aos seus acionistas, preservando, ao mesmo tempo, uma estrutura de capital equilibrada e sem exposição a riscos excessivos.

RETORNO AOS ACIONISTAS

Tipo	Competência	Valor Total	Valor pago por Ação	Data base para distribuição	Data de Pagamento
Dividendos Intermediários	2024	245,1	1,000	25/01/2024	08/02/2024
Dividendos Intercalares	2023	204,2	0,750	13/03/2024	25/03/2024
Dividendos Intermediários	2024	122,6	0,500	25/01/2024	17/04/2024
Dividendos Intermediários	2024	41,1	0,150	15/05/2024	29/05/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	12/08/2024	23/08/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	19/08/2024	02/09/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	19/09/2024	01/10/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	17/10/2024	01/11/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	18/11/2024	02/12/2024
Total Dividendos pagos em 2024		783,0			
Dividendos Intercalares	2024	34,0	0,125	16/12/2024	02/01/2025
Dividendos Intercalares	2024	33,8	0,125	21/01/2025	03/02/2025
Dividendos Intercalares	2024	33,8	0,125	17/02/2025	06/03/2025
Dividendos Intercalares	2024	33,8	0,125	18/03/2025	01/04/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	17/04/2025	02/05/2025
Dividendos Intercalares	2025	33,8	0,125	20/05/2025	02/06/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	18/06/2025	01/07/2025
Dividendos intermediários	2025	34,0	0,125	17/07/2025	01/08/2025
Dividendos intermediários	2025	34,0	0,125	18/08/2025	01/09/2025
Dividendos intermediários	2025	300,0	1,104	08/09/2025	22/09/2025
Dividendos intermediários	2025	34,0	0,125	17/09/2025	01/10/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	20/10/2025	03/11/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	17/11/2025	01/12/2025
Dividendos Intercalares	2025	578,4	2,130	04/11/2025	15/12/2025
Dividendos intermediários	2025	19,3	0,070	04/11/2025	15/12/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	15/12/2025	29/12/2025
Dividendos Intercalares	2025	203,2	0,650	22/12/2025	30/12/2025
Total Dividendos pagos em 2025		1.542,1			

MERCADO DE CAPITAIS

PROGRAMA DE RECOMPRA DE AÇÕES

Desde maio de 2022, a Companhia conta com o Programa de Recompra de ações, com o objetivo de otimizar a alocação de capital e gerar valor para os acionistas. Em 04 de agosto de 2026, o Conselho de Administração aprovou novo Programa de recompra de ações de emissão da Companhia pelo período de 18 meses. O programa autoriza a recompra de até 15 milhões de ações e tem vigência até fevereiro/2028.

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

Ao encerramento do 3º trimestre de 2026, a Companhia apresentava a seguinte posição em relação ao programa de recompra de ações:

Tipo	Saldo 31/12/2024	Saldo 31/12/2025	Saldo 30/09/2026
QTD Ações em Tesouraria	3.107,0	3.869,2	3.869,2
R$ Ações em Tesouraria	45,4	56,9	56,9





SUSTENTABILIDADE E ESG

A Vulcabras divulgou seu Relatório de Sustentabilidade 2025 presentando seus resultados ambientais, sociais e de governança. Os dados refletem o compromisso da Companhia com a gestão responsável dos recursos utilizados em suas operações, com o apoio às comunidades nas regiões em que atua e com o desenvolvimento das pessoas.

Abaixo os principais destaques deste relatório:

3,39 mil t
de materiais reutilizados nos processos produtivos

93%
dos resíduos industriais com destinação alternativa ao aterro

100%
dos efluentes tratados nas unidades

9.283
pessoas beneficiadas por projetos sociais



ECONOMIA CIRCULAR E GESTÃO DE RESÍDUOS

Em 2025, a Vulcabras reutilizou 3,39 mil toneladas de materiais em seus processos produtivos, incluindo plástico/PVC, EVA, TPU, TR e alumínio de matrizes de solado. Desse total, 947,7 toneladas de alumínio foram utilizadas na produção de novas matrizes.

A Companhia destinou 93% dos resíduos industriais a alternativas ao aterro, totalizando 13,5 mil toneladas encaminhadas para venda, reciclagem, neutralização, reprocessamento, circularidade e coprocessamento. A Vulcabras mantém a ambição de eliminar a destinação de resíduos industriais para aterros sanitários.

GESTÃO HÍDRICA E ENERGÉTICA

Em 2025, a Vulcabras manteve o tratamento de 100% dos efluentes gerados em suas unidades e o reúso em atividades compatíveis, como limpeza, irrigação e sanitários.

As unidades fabris contam com abastecimento de energia elétrica de fonte eólica, com cobertura de 100% na unidade de Horizonte (CE).

IMPACTO SOCIAL

A Companhia apoiou, por meio de incentivos fiscais e aportes diretos, projetos que beneficiaram diretamente 9.283 pessoas, sendo 8.753 crianças e adolescentes e 530 pessoas idosas.

Entre as iniciativas estão a Escolinha de Triathlon Horizonte, o WimBelemDon e o Povo do Mar, além de projetos de cultura, educação, saúde e inclusão social.

Na área da saúde, pelo quarto ano consecutivo, a Olympikus apoiou a conscientização sobre o câncer de mama com uma edição especial de Outubro Rosa. Em 2025, 100% do lucro das vendas do Corre 4 Outubro Rosa foi destinado à Santa Casa de Porto Alegre (RS), instituição de referência nacional no tratamento oncológico e no cuidado integral a pacientes e familiares.



WIMBELEMDON
PORTO ALEGRE (RS)



ORQUESTRA INFANTOJUVENIL
DE HORIZONTE (CE)



ESCOLINHA DE TRIATHLON
HORIZONTE (CE)

DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS E DIVERSIDADE

Ao final de 2025, as mulheres representavam 55% do quadro de colaboradores da Vulcabras. Nas posições de Gerência e Diretoria, a participação feminina passou de 27% em 2024 para 32% em 2025, superando a meta de 30% estabelecida para 2030.

Foram realizadas 108,5 mil horas de capacitação presencial e 46,2 mil horas de treinamento pela Universidade do Movimento Vulcabras. O Programa Jovem Aprendiz contou com 954 jovens em formação, e a Companhia contratou 1.099 participantes do programa no ano anterior.



CERTIFICAÇÃO EM SUSTENTABILIDADE

A Vulcabras mantém a certificação Origem Sustentável, com Selo Diamante na unidade de Horizonte (CE), nível máximo do programa. A certificação é concedida às empresas que atendem a mais de 80% dos indicadores avaliados nas dimensões econômica, ambiental, social, cultural e de gestão da sustentabilidade.



GESTÃO DE MARCAS

No terceiro trimestre de 2026, a Vulcabras avançou em sua estratégia de gestão de marcas, com iniciativas voltadas à inovação, evolução dos portfólios e ampliação da presença em diferentes segmentos do mercado esportivo. Ao longo do período, Olympikus, Mizuno e Under Armour desenvolveram ações alinhadas aos seus posicionamentos e às necessidades de diferentes perfis de consumidores.

A Olympikus deu continuidade à evolução da Família Corre, ampliou sua oferta de vestuário e promoveu experiências de relacionamento com a comunidade corredora. A Mizuno avançou em sua atuação multiesportiva, com lançamentos no running, evolução da parceria com o Botafogo, conquistas no voleibol e iniciativas no segmento de sportstyle. Já a Under Armour ampliou seu portfólio de training e running, além de expandir sua presença no varejo físico com um novo conceito de experiência de compra.

Com posicionamentos distintos e portfólios complementares, as três marcas contribuem para a estratégia da Vulcabras de atender diferentes modalidades esportivas e perfis de consumidores, combinando inovação, desenvolvimento de produtos e gestão de canais.







OLYMPIKUS

INOVAÇÃO E FORTALECIMENTO DA COMUNIDADE DE CORRIDA

No terceiro trimestre de 2026, a Olympikus seguiu o seu relacionamento com a comunidade da corrida, apresentando novos lançamentos da Família Corre, ampliação do portfólio e iniciativas de relacionamento com a comunidade corredora.

Entre os destaques, a marca lançou o Corre Max 2, nova geração de seu modelo voltado ao máximo conforto e amortecimento. A Família Corre também ganhou novas opções de cores para os modelos Corre 5, Corre Vento 3, Corre Trilha 3 e Corre Turbo, ampliando a oferta para diferentes perfis de corredores.

A Olympikus também apresentou uma nova coleção de roupas e acessórios de corrida, desenvolvida em colaboração com corredores, atletas, designers e profissionais da moda. A linha combina tecnologia, funcionalidade e estilo, ampliando a presença da marca em diferentes momentos da prática esportiva.

No relacionamento com a comunidade, a marca realizou mais uma edição do Bota Pra Correr (BPC), na Chapada dos Guimarães (MT). O festival reuniu mais de 1,3 mil inscritos em percursos de asfalto e trilha, reforçando a conexão da Olympikus com os corredores e sua presença em diferentes regiões do Brasil.

Com foco em inovação, diversificação do portfólio e experiências voltadas aos corredores, a Olympikus segue fortalecendo seu posicionamento no mercado brasileiro de corrida.



LANÇAMENTO
CORRE MAX 2



BOTA PRA CORRER
CHAPADA DOS GUIMARÃES (MT)



NOVA COLEÇÃO
ROUPAS E ACESSÓRIOS

MIZUNO

INOVAÇÃO E FORTALECIMENTO DA ATUAÇÃO MULTIESPORTIVA

No terceiro trimestre de 2026, a Mizuno avançou em sua estratégia de fortalecimento como marca multiesportiva no Brasil, com lançamentos relevantes no running, evolução da parceria com o Botafogo, conquistas no voleibol e iniciativas que ampliaram sua conexão com a cultura urbana.

No running, a marca lançou o Wave Rider 30, celebrando três décadas de uma de suas franquias mais tradicionais, e apresentou o Hyperwarp 96, novo modelo de alta performance com aproximadamente 96 gramas, desenvolvido com tecnologias voltadas à leveza e à eficiência na corrida. A Mizuno também esteve presente em importantes provas do calendário, como as maratonas de Florianópolis e Berlim.

No futebol, a parceria com o Botafogo ganhou novos desdobramentos com o lançamento de dois uniformes oficiais, fortalecendo a conexão da marca com a história do clube e sua torcida. No voleibol, os quatro atletas patrocinados pela Mizuno conquistaram o Campeonato Sul-Americano com a Seleção Brasileira, reforçando a presença da marca no alto rendimento.

Em sportstyle, a Mizuno lançou, em parceria com o Podpah, o documentário Relíquia – A Profecia Vem das Ruas, que resgata a trajetória do Wave Prophecy 1 e sua relevância para a cultura urbana brasileira.

Com uma estratégia que conecta inovação, performance e cultura, a Mizuno segue ampliando sua presença no mercado brasileiro e fortalecendo seu posicionamento nos territórios de running, futebol, voleibol e sportstyle.



LANÇAMENTO
HYPERWARP 96



MARATONA INTERNACIONAL
DE FLORIANÓPOLIS



BOTAFOGO
NOVOS UNIFORMES OFICIAIS

UNDER ARMOUR

FORTALECIMENTO DE TREINO E ALTA PERFORMANCE

No terceiro trimestre de 2026, a Under Armour avançou em sua estratégia de posicionamento como marca de alta performance, fortalecendo sua atuação no training e no running. O período foi marcado por lançamentos de produtos e experiências que reforçam a presença da marca em diferentes modalidades.

Entre os destaques, a marca lançou o UA TriBase Reps 3, terceira geração de seu calçado desenvolvido para treinos de força e academia, combinando estabilidade, conforto e tecnologias voltadas à performance. No running, a Under Armour ampliou as opções de cores dos modelos Nonstop, desenvolvido para o corredor brasileiro, e Velociti Elite 3, voltado às competições de alta performance, reforçando a complementaridade de seu portfólio.

No varejo físico, a Under Armour ampliou sua presença com a inauguração da Brand House no Shopping Villa-Lobos, em São Paulo. Alinhado ao conceito Sport House da marca, o espaço reúne vestuário, calçados e acessórios para diferentes modalidades esportivas, proporcionando aos consumidores uma experiência de compra que valoriza a diversidade do portfólio e permite conhecer de perto os produtos, materiais e tecnologias da Under Armour.

A marca também expandiu sua presença no varejo físico com o lançamento do Gear Lab, desenvolvido em parceria com a Centauro. O novo conceito estreou em lojas selecionadas, reunindo uma curadoria de calçados, vestuário e acessórios em espaços exclusivos que valorizam a experimentação de produtos e a experiência de compra. A iniciativa reforça a estratégia de canais da marca e amplia a conexão com os consumidores por meio de experiências e ativações esportivas.

Com uma estratégia que integra inovação, produtos e experiências, a Under Armour segue fortalecendo sua presença no mercado brasileiro e consolidando seu posicionamento como uma marca de alta performance que acompanha os atletas em diferentes práticas esportivas.



LANÇAMENTO
UA TRIBASE REPS 3



NOVAS CORES
NONSTOP E VELOCITI ELITE 3



GEAR LAB
EM PARCERIA COM A CENTAURO

ANEXOS

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)

R$ milhares

ATIVO	30/09/2026	31/12/2025
Caixa e equivalentes de caixa	330.090	203.970
Contas a receber de clientes	1.063.876	1.078.083
Estoques	1.048.044	834.911
Impostos a recuperar	109.694	173.243
Imposto de renda e contribuição social	47.771	40.632
Dividendos e lucros a receber	4.000	0
Outras contas a receber	47.639	48.038
ATIVO CIRCULANTE	**2.651.114**	**2.378.877**
Aplicações financeiras	2.104	2.877
Contas a receber de clientes	0	2.879
Impostos a recuperar	161.130	156.824
Impostos de renda e contribuição social diferidos	389.880	374.549
Depósitos judiciais	8.580	9.102
Bens destinados à venda	194	194
Outras contas a receber	1.650	1.439
REALIZAVEL A LONGO PRAZO	**563.538**	**547.864**
Investimentos	71.263	72.073
Direito de uso	24.531	33.227
Imobilizado	640.994	629.916
Intangível	209.171	217.039
	945.959	952.255
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	**1.509.497**	**1.500.119**
ATIVO	**4.160.611**	**3.878.996**

PASSIVO	30/09/2026	31/12/2025
Fornecedores	137.463	90.359
Financiamentos e empréstimos	238.957	300.568
Debêntures	139.515	31.358
Passivo de arrendamento	6.484	9.769
Impostos a recolher	93.685	72.157
Salários e férias a pagar	154.022	87.765
Provisões	2.957	3.192
Comissões a pagar	30.773	38.886
Dividendos e lucros a pagar	107	835
Outras Contas a pagar	92.385	93.243
PASSIVO CIRCULANTE	**896.348**	**728.132**
Financiamentos e empréstimos	20.298	146.458
Debentures	373.327	497.885
Passivo de arrendamento	21.726	28.661
Provisões	46.911	47.741
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.854	1.913
Outras contas a pagar	207	861
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	**464.323**	**723.519**
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	1.579.460	1.575.196
Reservas de capital	640.385	640.224
Reservas de reavaliação	3.598	3.713
Ajustes de avaliação patrimonial	27.309	27.812
Reserva de lucros	180.060	180.060
Lucros e Prejuízos acumulados	368.771	0
Patrimônio líquido atribuível aos controladores	2.799.583	2.427.005
Participações de não controladores	357	340
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	**2.799.940**	**2.427.345**
TOTAL DO PASSIVO	**1.360.671**	**1.451.651**
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	**4.160.611**	**3.878.996**

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

ANEXOS

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	3T26	3T25	VAR (%)	9M26	9M25	VAR (%)
R$ milhares						
Receita líquida de vendas	977.588	955.676	2,3%	2.748.810	2.551.681	7,7%
Custo das vendas e revendas	-591.315	-559.844	5,6%	-1.646.731	-1.508.543	9,2%
Lucro bruto	386.273	395.832	-2,4%	1.102.079	1.043.138	5,7%
Margem Bruta	39,5%	41,4%	-1,9 p.p.	40,1%	40,9%	-0,8 p.p.
Despesas com vendas	-166.667	-168.128	-0,9%	-491.424	-459.124	7,0%
Reversão (provisão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-2.352	-351	570,1%	-6.116	-84	7181,0%
Despesas administrativas	-55.827	-52.788	5,8%	-155.204	-156.880	-1,1%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	10.398	16.094	-35,4%	12.100	136.810	-91,2%
Resultado da equivalência patrimonial	1.417	1.868	-24,1%	3.470	2.215	56,7%
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	173.242	192.527	-10,0%	464.905	566.075	-17,9%
Receitas financeiras	18.269	40.794	-55,2%	59.499	216.074	-72,5%
Despesas financeiras	-38.513	-40.976	-6,0%	-130.380	-94.600	37,8%
Resultado financeiro líquido	-20.244	-182	11.023,1%	-70.881	121.474	-158,4%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	152.998	192.345	-20,5%	394.024	687.549	-42,7%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-8.621	354.827	-102,4%	-25.793	318.965	-108,1%
Lucro Líquido do período	144.377	547.172	-73,6%	368.231	1.006.514	-63,4%
Margem Líquida	14,8%	57,3%	-42,5 p.p.	13,4%	39,4%	-26,0 p.p.
Resultado atribuível aos:						
Acionistas controladores	144.355	547.170		368.210	1.006.527	
Acionistas não controladores	22	2		21	-13	
Lucro Líquido do período	144.377	547.172		368.231	1.006.514	
Resultado por ação						
Resultado por ação ordinária - básico	0,4602	2,0159		1,1738	3,7083	
Resultado por ação ordinária - diluído	0,4535	2,0105		1,1568	3,6983	
Quantidade de ações ao final do exercício						
Ações ordinárias em circulação	313.690.064	271.423.947		313.690.064	271.423.947	
Ações ordinárias em circulação com efeito diluidor	318.310.359	272.158.366		318.310.359	272.158.366	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

ANEXOS

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	9M26	9M25
R$ Milhares - Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	368.231	1.006.514
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	102.440	97.223
Provisão (reversão) para perdas por valor recuperável dos estoques	26.758	5.533
Juros s/ arrendamentos provisionados	6.778	7.749
Juros sobre debêntures provisionados	53.880	12.732
Amortização custos de transação sobre debêntures	443	148
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	10.599	2.740
Rendimentos de aplicações financeiras	-314	-334
Provisões para contingências	11.106	11.896
Resultado da equivalência patrimonial	-3.470	-2.215
Transação com pagamento baseado em ações	161	3.441
Provisão (reversão) para perdas esperadas para crédito de liquidações duvidosas	6.116	84
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	40.833	35.029
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	25.793	-318.965
Participação de não controladores	-21	13
Ganho ou perda na rescisão de arrendamento	-1.031	0
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-6.718	-280.999
Lucro líquido do período ajustado	641.584	580.589
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	9.095	-34.545
Estoques	-239.891	-250.686
Impostos a recuperar	58.822	42.992
Outras contas a receber	188	262
Depósitos judiciais	-4.940	13.145
Fornecedores	47.258	58.213
Comissões a pagar	-8.113	-600
Impostos e contribuições sociais a recolher	17.591	-3.100
Salários e férias a pagar	66.257	66.953
Outras contas a pagar	-1.495	17.430
Provisões	-6.709	-23.332
Variações nos ativos e passivos	-61.937	-113.268
Caixa proveniente das (utilizadas nas) atividades operacionais	579.647	467.321
Juros pagos	-119.891	-16.332
Pagamento de Juros de arrendamento	-3.599	-3.846
Impostos pagos sobre o lucro	-35.724	-29.275
	-159.214	-49.453
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	420.433	417.868
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos		
Aquisições de imobilizado	-106.193	-169.739
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	1.087	4.026
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	591	624

ANEXOS

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	9M26	9M25
Aquisições de intangível	-2.164	-6.735
Recebimento de dividendos	556	1.128
Aumento/Redução de participação em investida	453	0
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimentos	-105.670	-170.696
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	97.500	235.648
Debêntures tomadas - Principal	0	500.000
Custo de transação sobre Debêntures	0	-3.001
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-278.275	-96.752
Aquisição de ações em tesouraria	0	-11.537
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	0	-605.253
Aumento de capital	4.264	4.409
Pagamento de passivo de arrendamento	-11.817	-11.440
Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado) nas Atividades de Financiamento	-188.328	12.074
Aumento (redução) de Caixa e equivalente de Caixa	126.435	259.246
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	203.970	307.660
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	-315	326
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	330.090	567.232
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	126.435	259.246

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

INSTITUCIONAL

A Vulcabras atua há 74 anos no setor calçadista brasileiro e nesse período consolidou-se como a maior indústria do setor de calçados esportivos do País tornando-se gestora de marcas líderes em seus respectivos segmentos: Olympikus, campeã nacional em venda de tênis e a marca que está democratizando a alta performance na Corrida, Under Armour, uma das maiores marcas de confecções, calçados e acessórios esportivos do mundo, e Mizuno, a marca de performance que acredita no valor do esporte e suporta a jornada de todos que dão o melhor de si independente de quem são, nível e tipo de esporte.

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

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

Os produtos são confeccionados em duas modernas fábricas localizadas na região Nordeste, em Horizonte/CE e Itapetinga/BA. O centro administrativo da Companhia, por sua vez, está localizado em Jundiaí - SP, além de um Centro de Distribuição Logístico destinado ao Canal de E-commerce localizado em Extrema – MG. Há, ainda, uma filial com centro de distribuição no Peru. Estas seis unidades empregam, diretamente, mais de 22,9 mil colaboradores.

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



AUDITORIA INDEPENDENTE

AUDITORES INDEPENDENTES

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

Para os serviços referentes à revisão do 3T26 foram desembolsados honorários de aproximadamente R$ 241,6 mil.

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA

De acordo com o artigo 25, parágrafo 1º, item 5 da Instrução CVM nº 480/09, o Conselho de Administração, em reunião realizada em 10/11/2026 declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis da Vulcabras S.A. do 3º trimestre de 2026 e com o relatório de revisão dos auditores independentes sobre as informações financeiras trimestrais individuais e consolidadas.



ADMINISTRAÇÃO

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

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

COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA

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




VULCABRAS

3Q26

EARNINGS RELEASE



VULCABRAS

Jundiaí, November 10, 2026 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) announces today its results for the third quarter of 2026 (3Q26). Vulcabras S.A.'s (the "Company") operating and financial information is presented on a consolidated basis and in millions of Brazilian reais, prepared in accordance with accounting practices adopted in Brazil and International Financial Reporting Standards. The data in this report refer to the performance of the third quarter of 2026 compared with the same period of 2025, unless otherwise stated.

HIGHLIGHTS

GROSS VOLUME

8.8 million pairs/pieces

in 3Q26, down 2.0% from 3Q25. In 9M26, volume totaled 25.2 million pairs/pieces, up 2.5% year over year.

NET REVENUE

R$ 977.6 million

in 3Q26, up 2.3% from 3Q25. In the year to date, it reached R$ 2,748.8 million, up 7.7% from 9M25.

GROSS PROFIT

R$ 386.3 million

in 3Q26, down 2.4% from 3Q25. In 9M26, it totaled R$ 1,102.1 million, up 5.6% year over year.

GROSS MARGIN

39.5%

in 3Q26, 1.9 percentage points below 3Q25. In 9M26, it was 40.1%, down 0.8 percentage points year over year.

RECURRING NET INCOME

R$ 139.9 million

Recurring Net Margin of 14.3%

in 3Q26, recurring net income was down 14.3% and recurring net margin declined 2.8 percentage points from 3Q25. In 9M26, recurring net income totaled R$ 369.7 million, with a 13.4% margin, down 10.7% and 2.8 percentage points, respectively.

RECURRING EBITDA

R$ 203.2 million

Recurring EBITDA Margin of 20.8%

in 3Q26, recurring EBITDA was down 3.7% and recurring EBITDA margin declined 1.3 percentage points from 3Q25. In 9M26, recurring EBITDA reached R$ 568.9 million, up 4.9%, with a 20.7% margin, 0.6 percentage points below 9M25.

VULC3 QUOTE (09/30/2026)	MARKET VALUE	NUMBER OF COMMON SHARES	INVESTOR RELATIONS
R$ 13.82	R$ 4.4 billion	317,982,170	Wagner Dantas da Silva CFO and IRO

VULCABRAS IR WEBSITE
http://vulcabrasri.com

IR EMAIL
dri@vulcabras.com

IR TELEPHONE
+55 (11) 4532-1068

EARNINGS CONFERENCE CALL
11/11/2026 at 10:00 a.m. (Brasília time)
Access in Portuguese

MESSAGE FROM THE MANAGEMENT

Vulcabras (VULC3) ended the third quarter of 2026 (3Q26) demonstrating the resilience of its business model in a more challenging consumer environment, marked by declining retail demand and intense promotional activity.

During the period, net revenue reached R$ 977.6 million, up 2.3% from the third quarter of 2025 (3Q25), marking the Company's 25th consecutive quarter of growth. Gross volume sold totaled 8.8 million pairs and pieces. Recurring EBITDA amounted to R$ 203.2 million, with a margin of 20.8%, remaining at the same level as the margin recorded in the first half of the year.

These results reflect Vulcabras' ability to balance performance and profitability, supported by the efficiency of its production structure and the disciplined management of its operations.

This operating discipline was also reflected in the improvement of the Company's financial position. At the end of the nine months of 2026, net debt had declined to R$ 439.9 million, compared with R$ 769.4 million as of December 31, 2025, a reduction of 42.8%. This reinforces the Company's commitment to efficient resource management and to maintaining a solid and balanced capital structure.

Throughout the quarter, Olympikus, Mizuno and Under Armour continued their initiatives to strengthen their brands and deepen connections with different consumer profiles. Olympikus reinforced its presence in the running community with another edition of Bota Pra Correr, held in Chapada dos Guimarães, Mato Grosso, while Mizuno expanded its presence in the sportstyle segment, highlighted by the documentary Relíquia – A Profecia Vem das Ruas, which explores the relationship between the Mizuno Wave Prophecy and urban culture.

Under Armour, in turn, advanced its development strategy in Brazil with the opening of its Brand House in the country, held in early October at Shopping Villa-Lobos in São Paulo. These initiatives reflect the complementary positioning of the three brands and Vulcabras' strategy to strengthen its relevance in the sports market by combining performance, innovation and consumer engagement.

In the e-commerce channel, the promotional environment, particularly across marketplaces, called for a disciplined and selective approach. In this context, the Company maintained its strategy of enhancing brand value and preserving margins, prioritizing sales quality over more aggressive promotional actions aimed at driving sales at any cost. Although this decision resulted in a 16.9% decline in channel revenue, it was important in preserving the Company's consolidated results.

The combination of strong brands, innovation capabilities, verticalized production and disciplined execution remains an important competitive advantage for Vulcabras. This structure gives the Company the agility and adaptability to adjust its operations and strategy to changing market demands while maintaining business efficiency and competitiveness.

We remain attentive to changes in the economic environment and consumer behavior, making decisions responsibly and with a long-term perspective. Our commitment is to preserve the Company's financial health, continuously improve operational efficiency, and maintain our ability to offer the best solutions to our customers and consumers, strengthening our brands and Vulcabras' leading position in the Brazilian sports market.

CONSOLIDATED PERFORMANCE

R$ million	3Q26	3Q25	Var. % 3Q26/ 3Q25	9M26	9M25	Var.% 9M26/ 9M25
Volume (million pairs/pieces)	8.8	9.0	-2.0%	25.2	24.6	2.5%
Gross Operating Revenue	1,142.2	1,114.3	2.5%	3,232.3	2,984.0	8.3%
Net Revenue	977.6	955.7	2.3%	2,748.8	2,551.7	7.7%
Domestic Market	950.8	920.0	3.3%	2,681.9	2,452.5	9.4%
Foreign Market	26.8	35.7	-24.9%	66.9	99.2	-32.6%
Gross Profit	386.3	395.8	-2.4%	1,102.1	1,043.1	5.6%
Gross Margin	39.5%	41.4%	-1.9 p.p.	40.1%	40.9%	-0.8 p.p.
SG&A Operation Expenses	-224.9	-221.3	1.6%	-652.7	-616.1	5.9%
Other Operating Income (Expenses)	10.4	16.1	-35.4%	12.1	136.8	-91.2%
EBITDA	207.7	226.5	-8.3%	567.4	663.3	-14.5%
EBITDA Margin	21.2%	23.7%	-2.5 p.p.	20.6%	26.0%	-5.4 p.p.
Recurring EBITDA	203.2	211.2	-3.7%	568.9	542.4	4.9%
Recurring EBITDA Margin	20.8%	22.1%	-1.3 p.p.	20.7%	21.3%	-0.6 p.p.
Net Income	144.4	547.2	-73.6%	368.2	1,006.5	-63.4%
Net Margin	14.8%	57.3%	-42.5 p.p.	13.4%	39.4%	-26.0 p.p.
Recurring Net Income	139.9	163.2	-14.3%	369.7	414.1	-10.7%
Recurring Net Margin	14.3%	17.1%	-2.8 p.p.	13.4%	16.2%	-2.8 p.p.

GROSS VOLUME

In 3Q26, the Company operated in a challenging consumer environment for the retail sector, marked by a sharp decline in sales across all channels.

The slowdown in retail consumption was observed throughout every month of 3Q26. Not even Father's Day, a commemorative date that traditionally helps boost footwear sales, was able to drive a recovery in sales during the period.

In 3Q26, 8.8 million pairs and pieces were sold, a 2.0% decrease compared with the 9.0 million recorded in 3Q25. The decline was spread across the Athletic Footwear and Other Footwear and Others categories and was partially offset by growth in Apparel and Accessories.

The Athletic Footwear category totaled 5.8 million pairs in 3Q26, a 2.7% decrease compared with the 5.9 million pairs recorded in the same period of the previous year. It should be noted, however, that the comparison base against 3Q25 is more challenging, since the growth recorded in the previous year was a robust 8.5%.

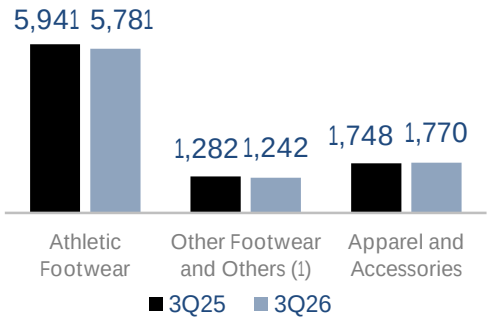
The Other Footwear and Others category recorded a volume of 1.2 million pairs in 3Q26, down 3.1% compared with 3Q25. This performance was influenced by lower sales of professional-use boots, partially offset by growth in the volume of sports flip-flops sold during the period.

The Apparel and Accessories category, in turn, recorded 1.3% growth in sales volume, totaling 1.8 million pieces in 3Q26, compared with 1.7 million pieces in the same period of the previous year

In the nine months of 2026, volume reached 25.2 million pairs/pieces, up 2.5% from 9M25

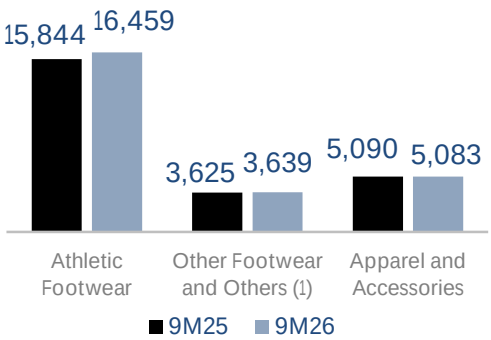
GROSS VOLUME OF PAIRS AND PIECES/THOUSANDS – 3Q26 vs. 3Q25

Pairs and Pieces (thousand)	3Q26	Share	3Q25	Share	Var.% 3Q26/ 3Q25
Athletic Footwear	5,781	65.7%	5,941	66.2%	-2.7%
Other Footwear and Others (1)	1,242	14.1%	1,282	14.3%	-3.1%
Apparel and Accessories	1,770	20.2%	1,748	19.5%	1.3%
Total	8,793	100.0%	8,971	100.0%	-2.0%



GROSS VOLUME OF PAIRS AND PIECES/THOUSANDS – 9M26 vs. 9M25

Pairs and Pieces (thousand)	9M26	Share %	9M25	Share %	Var.% 9M26/ 9M25
Athletic Footwear	16,459	65.4%	15,844	64.5%	3.9%
Other Footwear and Others (1)	3,639	14.4%	3,625	14.8%	0.4%
Apparel and Accessories	5,083	20.2%	5,090	20.7%	-0.1%
Total	25,181	100.0%	24,559	100.0%	2.5%



(1) Flip-Flops, boots, women's footwear and footwear components.

NET OPERATING REVENUE
CATEGORIES

The Company's net revenue continued to grow in 3Q26, despite a challenging environment and a slowdown in retail consumption.

Despite this scenario, the Company consistently executed its commercial strategy and strengthened its brand portfolios, offering options that met consumers' different needs at a time of increased pressure on household budgets.

In 3Q26, Net Revenue totaled R$ 977.6 million, up 2.3% from the R$ 955.7 million recorded in 3Q25. Revenue growth despite lower sales volume demonstrated the Company's ability to capture greater value from its sales, reinforcing the strength of its brands, the consistency of its commercial strategy and the resilience of its business model.

PERFORMANCE BY CATEGORY

The Athletic Footwear category recorded 2.5% revenue growth from 3Q25, driven by the strength of the brands and a stronger product mix. Olympikus maintained positive performance both in performance running and in the other categories in its portfolio. Mizuno and Under Armour adopted more dynamic commercial initiatives to address the challenging economic environment, helping sustain their respective positioning.

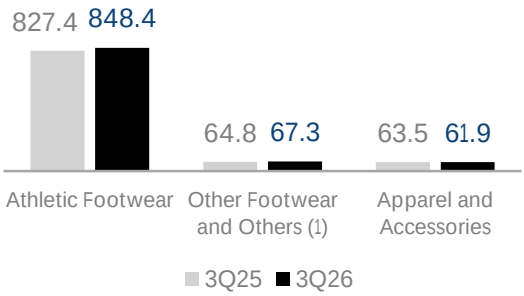
The Other Footwear and Others category recorded 3.9% revenue growth from 3Q25, reflecting strong performance in athletic flip-flops, which offset the negative impact of lower revenue from professional-use boots.

The Apparel and Accessories category, in turn, recorded a 2.5% revenue decline in 3Q26 despite an increase in sales volume. This result was due to a change in the mix across brands and categories.

In 9M26, Net Revenue amounted to R$ 2,748.8 million, 7.7% higher than in 9M25, when it totaled R$ 2,551.7 million.

NET REVENUE BY CATEGORY – 3Q26 vs. 3Q25

R$ million	3Q26	Share %	3Q25	Share %	Var.% 3Q26/ 3Q25
Athletic Footwear	848.4	86.8%	827.4	86.6%	2.5%
Other Footwear and Others (1)	67.3	6.9%	64.8	6.8%	3.9%
Apparel and Accessories	61.9	6.3%	63.5	6.6%	-2.5%
Total Net Revenue	977.6	100.0%	955.7	100.0%	2.3%



NET REVENUE BY CATEGORY – 9M26 vs. 9M25

R$ million	9M26	Share %	9M25	Share %	Var.% 9M26/ 9M25
Athletic Footwear	2,361.4	85.9%	2,175.5	85.3%	8.5%
Other Footwear and Others (1)	192.1	7.0%	176.1	6.9%	9.1%
Apparel and Accessories	195.3	7.1%	200.1	7.8%	-2.4%
Total Net Revenue	2,748.8	100.0%	2,551.7	100.0%	7.7%



(1) Flip-Flops, boots, women's footwear and footwear components.

NET OPERATING REVENUE
MARKETS

DOMESTIC MARKET

Net Operating Revenue in the domestic market reached R$ 950.8 million in 3Q26, up 3.3% from 3Q25.

Domestic market performance in 3Q26 reflected the strength of the Company's brands and the consistent execution of its commercial strategy, despite the challenging economic environment throughout the quarter. Growth in the Athletic Footwear and Flip-Flops categories was the main driver of sales growth during the period and demonstrated Vulcabras' ability to capture opportunities even amid intense competition and weak consumption.

In the nine months of 2026, Net Revenue in the Domestic Market reached R$ 2,681.9 million, up 9.4% from 9M25.

FOREIGN MARKET

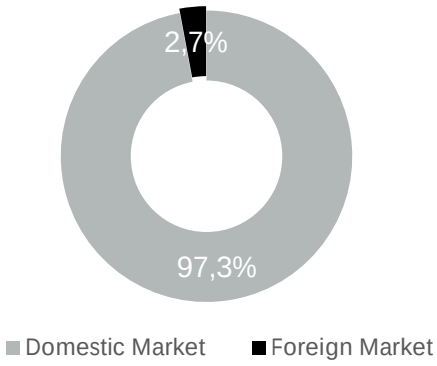
In the Foreign market, Net Revenue totaled R$ 26.8 million in 3Q26, down 24.9% from 3Q25. The decline reflected lower demand in the Company's markets, particularly in Latin America and especially Argentina. These markets continued to face a challenging macroeconomic environment and a slowdown in consumption.

In the nine months of 2026, Net Revenue in the Foreign Market totaled R$ 66.9 million, down 32.6% from 9M25.

NET REVENUE BY MARKET – 3Q26 vs. 3Q25

R$ million	3Q26	Share %	3Q25	Share %	Var % 3Q26/ 3Q25
Domestic Market	950.8	97.3%	920.0	96.3%	3.3%
Foreign Market	26.8	2.7%	35.7	3.7%	-24.9%
Total Net Revenue	977.6	100.0%	955.7	100.0%	2.3%

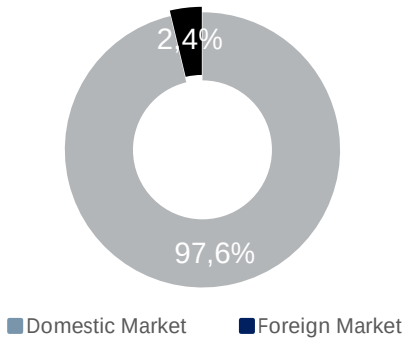
MARKET SHARE – 3Q26



NET REVENUE BY MARKET – 9M26 vs. 9M25

R$ million	9M26	Share %	9M25	Share %	Var.% 9M26/ 9M25
Domestic Market	2,681.9	97.6%	2,452.5	96.1%	9.4%
Foreign Market	66.9	2.4%	99.2	3.9%	-32.6%
Total Net Revenue	2,748.8	100.0%	2,551.7	100.0%	7.7%

MARKET SHARE – 9M26



E-COMMERCE

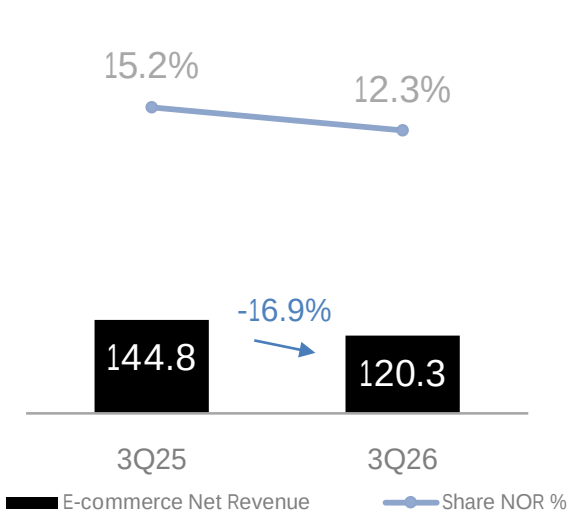
During the quarter, the channel recorded net revenue of R$ 120.3 million in 3Q26, a 16.9% decline compared with 3Q25, representing 12.3% of consolidated net revenue. This performance occurred in an environment of increased promotional intensity in digital retail, combined with a high comparison base, as the channel had recorded 25.4% growth in 3Q25 compared with 3Q24.

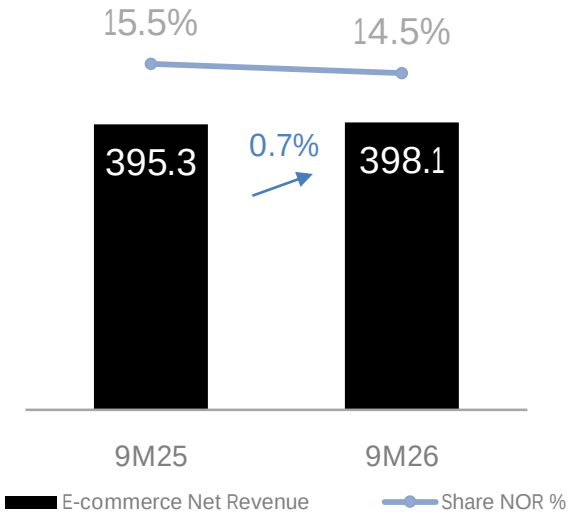
With the slowdown in retail consumption, the promotional environment intensified, especially in marketplaces, requiring disciplined and careful action. In this context, the Company maintained its strategy of enhancing its brands and preserving margins, prioritizing sales quality over more aggressive promotional actions aimed at driving sales at any cost. Although this decision resulted in a decline in the channel's revenue, it was important to preserve the Company's consolidated results.

In the nine months of 2026, e-commerce net revenue reached R$ 398.1 million, a 0.7% increase compared with 9M25. The channel remains a strategic area for the Company, helping expand the reach of its brands and strengthen its direct relationship with consumers.

NET REVENUE AND SHARE OF NET OPERATING REVENUE

R$ million	3Q26	3Q25	Var.% 3Q26/3Q25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
E-commerce Net Revenue	120.3	144.8	-16.9%	398.1	395.3	0.7%
Share of Net Operating Revenue (NOR) %	12.3%	15.2%	-2.9 p.p.	14.5%	15.5%	-1.0 p.p.





COST OF GOODS SOLD (COGS)

Throughout the third quarter of 2026, the Company continued to face significant pressure on its cost structure.

The escalation of conflicts in the Middle East, between Iran and the United States, drove up the prices of petroleum derivatives and, consequently, the costs of raw materials and production inputs directly linked to this supply chain.

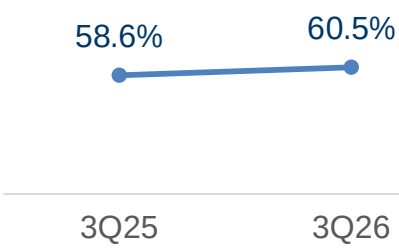
Operating labor costs continued to be affected by the payroll tax reimposition process and high absenteeism rates, a recurring issue despite efforts to mitigate its effects and incentive policies adopted to reduce it.

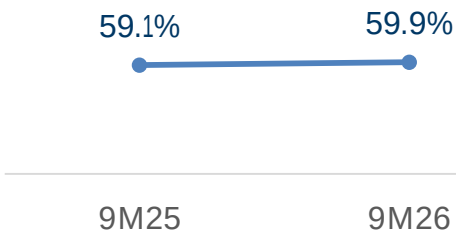
Against this challenging backdrop, and despite gains from industrial productivity initiatives and cost management discipline implemented during the quarter, cost of goods sold increased and pressured gross margin in the period. In 3Q26, COGS represented 60.5% of net sales revenue, up 1.9 percentage points from 3Q25.

The Company remained focused on initiatives to improve operating efficiency, reduce production losses and capture economies of scale, with the aim of mitigating external pressures and preserving profitability.

In the nine months of 2026, cost of sales represented 59.9% of net revenue, up 0.8 percentage points from the same period in 2025.

COST OF GOODS SOLD (% COGS/NOR)







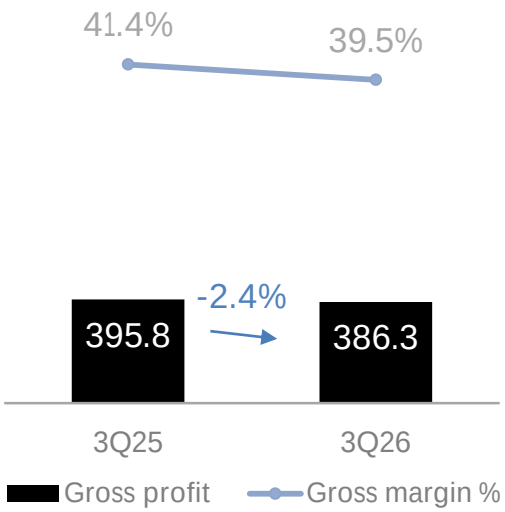
GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN

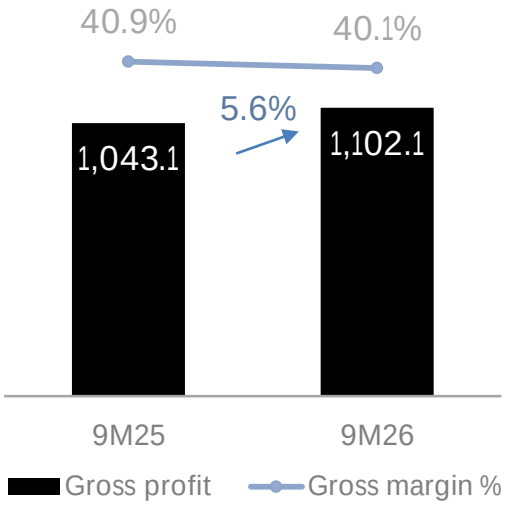
In the third quarter of 2026, the Company's gross profit totaled R$ 386.3 million, a 2.4% decline compared with the R$ 395.8 million recorded in 3Q25. Gross margin was 39.5%, down 1.9 percentage points from the 41.4% recorded in the same period of the previous year, reflecting the combined effects of changes in the sales channel mix and pressure on production costs.

The change in the sales channel mix contributed significantly to the decline in gross margin during the quarter, particularly due to the lower share of e-commerce, which has margins above the Company's Average. The channel recorded a 16.9% decline in net revenue, reducing its share of consolidated net revenue from 15.2% in 3Q25 to 12.3% in 3Q26.

In the nine months of 2026, gross profit reached R$ 1,102.1 million, a 5.6% increase compared with the R$ 1,043.1 million recorded in 9M25. Gross margin was 40.1%, down 0.8 percentage points from 40.9% in the same period of the previous year.

The Company continues to implement measures aimed at gradually increasing industrial efficiency, maintaining cost discipline, and optimizing its production processes, seeking to mitigate the impacts on profitability and preserve the competitiveness of its operations.







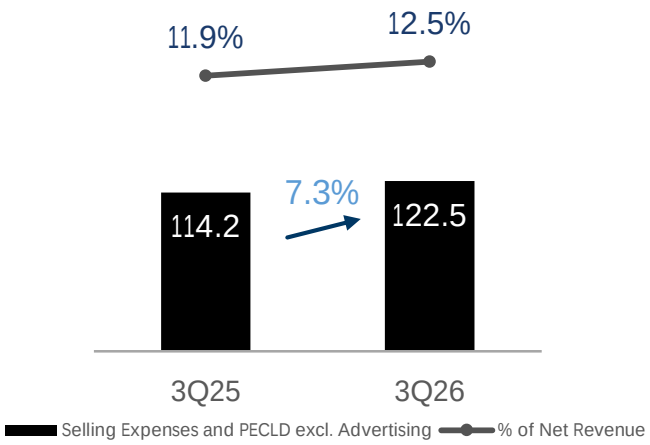
SELLING AND ALLOWANCE FOR DOUBTFUL ACCOUNT EXPENSES (EX-ADVERTISING)

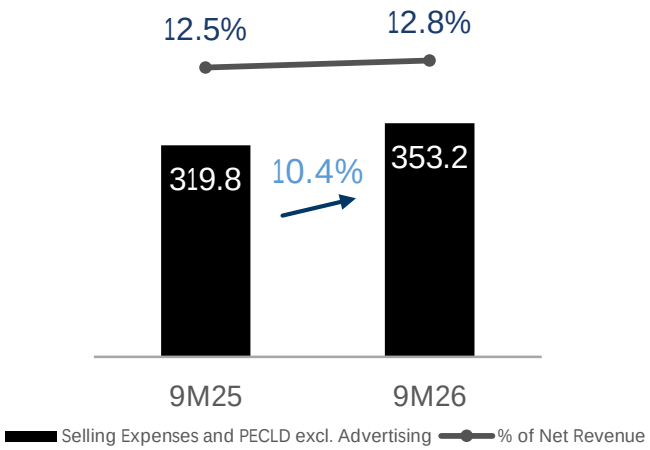
In 3Q26, expenses related to selling, advertising and the Allowance for Expected Credit Losses totaled R$ 169.0 million, up 0.4% from the same period in 2025.

Direct selling expenses and PECLD, excluding advertising investments, totaled R$ 122.5 million in 3Q26, up 7.3% from the R$ 114.2 million recorded in 3Q25. As a percentage of net revenue, these expenses represented 12.5%, an increase of 0.6 percentage points from 11.9% in the same quarter of the previous year.

The main pressures on this result stemmed from the need to increase the allowance for expected credit losses, reflecting tighter monetary conditions experienced by some customers, and higher delivery freight expenses, affected by rising fuel prices.

In 9M26, selling expenses (excluding advertising) amounted to R$ 353.2 million, up 10.4% from R$ 319.8 million in 9M25. Selling expenses as a share of net revenue reached 12.8%, an increase of 0.3 percentage points from 9M25.







ADVERTISING AND MARKETING EXPENSES

In 3Q26, investments in advertising and marketing totaled R$ 46.6 million, a 14.2% decrease compared with the R$ 54.3 million recorded in the same period of 2025. This reduction mainly reflects the higher comparison base in 3Q25, when Olympikus intensified its marketing initiatives with the 50 Races campaigns, held to celebrate the brand's 50th anniversary. With this initiative completed, investments in 3Q26 returned to levels closer to those historically practiced by the Company.

As a percentage of net revenue, advertising and marketing expenses represented 4.8%, a 0.9 percentage point decline from the 5.7% recorded in 3Q25.

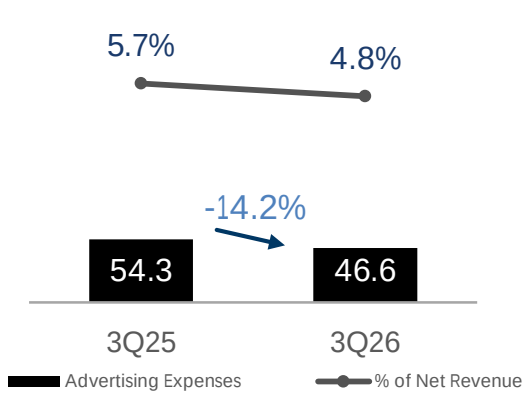
During the quarter, the Company continued its marketing initiatives focused on innovation, strengthening its brands' positioning, and expanding its connection with consumers.

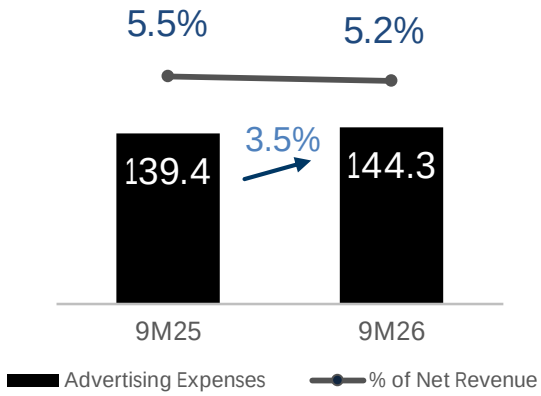
Olympikus stood out with launches from the Corre Family, including Corre Max 2 and new color options, as well as the expansion of its Apparel and accessories portfolio. The brand also held another edition of the Bota Pra Correr festival in Chapada dos Guimarães (MT), bringing together more than 1.3 thousand registrants and strengthening its presence in the running community.

Mizuno advanced its multisport strategy, highlighted by the launches of Wave Rider 30 and Hyperwarp 96 and its participation in major marathons. In the sportstyle segment, the documentary Relíquia – A Profecia Vem das Ruas stood out, exploring the relationship between the Mizuno Wave Prophecy and Urban culture.

Under Armour focused its initiatives on strengthening its high-performance positioning, with the launch of UA TriBase Reps 3 and the expansion of its running portfolio. The brand also launched the Gear Lab project, a concept developed in partnership with Centauro that provides new shopping experiences and a closer connection with consumers.

In 9M26, advertising expenses totaled R$ 144.3 million, an increase of 3.5% compared with the R$ 139.4 million recorded in 9M25. Sales expenses as a percentage of net revenue reached 5.2%, a 0.3 percentage point decrease compared with 9M25.

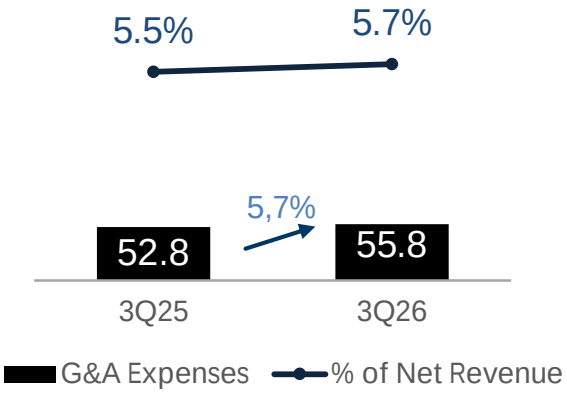


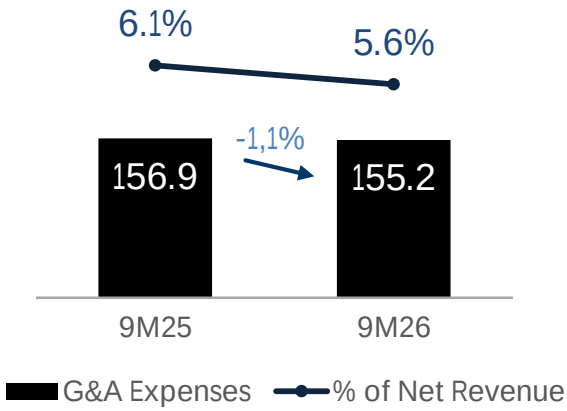


GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

In 3Q26, general and administrative expenses totaled R$ 55.8 million, a 5.7% increase compared with the same period of the previous year. As a percentage of net revenue, general and administrative expenses reached 5.7% in the quarter, up 0.2 percentage points from the share reported in 3Q25.

The main Variation were in personnel expenses, due to the pass-through of salary adjustments and higher payroll charges following the reimposition of payroll taxes, as well as maintenance of the software used on the e-commerce platforms





NON-RECURRING ITEM

R$ million	3Q26	3Q25	Var.% 3Q26/3Q25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
General and Administrative Expenses	55.8	52.8	5.7%	155.2	156.9	-1.1%
(-) Legal Fees on PIS/COFINS Lawsuits at Subsidiaries	0.0	0.0	N/A	0.0	9.3	N/A
Recurring General and Administrative Expenses	55.8	52.8	5.7%	155.2	147.6	5.1%
% of Net Revenue	5.7%	5.5%	0.2 p.p.	5.6%	5.8%	-0.1 p.p.

OTHER NET OPERATING INCOME (EXPENSES)

Other net Operating income (expenses) totaled R$ 10.4 million in 3Q26, down 35.4% from the R$ 16.1 million recorded in 3Q25.

In 3Q26, a non-recurring item was recognized in connection with the sale of discontinued fixed assets at the Peru subsidiary. This had a positive impact of R$ 4.5 million on Other Net Operating Income (Expenses) in 3Q26. In the same period of the previous year, a positive non-recurring effect of R$ 15.3 million was recognized, relating to the principal amount of PIS/COFINS Lawsuits at subsidiaries.

Excluding this non-recurring effect, recurring Other net Operating income (expenses) increased from R$ 0.8 million in 3Q25 to R$ 5.9 million in 3Q26. The main reason for this change was the lower need for Provisions for labor and tax contingencies.

In the nine months of 2026, Other net Operating income (expenses) totaled R$ 12.1 million, down 91.2% from R$ 136.8 million in the same period of 2025. This change was mainly affected by the high comparison base in the prior year, which included the recognition of R$ 130.2 million in non-recurring effects related to the principal amount of PIS/COFINS Lawsuits at subsidiaries.

Excluding non-recurring effects in Both periods, recurring Other net Operating income (expenses) totaled R$ 13.6 million in 9M26, compared with R$ 6.6 million in 9M25, an increase of 106.1%.

NON-RECURRING ITEM

R$ million	3Q26	3Q25	Var.% 3Q26/3Q25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Other Net Operating Income (Expenses)	10.4	16.1	-35.4%	12.1	136.8	-91.2%
(+) Write-off of Intangible Assets Related to E-commerce Platform Software	0.0	0.0	N/A	6.0	0.0	N/A
(-) Principal Amount of PIS/COFINS Tax Credits Recognized by Subsidiaries | PIS/COFINS on Other Revenue	0.0	-15.3	N/A	0.0	-130.2	N/A
(-) Gain on sale of discontinued assets at the Peru subsidiary	-4.5	0.0	N/A	-4.5	0.0	N/A
Total impact of non-recurring items on Net Operating Income /Expenses	-4.5	-15.3	-70.6%	1.5	-130.2	-101.2%
Recurring Other Net Operating Income (Expenses)	5.9	0.8	637.5%	13.6	6.6	106.1%



NET FINANCIAL RESULT

In 3Q26, net financial result was an expense of R$ 20.2 million, compared with an expense of R$ 0.2 million in the same period of 2025. This change was mainly driven by lower financial income during the quarter. The result also reflects the effects of the Company's new debt profile, adopted at the end of 2025, which increased financial expenses and began to place greater pressure on the financial result.

In 3Q25, positive non-recurring effects of R$ 4.9 million were recognized, resulting from the monetary adjustment of PIS/COFINS credits recorded at subsidiaries and contributing to that period's financial result. Excluding this extraordinary effect, recurring net financial result was an expense of R$ 20.2 million in 3Q26, compared with an expense of R$ 5.1 million in 3Q25.

In the nine months of 2026, net financial result was an expense of R$ 70.9 million, compared with income of R$ 121.5 million in the same period of 2025. This change mainly reflects the high comparison base in the previous year, which benefited from the recognition of R$ 127.9 million in non-recurring financial income related to the monetary adjustment of PIS/COFINS tax credits. Excluding these extraordinary effects, recurring net financial result was an expense of R$ 70.9 million in 9M26, compared with an expense of R$ 6.4 million in 9M25.

R$ million	3Q26	3Q25	Var. % 3Q26/3Q25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Capital Structure	-33.6	-30.6	9.8%	-103.4	-59.1	75.0%
Operating	-3.4	-3.1	9.7%	-9.5	-8.9	6.7%
Foreign Exchange	-1.5	-7.3	-79.5%	-17.5	-26.7	-34.5%
Financial Expenses	-38.5	-41.0	-6.1%	-130.4	-94.7	37.7%
Capital Structure	12.3	20.2	-39.1%	31.3	36.6	-14.5%
Operating	5.5	15.4	-64.3%	13.8	153.9	-91.0%
Foreign Exchange	0.5	5.2	-90.4%	14.4	25.7	-44.0%
Financial Income	18.3	40.8	-55.1%	59.5	216.2	-72.5%
Net Financial Result	-20.2	-0.2	10,000.0%	-70.9	121.5	-158.4%

NON-RECURRING ITEM

R$ million	3Q26	3Q25	Var.% 3Q26/3Q25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Net Financial Result	-20.2	-0.2	10,000.0%	-70.9	121.5	-158.4%
(-) Monetary adjustment of PIS/COFINS tax credits recognized by subsidiaries	0.0	-4.9	N/A	0.0	-127.9	N/A
Recurring Net Financial Result	-20.2	-5.1	296.1%	-70.9	-6.4	1,007.8%

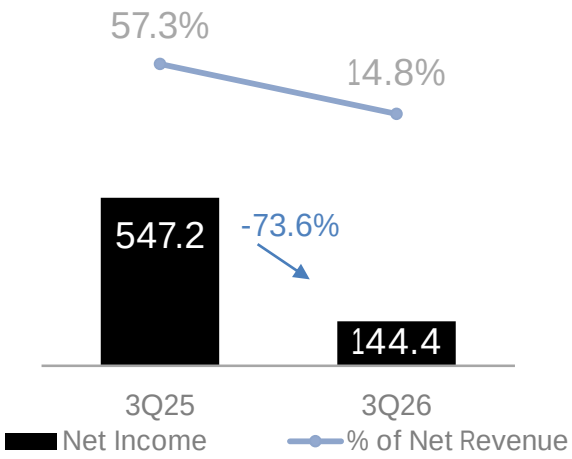
NET INCOME AND NET MARGIN

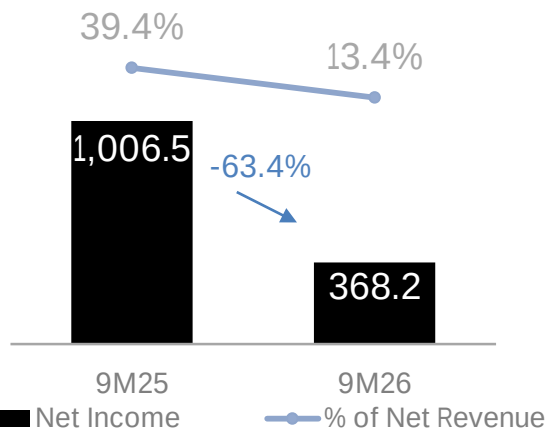
In 3Q26, the Company recorded net income of R$ 144.4 million, down 73.6% from R$ 547.2 million in 3Q25. Net margin was 14.8%, down 42.5 percentage points from 57.3% in the same period of the previous year.

This change was mainly affected by the high comparison base in 3Q25, which benefited from positive non-recurring effects of R$ 384.0 million, primarily related to the recognition of PIS/COFINS tax credits and the deferral of taxes.

Additionally, in 3Q26, a positive non-recurring effect of R$ 4.5 million was recognized in connection with the sale of discontinued fixed assets at the Peru subsidiary. Excluding extraordinary effects in both periods, recurring net income totaled R$ 139.9 million, down 14.3% from 3Q25. Recurring net margin was 14.3%, down 2.8 percentage points from 17.1% in the same period of the previous year, reflecting pressure on operating profitability and net financial result.

The decline in recurring net income and recurring net margin resulted from lower gross profit, caused by weaker sales and cost pressures, and higher financial expenses, partially offset by lower operating expenses, particularly marketing expenses. For a better understanding, we present a breakdown of the impact of non-recurring items on net income.





NON-RECURRING ITEMS

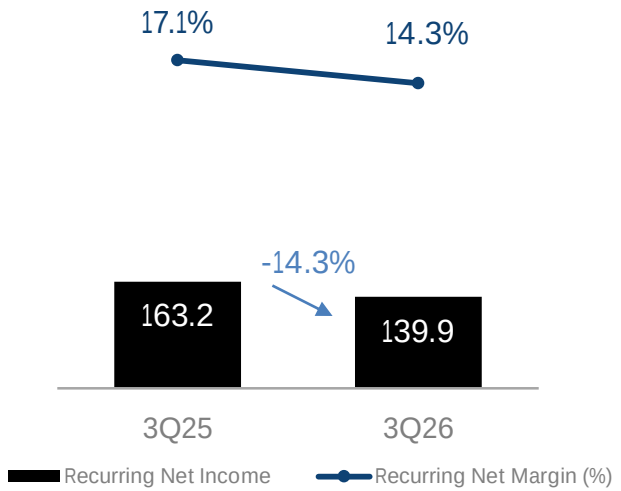
R$million	3Q26	3Q25	Var.%3Q26 / 3Q25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Net Income	144.4	547.2	-73.6%	368.2	1,006.5	-63.4%
(-) Principal Amount of PIS/COFINS tax Credits recognized by Subsidiaries | PIS/COFINS on Other Revenue	0.0	-15.3	N/A	0.0	-130.2	N/A
(-) Interest on PIS/COFINS tax credits Recognized by Subsidiaries	0.0	-4.9	N/A	0.0	-127.9	N/A
(+) Legal Fees on PIS/COFINS Lawsuits Recognized by Subsidiaries	0.0	0.0	N/A	0.0	9.3	N/A
(+) IRPJ/CSLL on PIS/COFINS tax credits Recognized by Subsidiaries	0.0	2.3	N/A	0.0	22.5	N/A
(+) Income tax (IRPJ) and social contribution (CSLL) related to Deferred taxes on tax Losses, negative social contribution bases, and temporary differences	0.0	-366.1	N/A	0.0	-366.1	N/A
(+) Write-off of intangible assets related to e-commerce platform software	0.0	0.0	N/A	6.0	0.0	N/A
(-) Gain on sale of discontinued assets at the Peru subsidiary	-4.5	0.0	N/A	-4.5	0.0	N/A
Total Impact of Non-Recurring Items on Net Income	-4.5	-384.0	-98.8%	1.5	-592.4	-100.3%
Recurring Net Income	139.9	163.2	-14.3%	369.7	414.1	-10.7%
Recurring Net Margin	14.3%	17.1%	-2.8 p.p.	13.4%	16.2%	-2.8 p.p.

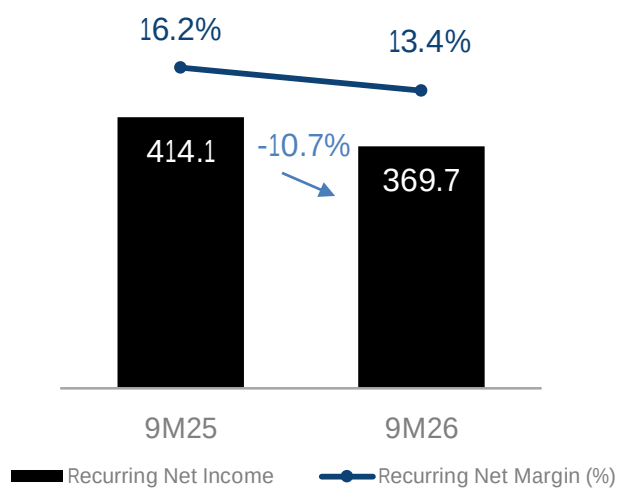
NET INCOME AND NET MARGIN

In the nine months of 2026, net income totaled R$ 368.2 million, down 63.4% from R$ 1,006.5 million in 9M25. Net margin declined from 39.4% to 13.4%, a decrease of 26.0 percentage points, mainly reflecting positive non-recurring effects of R$ 592.4 million recognized in the previous year.

Excluding extraordinary effects, recurring net income reached R$ 369.7 million, down 10.7%, with recurring net margin of 13.4%, 2.8 percentage points below 9M25.

RECURRING NET INCOME AND RECURRING NET MARGIN









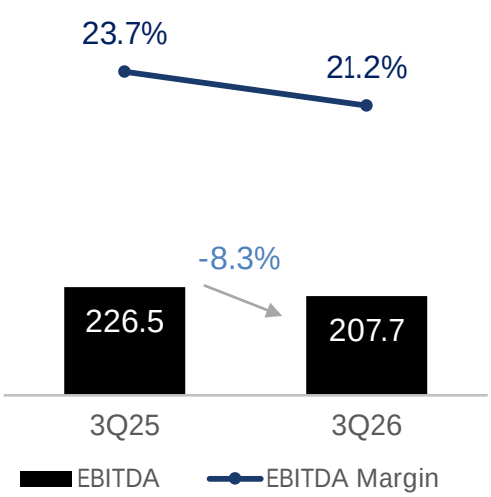


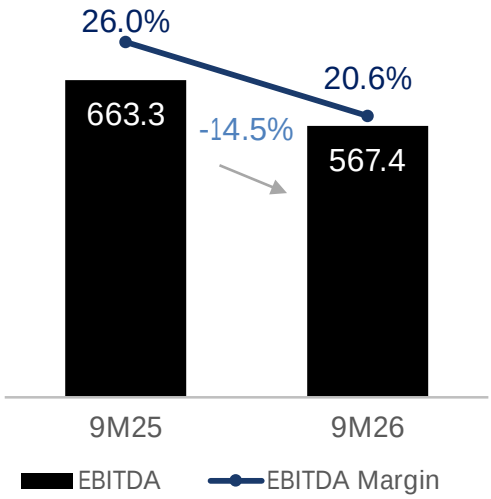
EBITDA AND EBITDA MARGIN

In 3Q26, the Company's EBITDA totaled R$ 207.7 million, down 8.3% from R$ 226.5 million in the same period of 2025. EBITDA margin was 21.2%, down 2.5 percentage points from 23.7% in 3Q25, mainly reflecting pressure on gross margin.

The decline in EBITDA and EBITDA margin resulted from lower gross profit, caused by weaker sales and cost pressures, partially offset by greater dilution of operating expenses. The comparison with 3Q25 was affected by the recognition in that period of positive non-recurring effects of R$ 15.3 million related to the recovery of PIS/COFINS tax credits at subsidiaries. In 3Q26, a positive non-recurring effect of R$ 4.5 million was recognized in connection with the sale of discontinued fixed assets at the Peru subsidiary.

Excluding these items, recurring EBITDA totaled R$ 203.2 million, down 3.7% from 3Q25, with recurring EBITDA margin of 20.8%, 1.3 percentage points below the same period of the previous year.





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

NON-RECURRING ITEMS

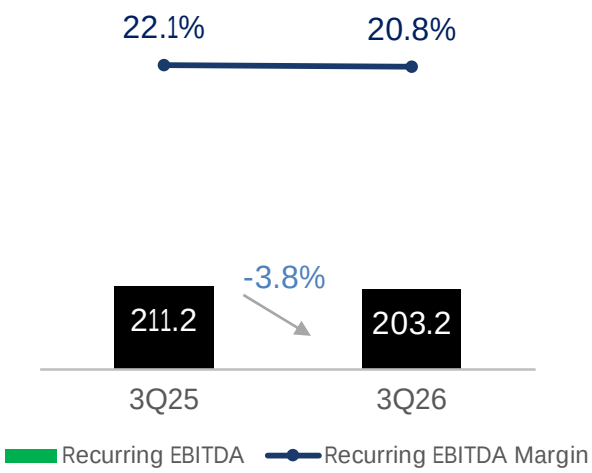
R$ million	3Q26	3Q25	Var. % 3Q26/3Q25	9M26	9M25	Var. % 9M26/9M25
Reported EBITDA	207.7	226.5	-8.3%	567.4	663.3	-14.5%
(-) Principal Amount of PIS/COFINS tax credits Recognized by Subsidiaries | PIS/COFINS on Other Revenue	0.0	-15.3	N/A	0.0	-130.2	N/A
(+) Write-off of intangible assets related to e-commerce platform software	0.0	0.0	N/A	6.0	0.0	N/A
(+) Legal Fees related to PIS/COFINS tax credits Recognized by Subsidiaries	0.0	0.0	N/A	0.0	9.3	N/A
(-) Gain on sale of assets at the Peru subsidiary	-4.5	0.0	N/A	-4.5	0.0	N/A
Total Impact of Non-Recurring Items on EBITDA	-4.5	-15.3	-70.6%	1.5	-120.9	-101.2%
Recurring EBITDA	203.2	211.2	-3.7%	568.9	542.4	4.9%
Recurring EBITDA Margin	20.8%	22.1%	-1.3 p.p.	20.7%	21.3%	-0.6 p.p.

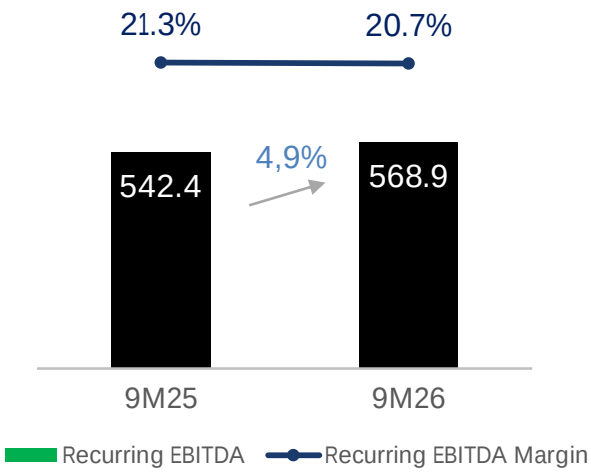
EBITDA AND EBITDA MARGIN

In the nine months of 2026, EBITDA reached R$ 567.4 million, down 14.5% from R$ 663.3 million in 9M25, a period that benefited from positive non-recurring effects of R$ 120.9 million.

Excluding extraordinary effects in both periods, recurring EBITDA reached R$ 568.9 million, up 4.9% from R$ 542.4 million in 9M25. Recurring EBITDA margin was 20.7%, down 0.6 percentage points from 21.3% in the same period of the previous year.

RECURRING EBITDA AND RECURRING EBITDA MARGIN











ROIC (RETURN ON INVESTED CAPITAL)

Annualized return on invested capital – ROIC[2] – reached 19.2% in 3Q26-LTM (last twelve months ended September 30, 2026).

ROIC	2023	2024	2025	3Q26 LTM
Net Income for the Year/Period (LTM)	494.9	569.9	1,165.3	527.1
(+) Net Financial Result (LTM)	4.8	(22.6)	(101.1)	91.3
NOPAT	499.7	547.3	1,064.2	618.4
Invested Capital				
Loans, Financial and Debentures	437.8	336.9	976.3	772.1
(-) Cash and Cash Equivalents	(361.0)	(307.7)	(204.0)	(330.1)
(-) Financial Investments	(13.4)	(6.6)	(2.9)	(2.1)
(+) Equity	1,995.3	2,110.3	2,427.3	2,799.9
Total Invested Capital	2,058.7	2,132.9	3,196.7	3,239.8
Average Invested Capital for the Period [1]	1,999.9	2,095.8	2,664.9	3,218.3
Annualized ROIC [2]	25.0%	26.1%	39.9%	19.2%

Annualized adjusted return on invested capital (adjusted ROIC[3]) reached 20.8% in 3Q26-LTM (last twelve months ended September 30, 2026).

ROIC ADJUSTED	2023	2024	2025	3Q26 LTM
Net Income for the Year/Period (LTM)	494.9	569.9	1,165.3	527.1
(+) Net Financial Result (LTM)	4.8	(22.6)	(101.1)	91.3
(-) Equity Results (LTM)	(7.9)	(6.1)	(3.8)	(5.0)
NOPAT (Adjusted)	491.8	541.2	1,060.4	613.4
Invested Capital				
Loans, Financial and Debentures	437.8	336.9	976.3	772.1
(-) Cash and Cash Equivalents	(361.0)	(307.7)	(204.0)	(330.1)
(-) Financial Investments	(13.4)	(6.6)	(2.9)	(2.1)
(-) Goodwill on Acquisition	(198.2)	(198.2)	(198.2)	(198.2)
(-) Investment in Subsidiary	(62.9)	(64.3)	(72.1)	(71.3)
(+) Equity	1,995.3	2,110.3	2,427.3	2,799.9
Total Adjusted Invested Capital	1,797.6	1,870.4	2,926.4	2,970.4
Average Invested Capital for the Period [1]	1,732.4	1,834.0	2,398.4	2,948.4
Annualized Adjusted ROIC [3]	28.4%	29.5%	44.2%	20.8%

ROIC: Return on invested capital.

(1) Average of invested capital at the end of this period and at the end of the previous year.

(2) ROIC calculation: NOPAT for the last 12 months divided by average invested capital.

(3) Adjusted ROIC is a non-accounting measure calculated by dividing Adjusted NOPAT (defined as net income (loss) plus net financial result, less equity in earnings and the result of discontinued operations) by average invested capital for the period. Adjusted Invested Capital is defined as the sum of equity (shareholders' equity) and Net Debt (as defined below), less goodwill recorded in intangible assets and investments in non-controlled companies.

CAPEX

Investments in property, plant and equipment and intangible assets totaled R$ 27.1 million in 3Q26, down 57.5% from the same period of 2025. This reflected a change in the Company's investment cycle: following a 2025 year focused on expanding production capacity, with high CAPEX, 2026 year has been characterized by the consolidation of operations and a more moderate pace of investment.

In this context, quarterly investments were allocated to specific initiatives, mainly the completion and supplementation of projects already underway.

ADDITIONS TO PROPERTY, PLANT AND EQUIPMENT AND INTANGIBLE ASSETS

R$million	3Q26	3Q25	Var.% 3Q26/3Q25	9M26	9M25	Var.% 9M26/9M25
Molds	7.6	8.8	-13.6%	32.2	31.0	3.9%
Machinery and Equipment	10.4	22.7	-54.2%	32.0	92.2	-65.3%
Industrial Facilities	3.3	7.2	-54.3%	13.3	15.8	-15.8%
Others	5.4	23.4	-76.9%	28.7	32.8	-12.5%
Property, Plant and Equipment	26.7	62.1	-57.0%	106.2	171.8	-38.2%
Software	0.4	1.6	-75.0%	2.2	6.7	-67.2%
Intangible Assets	0.4	1.6	-75.0%	2.2	6.7	-67.2%
Total	27.1	63.7	-57.5%	108.4	178.5	-39.3%





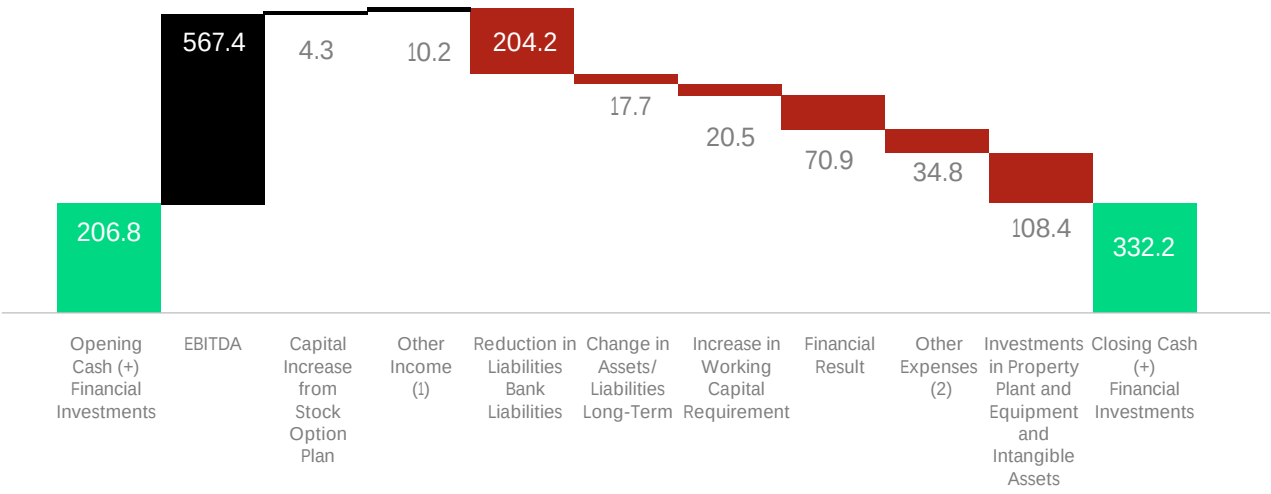


CASH GENERATION

The change in cash in 3Q26 totaled R$ 125.4 million and was mainly composed of the following items:

- EBITDA of R$ 567.4 million;
- Capital increase from the exercise of the Stock Option plan of R$ 4.3 million;
- Reduction of bank liabilities of R$ 204.2 million;
- Change in long-term assets/liabilities of R$ 17.7 million;
- Increase in working capital requirements of R$ 20.5 million;
- Net financial result of R$ 70.9 million;
- Investments in property, plant and equipment and intangible assets of R$ 108.4 million.

CASH FLOW 9M26



CASH FLOW – CASH AND CASH EQUIVALENTS



(1) Other Income: Disposal/Write-Off of Property, Plant and Equipment and Intangible Assets + Proceeds from Disposal of Investments + Foreign Investees' Translation Effect
(2) Other Expenses: Income Tax and Social Contribution + Stock Option + Payment of Finance Lease Liabilities.

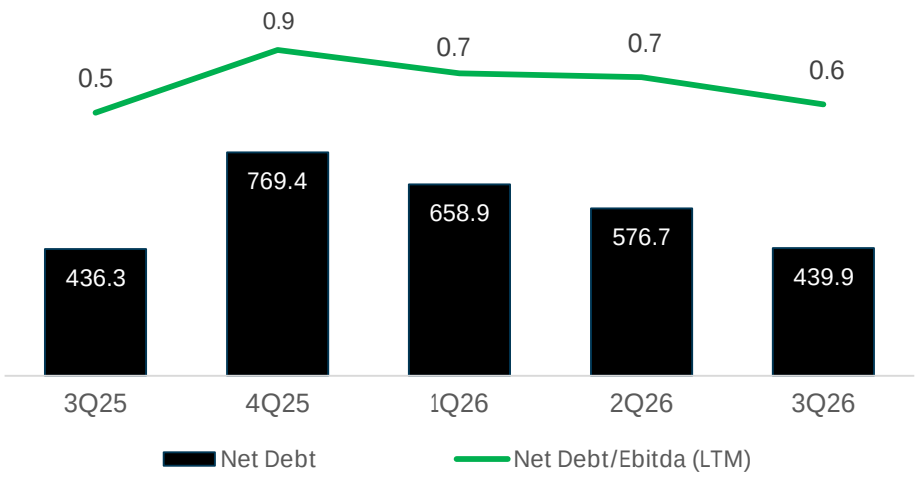
NET DEBT

The Company ended the third quarter of 2026 with net debt of R$ 439.9 million, down 42.8% from R$ 769.4 million as of December 31, 2025. The R$ 329.5 million reduction in net debt during the nine months of the year reflects the continuation of the Company's deleveraging trajectory, in line with its strategy of strengthening its capital structure and maintaining financial discipline.

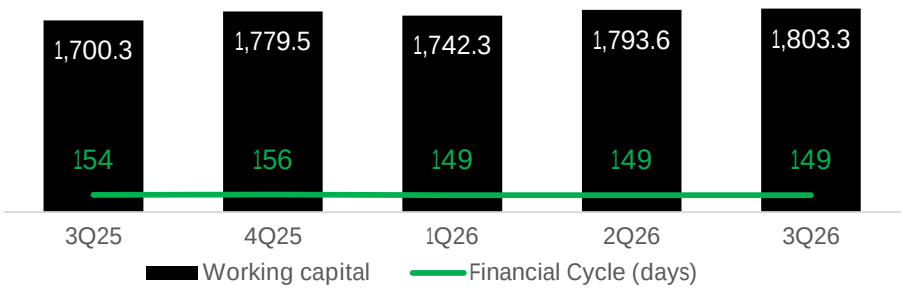
NET DEBT

R$ million	12/31/2024	12/31/2025	09/30/2026	Var.% 09/30/2026 / 12/31/2025
Loans, financial and debentures	336.9	976.3	772.1	-20.9%
Cash and Cash Equivalents	-307.7	-204.0	-330.1	61.8%
Financial Investments	-6.6	-2.9	-2.1	-27.6%
Net Debt	22.6	769.4	439.9	-42.8%

NET DEBT AND LEVERAGE EVOLUTION



WORKING CAPITAL AND CASH CONVERSION CYCLE (EX-DIVIDENDS)



CAPITAL MARKETS

DIVIDENDS

In the nine months of 2026, the Company maintained strict financial discipline and focused its efforts on reducing leverage; accordingly, it did not announce any new dividend distributions during the period.

The Company remains committed to seeking the best possible returns for its shareholders whenever viable, while preserving a balanced capital structure without excessive risk exposure.

SHAREHOLDER RETURNS

Type	Accrual	Total Amount	Amount paid per Share	Base date for distribution	Payment date
Interim Dividends	2024	245.1	1.000	1/25/2024	2/8/2024
Interim Dividends	2023	204.2	0.750	3/13/2024	3/25/2024
Interim Dividends	2024	122.6	0.500	1/25/2024	4/17/2024
Interim Dividends	2024	41.1	0.150	5/15/2024	5/29/2024
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	8/12/2024	8/23/2024
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	8/19/2024	9/2/2024
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	9/19/2024	10/1/2024
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	10/17/2024	11/1/2024
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	11/18/2024	12/2/2024
Total Dividends 2024		783.0			
Interim Dividends	2024	34.0	0.125	12/16/2024	1/2/2025
Interim Dividends	2024	33.8	0.125	1/21/2025	2/3/2025
Interim Dividends	2024	33,8	0.125	2/17/2025	3/6/2025
Interim Dividends	2024	33,8	0.125	3/18/2025	4/1/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	4/17/2025	5/2/2025
Interim Dividends	2025	33.8	0.125	5/20/2025	6/2/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	6/18/2025	7/1/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	7/17/2025	8/1/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	8/18/2025	9/1/2025
Interim Dividends	2025	300.0	1.104	9/8/2025	9/22/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	9/17/2025	10/1/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	10/20/2025	11/3/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	11/17/2025	12/1/2025
Interim Dividends	2025	578,4	2.130	11/4/2025	12/15/2025
Interim Dividends	2025	19.3	0.070	11/4/2025	12/15/2025
Interim Dividends	2025	34.0	0.125	12/15/2025	12/29/2025
Interim Dividends	2025	203.2	0.650	12/22/2025	12/30/2025
Total Dividends 2025		1,542.1			

CAPITAL MARKETS

SHARE BUYBACK PROGRAM

Since May 2022, the Company has had a Share Buyback Program aimed at optimizing capital allocation and generating value for shareholders. On August 4, 2026, the Board of Directors approved a new program to buy back shares issued by the Company, for a period of 18 months. The program authorizes the repurchase of up to 15 million shares and is valid through February 2028.

This share buyback program is a strategy designed to optimize capital and increase shareholder value, as well as demonstrate the Company's confidence in its future performance.

At the end of 3Q26, the Company had the following position under its share buyback program:

Type	Balance as of 12/31/2024	Balance as of 12/31/2025	Balance as of 09/30/2026
Treasury Shares (Quantity)	3,107.0	3,869.2	3,869.2
Treasury Shares (BRL)	45.4	56.9	56.9





SUSTAINABILITY AND ESG

Vulcabras released its 2025 Sustainability Report presenting its Environmental, Social and Governance results. The data reflect the Company's commitment to responsible management of the Resources used in its operations, support for communities in the regions where it operates and people development.

The main highlights of the report are presented below:

3.39
thousand tonnes
of materials reused in production processes

93%
of industrial waste diverted from landfills

100%
of wastewater treated across all facilities

9,283
people benefited from social initiatives



CIRCULAR ECONOMY AND WASTE MANAGEMENT

In 2025, Vulcabras reused 3.39 thousand tonnes of material. in its production processes, including plastic/PVC, EVA, TPU, TR and aluminum from sole molds. Of this total, 947.7 tonnes of aluminum were used to produce new molds.

The Company diverted 93% of industrial waste from landfill, totaling 13.5 thousand tonnes sent for sale, recycling, neutralization, reprocessing, circularity and co-processing. Vulcabras aims to eliminate the disposal of industrial waste in landfills.

WATER AND ENERGY MANAGEMENT

In 2025, Vulcabras continued to treat 100% of the effluents generated at its facilities and reuse them in suitable activities such as cleaning, irrigation and restrooms.

The Company's manufacturing facilities are supplied with electricity from wind power, with 100% coverage at the Horizonte facility (CE).

SOCIAL IMPACT

Through tax incentives and direct contributions, the Company supported projects that directly benefited 9,283 people, including 8,753 children and adolescents and 530 older adults.

These initiatives include Escolinha de Triathlon Horizonte, WimBelemDon and Povo do Mar, as well as projects in culture, education, health and social inclusion.

In healthcare, for the fourth consecutive year, Olympikus supported breast cancer awareness with a special Pink October edition. In 2025, 100% of the proceeds from sales of Corre 4 Outubro Rosa were donated to Santa Casa de Porto Alegre (RS), a nationally recognized institution for cancer treatment and comprehensive care for patients and their families.



WIMBELEMDON
PORTO ALEGRE (RS)



HORIZONTE CHILDREN'S AND YOUTH ORCHESTRA - HORIZONTE (CE)



ESCOLINHA DE TRIATHLON
HORIZONTE (CE)

PEOPLE DEVELOPMENT AND DIVERSITY

At the end of 2025, women represented 55% of Vulcabras' workforce. Women's representation in management and director positions increased from 27% in 2024 to 32% in 2025, exceeding the 30% target set for 2030.

A total of 108,500 hours of in-person training and 46,200 hours of training through the Universidade do Movimento Vulcabras were delivered. The Young Apprentice Program had 954 young people in training, and the Company hired 1,099 program participants in the previous year.



SUSTAINABILITY CERTIFICATION

Vulcabras holds the Origem Sustentável Certification, with the Diamond Seal at its Horizonte facility (CE), the program's highest level. The Certification is Awards to Companies that meets more than 80% of the indicators assessed across the economic, environmental, social, cultural and Sustainability management dimensions.



MANAGEMENT OF BRANDS

In the third quarter of 2026, Vulcabras advanced its brand management strategy through initiatives focused on innovation, portfolio development and a broader presence across different segments of the sports market. During the period, Olympikus, Mizuno and Under Armour undertook initiatives aligned with their positioning and the needs of different consumer profiles.

Olympikus continued to develop the Corre Family, expanded its apparel offering and created engagement experiences for the running community. Mizuno advanced its multisport presence, with running launches, an expanded partnership with Botafogo, volleyball achievements and initiatives in sportstyle. Under Armour expanded its training and running portfolios and strengthened its presence in physical retail with a new shopping experience concept.

With distinct positioning and complementary portfolios, the three brands contribute to Vulcabras' strategy of serving different sports and consumer profiles by combining innovation, product development and channel management.







OLYMPIKUS

INNOVATION AND STRENGTHENING THE RUNNING COMMUNITY

Olympikus continued its engagement with the running community, introducing new launches from the Corre Family, expanding its portfolio and developing initiatives to connect with runners.

Highlights included the launch of Corre Max 2, a new generation of the model focused on maximum comfort and cushioning. The Corre Family also added new color options for Corre 5, Corre Vento 3, Corre Trilha 3 and Corre Turbo, expanding the offering for different types of runners.

Olympikus also introduced a new collection of running apparel and accessories, developed in collaboration with runners, athletes, designers and fashion professionals. The line combines technology, functionality and style, broadening the brand's presence across different moments of sporting activity.

To engage with the community, the brand held another edition of Bota Pra Correr (BPC) in Chapada dos Guimarães (MT). The festival brought together more than 1,300 registered participants for road and trail courses, strengthening Olympikus' connection with runners and its presence in different regions of Brazil.

With a focus on innovation, portfolio diversification and experiences for runners, Olympikus continues to strengthen its position in the Brazilian running market.



CORRE MAX 2
LAUNCH



BOTA PRA CORRER
CHAPADA DOS GUIMARÃES (MT)



NEW APPAREL AND
ACCESSORIES COLLECTION

MIZUNO

INNOVATION AND STRENGTHENING MULTISPORT PRESENCE

Mizuno advanced its strategy to strengthen its position as a multisport brand in Brazil, with significant running launches, progress in its partnership with Botafogo, volleyball achievements and initiatives that expanded its connection with urban culture.

In running, the brand launched Wave Rider 30, celebrating three decades of one of its most traditional franchises, and introduced Hyperwarp 96, a new high-performance model weighing approximately 96 grams and developed with technologies focused on lightness and running efficiency. Mizuno was also present at major races on the calendar, including the Florianópolis and Berlin marathons.

In soccer, the partnership with Botafogo expanded with the launch of two official kits, strengthening the brand's connection with the club's history and supporters.

In volleyball, the four athletes sponsored by Mizuno won the South American Championship with the Brazilian National Team, reinforcing the brand's presence in elite sports.

In sportstyle, Mizuno launched, in partnership with Podpah, the documentary Relíquia – A Profecia Vem das Ruas, which revisits the history of Wave Prophecy 1 and its significance to Brazilian urban culture.

With a strategy connecting innovation, performance and culture, Mizuno continues to expand its presence in the Brazilian market and strengthen its position in running, soccer, volleyball and sportstyle.



HYPERWARP 96
LAUNCH



FLORIANÓPOLIS INTERNATIONAL
MARATHON



BOTAFOGO
NEW OFFICIAL KITS

UNDER ARMOUR

STRENGTHENING TRAINING AND HIGH PERFORMANCE

In the third quarter of 2026, Under Armour advanced its positioning strategy as a high-performance brand, strengthening its presence in training and running. The period was marked by product launches and experiences that reinforce the brand's presence across different sports.

Among the highlights, the brand launched the UA TriBase Reps 3, the third generation of its footwear developed for strength training and gym workouts, combining stability, comfort and performance-oriented technologies. In running, Under Armour expanded the color options for the Nonstop models, developed for Brazilian runners, and the Velociti Elite 3, designed for high-performance competitions, reinforcing the complementary nature of its portfolio.

In physical retail, Under Armour expanded its presence with the opening of the Brand House at Shopping Villa-Lobos, in São Paulo. Aligned with the brand's Sport House concept, the space brings together apparel, footwear and accessories for different sports, providing consumers with a shopping experience that highlights the diversity of the portfolio and allows them to see Under Armour's products, materials and technologies up close.

The brand also expanded its presence in physical retail with the launch of Gear Lab, developed in partnership with Centauro. The new concept debuted in selected stores, bringing together a curated selection of footwear, apparel and accessories in exclusive spaces that encourage product trials and enhance the shopping experience. The initiative reinforces the brand's channel strategy and deepens its connection with consumers through sports experiences and activations.

With a strategy that integrates innovation, products and experiences, Under Armour continues to strengthen its presence in the Brazilian market and consolidate its positioning as a high-performance brand that supports athletes across different sports.



UA TRIBASE REPS 3
LAUNCH



NEW COLORWAYS
NONSTOP AND VELOCITI ELITE 3



GEAR LAB
IN PARTNERSHIP WITH CENTAURO

ATTACHMENTS

BALANCE SHEET

CONSOLIDATED BALANCE SHEET

R$ thousand

ASSETS	09/30/2026	12/31/2025
Cash and cash equivalents	330,090	203,970
Account Receivable from Customers	1,063,876	1,078,083
Inventories	1,048,044	834,911
Recoverable Taxes	109,694	173,243
Income Tax and Social Contribution	47,771	40,632
Dividends and Earnings Receivable	4,000	0
Other Receivable	47,639	48,038
CURRENT ASSETS	**2,651,114**	**2,378,877**
Financial Investments	2,104	2,877
Accounts Receivable from Customers	0	2,879
Recoverable Taxes	161,130	156,824
Deferred Income Tax and Social Contribution	389,880	374,549
Judicial Deposits	8,580	9,102
Goods intended for sale	194	194
Other Accounts Receivable	1,650	1,439
LONG-TERM ASSETS	**563,538**	**547,864**
Investments	71,263	72,073
Right-of-Use Assets	24,531	33,227
Property, Plant and Equipment	640,994	629,916
Intangible Assets	209,171	217,039
	945,959	952,255
TOTAL NON-CURRENT ASSETS	**1,509,497**	**1,500,119**
ASSETS	**4,160,611**	**3,878,996**

LIABILITIES	09/30/2026	12/31/2025
Suppliers	137,463	90,359
Loans and Financing	238,957	300,568
Debentures	139,515	31,358
Lease Liabilities	6,484	9,769
Taxes Payable	93,685	72,157
Salaries and Vacation Payable	154,022	87,765
Provisions	2,957	3,192
Commissions Payable	30,773	38,886
Dividends and Earnings Payable	107	835
Other accounts Payable	92,385	93,243
CURRENT LIABILITIES	**896,348**	**728,132**
Loans and Financing	20,298	146,458
Debentures	373,327	497,885
Lease Liabilities	21,726	28,661
Provisions	46,911	47,741
Deferred Income Tax and Social Contribution	1,854	1,913
Other Accounts Payable	207	861
NON-CURRENT LIABILITIES	**464,323**	**723,519**
SHAREHOLDERS´EQUITY		
Share Capital	1,579,460	1,575,196
Capital Reserves	640,385	640,224
Revaluation Reserves	3,598	3,713
Equity Valuation Adjustments	27,309	27,812
Profit Reserves	180,060	180,060
Retained Earnings and Losses	368,771	0
Shareholders' Equity attributable to Controlling Shareholders	2,799,583	2,427,005
Non-Controlling Interests	357	340
TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	**2,799,940**	**2,427,345**
TOTAL LIABILITIES	1,360,671	1,451,651
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	**4,160,611**	**3,878,996**

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

ATTACHMENTS

INCOME STATEMENT

CONSOLIDATED INCOME STATEMENT	3Q26	3Q25	VAR (%)	9M26	9M25	VAR (%)
In thousand of Reais						
Net Sales Revenue	977,588	955,676	2.3%	2,748,810	2,551,681	7.7%
Cost of Sales	-591,315	-559,844	5.6%	-1,646,731	-1,508,543	9.2%
Gross Profit	386,273	395,832	-2.4%	1,102,079	1,043,138	5.7%
Gross Margin	39.5%	41.4%	-1.9 p.p.	40.1%	40.9%	-0.8 p.p.
Selling Expenses	-166,667	-168,128	-0.9%	-491,424	-459,124	7.0%
Expected losses for bad debts	-2,352	-351	570.1%	-6,116	-84	7,181.0%
General and Administrative Expenses	-55,827	-52,788	5.8%	-155,204	-156,880	-1.1%
Other Net Operating Income (Expenses)	10,398	16,094	-35.4%	12,100	136,810	-91.2%
Equity in Net Income of Subsidiaries	1,417	1,868	-24.1%	3,470	2,215	56.7%
Net Income before Net Financial Income and Taxes	173,242	192,527	-10.0%	464,905	566,075	-17.9%
Financial Income	18,269	40,794	-55.2%	59,499	216,074	-72.5%
Financial Expenses	-38,513	-40,976	-6.0%	-130,380	-94,600	37.8%
Net Financial Income	-20,244	-182	11,023.1%	-70,881	121,474	-158.4%
Net Income before Taxes	152,998	192,345	-20.5%	394,024	687,549	-42.7%
Deferred income tax and social contribution	-8,621	354,827	-102.4%	-25,793	318,965	-108.1%
Net Income	144,377	547,172	-73.6%	368,231	1,006,514	-63.4%
Net Margin	14.8%	57.3%	-42.5 p.p.	13.4%	39.4%	-26.0 p.p.
Attributable to:						
Controlling Shareholders	144,355	547,170		368,210	1,006,527	
Non-Controlling Shareholders	22	2		21	-13	
Net Income	144,377	547,172		368,231	1,006,514	
Earnings per Share						
Basic Earnings per Common Share	0,4602	2,0159		1,1738	3,7083	
Diluted Earnings per Common Share	0,4535	2,0105		1,1568	3,6983	
Number of Shares at Year-End						
Common Shares Outstanding	313,690,064	271,423,947		313,690,064	271,423,947	
Diluted Common Shares Outstanding	318,310,359	272,158,366		318,310,359	272,158,366	

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

ATTACHMENTS

STATEMENT OF CASH FLOWS

Statement of Cash Flows (Indirect Method)	9M26	9M25
In thousand of Reais - Cash Flows from Operating Activities		
Net Income for the Period	368,231	1,006,514
Adjustments for:		
Depreciation and amortization	102,440	97,223
Provision (reversal) for impairment losses on Inventories	26,758	5,533
Interest on provisioned leases	6,778	7,749
Interest on provisioned debentures	53,880	12,732
Amortization of transactions costs on debentures	443	148
Net value of write off tangible and intangible assets	10,599	2,740
Income from financial investments	-314	-334
Provision for contingency	11,106	11,896
Equity in net income of subsidiaries	-3,470	-2,215
Transaction with share-based payments	161	3,441
Provision (Reversal) for expected losses for doubtful Debt	6,116	84
Financial charge and Exchange Variation recognized in profit or loss	40,833	35,029
Current and Deferred income tax and social contribution	25,793	-318,965
Non-Controlling interests	-21	13
Gain or Loss on Lease Termination	-1,031	0
Recovery of PIS and COFINS on ICMS	-6,718	-280,999
Adjusted Net Income for the Period	641,584	580,589
Change in Assets and Liabilities		
Account Receivable	9,095	-34,545
Inventories	-239,891	-250,686
Recoverable taxes	58,822	42,992
Other accounts receivable	188	262
Judicial deposits	-4,940	13,145
Suppliers	47,258	58,213
Commissions payable	-8,113	-600
Taxes to collect	17,591	-3,100
Salaries and vacations payable	66,257	66,953
Other accounts payable	-1,495	17,430
Provisions	-6,709	-23,332
Change in Assets and Liabilities	-61,937	-113,268
Cash Provided by (Used in) Operating Activities	579,647	467,321
Interest paid	-119,891	-16,332
Payment of lease interest	-3,599	-3,846
Taxes paid on profit	-35,724	-29,275
	-159,214	-49,453
Net Cash Flow Provided by (Used in) Operating Activities	420,433	417,868
Cash Flows from Investing Activities		
Acquisition of property, plant and equipment	-106,193	-169,739
Redemption (application) of financial investments	1,087	4,026
Resources from the disposal of fixed assets	591	624

ATTACHMENTS

STATEMENT OF CASH FLOWS

Statement of Cash Flows (Indirect Method)	9M26	9M25
Acquisition of Intangible Assets	-2,164	-6,735
Receipt of dividends	556	1,128
Increase/Decrease in Equity interest in an investee	453	0
Net Cash Flow Used in Investing Activities	-105,670	-170,696
Cash Flow from Financing Activities		
Loans obtained - principal	97,500	235,648
Debentures Issued – principal	0	500,000
Transaction costs on debentures	0	-3,001
Payment of Loans obtained - Main	-278,275	-96,752
Acquisition of treasury shares	0	-11,537
Dividends and interest on Shareholders' Equity paid	0	-605,253
Capital Increase	4,264	4,409
Payment of lease liabilities	-11,817	-11,440
Net Cash Flow Provided by (Used in) Financing Activities	-188,328	12,074
Increase (Decrease) in Cash and Cash Equivalents	126,435	259,246
Cash and Cash Equivalents at Beginning of Period	203,970	307,660
Effect of Exchange Variation on cash and cash equivalents	-315	326
Cash and Cash Equivalents at End of Period	330,090	567,232
Increase (Decrease) in Cash and Cash Equivalents	126,435	259,246

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

INSTITUTIONAL

Vulcabras has been operating in the Brazilian footwear industry for 74 years and, over this period, has consolidated its position as the largest company in the Athletic Footwear segment in the country, becoming the manager of leading brands in their respective segments: Olympikus, the national leader in running shoe sales and the brand that is democratizing high performance in running; Under Armour, one of the world's largest sports apparel, footwear and accessories brands; and Mizuno, a performance brand that believes in the value of sport and supports the journey of everyone who gives their best, regardless of who they are, their level or their sport.

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

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

Products are manufactured at two modern factories located in the Northeast region of Brazil, in Horizonte, Ceará, and Itapetinga, Bahia. The Company's administrative headquarters are located in Jundiaí, São Paulo, in addition to a distribution center dedicated to the e-commerce channel in Extrema, Minas Gerais. There is also a branch with a distribution center in Peru. These six units directly employ more than 22,900 people.

The Company follows a portfolio diversification strategy, constantly pursuing innovation and continuous improvement.



INDEPENDENT AUDIT

INDEPENDENT AUDITORS

In accordance with CVM Instruction No. 381/03, Vulcabras S.A. informs that, since 01/01/2022, it has appointed "Ernst & Young Auditores Independentes S/S Ltda." to audit its individual and consolidated financial statements.

For the services relating to the 3Q26 review, fees of approximately R$ 241.6 thousand were disbursed.

MANAGEMENT STATEMENT

Pursuant to article 25, paragraph 1, item 5 of CVM Instruction 480/09, the Board of Directors, in a meeting held on November 10, 2026, declares that it has reviewed, discussed, and agreed with the individual and consolidated financial statements of Vulcabras S.A. for the period ended September 30, 2026, as well as with the independent auditors' review report on these financial statements.



MANAGEMENT

MEMBERS OF THE BOARD OF DIRECTORS

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

MEMBERS OF THE BOARD OF EXECUTIVE OFFICERS

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




VULCABRAS