

IT26

APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS



VULCABRAS



Jundiaí, 05 de maio de 2026 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2026 (1T26). 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 primeiro trimestre de 2026, comparado ao mesmo período de 2025, exceto quando especificado de forma diversa.

DESTAQUES

VOLUME BRUTO

7,6 milhões

de pares/peças no 1T26, crescimento de 6,8% em relação aos 7,1 milhões registrados no 1T25.

RECEITA LÍQUIDA

R\$ 776,4 milhões

no 1T26, crescimento de 10,7% em relação aos R\$ 701,2 milhões registrados no 1T25.

LUCRO BRUTO

R\$ 313,5 milhões

no 1T26, crescimento de 11,2% em relação aos R\$ 281,9 milhões registrados no 1T25.

MARGEM BRUTO

40,4%

no 1T26, ganho de 0,2 p.p. em relação à margem de 40,2% registrada no 1T25.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE E
MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE

R\$ 86,1 milhões

no 1T26, com recuo de 18,9% em relação ao 1T25, e Margem Líquida de 11,1%, representando redução de 4,0 p.p. na comparação com o mesmo período.

EBITDA RECORRENTE E MARGEM
EBITDA RECORRENTE

R\$ 156,9 milhões

no 1T26, com crescimento de 11,8% em relação ao 1T25, e Margem EBITDA de 20,2%, com expansão de 0,2 p.p. em relação a registrada no 1T25.

COTAÇÃO VULC3 (31/03/2026) R\$ 17,52	VALOR DE MERCADO R\$ 5,6 bilhões	QUANTIDADE DE AÇÕES ORDINÁRIAS: 317.982.170	RELAÇÃO COM INVESTIDORES Wagner Dantas da Silva CFO e DRI
SITE RI VULCABRAS http://vulcabrasri.com E-MAIL RI dri@vulcabras.com	TELEFONE RI +55 (11) 4532-1068	VIDEO CONFERÊNCIA DE RESULTADOS 06/05/2026 às 10h00 (Brasília) Acesse em Português	

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Após um ano histórico, a Vulcabras (VULC3) iniciou 2026 com mais um trimestre de crescimento, reforçando a resiliência de seu modelo de negócios mesmo diante de um ambiente ainda desafiador para o consumo. A combinação de marcas fortes, operação verticalizada e disciplina comercial sustentou a evolução da Companhia, que alcançou seu 23º trimestre consecutivo de crescimento, com avanço de receita e volume.

No 1T26, a Vulcabras registrou volume bruto de 7,6 milhões de pares e peças, crescimento de 6,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. A receita líquida atingiu R\$ 776,4 milhões, alta de 10,7% na comparação anual, refletindo a continuidade da estratégia de crescimento com qualificação de mix, ampliação da participação dos produtos de maior valor agregado e boa aceitação do portfólio das marcas.

O lucro bruto totalizou R\$ 313,5 milhões, crescimento de 11,2% em relação ao 1T25, enquanto a margem bruta alcançou 40,4%, expansão de 0,2 p.p. O EBITDA recorrente foi de R\$ 156,9 milhões, alta de 11,8%, com margem de 20,2%, 0,2 p.p. acima do primeiro trimestre do ano anterior, evidenciando a consistência operacional e a captura contínua de eficiências.

A evolução da receita foi impulsionada principalmente pela categoria de calçados esportivos, que cresceu 11,3% no período. A Olympikus manteve forte desempenho, com destaque para a linha de corrida de performance, enquanto a Under Armour apresentou o maior crescimento relativo entre as marcas, apoiada por novos lançamentos. A Mizuno seguiu ampliando sua presença, com expansão consistente do portfólio.

O Canal de Ecommerce manteve a sua trajetória de evolução qualificada, atingindo R\$ 124,4 milhões de faturamento, crescimento de 5,1% sobre o 1T25. O desempenho reforça o papel estratégico do canal no posicionamento das marcas e na oferta de uma experiência completa ao consumidor, preservando a disciplina comercial e evitando estratégias promocionais agressivas.

Os resultados reforçam a confiança da Vulcabras em sua trajetória de crescimento ao longo de 2026. A Companhia inicia o ano com uma base operacional sólida, produção equilibrada, níveis de eficiência consolidados e estoques saudáveis no varejo.

A carteira de pedidos para 2026 reforça essa visão, indicando mais um ano de forte demanda pelos produtos da Companhia, sustentada pela boa performance de sell-out das coleções recém-lançadas e pela evolução contínua do portfólio. Seguimos confiantes na capacidade da Vulcabras de crescer de forma consistente, inovar e gerar valor para consumidores, parceiros e acionistas, mantendo o foco e disciplina na execução de sua estratégia de longo prazo.





DESEMPENHO CONSOLIDADO

RS Milhões	1T26	1T25	Var. % 1T26/1T25
Volume (milhões pares/peças)	7,6	7,1	6,8%
Receita Operacional Bruta	923,1	826,3	11,7%
Receita Líquida	776,4	701,2	10,7%
Mercado Interno	755,6	671,3	12,6%
Mercado Externo	20,8	29,9	-30,4%
Lucro Bruto	313,5	281,9	11,2%
Margem bruta	40,4%	40,2%	0,2 p.p.
Despesas Operacionais SG&A	-196,1	-178,0	10,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	-1,6	4,9	-132,7%
EBITDA societário	150,9	140,4	7,5%
Margem EBITDA	19,4%	20,0%	-0,6 p.p.
EBITDA recorrente	156,9	140,4	11,8%
Margem EBITDA recorrente	20,2%	20,0%	0,2 p.p.
Lucro Líquido societário	80,1	106,1	-24,5%
Margem Líquida	10,3%	15,1%	-4,8 p.p.
Lucro Líquido recorrente	86,1	106,1	-18,9%
Margem Líquida recorrente	11,1%	15,1%	-4,0 p.p.

VOLUME BRUTO

No 1T26, o ambiente de consumo no varejo permaneceu desafiador, caracterizado pela continuidade de um cenário promocional intensificado, tanto no varejo físico quanto on-line. As liquidações, tradicionalmente concentradas no início do ano, se estenderam até a primeira quinzena de fevereiro, ampliando a pressão competitiva ao longo do trimestre.

Nesse contexto, a Companhia manteve sua estratégia de disciplina comercial e preservação de posicionamento de marca, priorizando vendas com maior qualidade e rentabilidade, reforçando seu compromisso com a geração de resultados sustentáveis.

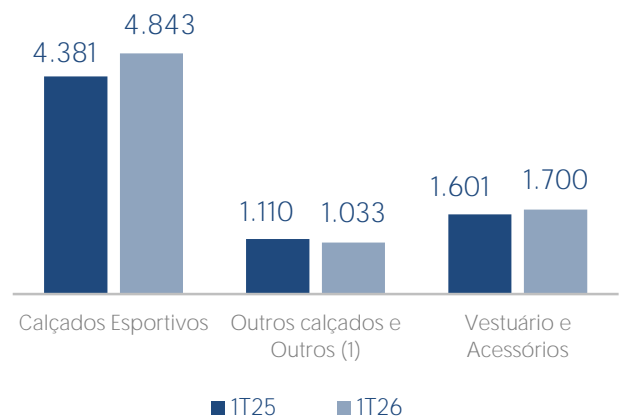
O volume bruto faturado atingiu 7,6 milhões de pares/peças no 1T26, crescimento de 6,8% em relação aos 7,1 milhões registrados no 1T25. Mesmo diante de um ambiente altamente promocional, a Companhia manteve a execução de sua estratégia e ampliou sua participação no mercado de calçados esportivos.

Apesar do crescimento consolidado de 6,8%, o desempenho foi impactado por dinâmicas distintas entre as categorias, com destaque positivo para calçados esportivos, parcialmente ofuscado pela retração em Outros Calçados e Outros.

- I. Calçados Esportivos: O volume totalizou 4,8 milhões de pares no 1T26, representando crescimento de 10,5% em relação ao 1T25. O desempenho refletiu a demanda consistente pelos produtos das três marcas e foi suportado pelo aumento da capacidade produtiva implementado ao longo de 2025. A demanda no mercado interno permaneceu sólida, enquanto o desempenho no mercado externo ficou abaixo das expectativas
- II. Outros Calçados e Outros: A categoria apresentou retração de 6,9% no volume no 1T26, impactada principalmente pela redução nas vendas de botas de uso profissional. Esse movimento decorreu, sobretudo, da menor reposição de estoques por parte de distribuidores, que iniciaram o período com níveis acima do esperado. Ao longo do trimestre, observou-se a normalização gradual desses estoques, com retomada do fluxo de pedidos. O desempenho foi parcialmente compensado pelo crescimento dos volumes de chinelos esportivos.
- III. Vestuário e Acessórios: A categoria apresentou crescimento no volume de 6,2% em relação ao 1T25, com destaque para o desempenho da marca Under Armour.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL -1T26 vs 1T25

Pares e Peças (Mil)	1T26	Partic.	1T25	Partic.	Var. % 1T26/1T25
Calçados Esportivos	4.843	63,9%	4.381	61,8%	10,5%
Outros Calçados e Outros (1)	1.033	13,6%	1.110	15,6%	-6,9%
Vestuário e Acessórios	1.700	22,5%	1.601	22,6%	6,2%
Total	7.576	100,0%	7.092	100,0%	6,8%



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

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

CATEGORIAS

A Receita Operacional Líquida totalizou R\$ 776,4 milhões no 1T26, crescimento de 10,7% em relação aos R\$ 701,2 milhões registrados no 1T25, marcando o 23º trimestre consecutivo de expansão da Companhia.

O resultado foi alcançado em um ambiente de elevada competitividade e maior intensidade promocional, sendo sustentado pela estratégia comercial, pelo equilíbrio do portfólio e pela atuação consistente nos canais de venda.

Desempenho por categorias

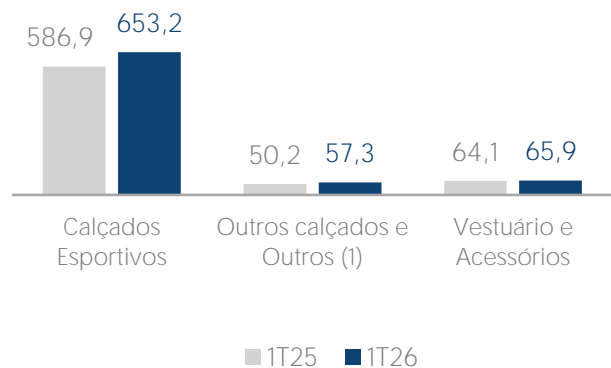
A categoria de Calçados Esportivos cresceu 11,3% em relação ao 1T25. O desempenho foi impulsionado pela evolução das marcas e pelo fortalecimento do mix de produtos. A Olympikus manteve forte desempenho, com destaque para a linha de corrida de performance. A Under Armour apresentou o maior crescimento relativo entre as marcas, impulsionada pelo lançamento de novos modelos de running, enquanto a Mizuno seguiu em expansão, apoiada pela ampliação do portfólio.

A categoria de Outros Calçados e Outros apresentou crescimento de 14,1% na receita em relação ao 1T25, refletindo o bom desempenho dos chinelos esportivos, que ganharam maior relevância no mix, parcialmente ofuscado pela queda na receita de botas de uso profissional.

A categoria de Vestuário e Acessórios apresentou expansão de 2,8% no 1T26. Destacaram-se o desempenho da Under Armour no mercado interno e a continuidade da expansão da Olympikus na categoria.

RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 1T26 vs 1T25

R\$ Milhões	1T26	Partic.	1T25	Partic.	Var. % 1T26/ 1T25
Calçados Esportivos	653,2	84,1%	586,9	83,7%	11,3%
Outros Calçados e Outros (1)	57,3	7,4%	50,2	7,2%	14,1%
Vestuário e Acessórios	65,9	8,5%	64,1	9,1%	2,8%
Receita Líquida Total	776,4	100,0%	701,2	100,0%	10,7%



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



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA MERCADOS

MERCADO INTERNO

A Receita Operacional Líquida no mercado interno atingiu R\$ 755,6 milhões no 1T26, crescimento de 12,6% em relação ao 1T25.

Mesmo diante de um início de ano desafiador, o desempenho foi positivo, sustentado principalmente pela categoria de calçados esportivos, que permaneceu como principal vetor de crescimento da receita consolidada.

O resultado refletiu a evolução das marcas, o fortalecimento da distribuição e a eficiência das ações comerciais, que seguiram impulsionando o crescimento consistente da Companhia no Brasil.

MERCADO EXTERNO

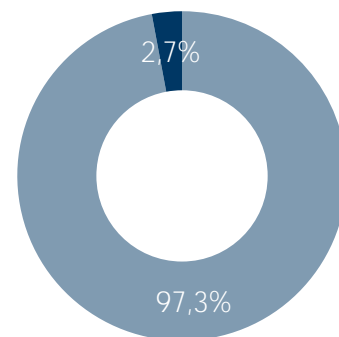
A Receita Operacional Líquida no mercado externo totalizou R\$ 20,8 milhões no 1T26, retração de 30,4% em relação ao 1T25.

O desempenho refletiu as dificuldades enfrentadas nos principais mercados de atuação da Companhia, evidenciando um cenário ainda desafiador na América Latina.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 1T26 vs 1T25

R\$ Milhões	1T26	Partic.	1T25	Partic.	Var. % 1T26/1T25
Mercado Interno	755,6	97,3%	671,3	95,7%	12,6%
Mercado Externo	20,8	2,7%	29,9	4,3%	-30,4%
Receita Líquida Total	776,4	100,0%	701,2	100,0%	10,7%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 1T26



■ Mercado interno

■ Mercado externo



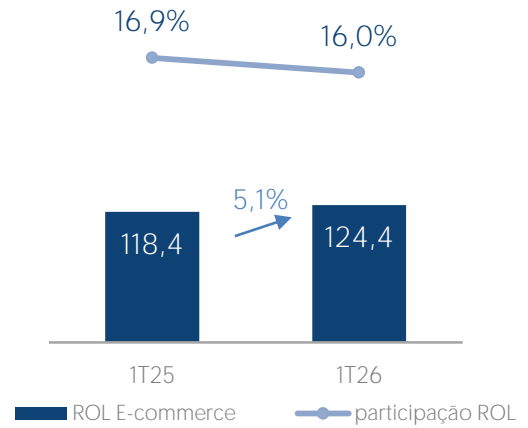
E-COMMERCE

No 1T26, o canal de e-commerce operou em um ambiente de elevada intensidade promocional, especialmente nos marketplaces, onde as liquidações se estenderam até a primeira quinzena de fevereiro.

Nesse contexto, a Companhia manteve a estratégia comercial implementada ao final de 2025, priorizando a preservação do posicionamento das principais linhas de produtos e a captura de margens mais saudáveis.

Como resultado, o crescimento da receita ocorreu em ritmo mais moderado. Por outro lado, o desempenho operacional do canal, medido pela margem EBITDA, manteve trajetória de evolução positiva.

A receita líquida do canal totalizou R\$ 124,4 milhões no 1T26, representando crescimento de 5,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. A participação do e-commerce na receita líquida consolidada atingiu 16,0%.



RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	1T26	1T25	Var. % 1T26/1T25
Receita Líquida e-commerce	124,4	118,4	5,1%
Participação ROL %	16,0%	16,9%	-0,9 p.p.



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

Ao longo do primeiro trimestre de 2026, a Companhia enfrentou pressões relevantes sobre sua estrutura de custos. O custo da mão de obra operacional foi impactado pelo aumento dos encargos trabalhistas — reflexo da segunda etapa da reoneração gradual da folha de pagamento —, pelo reajuste do salário mínimo, com ganho real expressivo, e pelos elevados índices de absenteísmo.

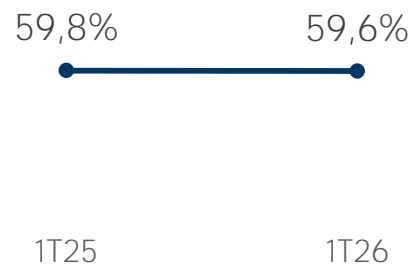
Em relação aos insumos utilizados na produção, como matérias-primas e materiais de embalagem, também foi observada elevação de custos. Essa pressão decorreu dos mesmos impactos relacionados à mão de obra ao longo da cadeia de fornecedores, além de ter sido intensificada pela alta nos preços dos derivados de petróleo, em um contexto de tensões geopolíticas.

Mesmo diante desse cenário desafiador, a Companhia conseguiu manter o custo dos produtos vendidos (CPV) proporcionalmente menor em relação ao mesmo período do ano anterior, evidenciando a eficácia das medidas de controle, os ganhos de produtividade industrial e a disciplina na gestão de custos implementados ao longo do trimestre.

No 1T26, o CPV representou 59,6% da receita líquida de vendas, uma redução de 0,2 ponto percentual em relação ao 1T25. Esse desempenho reforçou a resiliência e a eficiência operacional da Companhia, mesmo em um ambiente adverso.

A Companhia manteve o foco em iniciativas voltadas à ampliação da eficiência operacional e à captura de ganhos de escala, com o objetivo de mitigar pressões externas e preservar a rentabilidade, mesmo diante de um cenário macroeconômico desafiador.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (% CPV/ROL)



LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

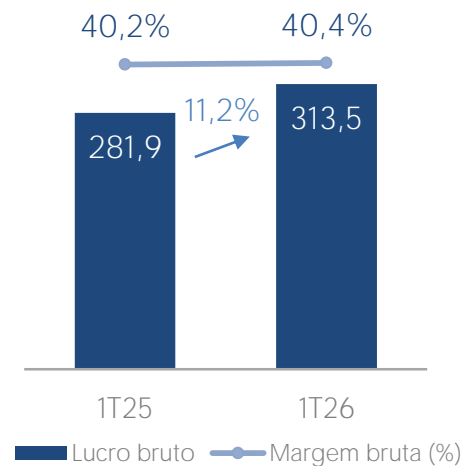
O aumento no volume produzido e comercializado, a elevação da produtividade operacional, aliados ao crescimento do preço médio, proporcionaram a expansão da margem bruta, mesmo diante dos expressivos impactos nos custos dos produtos vendidos.

As plantas industriais da Companhia retomaram sua operação plena após o período de férias coletivas e, com a estabilização do quadro de colaboradores, os indicadores de eficiência passaram a evoluir gradualmente até atingir os níveis planejados. Os volumes programados foram alcançados e os custos de produção mantiveram-se dentro do esperado.

No 1T26, a Companhia alcançou lucro bruto de R\$ 313,5 milhões, representando um crescimento de 11,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem bruta consolidada atingiu 40,4%, sendo 0,2 ponto percentual superior ao resultado apurado no 1T25.

Esse desempenho evidenciou não apenas a resiliência da Companhia em um ambiente macroeconômico desafiador, mas também reforçou seu compromisso com a inovação, a excelência na entrega de seus produtos e a agilidade na adaptação a novos cenários.

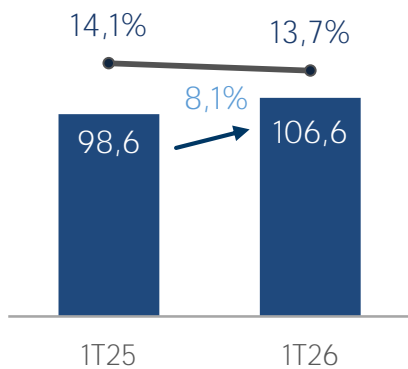
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



DESPESAS COM VENDAS E PECLD

No 1T26, as despesas relacionadas a vendas, propaganda e às perdas Estimadas em créditos de liquidação duvidosa (PECLD) totalizaram R\$ 151,9 milhões, o que representou um crescimento de 13,3% em relação ao mesmo período de 2025.

As despesas diretas associadas a vendas e PECLD, desconsiderando os investimentos em propaganda, somaram R\$ 106,6 milhões no 1T26, o que correspondeu a um crescimento de 8,1% frente aos R\$ 98,6 milhões registrados no 1T25. Quando comparadas à receita líquida, essas despesas representaram 13,7% no 1T26, uma redução de 0,4 p.p. em relação aos 14,1% observados no mesmo trimestre do ano anterior. As despesas relacionadas a comissões apresentaram redução em relação aos valores demonstrados no 1T25 devido a mudança no mix de marcas, produtos e canais, o que resultou em menor participação relativa no total. Nas despesas com frete, embora já tenham sido observadas pressões de aumento ao longo do último mês do trimestre, o impacto no resultado do período ainda foi pouco significativo.



■ Despesas com Vendas e PECLD —●— % Receita Líquida



DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING

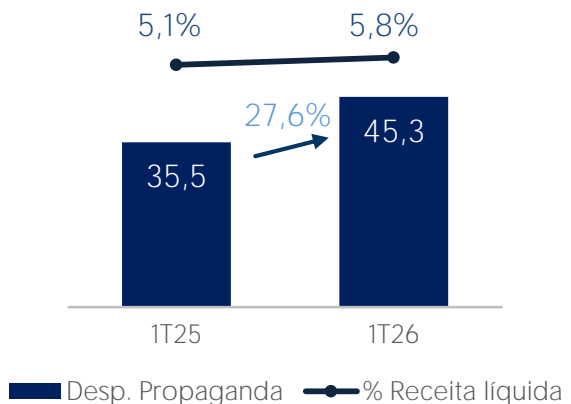
No 1T26, os investimentos em propaganda e marketing somaram R\$ 45,3 milhões, um crescimento de 27,6% em relação aos R\$ 35,5 milhões registrados no mesmo período de 2025. Esse aumento refletiu a continuidade da intensificação das ações de comunicação e posicionamento de marca ao longo do trimestre, principalmente em função dos eventos em comemoração aos 50 anos da marca Olympikus, que seguiram em ritmo acelerado, aproximando cada vez mais a marca de seu público. Em relação à receita líquida, as despesas com propaganda e marketing representaram 5,8%, um avanço de 0,7 p.p. frente à participação de 5,1% observada no 1T25.

A Olympikus manteve o ritmo de fortalecimento da marca ao combinar inovação e construção de comunidade. O trimestre foi marcado pelo lançamento do Corre Pace, primeiro ultratênis de corrida desenvolvido no Brasil, reforçando sua proposta de alta performance e posicionamento no segmento premium. A marca também aprofundou o conhecimento do consumidor com a segunda edição do estudo **“Por Dentro do Corre”**, que evidenciou a expansão da base de corredores no país, e ampliou sua presença em eventos e ativações regionais. Como destaque adicional, lançou o projeto Corre do Amanhã, voltado à formação de novos talentos, reforçando seu compromisso com o desenvolvimento do esporte no Brasil.

A Mizuno avançou na consolidação de seu posicionamento com foco em inovação tecnológica e experiência de marca. No running, destacou-se com a evolução da Linha Neo, incluindo o lançamento do Neo Zen 2, e com a introdução da

coleção de supertênis Hyperwarp, voltada à alta performance. A marca também reforçou sua presença em corridas de rua com o Circuito Mizuno Athenas e ampliou o alcance da Mizuno Running Station, que atingiu 100 mil pessoas impactadas no trimestre. Em sportstyle, avançou na conexão entre esporte e cultura, com lançamentos e colaborações que ampliam sua relevância no lifestyle.

A Under Armour fortaleceu sua atuação em treino e avançou na construção de um portfólio mais completo em running. No período, lançou o Cross 2 SE no segmento de treino e estruturou uma pirâmide de produtos em corrida, com modelos desenvolvidos no Brasil para diferentes perfis de corredores, como Nonstop e Endless. No topo do portfólio, trouxe ao país o Velociti Elite 3, reforçando sua competitividade no segmento de alta performance. A estratégia combina inovação global, desenvolvimento local e comunicação mais próxima de públicos mais jovens.



DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS



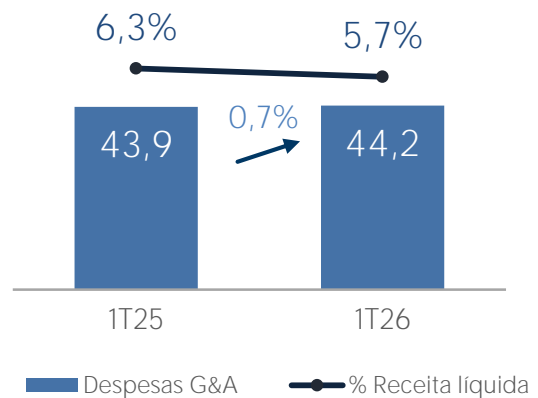
No 1T26, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 44,2 milhões, representando um aumento de 0,7% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Quando analisadas em proporção à receita líquida, essas despesas representaram 5,7% no 1T26, com redução de 0,6 ponto percentual em comparação ao 1T25.

As principais variações observadas decorreram de:

(i) elevação na rubrica de serviços de manutenção de softwares, em função da necessidade de esforços adicionais para adequação dos sistemas aos requisitos da reforma tributária em curso; e

(ii) redução nas despesas com pessoal, em virtude da reversão de provisões relacionadas a planos de Stock Options, decorrente do exercício parcial do plano de 2023.





OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No 1T26, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas totalizaram uma despesa de R\$ 1,6 milhão, em comparação a uma receita de R\$ 4,9 milhões registrada no mesmo período de 2025.

Ao longo do trimestre, foi reconhecido um evento não recorrente relacionado à baixa de ativos intangíveis (softwares descontinuados) utilizados nas plataformas de BackOffice do e-commerce. Esse efeito impactou negativamente em R\$ 6,0 milhões as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas no 1T26, reduzindo o valor contábil reportado.

Por se tratar de um efeito extraordinário, essa despesa não reflete a tendência operacional recorrente da Companhia, sendo relevante sua consideração para uma análise adequada da evolução das despesas.

Desconsiderando o evento não recorrente, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas totalizaram uma receita de R\$ 4,4 milhões no 1T26, valor 10,2% inferior à receita recorrente de R\$ 4,9 milhões registrada no mesmo período do ano anterior.

R\$ Milhões	1T26	1T25	Var. % 1T26/1T25
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	-1,6	4,9	-132,7%
(+) Baixa de ativo intangível relativo a softwares das plataformas do e-commerce	6,0	0,0	N/A
Outras Receitas (despesas) operacionais líquidas recorrente	4,4	4,9	-10,2%

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

No 1T26, o resultado financeiro líquido foi uma despesa de R\$ 27,8 milhões, frente a uma receita de R\$ 2,3 milhões no 1T25.

Neste trimestre, observou-se um aumento nas despesas com juros pagos em função da elevação do passivo financeiro em decorrência do novo perfil de endividamento alcançado no final do ano de

2025. A Companhia iniciou o ano de 2026 com uma dívida líquida de R\$ 769,4 milhões, o que resultou no aumento das despesas financeiras ao longo do 1T26.

R\$ Milhões	1T26	1T25	Var. % 1T26/1T25
Estrutura de capital	9,0	8,6	4,7%
Operacionais	3,7	4,8	-22,9%
Cambiais	9,6	15,8	-39,2%
Receitas Financeiras	22,3	29,2	-23,6%
Estrutura de capital	-36,3	-11,8	207,6%
Operacionais	-2,6	-2,6	0,0%
Cambiais	-11,2	-12,5	-10,4%
Despesas Financeiras	-50,1	-26,9	86,2%
Resultado Financeiro Líquido	-27,8	2,3	-1308,7%

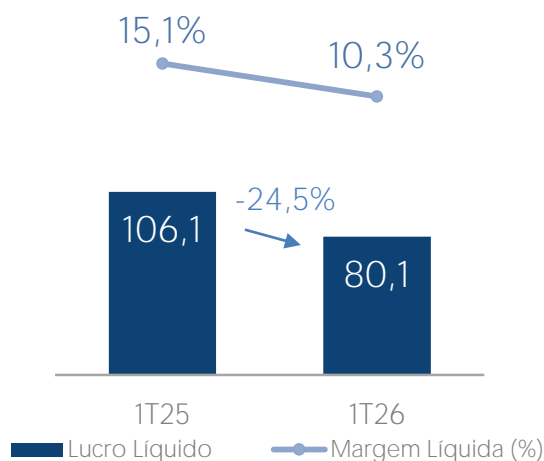
LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

No 1T26, a Companhia registrou lucro líquido de R\$ 80,1 milhões, o que representou uma queda de 24,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, quando o lucro líquido totalizou R\$ 106,1 milhões. A margem líquida do trimestre alcançou 10,3%, queda de 4,8 p.p em comparação aos 15,1% observados no 1T25.

O lucro líquido do período foi impactado pelo aumento do resultado financeiro, decorrente da elevação do nível de endividamento da Companhia ao longo do segundo semestre de 2025. Esse movimento esteve associado à necessidade de suportar o aumento do capital de giro, a ampliação dos investimentos em CAPEX e a aceleração da distribuição de dividendos.

A Companhia vem concentrando esforços na redução da alavancagem no menor prazo possível, com o objetivo de promover a consequente diminuição das despesas financeiras.

Evento não recorrente: Ao longo do trimestre, foi reconhecido um evento não recorrente relacionado à baixa de ativos intangíveis (softwares descontinuados) utilizados nas plataformas de BackOffice do e-commerce. Esse efeito impactou negativamente em R\$ 6,0 milhões o resultado da Companhia no 1T26, reduzindo o lucro líquido contábil reportado.



LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

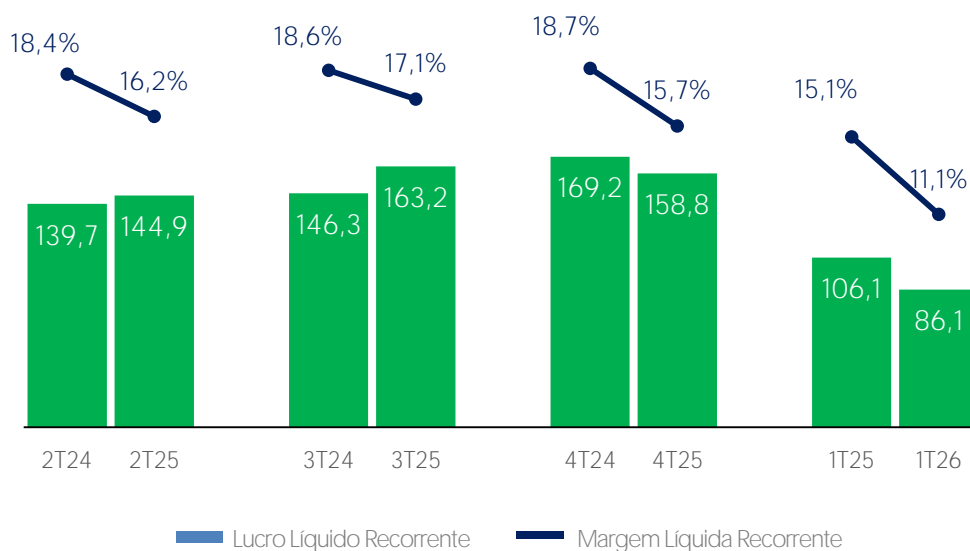
Desconsiderando o evento não recorrente, o Lucro Líquido totalizou R\$ 86,1 milhões no 1T26, valor 18,9% inferior ao Lucro Líquido recorrente de R\$ 106,1 registrado no mesmo período do ano anterior.

O forte desempenho das vendas, aliado à maior diluição das despesas operacionais, contribuiu para mitigar os impactos negativos do resultado financeiro e do aumento da carga tributária.

EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	1T26	1T25	Var. % 1T26/1T25
Lucro Líquido contábil	80,1	106,1	-24,5%
(+) Baixa de ativo intangível relativo a softwares das plataformas do e-commerce	6,0	0,0	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes no Lucro Líquido	6,0	0,0	N/A
Lucro Líquido Recorrente	86,1	106,1	-18,9%
Margem Líquida Recorrente	11,1%	15,1%	-4,0 p.p.

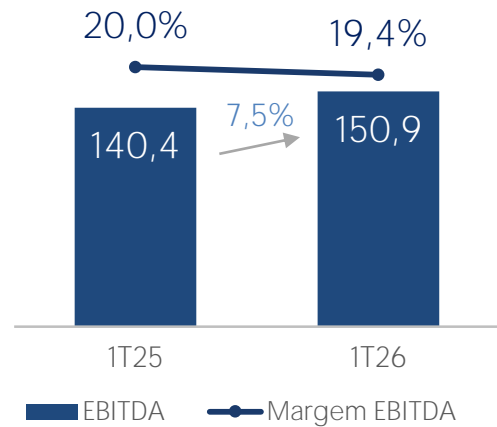
LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE



EBITDA E MARGEM EBITDA

No 1T26, o EBITDA da Companhia totalizou R\$ 150,9 milhões, representando um crescimento de 7,5% em relação aos R\$ 140,4 milhões registrados no mesmo período de 2025.

Apesar do avanço do EBITDA em termos absolutos, a margem EBITDA apresentou retração na comparação entre o 1T26 e o 1T25, passando de 20,0% para 19,4%. Cabe destacar, contudo, que o EBITDA foi impactado negativamente em R\$ 6,0 milhões, com efeito de -0,8 p.p. na margem, em decorrência do reconhecimento de um evento não recorrente relacionado à baixa de ativos intangíveis (softwares descontinuados) utilizados nas plataformas de BackOffice do e-commerce.



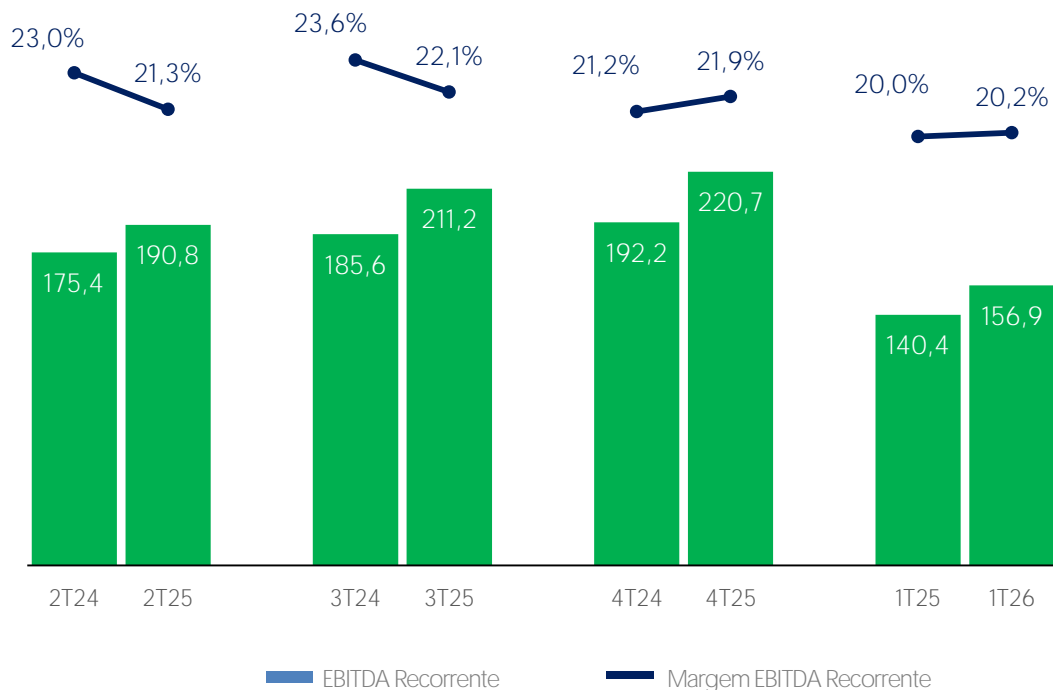
EBITDA E MARGEM EBITDA

Desconsiderando esse efeito, o EBITDA recorrente do 1T26 totalizou R\$ 156,9 milhões, representando um crescimento de 11,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA recorrente atingiu 20,2%, com expansão de 0,2 ponto percentual frente aos 20,0% registrados no 1T25.

A margem EBITDA manteve-se em um patamar sólido, compatível com a estrutura operacional da Companhia, evidenciando sua capacidade de adaptação e resiliência diante dos desafios do período.

EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	1T26	1T25	Var. % 1T26/1T25
EBITDA contábil	150,9	140,4	7,5%
(+) Baixa em ativo intangível relativo a softwares das plataformas do e-commerce	6,0	0,0	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes no EBITDA	6,0	0,0	N/A
EBITDA Recorrente	156,9	140,4	11,8%
Margem EBITDA Recorrente	20,2%	20,0%	0,2 p.p.



ROIC

RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO

O retorno sobre capital investido – ROIC²– anualizado atingiu 33,6% no 1T26-LTM (últimos doze meses encerrados em 31/03/2026).

ROIC	2023	2024	2025	1T26 (LTM)
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	494,9	569,9	1.165,3	1.139,4
(+) Resultado Financeiro (LTM)	4,8	(22,6)	(101,1)	(70,9)
NOPAT	499,7	547,3	1.064,2	1.068,5
Capital Investido				
Financiamentos, Empréstimos e Debêntures	437,8	336,9	976,3	1.021,7
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(361,0)	(307,7)	(204,0)	(349,7)
(-) Aplicações Financeiras	(13,4)	(6,6)	(2,9)	(13,1)
(+) Patrimônio Líquido	1.995,3	2.110,3	2.427,3	2.506,2
Total Capital Investido	2.058,7	2.132,9	3.196,7	3.165,1
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.999,9	2.095,8	2.664,9	3.181,0
ROIC anualizado ⁽²⁾	25,0%	26,1%	39,9%	33,6%

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC-ajustado³) anualizado atingiu 36,6% no 1T26-LTM (últimos doze meses encerrados em 31/03/2026).

ROIC AJUSTADO	2023	2024	2025	1T26 (LTM)
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	494,9	569,9	1.165,3	1.139,4
(+) Resultado Financeiro (LTM)	4,8	(22,6)	(101,1)	(70,9)
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(7,9)	(6,1)	(3,8)	(4,2)
NOPAT (Ajustado)	491,8	541,2	1.060,4	1.064,3
Capital Investido				
Financiamentos, Empréstimos e Debêntures	437,8	336,9	976,3	1.021,7
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(361,0)	(307,7)	(204,0)	(349,7)
(-) Aplicações Financeiras	(13,4)	(6,6)	(2,9)	(13,1)
(-) Ágio da Compra	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(62,9)	(64,3)	(72,1)	(70,0)
(+) Patrimônio Líquido	1.995,3	2.110,3	2.427,3	2.506,2
Total Capital Investido Ajustado	1.797,6	1.870,4	2.926,4	2.897,0
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.732,4	1.834,0	2.398,4	2.911,7
ROIC ajustado anualizado ⁽³⁾	28,4%	29,5%	44,2%	36,6%

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

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

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

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

CAPEX

No 1T26, a Companhia realizou investimentos totalizando R\$ 47,7 milhões em ativos imobilizados e intangíveis, registrando uma redução de 1,4% em relação ao mesmo período de 2025.

O acréscimo apresentado nas rubricas de máquinas e equipamentos e instalações industriais se referem a conclusão da expansão capacidade produtiva iniciada no decorrer do ano de 2025, com a chegada dos últimos equipamentos adquiridos.

ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

R\$ Milhões	1T26	1T25	Var. % 1T26/1T25
Moldes	11,9	11,3	5,3%
Máquinas e Equipamentos	13,8	27,0	-48,9%
Instalações	6,1	2,9	110,3%
Outros	14,5	4,5	222,2%
Imobilizado	46,3	45,7	1,3%
Software	1,4	2,7	-48,1%
Intangível	1,4	2,7	-48,1%
Total Geral	47,7	48,4	-1,4%

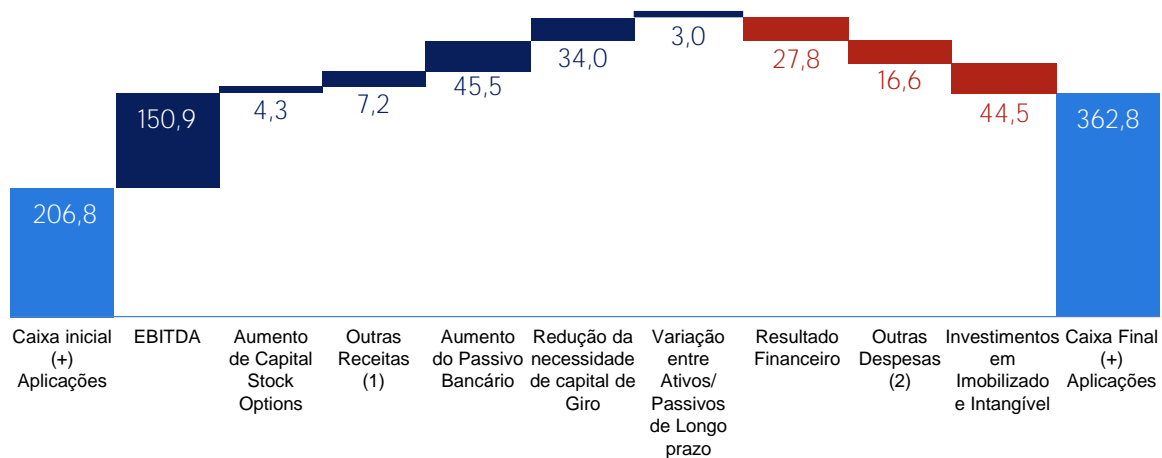


GERAÇÃO DE CAIXA

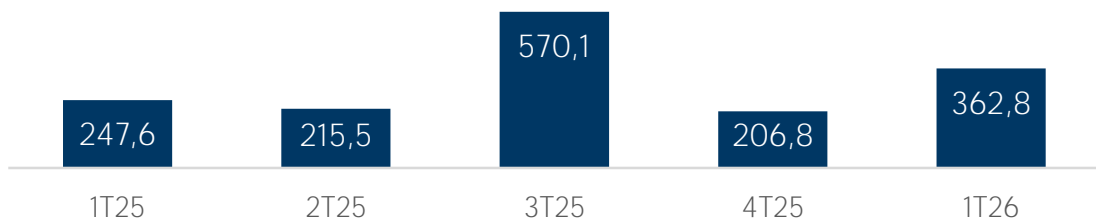
A variação de caixa no 1T26 totalizou R\$ 156,0 milhões e foi composta principalmente pelos seguintes eventos:

- I. EBITDA de R\$ 150,9 milhões;
- II. Aumento de Capital pelo exercício de Stock Option de R\$ 4,3 milhões;
- III. Aumento do passivo bancário em R\$ 45,5 milhões;
- IV. Redução da necessidade de capital de giro de R\$ 34,0 milhões;
- V. Investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 44,5 milhões;
- VI. Resultado financeiro de 27,8 milhões.

FLUXO DE CAIXA 1T26



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

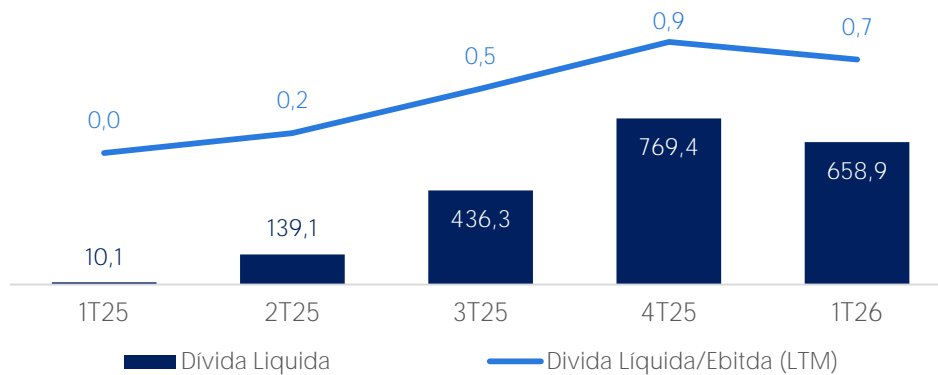
Em 31/03/2026 a Companhia apresentava dívida líquida de R\$ 658,9 milhões, sendo R\$ 110,5 milhões inferior a observada no encerramento de 31/12/2025, quando a empresa apresentava dívida líquida de R\$ 769,4 milhões. Após a elevação da dívida ao longo do ano de 2025 para suportar a

maior necessidade de capital de giro, aceleração dos investimentos em capital (Capex) e da robusta distribuição de dividendos, a estratégia adotada para o ano de 2026 é de desalavancagem financeira, priorizando a redução da dívida ao longo do ano.

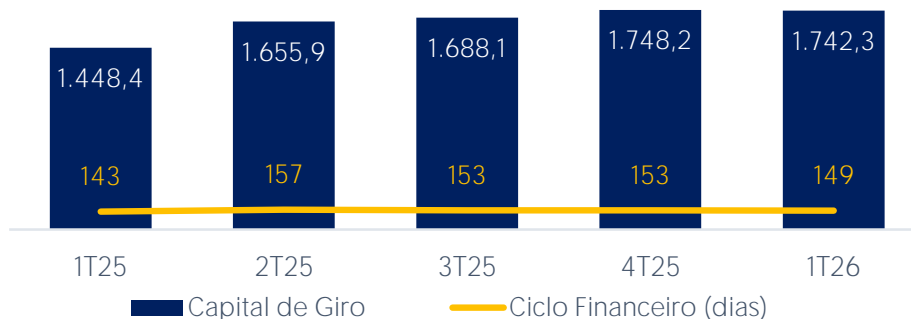
DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ Milhões	31/12/2024	31/12/2025	31/03/2026	Var. % 31/03/2026 / 31/12/2025
Financiamento, empréstimos e debêntures	336,9	976,3	1.021,7	4,7%
Caixa e equivalentes de Caixa	-307,7	-204,0	-349,7	71,4%
Aplicações financeiras	-6,6	-2,9	-13,1	351,7%
Dívida Líquida	22,6	769,4	658,9	-14,4%

EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E ALVANCAGEM



CAPITAL DE GIRO E CICLO FINANCEIRO (EX-DIVIDENDOS)





MERCADO DE CAPITAIS

DIVIDENDOS

Nos primeiros 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.

Cabe destacar, contudo, que, em 2025, a Companhia efetuou a distribuição de R\$ 1.541,9

milhões em dividendos, evidenciando seu compromisso com a geração de valor e o retorno aos acionistas.

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

MERCADO DE CAPITAIS

PROGRAMA DE RECOMPRA DE AÇÕES

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

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

Tipo	Saldo 31/12/2024	Saldo 31/12/2025	Saldo 31/03/2026
OTD Ações em Tesouraria	3.107,0	3.869,2	3.869,2
R\$ Ações em Tesouraria	45,4	56,9	56,9





SUSTENTABILIDADE E IMPACTO SOCIAL

A sustentabilidade segue como um dos pilares do negócio Vulcabras, orientando decisões e investimentos que geram valor para o negócio e impacto positivo para a sociedade.

No primeiro trimestre de 2026, a Companhia deu continuidade aos projetos já apoiados por meio de leis de incentivo, reforçando seu compromisso

com o desenvolvimento das comunidades onde atua. As iniciativas permanecem concentradas principalmente nas regiões do Ceará, Bahia e Rio Grande do Sul, impactando diretamente crianças, adolescentes e pessoas idosas em situação de vulnerabilidade social.



Entre os projetos em andamento, destacam-se iniciativas voltadas à cultura, ao esporte e ao desenvolvimento social, como o Amarte, que atende 150 crianças e adolescentes entre 12 e 15 anos em Horizonte (CE) e Itapetinga (BA); a Escolinha de Triathlon Horizonte, que promove o acesso ao esporte para 50 crianças de 6 a 12 anos; o projeto Povo do Mar, em Fortaleza (CE), que impacta 80 crianças entre 5 e 6 anos com atividades esportivas no contraturno escolar, e o projeto WimBelemDon, no Rio Grande do Sul, que oferece a prática de tênis para 70 crianças, e acompanhamento psicopedagogo, reforçando o compromisso com o incentivo ao esporte.



Como parte da evolução da sua agenda social, a Vulcabras estruturou a ampliação do portfólio de projetos incentivados, com a inclusão de duas novas iniciativas que terão início em 2026.

O projeto EnvelheSer Ativo será voltado à promoção de uma vida ativa e saudável para pessoas idosas, com previsão inicial de atendimento a 60 beneficiários diretos, por meio de atividades físicas, oficinas de convivência e ações de fortalecimento de vínculos familiares e comunitários.

Já o Ateliê do Brincar, em sua nova frente de expansão, prevê a atuação em escolas públicas de educação infantil, com a realização de intervenções artísticas e atividades formativas que devem beneficiar diretamente alunos e educadores, ampliando o acesso à cultura e promovendo o desenvolvimento integral das crianças por meio da brincadeira e da expressão artística.

Além dos projetos sociais, a Vulcabras contribuiu, via PRONON, para o Instituto do Câncer do Ceará, contribuindo para o projeto aquisição de equipamento para ampliar o diagnóstico e tratamento de pacientes na região.

Essas iniciativas refletem a visão da Vulcabras de que o esporte, a cultura e a educação são ferramentas essenciais de transformação social, contribuindo para o desenvolvimento físico, emocional e social dos beneficiários, além de atuar como agente ativo de transformação social, ampliando o alcance de seus investimentos e fortalecendo sua contribuição para o desenvolvimento das comunidades onde está presente.



IMPACTO SOCIAL DO TRIMESTRE

+300 beneficiários diretos impactados

em projetos de cultura, esporte e desenvolvimento social

150 crianças e adolescentes

atendidos pelo projeto Amarte (CE e BA)

60 pessoas idosas

atendidas por iniciativas de envelhecimento ativo

50 crianças participantes

da Escolinha de Triathlon Horizonte

70 crianças participantes

do projeto Wimbelemdon (RS)

80 crianças impactadas

pelo projeto Povo do Mar (CE)

1 escola pública beneficiada

com ações do Ateliê do Brincar (CE)



GESTÃO DE MARCAS



PORTFÓLIO COMPLEMENTAR, INOVAÇÃO E CONEXÃO COM O CONSUMIDOR

No primeiro trimestre de 2026, a Vulcabras deu continuidade à sua estratégia de fortalecimento de marcas, sustentada por um portfólio complementar e uma atuação integrada entre inovação, desenvolvimento de produtos e conexão com o consumidor.

Olympikus, Mizuno e Under Armour avançaram de forma consistente em seus respectivos territórios, ampliando relevância nos segmentos de corrida, treino e lifestyle esportivo. A Olympikus reforçou sua liderança no universo da corrida com a ampliação do portfólio e iniciativas voltadas à comunidade; a Mizuno consolidou seu posicionamento em performance e inovação tecnológica, ao mesmo tempo em que expandiu sua atuação no sportstyle; e a Under Armour avançou na

construção de sua presença no running e no treino, combinando desenvolvimento local e inovação global.

Ao longo do trimestre, as marcas foram impulsionadas por lançamentos estratégicos, ativações proprietárias, presença em eventos relevantes e iniciativas de engajamento que fortaleceram a percepção de valor e ampliaram a conexão com diferentes perfis de consumidores.

Com uma gestão disciplinada e orientada por dados, a Vulcabras segue evoluindo seu portfólio, capturando oportunidades de crescimento e consolidando sua posição como a maior gestora de marcas esportivas do país.





OLYMPIKUS

INOVAÇÃO, COMUNIDADE E EXPANSÃO DO UNIVERSO DA CORRIDA.

No primeiro trimestre de 2026, a Olympikus deu continuidade à sua estratégia de fortalecimento da marca, combinando inovação em produtos, geração de conhecimento sobre o consumidor e uma presença consistente na comunidade da corrida em diferentes regiões do país.

O período foi marcado pelo lançamento do Corre Pace, o primeiro ultratênis de corrida desenvolvido no Brasil, que representa um avanço relevante na proposta de alta performance da marca. O modelo inaugura uma nova categoria dentro do portfólio e reforça a capacidade da Olympikus de desenvolver tecnologia competitiva em nível global. O lançamento foi acompanhado do evento “**Nova Era**”, que reuniu imprensa, atletas e formadores de opinião, ampliando a visibilidade da marca e consolidando seu posicionamento no segmento premium.

Ainda no campo da inovação, a Olympikus promoveu a segunda edição do estudo “**Por Dentro do Corre**”, a maior pesquisa sobre a cultura da corrida no Brasil. O levantamento apontou a entrada de aproximadamente 2 milhões de novos corredores em 2025, com destaque para o crescimento da participação de mulheres, jovens e consumidores da classe

C — dados que reforçam o potencial de expansão do mercado e orientam a estratégia da marca para os próximos ciclos.

A conexão com a comunidade seguiu como um pilar central da estratégia, com apoio a provas e ativações em diferentes regiões do país. Entre os destaques estão eventos como a Travessia Torres-Tramandaí, a Meia Maratona da Chapada dos Veadeiros, a Rota do Sol Nascente e a Meia de Curitiba, além de iniciativas proprietárias e experiências que reforçam a proximidade da marca com corredores de diferentes perfis.

Outro avanço relevante foi o lançamento do projeto Corre do Amanhã, em parceria com o Instituto Vanderlei Cordeiro de Lima, que tem como objetivo formar e desenvolver novos talentos da corrida brasileira. A iniciativa reforça o compromisso da Olympikus com o desenvolvimento do esporte no país e com a construção de uma base sólida para o futuro da modalidade.

Com uma estratégia que combina inovação, proximidade com o consumidor e desenvolvimento do ecossistema da corrida, a Olympikus inicia 2026 consolidando a sua presença no segmento.





MIZUNO

INOVAÇÃO EM PERFORMANCE E FORTALECIMENTO DE TERRITÓRIO NO RUNNING E SPORTSTYLE

No primeiro trimestre de 2026, a Mizuno se consolidou com foco em inovação tecnológica, expansão de portfólio e fortalecimento da conexão com o corredor brasileiro, alinhada ao posicionamento global **“Reach Beyond”**.

No segmento de running, a marca deu continuidade ao desenvolvimento da Linha Neo com o lançamento do Neo Zen 2, modelo premium voltado ao uso diário, que rapidamente ganhou relevância entre corredores pela versatilidade e aplicação em diferentes tipos de treino. O lançamento foi apoiado por ativações digitais e experiência proprietária na Mizuno Running Station, reforçando a proximidade com o consumidor e a experimentação de produto.

Ainda em performance, a Mizuno introduziu a coleção de supertênis Hyperwarp, composta por modelos voltados à alta velocidade e competição, representando o avanço da engenharia global da marca. Como parte dessa estratégia, realizou o Hyperwarp Challenge Brasil, reunindo atletas de elite em um evento proprietário que reforça o posicionamento da marca no alto rendimento e amplia sua visibilidade no segmento.

Em março a marca anunciou o retorno a sua presença nas corridas de rua, com o naming rights do Circuito Mizuno Athenas, um dos mais

tradicionais de São Paulo. A primeira etapa contou com mais de 9 mil participantes e teve destaque esportivo com quebra de recorde utilizando tecnologia da coleção Hyperwarp, reforçando a credibilidade dos produtos em ambiente competitivo.

A Mizuno Running Station seguiu como um ativo estratégico relevante, consolidando-se como principal hub de relacionamento e experimentação da marca no Brasil. No trimestre, o espaço atingiu o marco de 100 mil pessoas impactadas, fortalecendo o reconhecimento de marca e a conexão direta com a comunidade corredora.

No segmento de sportstyle, a Mizuno avançou na intersecção entre esporte e cultura urbana, com lançamentos que reforçam seu posicionamento no lifestyle. Entre os destaques estão o Wave Prophecy Morelia Neo, que conecta o legado do futebol à estética urbana, e a colaboração com a marca francesa VRUNK, que amplia a presença da Mizuno no cenário internacional ao incorporar referências da cultura brasileira em sua narrativa criativa.

Com uma estratégia integrada entre inovação, performance e expressão cultural, a Mizuno segue fortalecendo sua presença no mercado brasileiro e ampliando sua relevância nos territórios de running e sportstyle.





UNDER ARMOUR

AVANÇO EM RUNNING PERFORMANCE E FORTALECIMENTO DO PORTFÓLIO

No período, a Under Armour reforçou a sua presença no mercado de treino e ampliou a sua atuação na corrida de performance, com novos produtos desenvolvidos para os corredores brasileiros.

No segmento de treino, a marca lançou o Cross 2 SE, reforçando sua atuação em treinos de força com um modelo desenvolvido para oferecer estabilidade e desempenho.

Em running, o trimestre marcou um movimento estratégico relevante com a estruturação de uma pirâmide completa de produtos, conectando diferentes perfis de corredores. A marca lançou os modelos Nonstop e Endless, desenvolvidos no Brasil pelo time de P&D da Vulcabras em conjunto com a Under Armour Global, ampliando o acesso à tecnologia e fortalecendo sua

presença junto a corredores iniciantes e intermediários.

No topo dessa estratégia, a Under Armour trouxe ao Brasil o Velociti Elite 3, modelo de alta performance validado em competições internacionais, utilizado pela vencedora da Maratona de Boston 2025. O lançamento posiciona a marca de forma mais competitiva no segmento de elite e reforça sua capacidade de oferecer soluções para diferentes níveis de performance, apoiadas por inovação em materiais, biomecânica e engenharia de produto.

Com uma estratégia integrada entre inovação global, desenvolvimento de portfólio e comunicação mais próxima com a geração Z, a Under Armour segue ampliando sua relevância no Brasil e fortalecendo sua atuação no universo de treino e corrida.





ANEXOS

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)

R\$ milhares

ATIVO	31/03/2026	31/12/2025	PASSIVO	31/03/2026	31/12/2025
Caixa e equivalentes de caixa	349.673	203.970	Fornecedores	151.921	90.359
Contas a receber de clientes	916.996	1.078.083	Financiamentos e empréstimos	416.217	300.568
Estoques	986.798	834.911	Debêntures	14.543	31.358
Impostos a recuperar	165.067	173.243	Passivo de arrendamentos	9.818	9.769
Imposto de renda e contribuição social	42.709	40.632	Impostos a recolher	57.428	72.157
Dividendos e lucros a realizar	4.000	0	Salários e férias a pagar	95.344	87.765
Outras contas a receber	44.758	48.038	Provisões	2.547	3.192
			Comissões a pagar	26.132	38.886
			Dividendos e lucros a pagar	835	835
			Outras Contas a pagar	74.808	93.243
ATIVO CIRCULANTE	2.510.001	2.378.877	PASSIVO CIRCULANTE	849.593	728.132
Aplicações financeiras	13.099	2.877	Financiamentos e empréstimos	92.927	146.458
Contas a receber de clientes	2.809	2.879	Debentures	498.032	497.885
Impostos a recuperar	158.992	156.824	Passivo de arrendamentos	26.455	28.661
Impostos de renda e contribuição social diferidos	370.305	374.549	Provisões	47.895	47.741
Depósitos judiciais	8.729	9.102	Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.893	1.913
Bens destinados à venda	194	194	Outras contas a pagar	624	861
Outras contas a receber	1.469	1.439			
REALIZAVEL A LONGO PRAZO	555.597	547.864	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	667.826	723.519
Investimentos	69.958	72.073	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Direito de uso	31.423	33.227	Capital social	1.579.519	1.575.196
Imobilizado	645.559	629.916	Reservas de capital	636.158	640.224
Intangível	211.124	217.039	Reservas de reavaliação	3.675	3.713
	958.064	952.255	Ajustes de avaliação patrimonial	26.333	27.812
			Reserva de lucros	180.060	180.060
			Lucros e Prejuízos acumulados	80.171	0
			Patrimônio líquido atribuível aos controladores	2.505.916	2.427.005
			Participações de não controladores	327	340
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	1.513.661	1.500.119	TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.506.243	2.427.345
			TOTAL DO PASSIVO	1.517.419	1.451.651
ATIVO	4.023.662	3.878.996	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.023.662	3.878.996

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

ANEXOS

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	1T26	1T25	VAR (%)
R\$ milhares			
Receita líquida de vendas	776.382	701.194	10,7%
Custo das vendas e revendas	-462.842	-419.293	10,4%
Lucro bruto	313.540	281.901	11,2%
Margem Bruta	40,4%	40,2%	0,2 p.p.
Despesas com vendas	-149.960	-132.616	13,1%
Reversão (provisão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-1.868	-1.451	28,7%
Despesas administrativas	-44.178	-43.941	0,5%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	-1.577	4.947	-131,9%
Resultado da equivalência patrimonial	1.335	956	39,6%
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	117.292	109.796	6,8%
Receitas financeiras	22.282	29.221	-23,7%
Despesas financeiras	-50.108	-26.896	86,3%
Resultado financeiro líquido	-27.826	2.325	-1296,8%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	89.466	112.121	-20,2%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-9.333	-6.056	54,1%
Lucro Líquido do período	80.133	106.065	-24,4%
Margem Líquida	10,3%	15,1%	-4,8 p.p.
Resultado atribuível aos:			
Acionistas controladores	80.133	106.072	
Acionistas não controladores	0	-7	
Lucro Líquido do período	80.133	106.065	
Resultado por ação			
Resultado por ação ordinária - básico	0,2562	0,3915	
Resultado por ação ordinária - diluído	0,2556	0,3910	
Média ponderada das ações durante o período			
Ações ordinárias em circulação	312.830.254	270.929.739	
Ações ordinárias em circulação com efeito diluidor	313.475.412	271.282.772	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	1T26	1T25
R\$ Milhares		
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	80.133	106.065
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	33.671	30.592
Provisão (reversão) para perdas por valor recuperável dos estoques	7.937	7.188
Juros s/ arrendamentos provisionados	2.181	1.946
Juros sobre debêntures provisionados	17.972	0
Amortização custos de transação sobre debêntures	148	0
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	6.639	931
Rendimentos de aplicações financeiras	-209	-251
Provisões para contingências	3.219	3.988
Resultado da equivalência patrimonial	-1.335	-956
Transação com pagamento baseado em ações	-4.066	-894
Provisão (reversão) para perdas esperadas para crédito de liquidações duvidosa	1.868	1.451
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	16.794	6.435
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	9.333	6.056
Participação de não controladores	0	7
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-2.584	-690
Lucro líquido do período ajustado	171.701	161.868
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	156.738	148.176
Estoques	-159.824	-153.310
Impostos a recuperar	6.515	7.878
Outras contas a receber	3.250	-3.647
Depósitos judiciais	-1.704	-2.283
Fornecedores	59.599	51.910
Comissões a pagar	-12.754	-4.231
Impostos e contribuições sociais a recolher	7.387	-6.973
Salários e férias a pagar	7.579	8.553
Outras contas a pagar	-18.685	-5.870
Provisões	-1.633	-1.586
Variações nos ativos e passivos	46.468	38.617
Caixa proveniente das (utilizadas nas) atividades operacionais	218.169	200.485
Juros pagos	-49.436	-6.975
Pagamento de Juros de arrendamento	-1.263	-918
Impostos pagos sobre o lucro	-29.208	-21.136
	-79.907	-29.029
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	138.262	171.456
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos		
Aquisições de imobilizado	-43.120	-43.349
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	-10.013	3.104
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	315	16

ANEXOS

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	1T26	1T25
Aquisições de intangível	-1.409	-2.725
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimentos	-54.227	-42.954
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	97.500	2.349
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-36.192	-82.688
Aquisição de ações em tesouraria	0	-11.537
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	0	-101.636
Aumento de capital	4.323	4.409
Pagamento de passivo de arrendamento	-4.071	-3.345
Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado) nas Atividades de Financiamento	61.560	-192.448
Aumento (redução) de Caixa e equivalente de Caixa	145.595	-63.946
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	203.970	307.660
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	108	132
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	349.673	243.846
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	145.595	-63.946

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

INSTITUCIONAL

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

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

Os calçados produzidos pela Companhia são encontrados em lojas de todo o Brasil, com equipe comercial ampla que atende a mais de 10 mil clientes em território nacional e em Países da América do Sul, no e-commerce 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 Jundiá - SP, além de um Centro de Distribuição Logístico destinado ao Canal de E-commerce localizado em Extrema - MG. Há, ainda, uma filial com centro de distribuição no Peru. Estas seis unidades empregam, diretamente, mais de 24,0 mil colaboradores.

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



AUDITORIA INDEPENDENTE

AUDITORES INDEPENDENTES

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

Para os serviços referentes à revisão do 1T26 foram desembolsados honorários de aproximadamente R\$ 216,0 mil.

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA

De acordo com o artigo 25, parágrafo 1º, item 5 da Instrução CVM nº 480/09, o Conselho de Administração, em reunião realizada em 05/05/2026 declara que revisou, discutiu e concordou com as demonstrações financeiras individuais e consolidadas da Vulcabras S.A. correspondentes ao período findo em 31 de março de 2026 e com o relatório de revisão dos auditores independentes sobre essas demonstrações financeiras.



ADMINISTRAÇÃO

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

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

COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA

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



VULCABRAS

