

2T25

APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS



VULCABRAS

Jundiaí, 14 de agosto de 2025 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do segundo trimestre de 2025 (2T25). 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 (CPC 21 e ISA 34). Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do segundo trimestre de 2025, comparado ao mesmo período de 2024, exceto quando especificado de forma diversa.



DESTAQUES

VOLUME BRUTO 8,5 milhões

de pares/peças no 2T25, registrando um crescimento de 4,1% em relação ao 2T24. No acumulado do ano, o volume atingiu 15,6 milhões de pares/peças no 6M25, expansão de 4,8% frente ao 6M24.

RECEITA LÍQUIDA R\$ 894,8 milhões

no 2T25, representando um aumento de 17,6% em relação ao 2T24. No acumulado do semestre o valor alcançou R\$ 1.596,0 milhões no 6M25, crescimento de 17,5% frente ao mesmo período do ano anterior.

LUCRO BRUTO R\$ 365,4 milhões

no 2T25, apresentando crescimento de 12,9% em relação ao valor registrado no 2T24. No acumulado do semestre o montante alcançou R\$ 647,3 milhões no 6M25, o que representa uma alta de 14,9% frente ao mesmo período do ano anterior.

MARGEM BRUTA 40,8%

no 2T25, redução de 1,7 p.p. em relação ao 2T24. No acumulado do semestre a margem bruta foi de 40,6% no 6M25, queda de 0,9 p.p. frente ao 6M24.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA DO PERÍODO R\$ 353,3 milhões

no 2T25, representando um aumento de 152,9% em comparação ao 2T24, com Margem Líquida de 39,5%, 21,1 p.p. acima do mesmo período do ano anterior. No acumulado do semestre o lucro líquido atingiu R\$ 459,3 milhões no 6M25, crescimento de 101,0% frente ao 6M24, com Margem Líquida de 28,8% avanço de 12,0 p.p. em relação ao 6M24.

EBITDA E MARGEM EBITDA DO PERÍODO R\$ 296,4 milhões

no 2T25, registrando um crescimento de 69,0% sobre o 2T24, com Margem EBITDA de 33,1%, aumento de 10,1 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. No 6M25, o resultado foi de R\$ 436,8 milhões, alta de 46,7% ante o 6M24, com Margem EBITDA de 27,4%, 5,5 p.p. acima do registrado no 6M24.

COTAÇÃO VULC3
(30/06/2025)

R\$ 21,09

VALOR DE
MERCADO

R\$ 5,8 bilhões

QUANTIDADE DE
AÇÕES ORDINÁRIAS:

275.536.244

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) 4532-1000

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS
15/08/2025 às 9h00 (Brasília)
[Acesse em Português](#)



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Crescendo por 20 trimestres consecutivos, a Vulcabras registra um segundo trimestre de 2025 com crescimento acelerado sustentado por seu modelo de negócio verticalizado, foco em inovação de produtos e gestão de marcas altamente conectadas ao consumidor brasileiro.

No período, a Receita Operacional Bruta (ROB) totalizou R\$ 1.043 milhões, alta de 17,3% em relação ao 2T24. O Lucro Bruto atingiu R\$ 365,4 milhões, um avanço de 12,9% frente ao mesmo período do ano anterior. O EBITDA foi de R\$ 296,4 milhões, evolução de 69,0%, enquanto o Lucro Líquido alcançou R\$ 353,3 milhões —crescimento de 152,9% sobre o 2T24, resultado impulsionado por um evento não recorrente decorrente de decisão favorável em ação de PIS/COFINS.

O canal de e-commerce manteve sua trajetória positiva, com crescimento de 33,8% e faturamento de R\$ 132,1 milhões, representando neste trimestre 14,8% da Receita Líquida da Companhia. Esse desempenho fortalece a relação direta com o consumidor, amplia a presença digital das marcas e sustenta margens positivas, sem recorrer a promoções agressivas.

DIVISÃO DE CALÇADOS CRESCE, IMPULSIONADA PELA CATEGORIA DE CORRIDA

A divisão de calçados manteve sua trajetória de expansão, impulsionada pela linha Corre. No ano em que celebra seu 50º aniversário, a Olympikus seguiu crescendo em todos os canais, com destaque para a categoria de corrida, fortalecida pelo sucesso da Família Corre, que ampliou o portfólio com os lançamentos do Corre Turbo e do Supra 2 — este último presente no pódio da Maratona Internacional de Porto Alegre.

A Mizuno avançou em sua estratégia de inovação para alta performance, com o lançamento do Neo Vista 2 — modelo “super trainer” com placa de fibra de vidro que, ao lado do Neo Zen, reforça a presença da marca no segmento de performance para treinos. A Mizuno Running Station manteve sua relevância como ponto de encontro de corredores e grupos na USP, com ativações frequentes e engajamento direto com o público.

No segmento Sportstyle, a Mizuno lançou a campanha global “The Game of Quebrada”, gravada no Brasil e veiculada mundialmente, promovendo o modelo Prophecy Morelia. As “AM Sessions”, eventos que conectam a marca às tendências globais por meio da combinação de música, café e cultura urbana, reforçaram a proximidade com público jovem. No futebol, o lançamento da edição especial Morelia 40 anos, em parceria com atletas patrocinados, fortaleceu ainda mais o posicionamento da marca na categoria.

A Under Armour registrou o melhor trimestre na gestão Vulcabras, impulsionada pelas categorias de treino e lifestyle esportivo, com destaque para os modelos Reps e Tribase Cross 2. No basquete, a marca fortaleceu sua presença com novas colorways do Curry 12, ampliando sua conexão com atletas e fãs da modalidade.

ALOCAÇÃO DE CAPITAL

Reforçando seu compromisso com a geração de valor para o acionista e uma gestão disciplinada de capital, frente a resultados extraordinários no trimestre, a Companhia anuncia o pagamento adicional de dividendos no valor de R\$ 300 milhões. Além disso, anuncia também mais um fluxo mensal de distribuição de dividendos de R\$ 0,125 por ação para os meses de novembro e dezembro de 2025.

Com isso completamos 18 meses de dividendos mensais já aprovados e somamos mais de R\$ 741 milhões distribuídos aos acionistas no ano de 2025.

CRESCIMENTO EM RITMO ACELERADO

Com carteiras crescentes para o segundo semestre, sell-out acelerado no varejo e investimentos direcionados para atender o crescimento da demanda, a Vulcabras segue confiante na continuidade de sua trajetória. A combinação entre inovação, ampliação de portfólio e eficiência operacional seguirá impulsionando o desempenho da Companhia, consolidando sua posição de liderança no mercado esportivo brasileiro.



DESEMPENHO CONSOLIDADO

R\$ milhões	2T25	2T24	Var. % 2T25/ 2T24	6M25	6M24	Var. % 6M25/ 6M24
Volume (milhões pares/peças)	8,5	8,2	4,1%	15,6	14,9	4,8%
Receita Operacional Bruta	1.043,4	889,7	17,3%	1.869,7	1.597,2	17,1%
Receita Líquida	894,8	761,0	17,6%	1.596,0	1.358,3	17,5%
Mercado Interno	861,2	723,5	19,0%	1.532,5	1.286,4	19,1%
Mercado Externo	33,6	37,5	-10,4%	63,5	71,9	-11,7%
Lucro Bruto	365,4	323,6	12,9%	647,3	563,5	14,9%
Margem bruta	40,8%	42,5%	-1,7 p.p.	40,6%	41,5%	-0,9 p.p.
Despesas Operacionais SG&A	-216,8	-179,7	20,6%	-394,8	-327,8	20,4%
Outras receitas (despesas) operacionais	115,8	4,4	2.531,8%	120,7	8,4	1.336,9%
EBITDA societário	296,4	175,4	69,0%	436,8	297,8	46,7%
Margem EBITDA	33,1%	23,0%	10,1 p.p.	27,4%	21,9%	5,5 p.p.
EBITDA recorrente	190,8	175,4	8,8%	331,2	297,8	11,2%
Margem EBITDA recorrente	21,3%	23,0%	-1,7 p.p.	20,8%	21,9%	-1,1 p.p.
Lucro Líquido societário	353,3	139,7	152,9%	459,3	228,5	101,0%
Margem Líquida	39,5%	18,4%	21,1 p.p.	28,8%	16,8%	12,0 p.p.
Lucro Líquido recorrente	144,9	139,7	3,7%	250,9	228,5	9,8%
Margem Líquida recorrente	16,2%	18,4%	-2,2 p.p.	15,7%	16,8%	-1,1 p.p.



VOLUME BRUTO

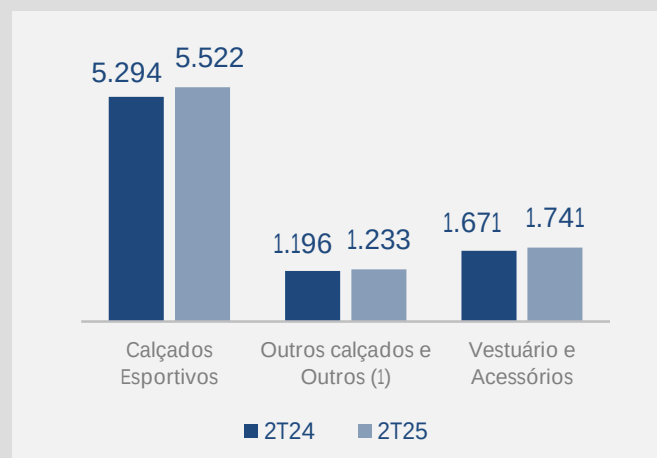
O crescimento consistente de volume bruto no segundo trimestre de 2025 reflete a eficácia da estratégia comercial e operacional adotada pela Companhia. No período, todas as categorias registraram crescimento de volume em comparação com o segundo trimestre de 2024, demonstrando a solidez da demanda e a efetividade das ações implementadas.

No 2T25, o volume bruto faturado atingiu 8,5 milhões de pares/peças, registrando um crescimento de 4,1% em relação aos 8,2 milhões contabilizados no 2T24. Os principais destaques por categoria foram:

1. Calçados Esportivos registraram crescimento de 4,3% em comparação ao 2T24. O aumento no volume consolidado foi impulsionado, pelas vendas no mercado interno, embora tenha sido parcialmente ofuscado pela queda nas vendas no mercado externo. As três marcas apresentaram performance positiva, com crescimento de volume.
2. Outros Calçados e Outros apresentaram expansão de 3,1% em relação ao 2T24, com destaque para a categoria de chinelos esportivos, que registrou crescimento significativo no período.
3. Vestuário e Acessórios a categoria apresentou crescimento de 4,2% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, resultado impulsionado principalmente pela melhora no mercado interno.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL - 2T25 vs 2T24

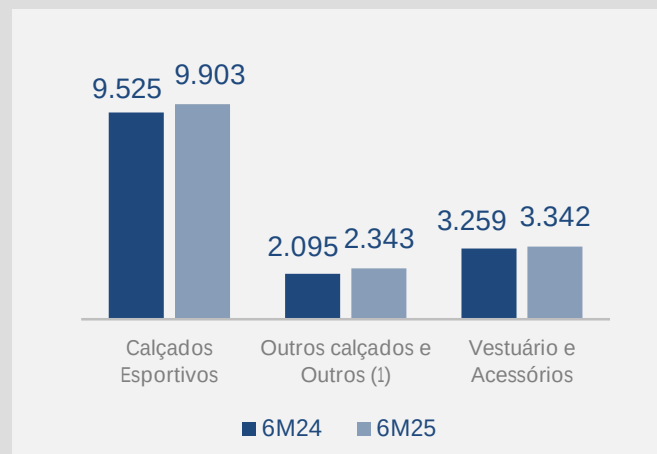
Pares e Peças (Mil)	2T25	Partic.	2T24	Partic.	Var. % 2T25/2T24
Calçados Esportivos	5.522	65,0%	5.294	64,9%	4,3%
Outros Calçados e Outros (1)	1.233	14,5%	1.196	14,6%	3,1%
Vestuário e Acessórios	1.741	20,5%	1.671	20,5%	4,2%
Total	8.496	100,0%	8.161	100,0%	4,1%



No acumulado do semestre o volume bruto faturado somou 15,6 milhões de pares/peças no 6M25, registrando crescimento de 4,8% em relação ao registrado no mesmo período do ano anterior.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL - 6M25 vs 6M24

Pares e Peças (Mil)	6M25	Partic.	6M24	Partic.	Var. % 6M25/6M24
Calçados Esportivos	9.903	63,5%	9.525	64,0%	4,0%
Outros Calçados e Outros (1)	2.343	15,0%	2.095	14,1%	11,8%
Vestuário e Acessórios	3.342	21,5%	3.259	21,9%	2,5%
Total	15.588	100,0%	14.879	100,0%	4,8%



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



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

CATEGORIAS

No 2T25, o varejo brasileiro manteve desempenho consistente, com melhora no giro de produtos e uma dinâmica positiva de consumo nos principais canais de atuação da Companhia. A combinação entre forte presença no ponto de venda e equilíbrio de sortimento contribuiu para impulsionar a receita líquida no período.

No mercado externo, os desafios estruturais no Peru e na Argentina continuaram a impactar negativamente as vendas, mantendo a pressão sobre o desempenho da Companhia na região.

Pelo 20º trimestre consecutivo, a Companhia sustenta uma trajetória consistente de crescimento, com evolução relevante na Receita Líquida que totalizou R\$ 894,8 milhões no 2T25, o que representa um avanço de 17,6% em relação aos R\$ 761,0 milhões apurados no mesmo período do ano anterior. Esse resultado reforçou a eficácia da estratégia comercial e a capacidade de execução da Companhia, sustentada por um portfólio sólido e presença qualificada no varejo.

A categoria de Calçados Esportivos registrou aumento de 18,1% no 2T25 em comparação com o 2T24. Esse desempenho foi impulsionado principalmente pela expansão do mercado interno, enquanto no mercado externo observou-se uma retração da receita. As três marcas da Companhia apresentaram desempenho positivo, impulsionadas pela complementariedade entre elas e a eficácia na execução comercial.

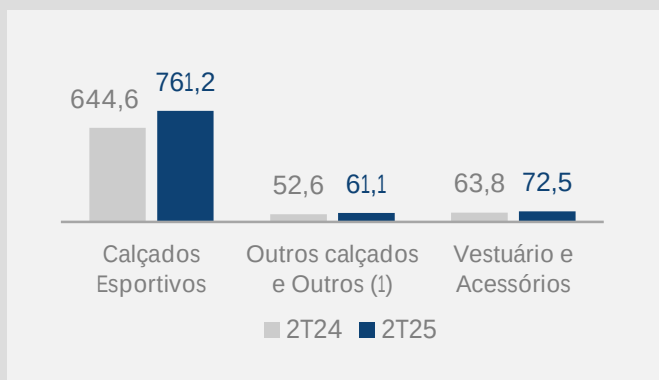
A categoria de Outros Calçados e Outros apresentou crescimento de 16,2% em relação ao 2T24, reflexo do aumento nas vendas da categoria de chinelos esportivos.

A categoria de Vestuário e Acessórios registrou crescimento de 13,6% frente ao 2T24, resultado atribuído, principalmente, à melhora da performance do varejo no mercado interno.

No 6M25, a receita líquida resultou em R\$ 1.596,0 milhões, 17,5% superior à do 6M24, quando a mesma foi R\$ 1.358,3 milhões.

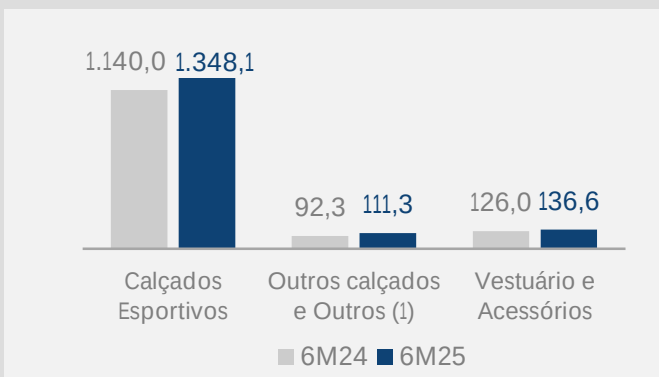
RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 2T25 vs 2T24

R\$ Milhões	2T25	Partic.	2T24	Partic.	Var. % 2T25/2T24
Calçados Esportivos	761,2	85,1%	644,6	84,7%	18,1%
Outros Calçados e Outros (1)	61,1	6,8%	52,6	6,9%	16,2%
Vestuário e Acessórios	72,5	8,1%	63,8	8,4%	13,6%
Receita Líquida Total	894,8	100,0%	761,0	100,0%	17,6%



RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 6M25 vs 6M24

R\$ Milhões	6M25	Partic. %	6M24	Partic. %	Var. % 6M25/6M24
Calçados Esportivos	1.348,1	84,5%	1.140,0	83,9%	18,3%
Outros Calçados e Outros (1)	111,3	6,9%	92,3	6,8%	20,6%
Vestuário e Acessórios	136,6	8,6%	126,0	9,3%	8,4%
Receita Líquida Total	1.596,0	100,0%	1.358,3	100,0%	17,5%



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



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

MERCADOS

MERCADO INTERNO

No 2T25, as vendas no varejo brasileiro apresentaram desempenho positivo, registrando importante crescimento. A receita líquida no mercado interno totalizou R\$ 861,2 milhões, representando um crescimento de 19,0% em relação ao mesmo período do ano anterior, quando atingiu R\$ 723,5 milhões.

Esse resultado foi impulsionado pelo crescimento em todas as categorias comercializadas, com destaque, mais uma vez, para a categoria de calçados esportivos, que apresentou avanço expressivo na comparação com o 2T24.

MERCADO EXTERNO

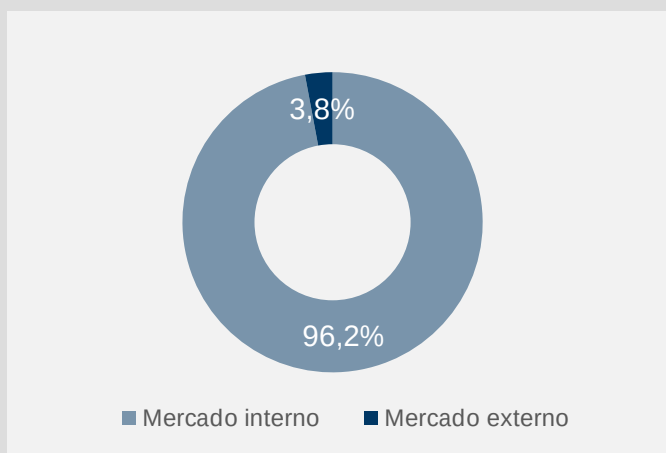
A receita líquida no mercado externo totalizou R\$ 33,6 milhões no 2T25, o que representou uma redução de 10,4% em relação aos R\$ 37,5 milhões registrados no mesmo período do ano anterior.

Embora no 2T25 a operação no Peru tenha apresentado desempenho positivo, as exportações diretas a partir do Brasil, com foco principal no mercado argentino, permaneceram em retração.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 2T25 vs 2T24

R\$ Milhões	2T25	Partic.	2T24	Partic.	Var.% 2T25/2T24
Mercado Interno	861,2	96,2%	723,5	95,1%	19,0%
Mercado Externo	33,6	3,8%	37,5	4,9%	-10,4%
Receita Líquida Total	894,8	100,0%	761,0	100,0%	17,6%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 2T25



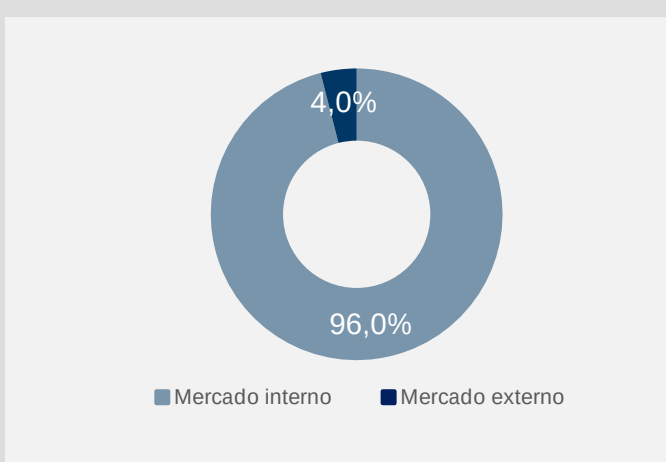
No 6M25, o mercado interno totalizou R\$ 1.532,5 milhões, apresentando aumento de 19,1% em relação ao 6M24, quando a receita líquida foi de R\$ 1.286,4 milhões. Já no mercado externo, a receita líquida no 6M25 foi de R\$ 63,5 milhões, representando uma redução de 11,7% em comparação aos R\$ 71,9 milhões obtidos no mesmo período do ano anterior.

Ao longo de todo o 6M25, observou-se uma dinâmica de crescimento no mercado interno, impulsionado principalmente pela expansão na categoria de calçados esportivos, enquanto no mercado externo houve queda nas vendas, reflexo, do cenário econômico adverso enfrentado na Argentina.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 6M25 vs 6M24

R\$ Milhões	6M25	Partic. %	6M24	Partic. %	Var.% 6M25/6M24
Mercado Interno	1532,5	96,0%	1286,4	94,7%	19,1%
Mercado Externo	63,5	4,0%	71,9	5,3%	-11,7%
Receita Líquida Total	1596,0	100,0%	1358,3	100,0%	17,5%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 6M25





E-COMMERCE

No 2T25, o canal de e-commerce apresentou desempenho sólido, com crescimento na receita e melhora contínua da rentabilidade. Atuando de forma complementar aos demais canais, funcionou como uma extensão natural entre as marcas e seus consumidores, proporcionando uma experiência exclusiva.

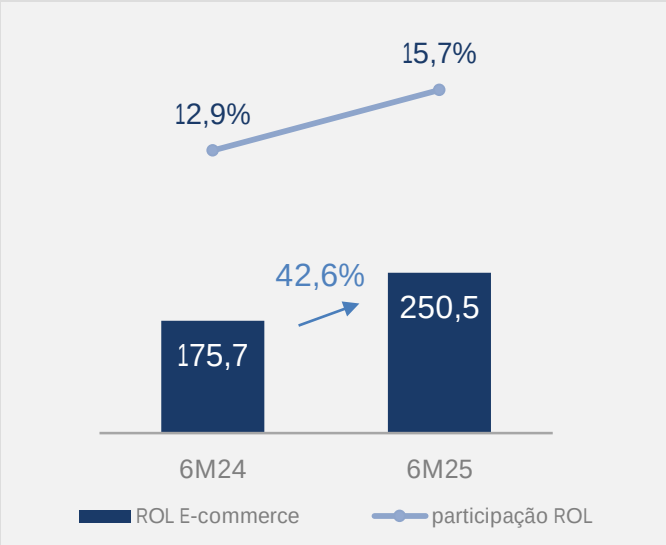
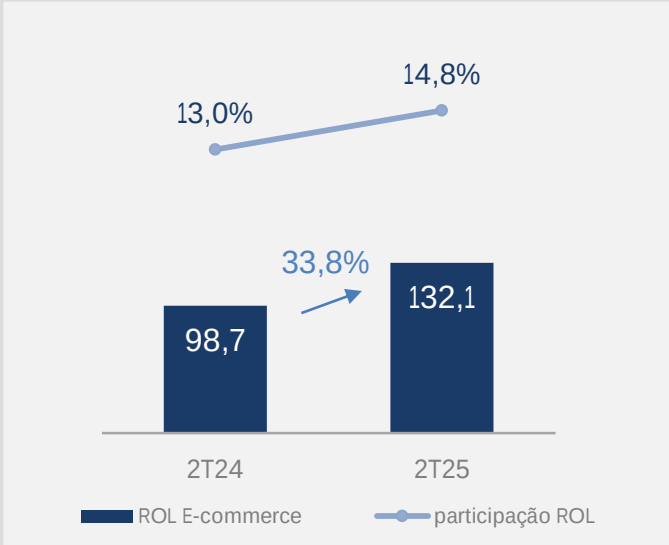
Impulsionado por uma abordagem focada em posicionamento digital e excelência na jornada de compra, o canal registrou uma receita líquida de R\$ 132,1 milhões, representando um avanço de 33,8% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Esse desempenho contribuiu para que o e-commerce atingisse 14,8% da receita líquida da Companhia no 2T25, um ganho de 1,8 pontos percentuais em comparação ao 2T24, reforçando seu papel crescente no mix de canais da Companhia.

No 6M25, a receita líquida do canal totalizou R\$ 250,5 milhões, registrando um crescimento de 42,6% em relação ao mesmo período de 2024. Esse desempenho contribuiu para o avanço da participação do canal na receita total da Companhia, que aumentou 2,8 p.p na comparação com o 6M24, atingindo 15,7% no período.

RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	2T25	2T24	Var. % 2T25/2T24	6M25	6M24	Var. % 6M25/6M24
Receita Líquida e-commerce	132,1	98,7	33,8%	250,5	175,7	42,6%
Participação ROL %	14,8%	13,0%	1,8 p.p.	15,7%	12,9%	2,8 p.p.



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

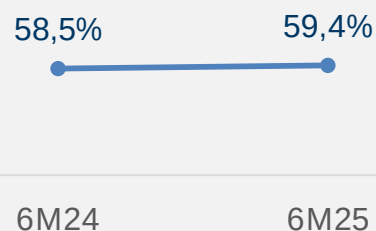
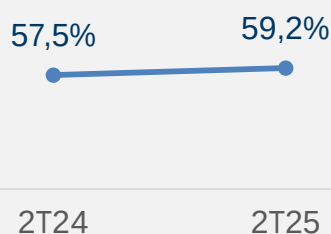
Apesar do aumento no volume de produção e comercialização, a margem bruta do trimestre foi temporariamente impactada pelos aumentos nos custos dos produtos vendidos. O sucesso da família do Corre e a oportunidade de expandir o seu Market-Share de forma relevante na categoria de corrida de performance, trouxe consigo uma forte demanda por produtos mais técnicos e elaborados, com tempos médios de produção bem superiores aos demais. Para atender essa demanda a Companhia precisou aumentar o seu quadro de mão de obra direta de forma acelerada, um incremento bem superior ao histórico de contratações dos últimos anos.

Este aumento acelerado de quadro, fez com que a eficiência produtiva (principalmente na planta do Ceará, responsável pela produção da família Corre) fosse temporariamente impactada, o que resultou em um aumento no custo dos produtos produzidos. Esse aumento de custos é encarado como um investimento estratégico para sustentar nosso crescimento. A recente contratação acelerada de colaboradores implica em um período natural de adaptação e treinamento, durante o qual a eficiência fabril é temporariamente impactada. Com a evolução do treinamento e o ganho de experiência, esses índices tendem a retornar aos patamares anteriores.

No 2T25, o custo dos produtos vendidos (CPV) atingiu 59,2% da receita líquida de vendas, representando um acréscimo de 1,7 pontos percentuais em comparação ao 2T24. Mesmo diante de um cenário adverso, a Companhia permaneceu concentrada em iniciativas voltadas à elevação da eficiência operacional e à busca por ganhos de escala.

No acumulado do primeiro semestre de 2025 (6M25), o custo das vendas representou 59,4% da receita líquida, alta de 0,9 ponto percentual em relação aos 58,5% apurados no mesmo intervalo de 2024.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (% CPV/ROL)

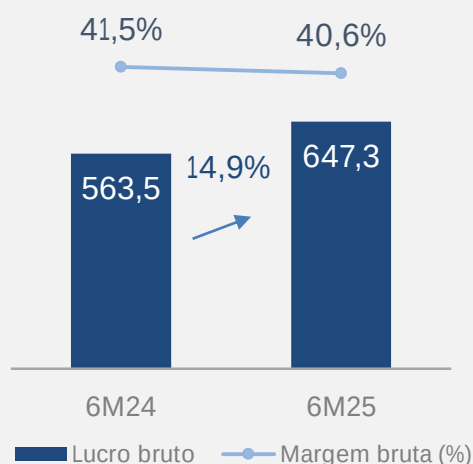
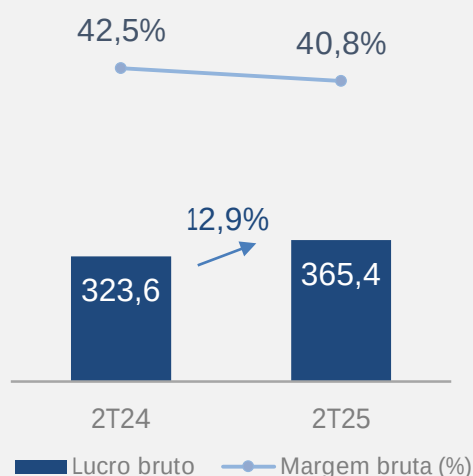


LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

No 2T25 a Companhia obteve um lucro bruto de R\$ 365,4 milhões, o que representa um crescimento de 12,9% em relação aos R\$ 323,6 milhões apurados no mesmo período do ano anterior. A margem bruta consolidada atingiu 40,8%, retração de 1,7 p.p. na comparação com o 2T24.

Conforme explicado no item de custo de produtos vendidos, a margem bruta fica temporariamente pressionada em função dos investimentos realizados em contratações aceleradas. Com a estabilização das contratações, evolução do treinamento e o ganho de experiência, a expectativa é de que as eficiências e consequentemente as margens retornem aos patamares anteriores.

No acumulado do ano (6M25), o lucro bruto foi de R\$ 647,3 milhões, aumento de 14,9% sobre os R\$ 563,5 milhões obtidos no 6M24. A Margem bruta no 6M25 foi de 40,6%, sendo 0,9 p.p. inferior à obtida no mesmo período de 2024, quando atingiu 41,5%.



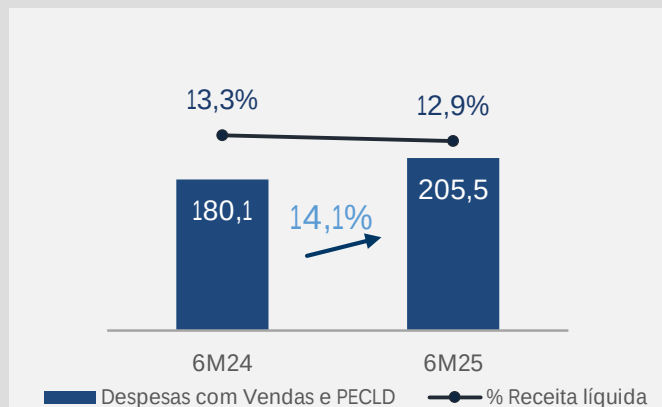
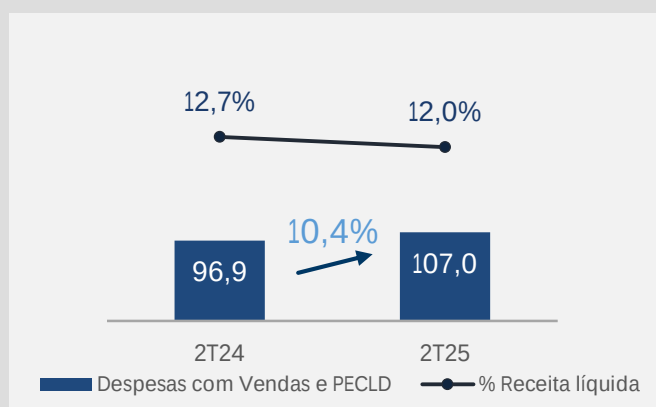
DESPESAS COM VENDAS E PECLD

No 2T25, as despesas relacionadas a vendas, propaganda e às Perdas Estimadas em Créditos de Liquidação Duvidosa (PECLD) totalizaram R\$ 156,7 milhões, o que representou um crescimento de 14,5% em relação ao mesmo período de 2024.

As despesas diretas associadas a vendas e PECLD, desconsiderando os investimentos em propaganda, somaram R\$ 107,0 milhões no 2T25, o que correspondeu a um crescimento de 10,4% frente aos R\$ 96,9 milhões registrados no 2T24. Quando comparadas à receita líquida,

essas despesas representaram 12,0%, uma redução de 0,7 p.p. em relação aos 12,7% observados no mesmo trimestre do ano anterior.

No 6M25, registrou-se despesa com vendas (ex propaganda) de R\$ 205,5 milhões, um acréscimo de 14,1% em comparação aos R\$ 180,1 milhões do 6M24. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida atingiu 12,9%, uma redução de 0,4 p.p em relação a apresentada no 6M24.





DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING

No 2T25, os investimentos em propaganda e marketing somaram R\$ 49,7 milhões, um crescimento de 24,3% em relação aos R\$ 40,0 milhões registrados no mesmo período de 2024. Esse aumento reflete a intensificação das ações de comunicação e posicionamento de marca ao longo do trimestre.

Em relação à receita líquida, as despesas com propaganda e marketing representaram 5,6%, um avanço de 0,3 p.p. frente à participação de 5,3% observada no 2T24.

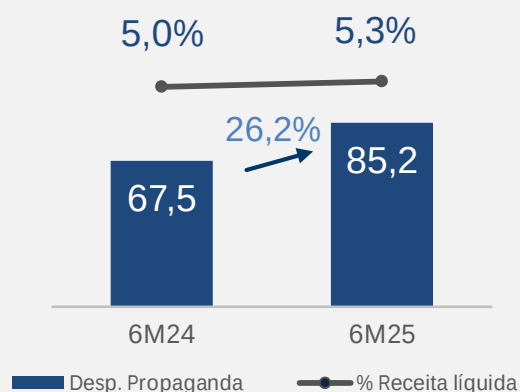
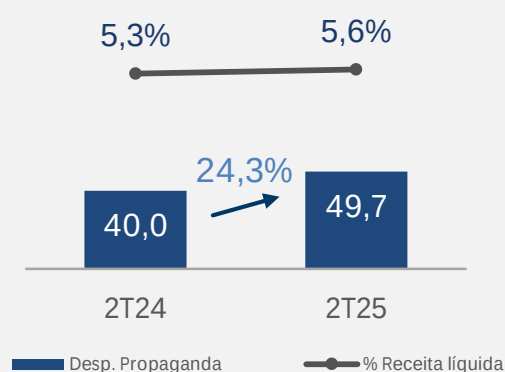
Comemoração dos 50 anos da marca Olympikus – 2025

Na sequência aos eventos de comemoração dos 50 anos da Olympikus, no 2T25 foram realizadas diversas corridas patrocinadas. Na Maratona Internacional de São Paulo, onde foi marca oficial do evento, todos os pódios das provas de 42 km foram conquistados com o protótipo do Supra 2. Já na Maratona Internacional de Porto Alegre, uma das maiores do país, a marca conquistou 13 pódios, incluindo o 1º lugar feminino – desta vez com o Supra 2 já lançado. A marca esteve ainda presente em outras provas relevantes como a Maratona de João Pessoa, Volta à Ilha, 21 km de Salvador, Meia Maratona das Cataratas e Meia Maratona de Belo Horizonte, reforçando a sua liderança nas competições e a performance dos produtos nos pés dos atletas. O projeto reforça o compromisso da Olympikus com a democratização do esporte e o investimento contínuo em iniciativas de alto impacto para o consumidor.

No segundo trimestre, a Olympikus fortaleceu sua posição no segmento de corrida ao lançar os modelos, Supra 2 e Corre Turbo, que trouxeram avanços tecnológicos e ampliaram o portfólio da Família Corre. A marca também se destacou em eventos esportivos de grande visibilidade, conquistando importante posicionamento, e reafirmando seu compromisso com a alta performance e a proximidade com a comunidade de corredores.

A Mizuno, por sua vez, avançou nas frentes de corrida, lifestyle e futebol. Lançou o Neo Vista 2 e promoveu ativações no Mizuno Running Station, além de se conectar com o público urbano através do evento AM Sessions e a campanha internacional “The Game of Quebrada”. Já a Under Armour teve seu melhor trimestre no Brasil, impulsionada por lançamentos como o Curry 12 e o Infinite Elite 2, com ativações que reforçaram sua presença nas categorias de treino, basquete e lifestyle esportivo.

No 6M25, registrou-se despesa com propaganda de R\$ 85,2 milhões, um acréscimo de 26,2% em comparação aos R\$ 67,5 milhões do 6M24. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida atingiu 5,3%, um aumento 0,3 p.p em relação a apresentada no 6M24.





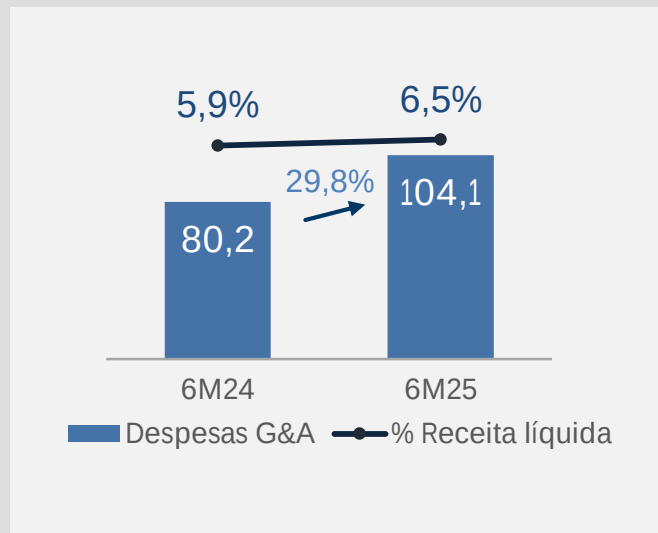
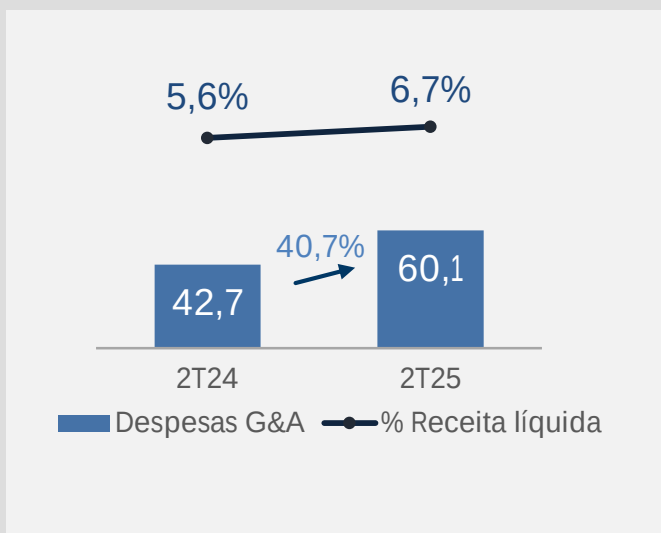
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

No 2T25, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 60,1 milhões, representando um aumento de 40,7% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Durante o trimestre, houve o reconhecimento de eventos não recorrentes relacionados ao êxito em ações judiciais de créditos de PIS/COFINS, aferidos em Controladas. Esses efeitos impactaram negativamente as despesas gerais e administrativas, aumentando o valor contábil reportado no período. Como se trata de um efeito extraordinário, este

aumento não reflete a tendência operacional recorrente da Companhia, sendo importante considerar esse fator para uma análise adequada da evolução das despesas.

Para melhor interpretação apresentamos a demonstração do impacto do evento não recorrente nas Despesas Gerais e Administrativas.



EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	2T25	2T24	Var. % 2T25/2T24	6M25	6M24	Var. % 6M25/6M24
Despesas Gerais e Administrativas	60,1	42,7	40,7%	104,1	80,2	29,8%
(-) Honorários sobre Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	9,3	0,0	N/A	9,3	0,0	N/A
Despesas Gerais e Administrativas Recorrente	50,8	42,7	19,0%	94,8	80,2	18,2%
% Receita Líquida	5,7%	5,6%	0,1 p.p.	5,9%	5,9%	0,0 p.p.

Quando analisadas em proporção à receita líquida, as despesas gerais e administrativas recorrentes alcançaram 5,7% no trimestre, aumento de 0,1 p.p. em relação a participação reportada no 2T24.

Além do evento não recorrente mencionado acima as principais variações no período concentraram-se em Despesas com aluguéis, impulsionadas pelos novos pontos de venda, gastos com pessoal, refletindo os reajustes decorrentes de acordos coletivos sobre os salários dos colaboradores administrativos e ao acréscimo de encargos devido ao processo de reoneração da folha de pagamento.

No 6M25, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 104,1 milhões, representando um crescimento de 29,8% em relação aos R\$ 80,2 milhões registrados no mesmo período de 2024. Em proporção à receita líquida, representaram um aumento de 0,6 ponto percentual frente ao 6M24. Desconsiderando o evento não recorrente reconhecido no 2T25, as despesas totalizaram R\$ 94,8 milhões, representando um crescimento de 18,2% em relação aos R\$ 80,2 milhões registrados no mesmo período de 2024.



OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No 2T25, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas totalizaram uma receita de R\$ 115,8 milhões, valor superior à receita de R\$ 4,4 milhões registrada no mesmo período de 2024.

No período, foram reconhecidos eventos não recorrentes decorrentes do êxito em ações judiciais relacionadas à recuperação de créditos de PIS/COFINS, aferidos em Controladas, com reflexo positivo nesta rubrica. Esses efeitos impactaram em R\$ 114,9 milhões as outras receitas (despesas) operacionais líquidas, aumentando o valor contábil reportado no período. Como se trata de um efeito extraordinário, este aumento não reflete a tendência operacional recorrente da Companhia, sendo importante

considerar esse fator para uma análise adequada da evolução das despesas. Desconsiderado o evento não recorrente, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas totalizaram uma receita de R\$ 0,9 milhão, sendo 79,5% inferior à receita de R\$ 4,4 milhões registrada no mesmo período de 2024.

No 6M25, as outras receitas (despesas) operacionais líquidas totalizaram R\$ 120,7 milhões. Desconsiderando o evento não recorrente reconhecido no 2T25, as receitas totalizaram R\$ 5,8 milhões, representando uma redução de 31,0% em relação aos R\$ 8,4 milhões registrados no mesmo período de 2024.

EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	2T25	2T24	Var. % 2T25/2T24	6M25	6M24	Var. % 6M25/6M24
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	115,8	4,4	2.531,8%	120,7	8,4	1.336,9%
(+) Valor principal em ações de PIS/COFINS aferidos em Controladas PIS/COFINS sobre outras receitas	-114,9	0,0	N/A	-114,9	0,0	N/A
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas recorrente	0,9	4,4	-79,5%	5,8	8,4	-31,0%





RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

No 2T25, o resultado financeiro líquido foi positivo, com uma receita de R\$ 119,3 milhões, representando um crescimento expressivo em relação ao mesmo período do ano anterior, quando o resultado foi de R\$ 3,1 milhões.

No período, foram reconhecidos eventos não recorrentes decorrentes do êxito em ações judiciais relativos à recuperação de créditos de PIS/COFINS, aferido em Controladas, com reflexo positivo no resultado financeiro. Esses efeitos contribuíram com R\$ 122,9 milhões na linha de resultado financeiro, elevando o valor contábil reportado no período. Por se tratar de um efeito extraordinário, tal

incremento não reflete a tendência operacional recorrente da Companhia, sendo, portanto, um fator importante a ser considerado para uma análise precisa da evolução desse resultado. Desconsiderado o evento não recorrente, o resultado financeiro totalizaria uma despesa de R\$3,6 milhões.

No 6M25, o resultado financeiro totalizou uma receita de R\$ 121,7 milhões. Desconsiderando o evento não recorrente reconhecido no 2T25, o resultado financeiro totalizaria uma despesa de R\$ 1,2 milhão frente a receita de R\$ 3,9 milhões registrada no mesmo período de 2024.

R\$ Milhões	2T25	2T24	Var.% 2T25/2T24	6M25	6M24	Var.% 6M25/6M24
Estrutura de capital	-16,6	-13,7	21,2%	-28,4	-28,6	-0,7%
Operacionais	-3,2	-2,9	10,3%	-5,8	-5,0	16,0%
Cambiais	-6,9	-6,7	3,0%	-19,4	-9,8	98,0%
Despesas Financeiras	-26,7	-23,3	14,6%	-53,6	-43,4	23,5%
Estrutura de capital	7,7	12,5	-38,4%	16,4	27,7	-40,8%
Operacionais	133,6	4,2	3.081,0%	138,4	7,7	1.697,4%
Cambiais	4,7	9,7	-51,5%	20,5	11,9	72,3%
Receitas Financeiras	146,0	26,4	453,0%	175,3	47,3	270,6%
Resultado Financeiro Líquido	119,3	3,1	3.748,4%	121,7	3,9	3.020,5%

EVENTO NÃO RECORRENTE

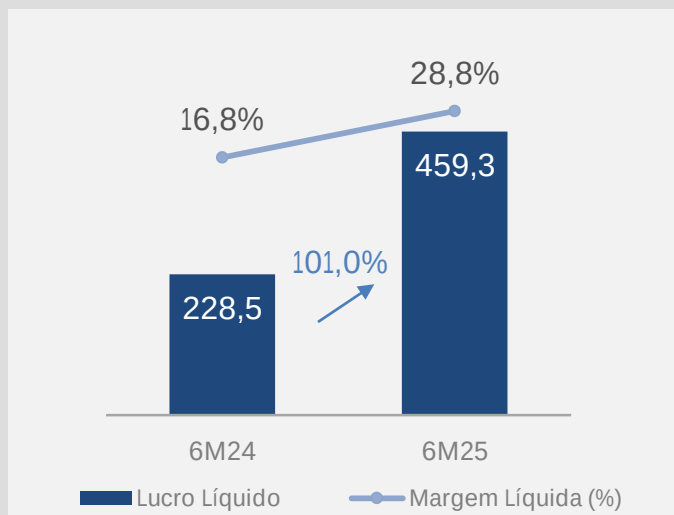
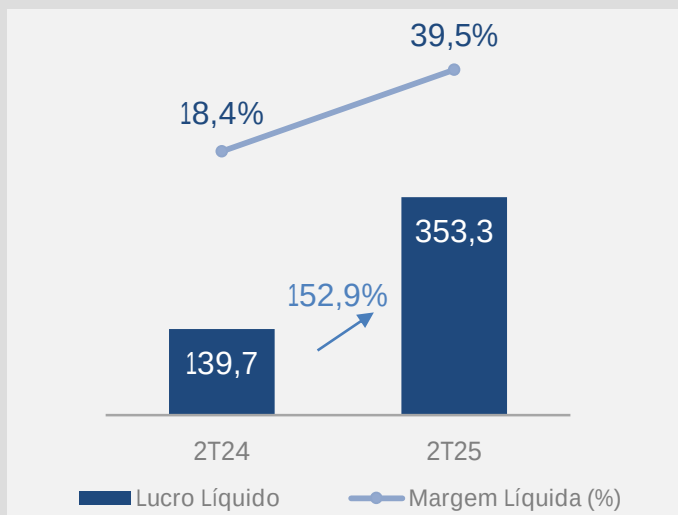
R\$ Milhões	2T25	2T24	Var.% 2T25/2T24	6M25	6M24	Var.% 6M25/6M24
Resultado Financeiro Líquido	119,3	3,1	3.748,4%	121,7	3,9	3.020,5%
(+) Valor da correção em Ações de PIS/COFINS aferidos em Controladas	-122,9	0	N/A	-122,9	0	N/A
Resultado financeiro Líquido Recorrente	-3,6	3,1	-216,1%	-1,2	3,9	-130,8%



LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

No 2T25, a Companhia registrou lucro líquido de R\$ 353,3 milhões, o que representou um aumento de 152,9% em relação ao mesmo período do ano anterior, quando o lucro líquido totalizou R\$ 139,7 milhões.

A margem líquida do trimestre alcançou 39,5%, refletindo uma expansão de 21,1 p.p em comparação aos 18,4% observados no 2T24.



Importante destacar que, no 2T25, o lucro líquido foi impactado positivamente em R\$ 208,4 milhões em função do reconhecimento de créditos de PIS/COFINS decorrentes de ações judiciais exitosas, aferidos em Controladas, o que representa uma variação na Margem líquida de 23,3 p.p.

Desconsiderado os eventos não recorrentes registrados no 2T25, o Lucro Líquido do trimestre totalizaria R\$144,9 milhões, sendo 3,7% superior ao valor de R\$139,7 milhões registrado no mesmo período de 2024. A margem líquida recorrente do trimestre alcançou 16,2%, refletindo uma redução de 2,2 p.p em comparação aos 18,4% observados no 2T24.

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

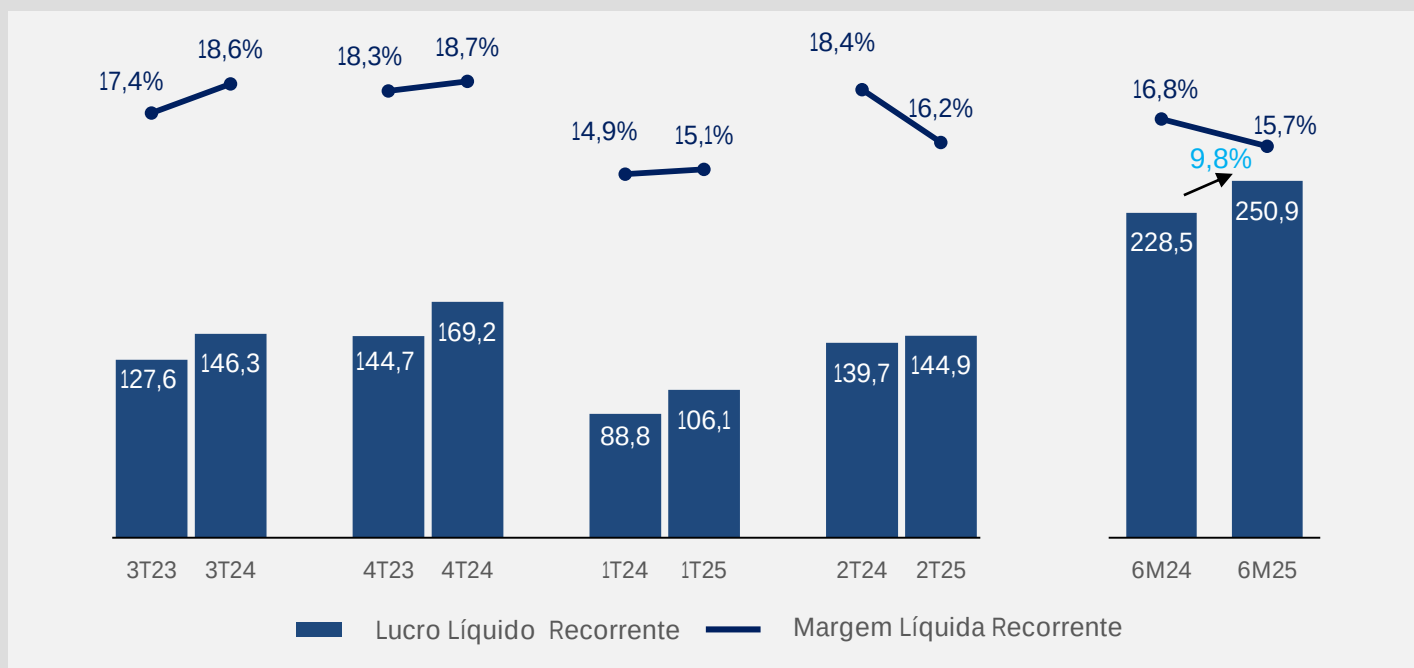
EVENTOS NÃO RECORRENTES

R\$ Milhões	2T25	2T24	Var.% 2T25/2T24	6M25	6M24	Var.% 6M25/6M24
Lucro Líquido	353,3	139,7	152,9%	459,3	228,5	101,0%
(+) Valor principal em ações de PIS/COFINS aferidos em Controladas PIS/COFINS sobre outras receitas	-114,9	0,0	N/A	-114,9	0,0	N/A
(+) Juros sobre a Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	-122,9	0,0	N/A	-122,9	0,0	N/A
(-) Honorários sobre Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	9,3	0,0	N/A	9,3	0,0	N/A
(-) IRPJ/CSLL sobre a Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	20,1	0,0	N/A	20,1	0,0	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes no Lucro Líquido	-208,4	0,0	N/A	-208,4	0,0	N/A
Lucro Líquido Recorrente	144,9	139,7	3,7%	250,9	228,5	9,8%
Margem Líquida Recorrente	16,2%	18,4%	-2,2 p.p.	15,7%	16,8%	-1,1 p.p.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

No acumulado do ano, o lucro líquido atingiu R\$ 459,3 milhões no 6M25, representando um crescimento de 101,0% em relação ao resultado apurado no mesmo período de 2024. A margem líquida evoluiu 12,0 pontos percentuais na comparação entre os semestres, passando de 16,8% no 6M24 para 28,8% no 6M25.

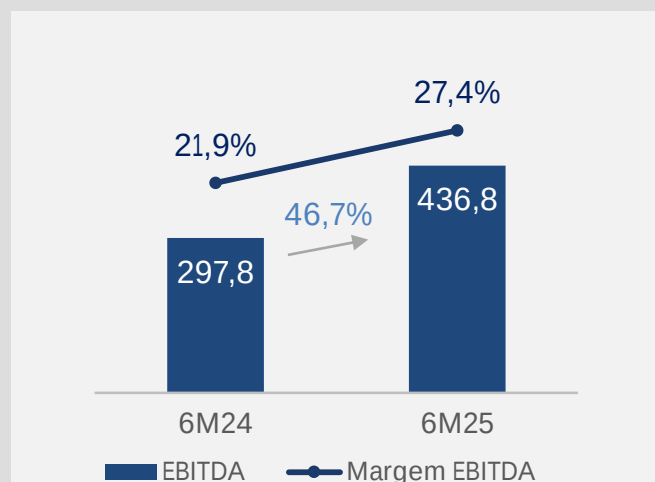
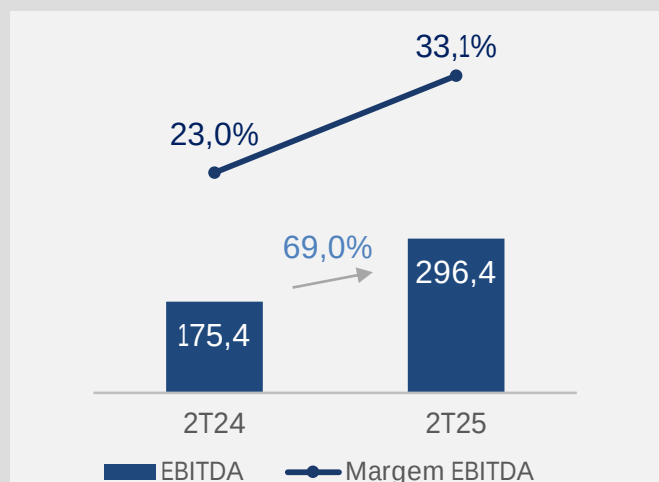
Na comparação do lucro líquido recorrente, o crescimento no 6M25 foi de 9,8% atingindo R\$ 250,9 milhões com margem líquida de 15,7%, 1,1 p.p inferior ao mesmo período do ano anterior.





EBITDA E MARGEM EBITDA

No 2T25, o EBITDA da Companhia totalizou R\$ 296,4 milhões, representando um crescimento de 69,0% em relação aos R\$ 175,4 milhões registrados no mesmo período de 2024. A margem Ebitda evoluiu 10,1 pontos percentuais na comparação entre os trimestres, passando de 23,0% no 6M24 para 33,1% no 6M25.



Importante destacar que, no 2T25, o EBITDA foi impactado positivamente em R\$ 105,6 milhões em função do reconhecimento de créditos de PIS/COFINS decorrentes de ações judiciais exitosas, aferidos em Controladas, o que representa uma variação na Margem EBITDA de 11,8 p.p.

Desconsiderado os eventos não recorrentes registrados no 2T25, o Ebitda do trimestre totalizaria R\$ 190,8 milhões, sendo 8,8% superior ao valor de R\$ 175,4 milhões registrado no mesmo período de 2024. A margem Ebitda recorrente do trimestre alcançou 21,3%, refletindo uma redução de 1,7 p.p. em comparação aos 23,0% observados no 2T24.

Ainda assim, 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 enfrentados no período.

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

EVENTOS NÃO RECORRENTES

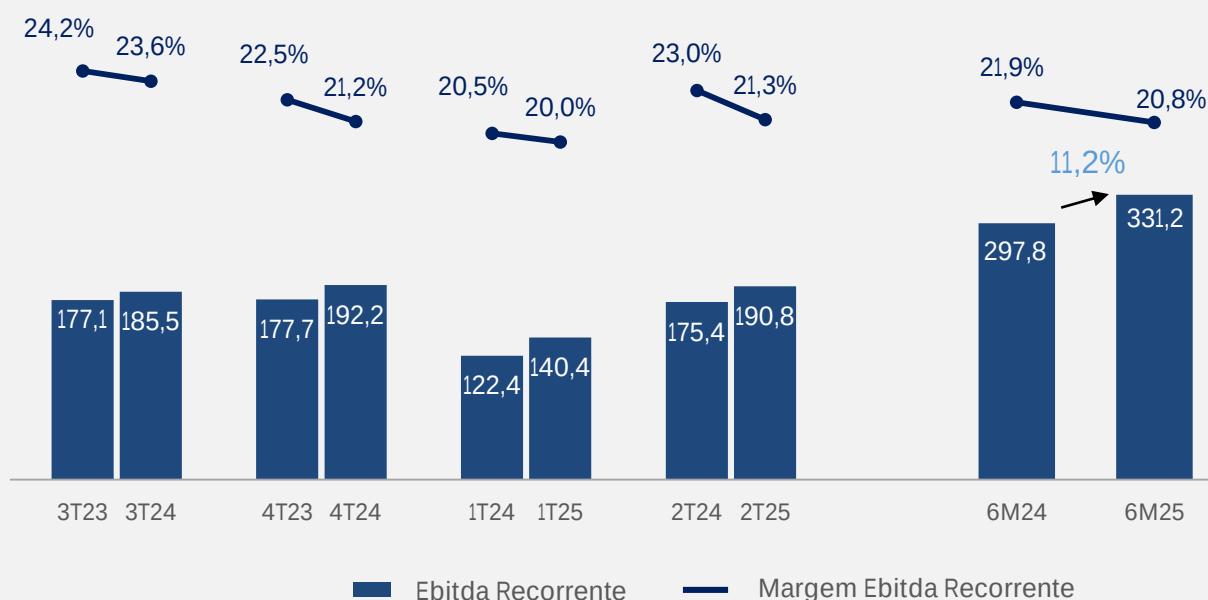
R\$ Milhões	2T25	2T24	Var.% 2T25/2T24	6M25	6M24	Var.% 6M25/6M24
EBITDA Contábil	296,4	175,4	69,0%	436,8	297,8	46,7%
(+) Valor principal em ações de PIS/COFINS aferidos em Controladas PIS/COFINS sobre outras receitas	-114,9	0,0	N/A	-114,9	0,0	N/A
(-) Honorários sobre Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	9,3	0,0	N/A	9,3	0,0	N/A
Ebitda Recorrente	190,8	175,4	8,8%	331,2	297,8	11,2%
Margem Ebitda Recorrente	21,3%	23,0%	-1,7 p.p.	20,8%	21,9%	-1,1 p.p.

EBITDA E MARGEM EBITDA

No acumulado do ano, o Ebitda atingiu R\$ 436,8 milhões no 6M25, representando um crescimento de 46,7% em relação ao resultado apurado no mesmo período de 2024. A margem Ebitda evoluiu 5,5 pontos percentuais na comparação entre os semestres, passando de 21,9% no 6M24 para 27,4% no 6M25.

Na comparação do Ebitda recorrente, o crescimento no 6M25 foi de 11,2% atingindo R\$ 331,2 milhões com margem Ebitda de 20,8%, 1,1 p.p. inferior ao mesmo período do ano anterior.

EBITDA RECORRENTE E MARGEM EBITDA RECORRENTE





ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)

O retorno sobre capital investido – ROIC²– anualizado atingiu 28,5% no 2T25-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/06/2025), o qual representa um aumento de 2,4 p.p. sobre o resultado de 26,1% obtido em 31/12/2024.

ROIC	2022	2023	2024	2T25LTM
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	469,9	494,9	569,9	800,7
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(41,3)	4,8	(22,6)	(140,4)
NOPAT	428,6	499,7	547,3	660,3
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	417,0	437,8	336,9	354,6
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(197,2)	(361,0)	(307,7)	(211,8)
(-) Aplicações Financeiras	(8,9)	(13,4)	(6,6)	(3,8)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	18,4	–	–	–
(+) Patrimônio Líquido	1.711,8	1.995,3	2.110,3	2.356,4
Total Capital Investido	1.941,1	2.058,7	2.132,9	2.495,4
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.776,0	1.999,9	2.095,8	2.314,2
ROIC anualizado ⁽²⁾	24,1%	25,0%	26,1%	28,5%

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC-ajustado³) anualizado atingiu 32,0% no 2T25-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/06/2025), com aumento de 2,5 p.p. sobre o resultado de 29,5% obtido em 31/12/2024.

ROIC AJUSTADO	2022	2023	2024	2T25LTM
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	469,9	494,9	569,9	800,7
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(41,3)	4,8	(22,6)	(140,4)
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(5,3)	(7,9)	(6,1)	(3,8)
NOPAT (Ajustado)	423,3	491,8	541,2	656,5
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	417,0	437,8	336,9	354,6
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(197,2)	(361,0)	(307,7)	(211,8)
(-) Aplicações Financeiras	(8,9)	(13,4)	(6,6)	(3,8)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	18,4	–	–	–
(-) Ágio da Compra	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(75,7)	(62,9)	(64,3)	(65,2)
(+) Patrimônio Líquido	1.711,8	1.995,3	2.110,3	2.356,4
Total Capital Investido Ajustado	1.667,2	1.797,6	1.870,4	2.232,0
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.505,3	1.732,4	1.834,0	2.051,2
ROIC ajustado anualizado ⁽³⁾	28,1%	28,4%	29,5%	32,0%

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 2T25, a Companhia realizou investimentos totalizando R\$ 66,5 milhões em ativos imobilizados e intangíveis, registrando um aumento de 85,2% em comparação ao montante investido no mesmo período de 2024.

Os investimentos mais relevantes foram destinados à ampliação do parque fabril, por meio da aquisição de equipamentos voltados ao incremento da capacidade de produção, mantendo-se o foco na modernização e na otimização contínua da eficiência operacional. Essa estratégia reforça o compromisso com a alocação racional de capital, uma vez que a continuidade dos aportes tem como principal diretriz a expectativa de retorno em prazo reduzido.

ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

R\$ Milhões	2T25	2T24	Var. % 2T25/2T24	6M25	6M24	Var. % 6M25/6M24
Moldes	10,9	12,2	-10,7%	22,2	20,0	11,0%
Máquinas e Equipamentos	42,5	11,0	286,4%	69,5	19,1	263,9%
Instalações	5,7	2,4	137,5%	8,6	4,9	75,5%
Outros	5,0	7,7	-35,1%	9,5	18,3	-48,1%
Imobilizado	64,1	33,3	92,5%	109,8	62,3	76,2%
Software	2,4	2,6	-7,7%	5,1	3,2	59,4%
Intangível	2,4	2,6	-7,7%	5,1	3,2	59,4%
Total Geral	66,5	35,9	85,2%	114,9	65,5	75,4%



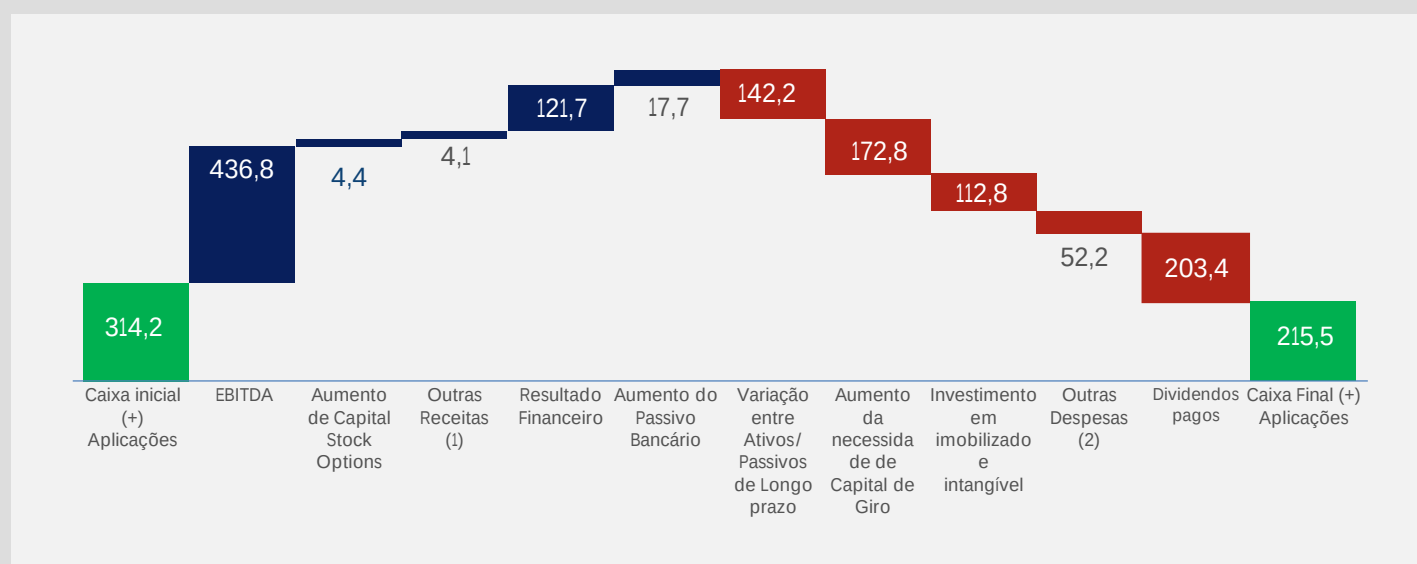


GERAÇÃO DE CAIXA

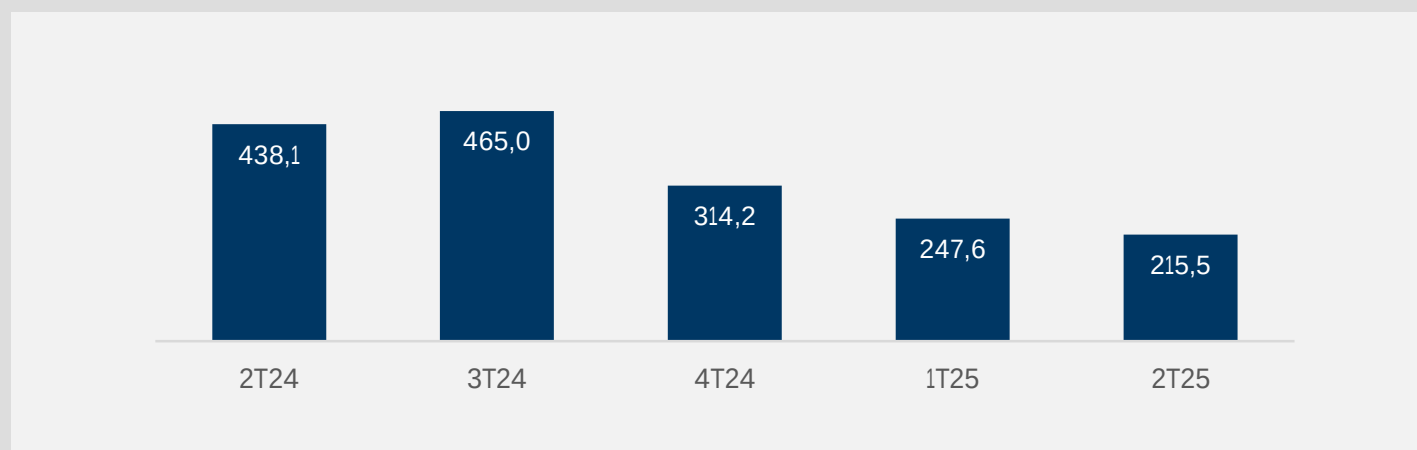
A variação de caixa no 2T25 totalizou R\$ 98,7 milhões e foi composta principalmente pelos seguintes eventos:

- EBITDA de R\$ 436,8 milhões;
- Aumento de capital pelo exercício do plano de Stock Option de R\$ 4,4 milhões;
- Ganho em resultado financeiro de R\$ 121,7 milhões;
- Aumento do passivo bancário em R\$ 17,7 milhões;
- Variação entre Ativos/Passivos de Longo Prazo de R\$ 142,2 milhões;
- Aumento da necessidade de capital de giro de R\$ 172,8 milhões;
- Investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 112,8 milhões;
- Dividendos pagos de R\$ 203,4 milhões.

FLUXO DE CAIXA 6M25



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

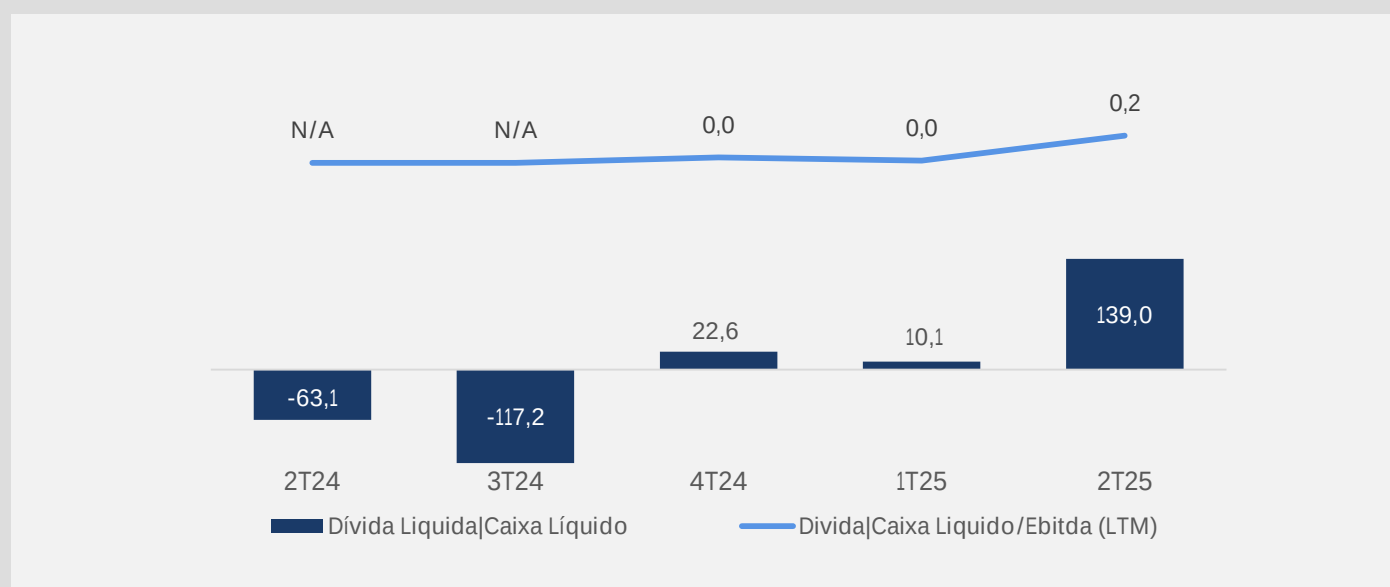
Em 30/06/2025 a Companhia apresentava dívida líquida de R\$ 139,0 milhões, sendo R\$ 116,4 milhões superior a observada no encerramento de 31/12/2024. O aumento do endividamento líquido decorreu, principalmente, a redução nas

disponibilidades, em função do aumento da necessidade de capital de giro, da aceleração dos investimentos em capital (capex) e a manutenção da sistemática de distribuição mensal de dividendos adotada pela Companhia.

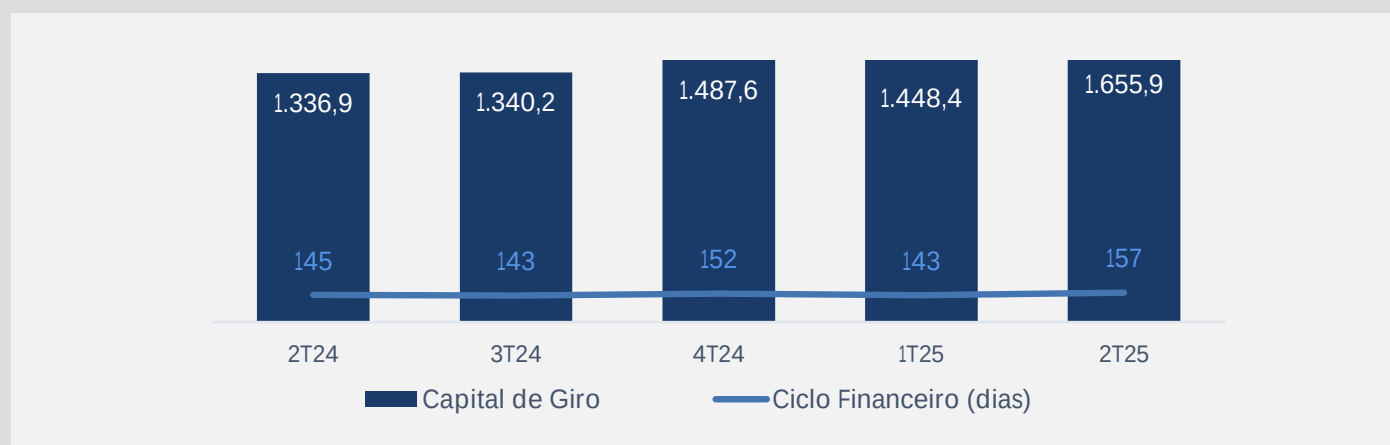
DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ Milhões	31/12/2023	31/12/2024	30/06/2025	Var. % 30/06/2025 / 31/12/2024
Financiamento e empréstimos	437,8	336,9	354,6	5,3%
Caixa e equivalentes de Caixa	-361,0	-307,7	-211,8	-31,2%
Aplicações financeiras	-13,4	-6,6	-3,8	-42,4%
Dívida Líquida / Caixa Líquido	63,4	22,6	139,0	515,0%

EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E ALAVANCAGEM



CAPITAL DE GIRO E CICLO FINANCEIRO (EX-DIVIDENDOS)





MERCADO DE CAPITAIS

DIVIDENDOS

Reforçando seu compromisso com a geração de valor para o acionista e uma gestão disciplinada de capital, a Companhia anuncia o pagamento adicional de dividendos no valor de R\$ 300,0 milhões a ser pago em 22 de setembro de 2025.

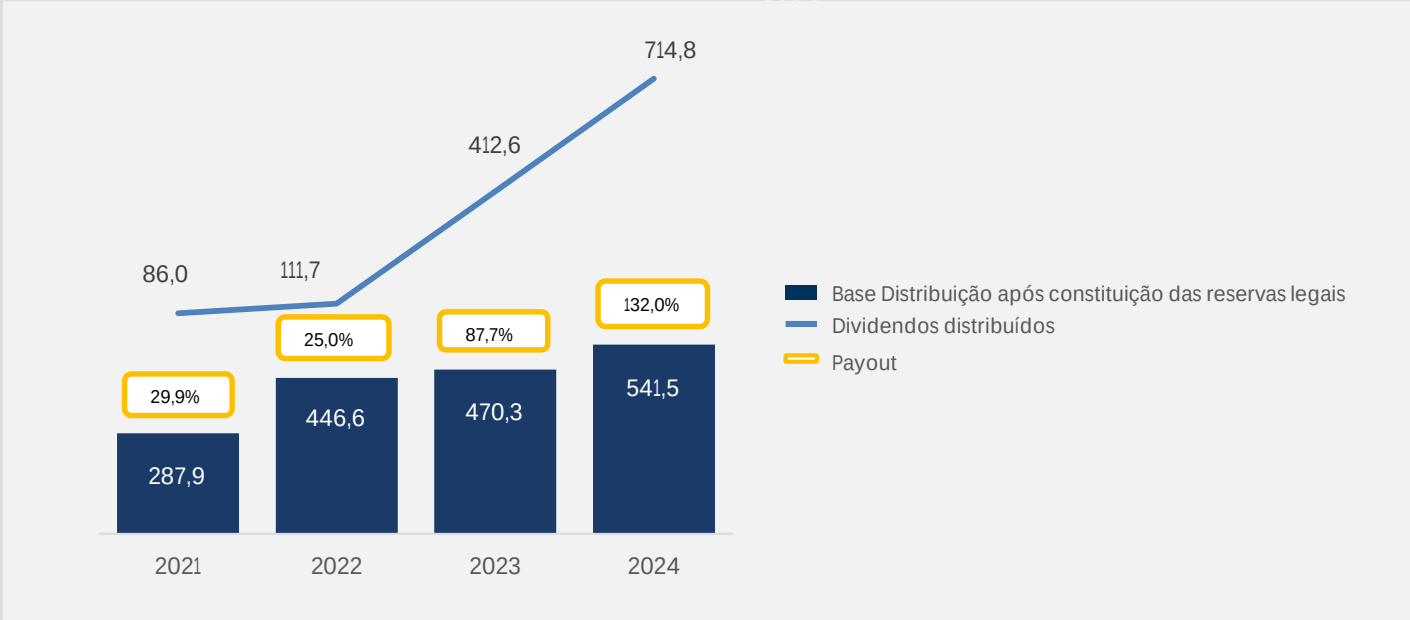
Além disso, anuncia também mais um fluxo mensal de distribuição de dividendos de R\$ 0,125 por ação para os meses de novembro e dezembro de 2025.

RETORNO AOS ACIONISTAS

Tipo	Valor Total	Valor pago por ação	Data base para Distribuição	Data de Pagamento
Dividendos Intermediários	245,1	1,00	25/01/2024	08/02/2024
Dividendos Intermediários	122,6	0,50	25/01/2024	17/04/2024
Dividendos Intermediários	41,1	0,15	15/05/2024	29/05/2024
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	12/08/2024	23/08/2024
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	19/08/2024	02/09/2024
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	19/09/2024	01/10/2024
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	17/10/2024	01/11/2024
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	18/11/2024	02/12/2024
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	16/12/2024	02/01/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	21/01/2025	03/02/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	17/02/2025	06/03/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	18/03/2025	01/04/2025
Total Dividendos 2024	714,8			
Dividendos Intercalares	33,8	0,125	17/04/2025	02/05/2025
Dividendos Intercalares	33,8	0,125	20/05/2025	02/06/2025
Dividendos Intercalares	33,8	0,125	18/06/2025	01/07/2025
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	17/07/2025	01/08/2025
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	18/08/2025	01/09/2025
Dividendos Intermediários	34,0	0,125	17/09/2025	01/10/2025
Dividendos Intermediários	300,0	1,104	08/09/2025	22/09/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	20/10/2025	03/11/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	17/11/2025	01/12/2025
Dividendos Intercalares	34,0	0,125	15/12/2025	29/12/2025
Total Dividendos 2025	605,4			



MERCADO DE CAPITAIS



PROGRAMA DE RECOMPRA DE AÇÕES

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

Durante o 2T25, a Companhia não efetuou compras. No 1S25 o montante comprado totalizou 762,2 mil ações e o saldo adquirido e detido em tesouraria em 30 de junho de 2025 era de 3.869,2 mil ações.

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

Tipo	Saldo 31/12/2023	Saldo 31/12/2024	Saldo 30/06/2025
QTD Ações em Tesouraria	766,2	3.107,0	3.869,2
R\$ Ações em Tesouraria	10,0	45,4	56,9





SUSTENTABILIDADE

Circularidade como motor de eficiência e impacto positivo

A Vulcabras segue avançando de forma estruturada em sua agenda ESG, com destaque para a consolidação de práticas alinhadas à economia circular — um dos pilares estratégicos da Companhia para reduzir impactos ambientais, otimizar recursos e impulsionar ganhos operacionais.

No fechamento dos números de 2024, alcançamos a taxa de 97% de reaproveitamento de resíduos industriais, um avanço de 12 p.p. em relação a 2023. Esse índice vem sendo sustentado por processos que priorizam a reciclagem, a reutilização de materiais e o coprocessamento em todas as unidades fabris, com destaque para a unidade de Horizonte (CE), onde já atingimos a meta expressa nas Ambições ESG 2030 de eliminação total de destinação de resíduos industriais em aterros sanitários.

Além dos avanços em circularidade, o Relatório de Sustentabilidade 2024 que será divulgado em breve, consolida uma série de indicadores que evidenciam o compromisso da Companhia com a eficiência no uso dos recursos naturais e matérias primas e desenvolvimento sustentável.

Entre os principais indicadores, destacam-se:

- Energia e emissões: contratação de energia eólica com potencial de evitar 15.600 tCO₂ nos próximos 13 anos.
- Gestão hídrica: 69% de reuso de água na unidade de Horizonte e 100% dos efluentes tratados nas unidades fabris
- Fomento à indústria nacional: o fortalecimento da indústria nacional, com 87% dos fornecedores localizados no Brasil, sendo 40% deles na região Nordeste.

Essas iniciativas reforçam não apenas a eficiência operacional da Companhia, mas também o posicionamento da Vulcabras como uma indústria brasileira que alia inovação, competitividade e responsabilidade socioambiental — entregando performance com impacto positivo e se consolidando como referência em práticas industriais sustentáveis no setor calçadista nacional.

GESTÃO DE MARCAS



No segundo trimestre de 2025, a Vulcabras seguiu fortalecendo sua posição como principal gestora de marcas esportivas do país, combinando inovação em produtos, estratégia comercial e ações de alto impacto com consumidores. Olympikus, Under Armour e Mizuno desempenharam papéis complementares no crescimento da Companhia, cada uma com foco em suas fortalezas: performance na corrida, treino, basquete, lifestyle esportivo e futebol.

Com uma gestão integrada e posicionamentos bem definidos, as marcas ampliaram sua relevância nos segmentos em que atuam, impulsionando visibilidade, engajamento e percepção de valor. O trimestre foi marcado por lançamentos estratégicos, presença em eventos esportivos de grande repercussão, ações com influenciadores e campanhas que aproximaram ainda mais as marcas de seus públicos. Essa combinação sustentou mais um trimestre positivo da Vulcabras, reforçando sua liderança no mercado esportivo nacional.





OLYMPIKUS

Consolidação em Corrida e Fortalecimento da Imagem de Marca

No segundo trimestre, a Olympikus seguiu ampliando sua presença no universo da corrida, combinando lançamentos estratégicos, presença em provas de grande visibilidade e uma agenda intensa de ativações com a comunidade corredora. As ações fazem parte das comemorações pelos 50 anos da marca, que assumiu compromisso de “correr o país de norte a sul”.

O trimestre marcou o lançamento dos novos modelos Supra 2 e Turbo, que reforçam a evolução tecnológica da Família Corre. O Supra 2 chegou ao mercado com foco em alta performance e avanços significativos em tecnologias, posicionando-se como um dos modelos mais completos da marca. Já o Corre Turbo marcou a entrada da Olympikus em uma nova subcategoria, com um produto de alta performance voltando para treinos intensivos, mas sem placa, ampliando o portfólio para diferentes perfis de corredores. As novidades tiveram ampla repercussão entre especialistas e formadores de opinião, e fortaleceram o posicionamento da Olympikus como uma marca brasileira de performance capaz de competir com players internacionais.

Além do crescimento em portfólio, a Olympikus também se destacou ao conquistar pódios em provas estratégicas do calendário nacional. Na Maratona Internacional de São Paulo, onde foi marca oficial do evento, todos os pódios das provas de 42 km foram conquistados com o protótipo do Supra 2. Já na Maratona Internacional de Porto Alegre, uma das maiores do país, a marca conquistou 13 pódios, incluindo o 1º lugar feminino – desta vez com o Supra 2 já lançado. A marca esteve ainda presente em outras provas relevantes como a Maratona de João Pessoa, Volta à Ilha, 21 km de Salvador, Meia Maratona das Cataratas e Meia Maratona de Belo Horizonte, reforçando a sua liderança nas competições e a performance dos produtos nos pés dos atletas.

Com um portfólio em evolução e uma estratégia consistente de proximidade com a comunidade esportiva, promovendo experiências de marca em larga escala em diferentes regiões do país, a Olympikus segue consolidando sua atuação como referência nacional em corrida e fortalecendo o valor da marca no mercado brasileiro.



UNDER ARMOUR

Trimestre histórico impulsionado por treino, lifestyle esportivo e basquete

A Under Armour registrou no segundo trimestre o melhor desempenho de sua história no Brasil, resultado da força nas categorias de treino, lifestyle esportivo e basquete.

No treino, a marca manteve ritmo acelerado, com destaque para os modelos Tribase Reps 2 e Cross 2, que impulsionaram o crescimento da categoria no período.

No basquete, a marca ampliou sua relevância com o lançamento de novas colorways do Curry 12. A campanha “Desperte o Modo Curry”, ativada durante as finais da NBA, aprofundou a conexão com atletas de elite e fãs da modalidade, reforçando a autoridade da Under Armour na categoria.

Entre os destaques do trimestre, a marca trouxe ao Brasil os modelos Infinite Elite 2 e Curry 12 Dub Nation, reforçando sua proposta de oferecer inovação global aos consumidores brasileiros. O lançamento do Infinite Elite 2 contou com uma ativação especial de retirada e testagem do produto em ponto de venda, proporcionando uma experiência imersiva para criadores de conteúdo. A estratégia priorizou a aproximação com o público jovem e a geração de conteúdo autêntico nas redes sociais, ampliando a visibilidade e o engajamento em torno da marca.



MIZUNO

Inovação em Running, Relevância no Sportstyle e Consolidação no Futebol

A Mizuno segue avançando no mercado Brasileiro, com entregas relevantes em três frentes: corrida de performance, sportstyle e futebol.

Em running, a marca deu um passo importante com o lançamento do Mizuno Neo Vista 2, voltado a treinos de alta intensidade. O modelo combina tecnologias de amortecimento, estabilidade e leveza, e reforça a presença da Mizuno na categoria de super trainers — cada vez mais valorizada por corredores em busca de evolução. Ainda, o sucesso do Neo Zen, produto sem placa para treinos longos, destaca a marca na alta performance com opções com design inovador e maciez.

A Mizuno também segue fortalecendo sua presença junto aos corredores por meio do Mizuno Running Station, espaço fixo de encontro e testagem de produtos na raia da USP, em São Paulo. O local recebeu talks técnicos, encontros de assessorias e ativações com consumidores, aproximando a marca do público-alvo e reforçando sua autoridade na categoria.

No sportstyle, a Mizuno ampliou sua relevância com o AM Sessions, unindo café, música e lifestyle em plena luz do dia. O evento reforçou o posicionamento da marca em sintonia com tendências urbanas globais. Em junho, a marca lançou a campanha “The Game of Quebrada”, criada e produzida no Brasil, com estreia internacional na Paris Fashion Week. O projeto celebrou os 40 anos da chuteira Morelia com o modelo Wave Prophecy Morelia Neo, conectando tradição, cultura periférica e inovação.

Na categoria futebol, a Mizuno lançou o Ruby Red Pack, edição especial em comemoração aos 40 anos da icônica chuteira Morelia. Com design inspirado na tradição japonesa e tecnologias atualizadas, o produto reforça o legado da marca. A campanha teve como mote “Pouca Mídia. Muito Futebol” e amplia a presença da Mizuno no futebol, fortalecendo sua conexão com consumidores que valorizam autenticidade e performance.

Com uma estratégia integrada, que equilibra inovação tecnológica, conexão cultural e construção de marca, a Mizuno segue consolidando seu posicionamento no mercado brasileiro — com entregas consistentes em performance, lifestyle e esporte.



ANEXOS

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)					
R\$ milhares					
ATIVO		30/06/2025	31/12/2024	PASSIVO	
				30/06/2025	31/12/2024
Caixa e equivalentes de caixa		211.761	307.660	Fornecedores	137.029
Contas a receber de clientes		959.880	988.310	Financiamentos e empréstimos	256.404
Estoques		834.924	648.390	Passivo de arrendamento	10.218
Impostos a recuperar		198.653	111.933	Impostos a recolher	48.410
Imposto de renda e contribuição social		30.392	31.161	Salários e férias a pagar	105.353
Outras contas a receber		48.832	40.304	Provisões	4.350
				Comissões a pagar	38.251
				Dividendos e lucros a pagar	136.165
				Outras contas a pagar	73.174
					65.596
ATIVO CIRCULANTE		2.284.442	2.127.758	PASSIVO CIRCULANTE	809.354
Aplicações financeiras		3.766	6.567	Financiamentos e empréstimos	98.173
Contas a receber de clientes		4.508	3.754	Passivo de arrendamento	31.753
Impostos a recuperar		151.747	15.496	Provisões	49.468
Impostos de renda e contribuição social diferidos		7.122	7.263	Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.952
Depósitos judiciais		9.443	11.305	Outras contas a pagar	1.325
Bens destinados à venda		194	194		1.778
Outras contas a receber		1.443	1.447		
REALIZAVEL A LONGO PRAZO		178.223	46.026	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	182.671
Investimentos		65.233	64.320		
Propriedade para investimento		1	1		
Direito de uso		37.209	25.982		
Imobilizado		567.380	516.489		
Intangível		215.893	212.732		
		885.716	819.524		
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE		1.063.939	865.550	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	
				Capital social	1.277.962
				Reservas de capital	277.425
				Reservas de reavaliação	3.789
				Ajustes de avaliação patrimonial	27.226
				Reserva de lucros	411.756
				Lucros acumulados	357.889
					0
				Patrimônio líquido atribuível aos controladores	2.536.047
					2.109.976
				Participações de não controladores	309
					363
TOTAL DO ATIVO		3.348.381	2.993.308	TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.356.356
					2.110.339
				TOTAL DO PASSIVO	992.025
					882.969
				TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	3.348.381
					2.993.308

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



ANEXOS

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	2T25	2T24	VAR (%)	6M25	6M24	VAR (%)
R\$ milhares						
Receita líquida de vendas	894.811	761.003	17,6%	1.596.005	1.358.270	17,5%
Custo das vendas e revendas	-529.406	-437.363	21,0%	-948.699	-794.744	19,4
Lucro bruto	365.405	323.640	12,9%	647.306	563.526	14,9%
Margem Bruta	40,8%	42,5%	-1,7 p.p.	40,6%	41,5%	-0,9 p.p.
Despesas com vendas	-158.380	-137.705	15,0%	-290.996	-246.292	18,2%
Reversão (provisão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	1.718	791,0	117,2%	267	-1.321,0	-120,2%
Despesas administrativas	-60.151	-42.745	40,7%	-104.092	-80.210	29,8%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	115.769	4.425	2516,2%	120.716	8.436,0	1331,0%
Resultado da equivalência patrimonial	-609	1.259	-148,4%	347	2.639	-86,9%
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	263.752	149.665	76,2%	373.548	246.778	51,4%
Receitas financeiras	146.059	26.369	453,9%	175.280	47.368	270,0%
Despesas financeiras	-26.728	-23.216	15,1%	-53.624	-43.435	23,5%
Resultado financeiro líquido	119.331	3.153	3684,7%	121.656	3.933	2993,2%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	383.083	152.818	150,7%	495.204	250.711	97,5%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-29.806	-13.105	127,4%	-35.862	-22.236	61,3%
Lucro Líquido do período	353.277	139.713	152,9%	459.342	228.475	101,0%
Margem Líquida	39,5%	18,4%	21,1 p.p.	28,8%	16,8%	12,0 p.p.
Resultado atribuível aos:						
Acionistas controladores	353.285	139.719		459.357	228.487	
Acionistas não controladores	-8	-6		-15	-12	
Lucro Líquido do período	353.277	139.713		459.342	228.475	
Resultado por ação						
Resultado por ação ordinária - básico	1,3022	0,5222		1,6932	0,8540	
Resultado por ação ordinária - diluído	1,2996	0,5207		1,6898	0,8515	
Quantidade de ações ao final do exercício						
Quantidade de ação ordinária - básico	271.300.406	267.549.560		271.300.406	267.549.560	
Quantidade de ação ordinária - diluído	271.837.555	268.322.836		271.837.555	268.322.836	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	6M25	6M24
R\$ Milhares		
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	459.342	228.475
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	63.272	51.050
Provisão (reversão) para perdas por valor recuperável dos estoques	2.750	28.850
Juros s/ arrendamentos provisionados	5.002	705
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	2.015	6.969
Rendimentos de aplicações financeiras	-311	-5.953
Provisões para contingências	7.756	22.108
Resultado da equivalência patrimonial	-347	-2.639
Transação com pagamento baseado em ações	1.261	753
Provisão (reversão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-267	1.321
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	20.683	23.012
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	35.862	22.236
Participação de não controladores	15	12
Ganho ou perda na rescisão de arrendamento	0	-459
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-264.670	-3.167
Lucro líquido do período ajustado	332.363	373.273
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	20.907	-36.894
Estoques	-189.284	-69.839
Impostos a recuperar	42.468	34.780
Outras contas a receber	-8.524	16.949
Depósitos judiciais	13.422	-1.973
Fornecedores	43.234	36.726
Comissões a pagar	212	2.946
Impostos e contribuições sociais	-19.319	-10.908
Salários e férias a pagar	37.411	20.024
Outras contas a pagar	7.071	-5.106
Provisões	-19.533	-3.668
Variações nos ativos e passivos	-71.935	-16.693
Caixa proveniente das (utilizada nas) atividades operacionais	260.428	356.310
Juros pagos	-11.727	-20.456
Pagamento de Juros de arrendamento	-2.489	-696
Impostos pagos sobre o lucro	-22.571	-5.901
	-36.787	-27.053

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	6M25	6M24
R\$ Milhares		
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	223.641	329.257
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento		
Aquisições de imobilizado	-107.658	-61.667
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	3.112	7.565
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	233	854
Aquisições de intangível	-5.117	-3.227
Recebimento de dividendos	0	5.433
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimento	-109.430	-51.042
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	97.348	102.559
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-90.167	-169.062
Aquisição de ações em tesouraria	-11.537	-17.992
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	-203.396	-612.966
Aumento de capital	4.409	186.791
Pagamento de passivo de arrendamento	-7.411	-5.635
Ágio na subscrição de ações	0	325.000
Realização do gasto com emissão de ações	0	-21.592
Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado) nas Atividades de Financiamento	-210.754	-212.897
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	-96.543	65.318
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	307.660	361.020
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	644	-77
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	211.761	426.261
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	-96.543	65.318

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

INSTITUCIONAL

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

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

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

Os produtos são confeccionados em duas modernas fábricas localizadas na região Nordeste, em Horizonte/CE e Itapetinga/BA. O centro administrativo da Companhia, por sua vez, está localizado em Jundiaí - SP, além de um Centro de Distribuição Logístico destinado ao Canal de E-commerce localizado em Extrema - MG. Há, ainda, uma filial com centro de distribuição no Peru. Estas seis unidades empregam, diretamente, mais de 22,1 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 2T25 foram desembolsados honorários de aproximadamente R\$ 218,9 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 14/08/2025 declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis da Vulcabras S.A. do 2º trimestre de 2025 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 Superintendente
Wagner Dantas da Silva	Diretor Administrativo, Financeiro e Relações com Investidores
Evandro Saluar Kollet	Diretor Corporativo de Desenvolvimento de Produto e Tecnologia
Márcio Kremer Callage	Diretor de Marketing
Rodrigo Miceli Piazer	Diretor de Supply Chain e Recursos Humanos



VULCABRAS

