

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

3T21

**VULCABRAS**

CONSTRUINDO  
UM PAÍS MELHOR  
A PARTIR DO ESPORTE.

Jundiaí, 09 de Novembro de 2021

**V**ulcabras S.A. [B3: VULC3] anuncia hoje os resultados do terceiro trimestre de 2021 (3T21). As informações operacionais e financeiras da 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 (CPC21 e IAS 34). Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do terceiro trimestre de 2021, comparado ao mesmo período de 2020, exceto quando especificado de forma diversa.

## DESTAQUES

### Volume Bruto

**7,5 milhões** de pares/peças no 3T21, queda de **4,9%** em relação ao 3T20, e **18,3 milhões** de pares/peças no 9M21, aumento de **18,7%** comparado ao 9M20.

### Receita Líquida

**R\$ 535,9 milhões** no 3T21, aumento de **40,0%** em relação ao 3T20, e de **49,1%** em relação ao 3T19. Nos 9M21 a receita foi de **R\$ 1.247,2 milhões**, aumento de **73,2%** em comparação ao 9M20 e de **26,5%** em relação ao 9M19,

### Lucro Bruto

**R\$ 193,2 milhões** no 3T21, aumento de **47,7%** em contraste com o 3T20, e **R\$ 435,6 milhões** no 9M21, aumento de **85,9%** em relação ao valor registrado no 9M20.

### Margem Bruta

**36,1%** no 3T21, aumento de **1,9 p.p.** quando comparada ao 3T20, e **34,9%** no 9M21, aumento de **2,4 p.p.** em referência à margem do 9M20.

### Resultado do Período

**R\$ 126,5 milhões** no 3T21, aumento de **191,5%** em relação ao resultado de **R\$ 43,4 milhões** apresentados no 3T20, e **R\$ 232,6 milhões** no 9M21 com aumento de **R\$ 255,6 milhões** em contraste ao prejuízo de **R\$ 23,0 milhões** do 9M20.

### EBITDA

**R\$ 138,9 milhões** no 3T21, crescimento de **109,8%** em comparação aos **R\$66,2 milhões** no 3T20, e **R\$ 279,0 milhões** no 9M21, elevação de **626,6%** em relação ao obtido no 9M20.

Distribuição antecipada de dividendos no montante de **R\$ 86 milhões**.

> Cotação VULC3 (30/09/2021)  
R\$ 10,61

> Quantidade de ações  
Ordinárias: 245.756.244

> Valor de mercado  
R\$ 2,6 bilhões

> Relação com Investidores  
Wagner Dantas da Silva (CFO e DRI)

> Site RI Vulcabras  
<http://vulcabrasri.com>

> Teleconferência:  
10/11/2021 às 10h00 (Brasília)

> Telefones para conexão Brasil  
+55 11 4090-1621  
+55 11 4210-1803

> E-mail RI:  
[dri@vulcabras.com.br](mailto:dri@vulcabras.com.br)

> Telefone RI  
+55 (11) 5225-9500

# > MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

**A** Vulcabras divulga seus resultados financeiros referentes ao 3º trimestre de 2021 com recordes de receita e lucro líquido. Mesmo em um cenário macroeconômico de alta volatilidade, pressão inflacionária e instabilidade política que impactaram diretamente o consumo, as medidas tomadas recentemente pela companhia alcançaram altos índices de desempenho pelo segundo trimestre consecutivo. A Vulcabras desde o início do ano centralizou sua estratégia em simplificar e consolidar o seu portfólio, tendo assim foco total no segmento esportivo.

A receita líquida foi de R\$ 535,9 milhões, um aumento de 40,0% em relação ao mesmo período de 2020. O crescimento de receita foi alavancado pela categoria de calçados esportivos que registrou um aumento de 66,3%. Tanto Olympikus como Under Armour apresentaram crescimentos relevantes em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. Além disso, tivemos o incremento da receita com a comercialização dos calçados Mizuno de forma integral nesse período.

O lucro líquido do 3º trimestre foi de R\$ 126,5 milhões, maior lucro trimestral da história da Companhia, e representou um acréscimo de 191,5% sobre o resultado de R\$ 43,4 milhões no 3T20. A margem líquida atingiu 23,6% no 3T21, acréscimo de 12,3 p.p., em comparação aos 11,3% alcançados no 3T20.

“

**O resultado representa o melhor desempenho na história da companhia.**

Pedro Bartelle

”

O EBITDA foi de R\$ 138,9 milhões, um crescimento de 109,8%, em contraposição aos R\$ 66,2 milhões obtidos no 3T20. A margem EBITDA aumentou 8,6 p.p., atingindo 25,9% no 3T21, ante 17,3% do 3T20. Nesse trimestre a Vulcabras anunciou a distribuição antecipada de dividendos oriundos dos lucros acumulados ao longo do 1º semestre no valor de R\$ 86 milhões.

É importante destacar que a Mizuno tem apresentado crescimento em relação ao ano anterior desde a sua chegada à Vulcabras. Para 2022 as expectativas são

ainda maiores, já que será quando iremos ter em produção os modelos desenvolvidos pela própria Vulcabras maximizando a sinergia com as demais marcas.

Nossa estratégia em focar no segmento esportivo ampliando o portfólio de marcas, aliado aos investimentos de

modernização realizados nos últimos anos, já tem trazido resultados importantes e nos dá a perspectiva de alcançar novos recordes para todas as marcas do grupo. Para o próximo ano, a Vulcabras irá fortalecer outras categorias, como a de vestuário, e o canal de e-commerce, buscando atender o crescimento do lifestyle esportivo e wellness, tendências de comportamento aceleradas pela pandemia.

## COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE

Neste trimestre a companhia assumiu o compromisso de utilizar energia limpa em 100% de sua produção. A partir de outubro de 2021 as unidades fabris localizadas em Itapetinga (BA) e em Horizonte (CE), serão supridas por um dos maiores complexos de energia eólica do mundo, o Rio do Vento, no Rio Grande do Norte.

Com a demanda de energia limpa contratada pelos próximos 13 anos, estima-se que este novo perfil de fornecimento evitará o lançamento de 15 mil toneladas de CO<sub>2</sub> anualmente na atmosfera, o equivalente ao plantio de 67 mil árvores.

O resultado deste trimestre ratifica a força das nossas marcas e nosso modelo de negócio vencedor, que nos trazem a certeza na continuidade de resultados crescentes maximizando a criação de valor aos nossos acionistas e consumidores.

# > DESEMPENHO CONSOLIDADO

R\$ milhões	3T21	3T20	VAR 3T21 vs 3T20	9M21	9M20	VAR 9M21 vs 9M20
<b>Volume ( milhões pares/peças)</b>						
<b>Volume total</b>	7.515	7.903	-4,9%	18.330	15.439	18,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>535,9</b>	<b>382,9</b>	<b>40,0%</b>	<b>1247,2</b>	<b>720,2</b>	<b>73,2%</b>
Mercado Interno	498,0	357,8	39,2%	1143,7	652,8	75,2%
Mercado Externo	37,9	25,1	51,0%	103,5	67,4	53,6%
<b>Lucro bruto</b>	<b>193,2</b>	<b>130,8</b>	<b>47,7%</b>	<b>435,6</b>	<b>234,3</b>	<b>85,9%</b>
Margem bruta	<b>36,1%</b>	<b>34,2%</b>	1,9 p.p.	<b>34,9%</b>	<b>32,5%</b>	2,4 p.p.
<b>Despesas Operacionais</b>	<b>75,9</b>	<b>82,2</b>	<b>-7,7%</b>	<b>211,6</b>	<b>251,9</b>	<b>-16,0%</b>
<b>EBITDA Contábil</b>	<b>138,9</b>	<b>66,2</b>	<b>109,8%</b>	<b>279,0</b>	<b>38,4</b>	<b>626,6%</b>
Margem EBITDA	25,9%	17,3%	8,6 p.p.	22,4%	5,3%	17,1 p.p.
<b>EBITDA Recorrente</b>	<b>102,4</b>	<b>66,2</b>	<b>54,7%</b>	<b>207,1</b>	<b>74,8</b>	<b>176,9%</b>
Margem EBITDA recorrente	19,1%	17,3%	1,8 p.p.	16,6%	10,4%	6,2 p.p.
<b>Resultado líquido do período</b>	<b>126,5</b>	<b>43,4</b>	<b>191,5%</b>	<b>232,6</b>	<b>-23,0</b>	<b>-1111,3%</b>
<b>Resultado líquido do período RECORRENTE</b>	<b>73,6</b>	<b>43,4</b>	<b>69,6%</b>	<b>119,1</b>	<b>13,4</b>	<b>788,8%</b>

# > VOLUME BRUTO

**N**o 3T21, o volume bruto faturado totalizou 7,5 milhões de pares/peças, com queda de 4,9%, comparado aos 7,9 milhões de pares/peças do 3T20.

O desempenho dos volumes comercializados no 3T21 foi bastante positivo em todas as marcas.

Convém ressaltar que nesse trimestre as vendas dos calçados e confecções com a marca Mizuno estiveram presentes desde o início do período e que no mesmo período do ano anterior a marca Mizuno não fazia parte do portfólio da Companhia.

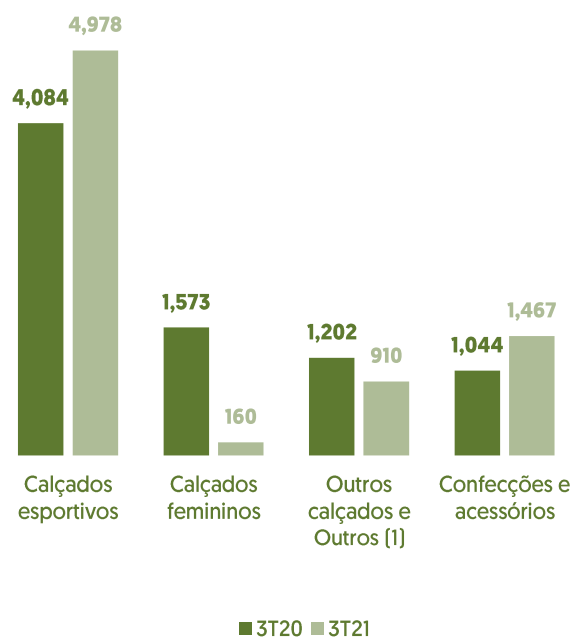
Nesse trimestre, também não houve a comercialização dos calçados femininos no mercado interno e externo devido ao licenciamento da marca Azaleia, e que somente foi mantida a comercialização desse tipo de calçados nas subsidiárias do Peru e Colômbia.

As categorias esportivas, calçados e confecções, apresentaram ótimo desempenho.

Na comparação com o mesmo período de 2020 os destaques foram os seguintes; (i) em Calçados Esportivos houve crescimento de 21,9%, devido ao desempenho positivo das marcas Olympikus e Under Armour e, também a adição do volume das vendas de Mizuno; (ii) diminuição em Calçados Femininos de 89,8%, devido a descontinuidade dos negócios no mercado interno e externo; (iii) redução de 24,3% em Outros Calçados e Outros, (iv) aumento de 40,5% em Confecções e Acessórios, devido à expansão registrada com a marca Olympikus e a adição do volume das vendas com a marca Mizuno.

## VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL – 3T21 VS 3T20

Pares e peças (Mil)	3T21	Partic. %	3T20	Partic. %	Var. % 3T21/3T20
Calçados esportivos	4.978	66,2%	4.084	51,7%	21,9%
Calçados femininos	160	2,1%	1.573	19,9%	-89,8%
Outros calçados e Outros <sup>(1)</sup>	910	12,2%	1.202	15,2%	-24,3%
Confecções e acessórios	1.467	19,5%	1.044	13,2%	40,5%
Total	7.515	100,0%	7.903	100,0%	-4,9%

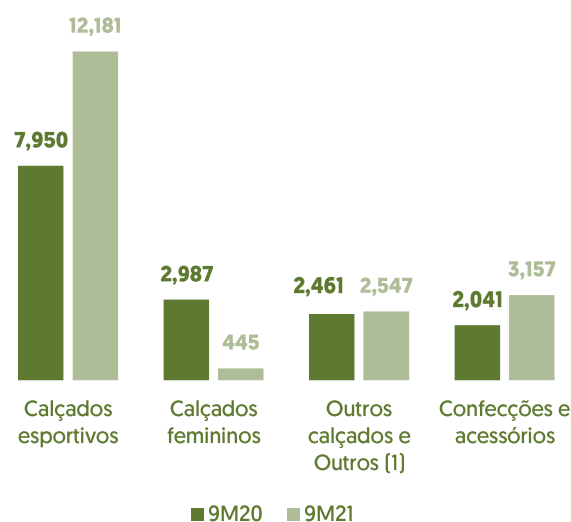


<sup>1</sup> Chinelos, botas e componentes para calçados.

Nos nove meses de 2021, o volume bruto faturado somou 18,3 milhões de pares/peças, com aumento de 18,7 % em contraposição ao volume dos nove meses de 2020, de 15,4 milhões de pares/peças.

## VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL – 9M21 VS 9M20

Pares e peças (Mil)	9M21	Partic. %	9M20	Partic. %	Var. % 9M21/9M20
Calçados esportivos	12.181	66,5%	7.950	51,5%	53,2%
Calçados femininos	445	2,4%	2.987	19,3%	-85,1%
Outros calçados e Outros <sup>(1)</sup>	2.547	13,9%	2.461	16,0%	3,5%
Confecções e acessórios	3.157	17,2%	2.041	13,2%	54,7%
Total	18.330	100,0%	15.439	100,0%	18,7%



## > RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA CATEGORIA

**N**o 3T21, a receita líquida foi de R\$ 535,9 milhões com aumento de 40,0% sobre os R\$ 382,9 milhões do 3T20 e 49,1% sobre os R\$359,4 milhões apresentados no 3T19.

O otimismo pela retomada dos negócios foi percebido desde o início do 3T21. Com o avanço da vacinação contra a Covid-19 e a diminuição do número de casos e mortes causadas pela doença, houve a flexibilização das medidas de isolamento e consequente retomada das atividades de varejo, o que animou o consumidor e fez com que a demanda pelos produtos da Companhia se mantivesse em alta.

A receita de Calçados Esportivos no 3T21 apresentou aumento de 66,3% sobre o mesmo período de 2020 e aumento de 72,9% sobre o 3T19. Tanto a receita dos calçados Olympikus, como a dos calçados Under Armour, apresentaram crescimento em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, além disso, também foi registrado o incremento da receita com a comercialização dos calçados Mizuno.

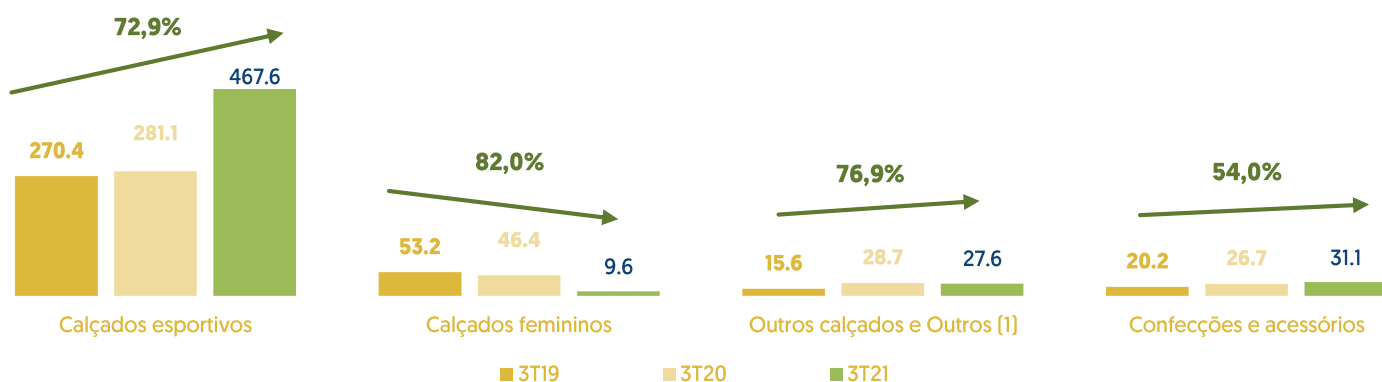
A categoria de Calçados Femininos apresentou retração de 79,3% em relação ao mesmo momento do ano de 2020 e 82,0% comparado ao 3T19. Isso se deve a interrupção das vendas de calçados femininos em virtude do licenciamento da marca. O único canal que apresentou receita nessa categoria e que seguirá ativo foi o das filiais do exterior.

A categoria de Confecções e Acessórios apresentou aumento de 16,5% em relação ao 3T20 e 54,0% em relação ao 3T19. Na comparação do período versus o ano anterior, houve aumento da receita com a marca Olympikus e incremento nas vendas devido a comercialização dos produtos com a marca Mizuno.

A categoria de outros calçados e outros apresentou queda de 3,8% na comparação com o mesmo trimestre de 2020 e aumento de 76,9% em relação ao 3T19.

## RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 3T21 VS 3T20 e 3T21 VS 3T19

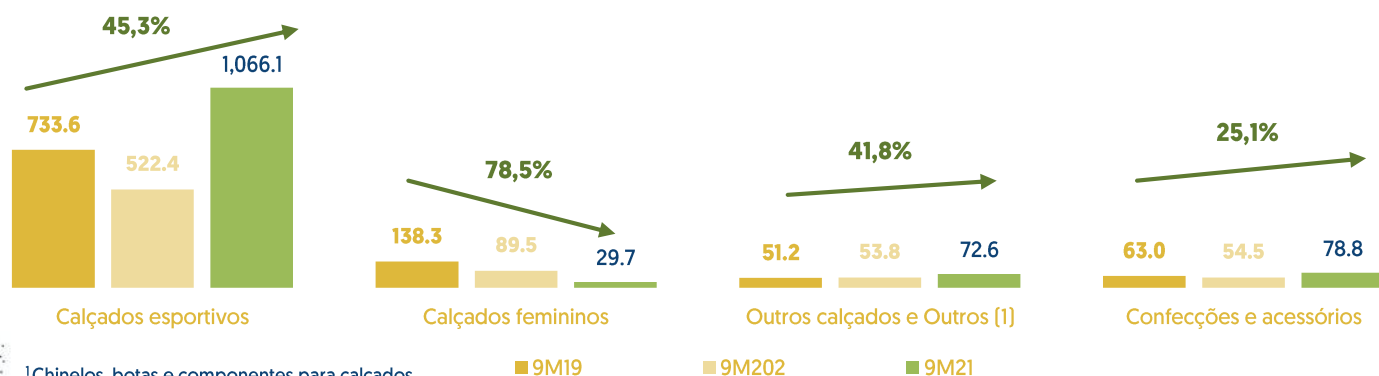
R\$ Milhões	3T21	Partic. %	3T20	Partic. %	3T19	Partic. %	Var. % 3T21/3T20	Var. % 3T21/3T19
Calçados esportivos	467,6	87,3%	281,1	73,4%	270,4	75,2%	66,3%	72,9%
Calçados femininos	9,6	1,8%	46,4	12,1%	53,2	14,8%	-79,3%	-82,0%
Outros calçados e Outros <sup>(1)</sup>	27,6	5,1%	28,7	7,5%	15,6	4,3%	-3,8%	76,9%
Confeccões acessórios	31,1	5,8%	26,7	7,0%	20,2	5,7%	16,5%	54,0%
Receita Líquida Total	535,9	100,0%	382,9	100,0%	359,4	100,0%	40,0%	49,1%



Nos nove meses do ano de 2021, a receita líquida resultou em R\$ 1.247,2 milhões, 73,2% superior à dos nove meses do ano 2020, quando a mesma foi R\$ 720,2 milhões, e aumento de 26,5% em relação aos R\$ 986,1 milhões apresentados no 9M19.

## RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 9M21 VS 9M20 e 9M21 VS 9M19

R\$ Milhões	9M21	Partic. %	9M20	Partic. %	9M19	Partic. %	Var. % 9M21/9M20	Var. % 9M21/9M19
Calçados esportivos	1.066,1	85,5%	522,4	72,5%	733,6	74,4%	104,1%	45,3%
Calçados femininos	29,7	2,4%	89,5	12,4%	138,3	14,0%	-66,8%	-78,5%
Outros calçados e Outros <sup>(1)</sup>	72,6	5,8%	53,8	7,5%	51,2	5,2%	34,9%	41,8%
Confeccões e acessórios	78,8	6,3%	54,5	7,6%	63,0	6,4%	44,6%	25,1%
Receita Líquida Total	1.247,2	100,0%	720,2	100,0%	986,1	100,0%	73,2%	26,5%



<sup>1</sup>Chinelos, botas e componentes para calçados.

# > RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

## MERCADOS

A receita líquida do 3T21 no mercado interno totalizou R\$ 498,0 milhões, com aumento de 39,2% em relação ao 3T20, quando foi de R\$ 357,8 milhões e aumento de 49,3% em relação aos R\$ 333,5 milhões apresentados no 3T19. No mercado externo, a receita líquida no 3T21 resultou em R\$ 37,9 milhões, apresentando aumento de 51,0% sobre os R\$ 25,1 milhões registrados no 3T20 e aumento de 46,3% quando comparado aos R\$ 25,9 milhões do 3T19.

No mercado interno, quando comparado ao 3T20, o acréscimo se deve ao aumento nas categorias esportivas, calçados e confecções e, a redução na receita dos calçados femininos e em outros calçados e outros.

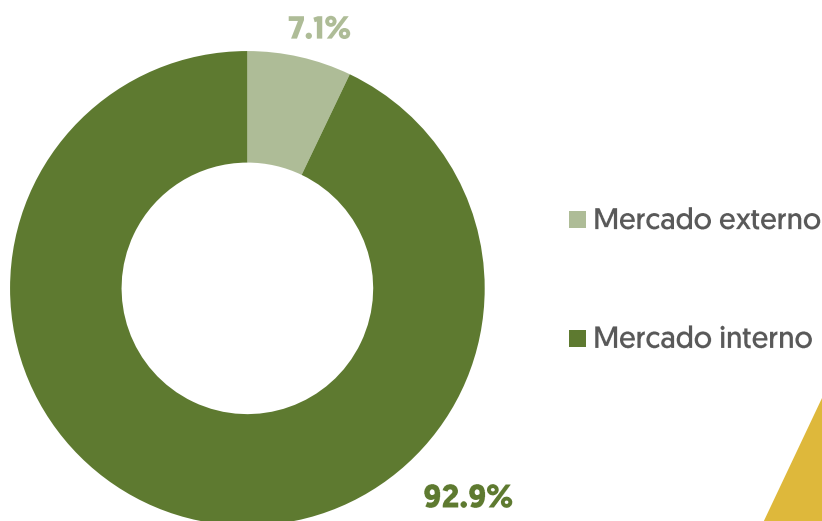
As vendas diretas ao mercado externo apresentaram robusto crescimento quando comparadas ao 3T21 mesmo com a paralisação das vendas dos calçados femininos. A categoria de calçados Olympikus apresentou expansão com a reabertura dos mercados latino americanos e também se deu início a exportação de chinelos Olympikus para a Argentina.

Nas vendas das filiais no exterior do Peru e Colômbia, foi observado crescimento da receita em relação ao mesmo período do ano anterior, mas ainda foi observada uma retomada lenta e com aberturas graduais do comércio durante todo o 3T21.

### RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 3T21 VS 3T20 e 3T21 VS 3T19

R\$ milhões	3T21	Partic. %	3T20	Partic. %	3T19	Partic. %	Var. % 3T21/3T20	Var. % 3T21/3T19
Mercado interno	498,0	92,9%	357,8	93,4%	333,5	92,8%	39,2%	49,3%
Mercado externo	37,9	7,1%	25,1	6,6%	25,9	7,2%	51,0%	46,3%
Receita líquida total	535,9	100,0%	382,9	100,0%	359,4	100,0%	40,0%	49,1%

### PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 3T21





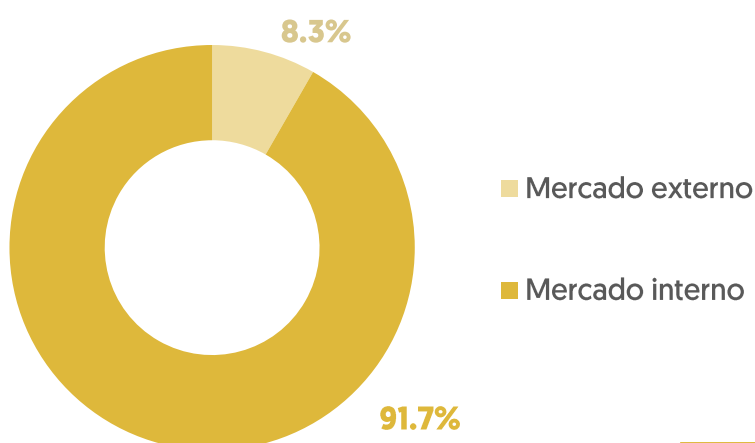
Nos nove meses de 2021, o mercado interno totalizou R\$ 1.143,7 milhões, apresentando aumento de 75,2% em relação aos nove meses de 2020, quando a receita líquida foi de R\$ 652,8 milhões, e aumento de 25,8% quando comparado aos nove meses de 2019.

Já no mercado externo, a receita líquida nos nove meses de 2021 foi de R\$ 103,5 milhões, 53,6% maior, frente aos R\$ 67,4 milhões obtidos no mesmo período do ano anterior. Em comparação com os nove meses de 2019 o crescimento foi de 34,4% sobre os R\$ 77,0 milhões apresentados.

### RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 9M21 VS 9M20 e 9M21 VS 9M19

R\$ milhões	9M21	Partic. %	9M20	Partic. %	9M19	Partic. %	Var. % 9M21/9M20	Var. % 9M21/9M19
Mercado interno	1.143,7	91,7%	652,8	90,6%	909,1	92,2%	75,2%	25,8%
Mercado externo	103,5	8,3%	67,4	9,4%	77,0	7,8%	53,6%	34,4%
Receita líquida total	1.247,2	100,0%	720,2	100,0%	986,1	100,0%	73,2%	26,5%

### PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 9M21

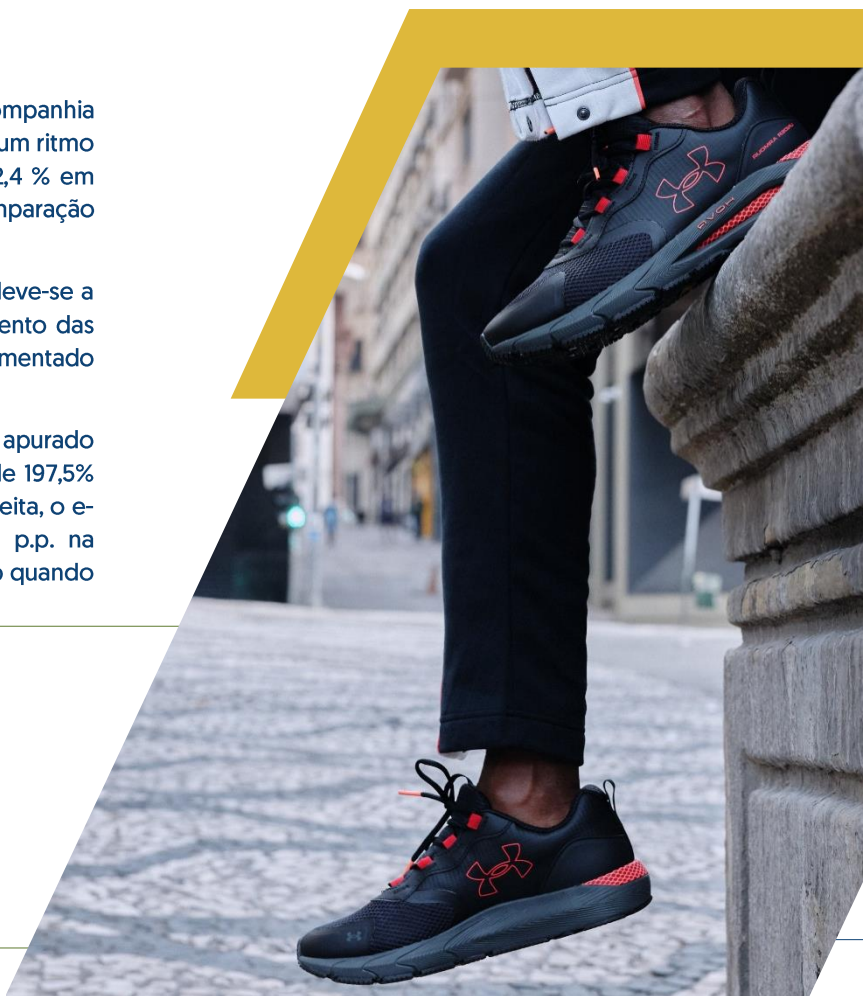


## > E-COMMERCE

No 3T21, o e-commerce com as marcas da Companhia manteve a tendência de expansão, porém com um ritmo mais moderado e apresentou crescimento de 2,4 % em relação ao mesmo período do ano anterior, já na comparação com o 3T19 o crescimento foi de 242,9%.

A desaceleração do ritmo de crescimento neste canal, deve-se a estratégia da Companhia na priorização do posicionamento das suas marcas em contraposição a um mercado on-line fomentado por descontos agressivos.

Na comparação do acumulado dos períodos, foi apurado crescimento de 5,0% entre os 9M21 versus o 9M20 e, de 197,5% quando comparado aos 9M19. Como participação da receita, o e-commerce representou 2,9% nos 9M21, queda de 1,9 p.p. na comparação com os 4,8% do 9M20 e aumento de 1,7 p.p quando comparado aos 1,2% do 9M19.



### RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	3T21	3T20	3T19	Var. % 3T21/3T20	Var. % 3T21/3T19	9M21	9M20	9M19	Var. % 9M21/9M20	Var. % 9M21/9M19
Receita Líquida Total	16,8	16,4	4,9	2,4%	242,9%	36,0	34,3	12,1	5,0%	197,5%
Participação ROL %	3,1%	4,3%	1,4%	-1,2 p.p.	1,7 p.p	2,9%	4,8%	1,2%	-1,9 p.p.	1,7 p.p

# > CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

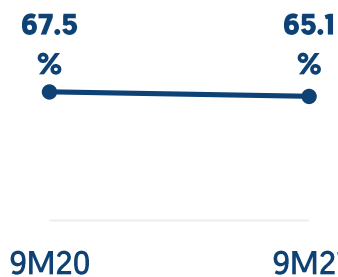
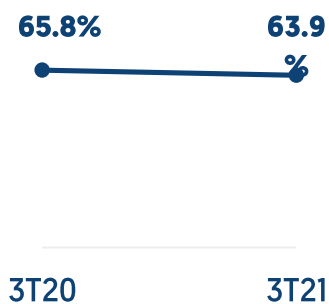
No 3T21, como percentual da receita líquida de vendas, o custo dos produtos vendidos representou 63,9%, frente aos 65,8% registrados no mesmo período de 2020.

Desde o início do 3º trimestre de 2021 as fábricas da Companhia operaram com sua ocupação plena. Durante o decorrer desse trimestre deu-se sequência na introdução da produção dos calçados Mizuno, convém ressaltar que os produtos dessa coleção ainda não foram desenvolvidos pela Companhia, o que trouxe dificuldades pontuais e ocasionou alguns transtornos ao ritmo produtivo, porém com a sequência na produção desses modelos os problemas foram sendo dissipados e a produção dos calçados Mizuno foi ganhando escala. Com a alta demanda e o conseqüente aumento da carteira de pedidos foi permitida uma maior previsibilidade para os planos de produção, o que possibilitou a elevação da eficiência fabril. Como ponto negativo no trimestre, pode ser destacada a continuidade da pressão nos custos devido ao impacto da alta nos preços de algumas matérias-primas.

Nos nove meses de 2021, como percentual da receita líquida de vendas, o custo das vendas representou 65,1%, frente aos 67,5% apresentado no mesmo período do ano de 2020.



## CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (% CPV/ROL)



# > LUCRO BRUTO

O lucro bruto do 3T21 foi de R\$ 193,2 milhões, aumento de 47,7% em relação aos R\$ 130,8 milhões registrados no 3T20. A margem bruta foi de 36,1% no 3T21, 1,9 p.p. acima dos 34,2% verificados no 3T20.

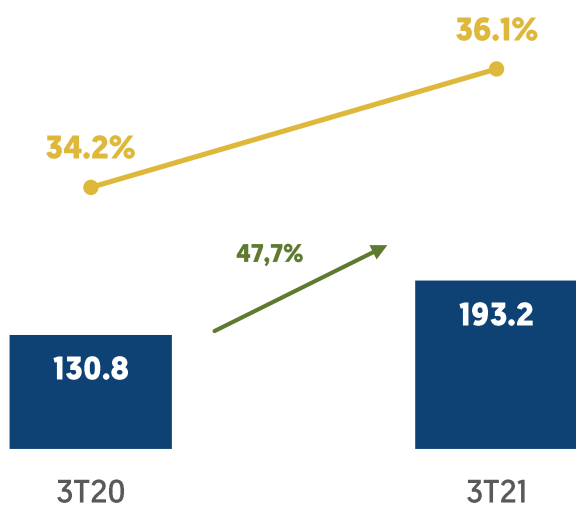
O impacto positivo trazido aos custos devido ao grande volume comercializado e a alta demanda pelos produtos da Companhia, propiciaram a expressiva melhora na margem bruta, mesmo com o impacto negativo devido à alta de preços de algumas matérias primas e pelos problemas pontuais com a introdução dos calçados Mizuno.

Pelo 3º trimestre consecutivo a margem bruta apresenta crescimento em relação ao período anterior, mantendo assim a tendência de alta em seu comportamento.

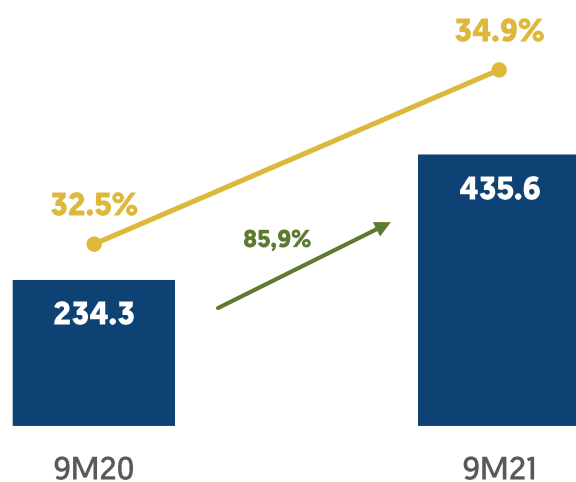
Nos nove meses de 2021, o lucro bruto foi de R\$ 435,6 milhões, com aumento de 85,9% sobre os R\$ 234,3 milhões obtidos nos nove meses de 2020. A margem bruta nos nove meses de 2021 foi de 34,9 %, sendo 2,4 p.p. superior à margem de 32,5% obtida nos nove meses de 2020.



## LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



■ Lucro bruto — Margem bruta



■ Lucro bruto — Margem bruta

# > DESPESAS COM VENDAS E PROPAGANDA

**A**s despesas com vendas e propaganda no 3T21 registraram um total de R\$ 79,8 milhões, aumento de 45,1% em comparação ao 3T20.

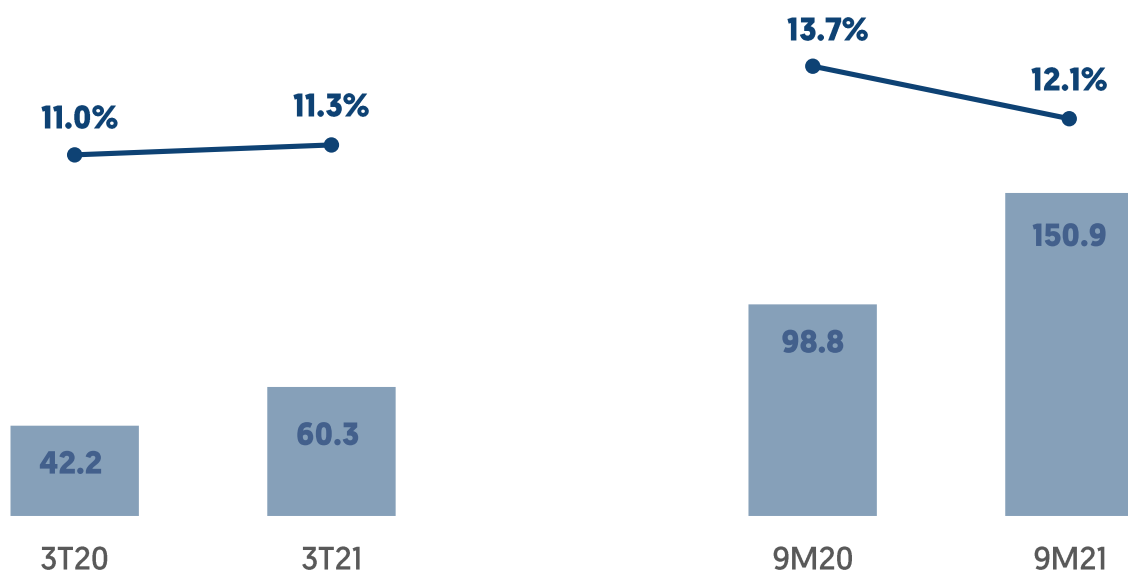
As despesas com vendas (ex-propaganda) apresentaram aumento de 42,9% no 3T21 sobre as despesas apresentadas no 3T20. Foram registrados R\$ 60,3 milhões no 3T21, versus R\$ 42,2 milhões do 3T20. Como participação da receita, as despesas com vendas (ex-propaganda) representaram 11,3% no 3T21, comparado aos 11,0% do 3T20, perfazendo um acréscimo de 0,3 p.p. sobre o mesmo período do ano anterior.

Na comparação dos trimestres foi observado o crescimento de todas as despesas em relação ao 3T20, isso se deve ao robusto crescimento da receita o que eleva o volume das despesas variáveis com comissões, fretes e royalties.

A exceção ficou por conta da rubrica de “Provisão de Clientes com Liquidação Duvidosa” que apresentou uma reversão de provisão no montante de R\$ 4,7 milhões devido a reversão na expectativa de perda de um cliente que teve sua recuperação judicial homologada.

Nos nove meses de 2021, registrou-se despesa com vendas (ex-propaganda) de R\$ 150,9 milhões, um acréscimo de 52,7% em comparação aos R\$ 98,8 milhões dos nove meses de 2020. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida apresentou queda de 1,6 p.p. na comparação com os nove meses do ano de 2020, atingindo 12,1% e 13,7 % em 2021 e 2020 respectivamente.

## DESPESAS COM VENDAS (EX – PROPAGANDA)



■ Despesas de vendas —●— % Receita líquida

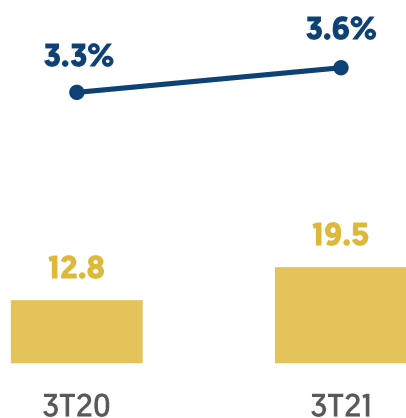
■ Despesas de vendas —●— % Receita líquida

No 3T21, as despesas com propaganda e marketing somaram R\$ 19,5 milhões, com aumento de 52,3 % sobre os R\$ 12,8 milhões do 3T20.

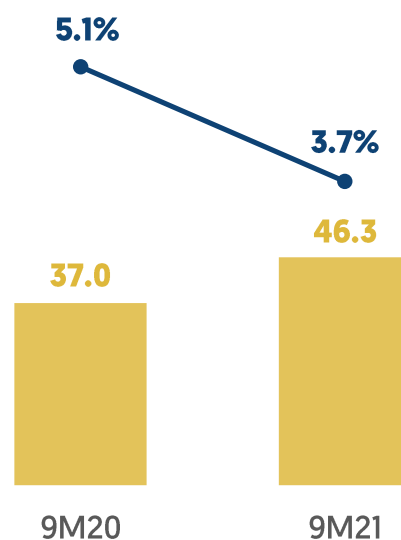
A participação das despesas com propaganda e marketing sobre a receita líquida representou 3,6% no 3T21, ante 3,3% do 3T20 um aumento de 0,3 p.p. No 3T21, apesar das restrições de distanciamento ainda em vigência, ao longo dos meses de julho a setembro houve o retorno de algumas ações de campo, que se concentraram no reforço dos materiais de ponto de venda para a melhor exposição dos produtos e, também, a ocorrência de alguns eventos patrocinados ainda que de maneira bem restrita.

Nos nove meses de 2021 as despesas de propaganda e marketing totalizaram R\$ 46,3 milhões, um aumento de 25,1% se comparadas àquelas dos nove meses de 2020, que somavam R\$ 37,0 milhões.

#### DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING



■ Despesas Propaganda ● % Receita líquida



■ Despesas Propaganda ● % Receita líquida

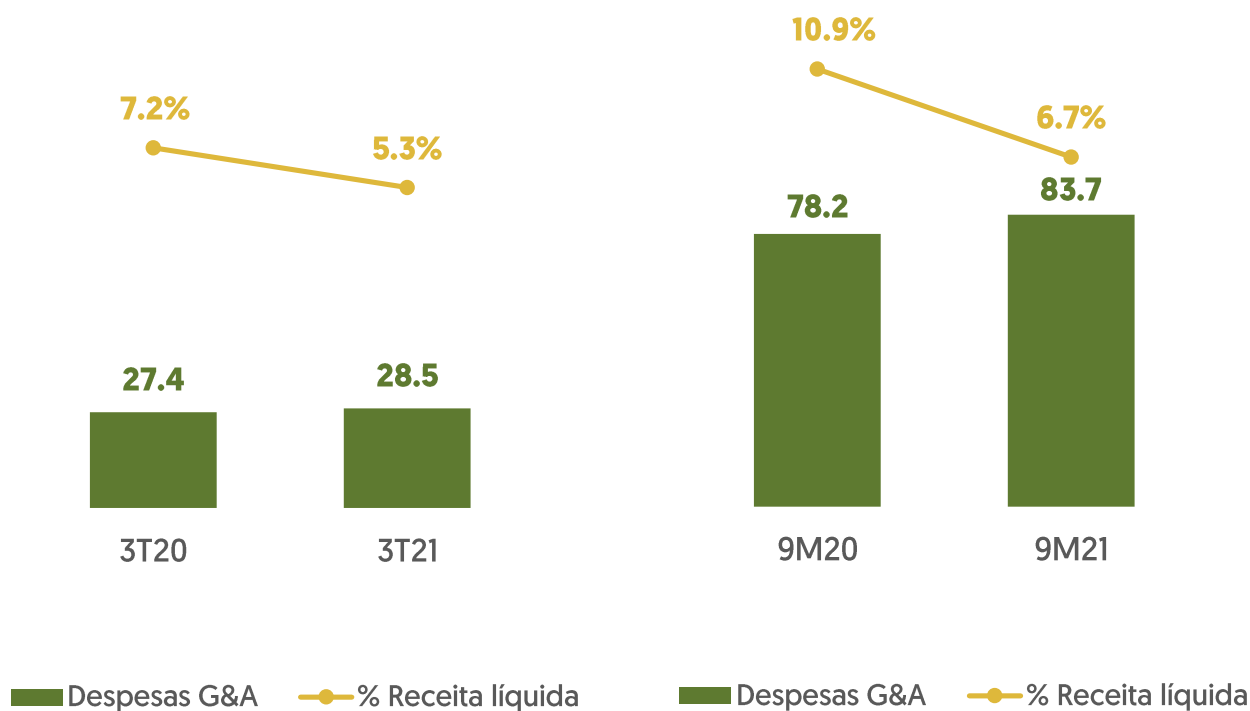
# > DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

**A**s despesas administrativas foram de R\$ 28,5 milhões no 3T21 apresentando aumento de 4,0% em comparação ao 3T20. Em percentual sobre a receita líquida, ocorreu redução de 1,9 p.p., saindo de 7,2% no 3T20 para 5,3% no 3T21.

No trimestre houve aumento nas linhas de despesas com pessoal, informática/telecomunicações, que foram parcialmente compensados pelas reduções em serviços de terceiros.

Nos nove meses de 2021, em relação ao mesmo período de 2020, ocorreu aumento de 7,0% das despesas gerais e administrativas, passando de R\$ 78,2 milhões para R\$ 83,7 milhões. Ao se comparar o percentual sobre a receita líquida, observa-se redução nos nove meses de 2021 de 4,2 p.p. em relação ao equivalente período de 2020.

## DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS



# OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No 3T21, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas resultaram em uma receita de R\$ 32,4 milhões, diante de uma receita de R\$ 0,2 milhão registrada no 3T20.

O resultado das Outras Receitas/Despesas no 3T21 foi impactado pelos seguintes eventos: (i) reconhecimento de receita não recorrente de crédito de Pis/Cofins e, (ii) incremento efetuado nas provisões de processos trabalhistas devido a mudança do estágio processual dado ao trâmite judicial de algumas ações.

O evento não recorrente reconhecido no 3T21 no montante de R\$ 36,5 milhões se refere ao valor

incontroverso de ação de recuperação de crédito de Pis/Cofins sobre a base de ICMS movida pela controlada Vulcabras Ceará. O valor reconhecido foi composto por: (i) reconhecimento de R\$ 37,4 milhões, relativo ao valor principal e; (ii) débito de Pis/Cofins oriundo da atualização financeira sobre o crédito de Pis/Cofins reconhecido no valor de R\$ 0,9 milhão.

Nos nove meses de 2021, registrou-se uma receita de R\$ 69,3 milhões, perante uma despesa de R\$ 37,9 milhões nos nove meses de 2020.

## OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

R\$ milhões	3T21	3T20	Var. % 3T21/3T20	9M21	9M20	Var. % 9M21/9M20
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	32,4	0,2	16.100,00%	69,3	-37,9	-282,8%

# RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

O resultado financeiro líquido no 3T21 registrou uma receita de R\$ 11,1 milhões, em comparação ao mesmo período de 2020, que foi de uma despesa de R\$ 3,7 milhões. Na comparação do 3T21 versus 3T20, as principais variações foram observadas no aumento dos juros pagos, devido a expansão do endividamento ao longo dos últimos meses, e também, ao reconhecimento de ganho financeiro no 3T21.

No 3T21 houve o reconhecimento de ganho “não recorrente” devido a contabilização de R\$ 18,8 milhões de receita financeira, relativo ao valor da atualização financeira do crédito de ação judicial de PIS/COFINS sobre ICMS.

Na comparação dos nove meses, o resultado financeiro foi de uma despesa financeira equivalente a R\$ 0,5 milhão nos nove meses de 2020, para uma receita de R\$ 23,0 milhões nos nove meses de 2021

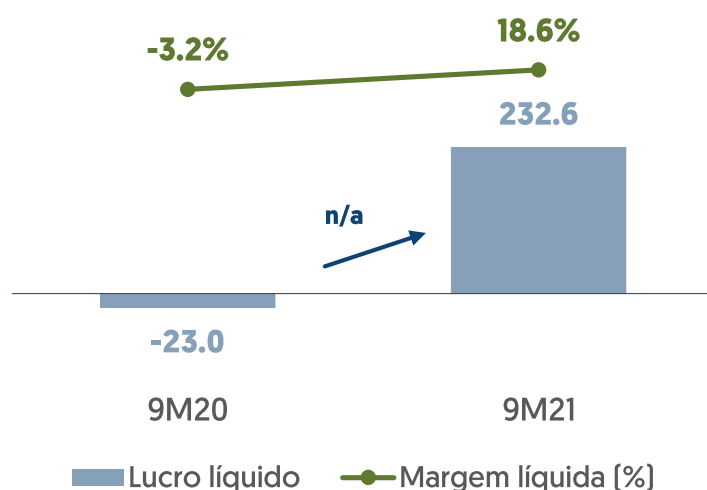
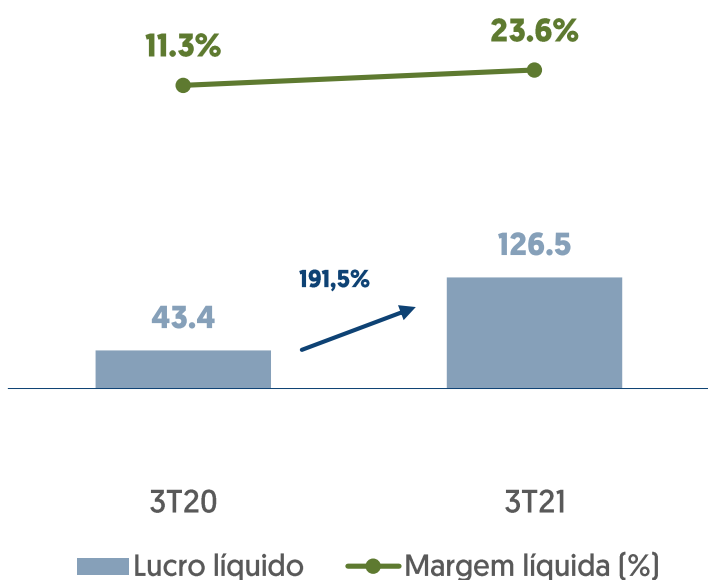
R\$ milhões	3T21	3T20	Var. % 3T21/3T20	9M21	9M20	Var. % 9M21/9M20
Estrutura de capital	-8,5	-5,6	51,8%	-22,8	-12,0	90,0%
Operacionais	-5,0	-1,4	257,1%	-17,6	-4,4	300,0%
Cambiais	-5,4	-5,5	-1,8%	-18,8	-16,2	16,0%
<b>Despesas financeiras</b>	<b>-18,9</b>	<b>-12,5</b>	<b>51,2%</b>	<b>-59,2</b>	<b>-32,6</b>	<b>81,6%</b>
Estrutura de capital	2,5	1,6	56,3%	4,8	3,9	23,1%
Operacionais	23,3	1,9	1126,3%	65,5	4,7	1293,6%
Cambiais	4,2	5,3	-20,8%	11,9	23,5	-49,4%
<b>Receitas financeiras</b>	<b>30,0</b>	<b>8,8</b>	<b>240,9%</b>	<b>82,2</b>	<b>32,1</b>	<b>156,1%</b>
<b>Resultado financeiro líquido</b>	<b>11,1</b>	<b>-3,7</b>	<b>-400,0%</b>	<b>23,0</b>	<b>-0,5</b>	<b>-4700,0%</b>



# > LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido do 3T21 foi de **R\$ 126,5 milhões** e representou um acréscimo de **191,5%** sobre o resultado de **R\$ 43,4 milhões** no 3T20. A margem líquida atingiu **23,6%** no 3T21, acréscimo de **12,3 p.p.**, em comparação aos **11,3%** alcançados no 3T20.

## LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA



Neste trimestre, a companhia registrou um ganho líquido não recorrente de R\$ 53,0 milhões, relacionado a decisão favorável em uma das suas ações de exclusão do ICMS da base de cálculo de PIS e COFINS.

Além dos valores já reconhecidos, a Companhia ainda mantém em trâmite, ações judiciais relativas ao mesmo tema que totalizam aproximadamente R\$ 264 milhões em valores atualizados até 30/09/21

O lucro líquido nos nove meses de 2021 foi de **R\$ 232,6 milhões** sendo **R\$ 255,6 milhões** superior ao resultado aferido no mesmo período do ano anterior. A margem líquida na comparação dos nove meses de 2021 versus os nove meses de 2020 foi elevada em **21,8 p.p.**, de (3,2 %) nos nove meses de 2020 para **18,6 %** em 2021.

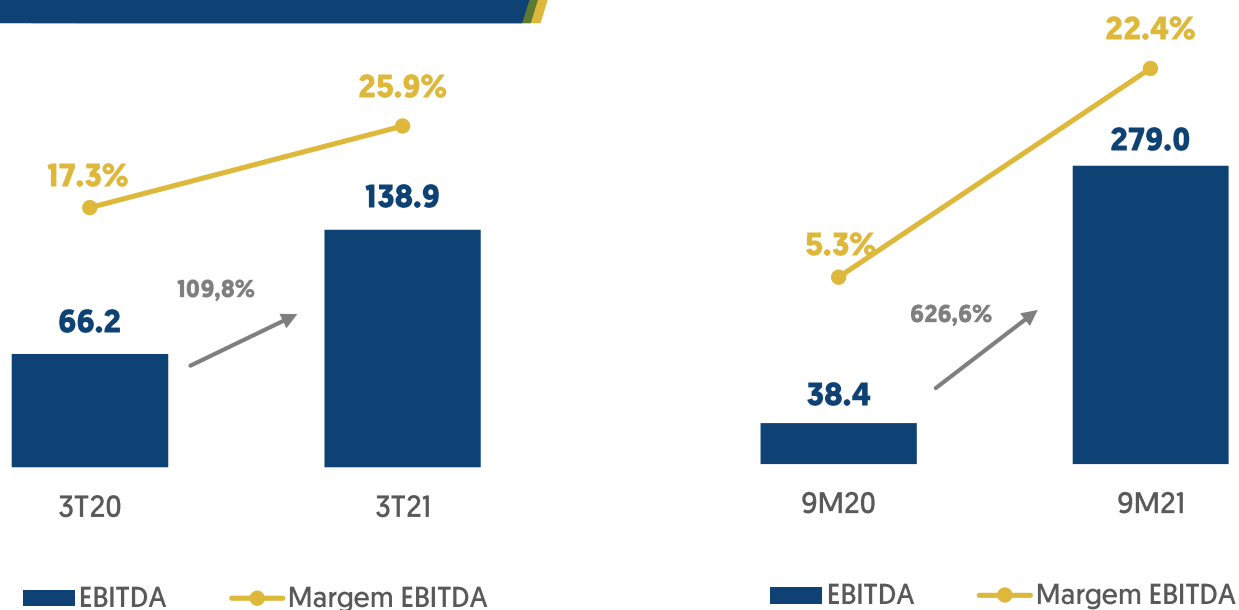
Para melhor entendimento, segue demonstrado abaixo o valor e o respectivo efeito desse evento no Lucro Líquido do trimestre e do acumulado no período.

R\$ Milhões	3T21	3T20	Var. % 3T21/3T20	9M21	9M20	Var. % 9M21/9M20
Lucro Líquido	<b>126,5</b>	<b>43,4</b>	<b>192%</b>	<b>232,6</b>	<b>-23,0</b>	<b>-1111%</b>
(-) Crédito de Pis/Cofins principal	-37,4	0,0	N/A	-66,0	0,0	N/A
(-) Crédito de Pis/Cofins atualização	-18,7	0,0	N/A	-57,6	0,0	N/A
(-) Pis/Cofins sobre atualização de Crédito Pis/Cofins	0,9	0,0	N/A	2,7	0,0	N/A
(-) Reversão de PECLD	0,0	0,0	N/A	-8,6	0,0	N/A
(-) Desconto Concedido pela venda de títulos PECLD	0,0	0,0	N/A	8,6	0,0	N/A
(-) IRPJ/CSLL sobre crédito de Pis/Cofins reconhecido	2,3	0,0	N/A	7,4	0,0	N/A
(-) Despesas devido efeitos do Covid-19	0,0	0,0	N/A	0,0	36,4	N/A
Lucro Líquido Ajustado	73,6	43,4	69,6%	119,1	13,4	788,8%
Margem Líquida Ajustada	13,7%	11,3%	2,4 p.p.	9,5%	1,9%	7,6 p.p.

# > EBITDA

No 3T21 o EBITDA foi de **R\$ 138,9 milhões**, apresentando crescimento de **109,8%**, em contraposição aos **R\$ 66,2 milhões** obtidos no 3T20. A margem EBITDA aumentou **8,6 p.p.**, atingindo **25,9%** no 3T21, ante **17,3%** do 3T20.

## EBITDA<sup>1</sup> – 3T21 VS 3T20 | 9M21 VS 9M20



No 3T21, um evento “não recorrente” influenciou o EBITDA da Companhia. Para melhor entendimento segue demonstrado abaixo o valor e o respectivo efeito desse evento no EBITDA do trimestre e do acumulado do período.

R\$ Milhões	3T21	3T20	Var. % 3T21/3T20	9M21	9M20	Var. % 9M21/9M20
<b>EBITDA</b>	<b>138,9</b>	<b>66,2</b>	<b>109,8%</b>	<b>279,0</b>	<b>38,4</b>	<b>626,6%</b>
(-) crédito de Pis/Cofins principal	-37,4	0,0	N/A	-66,0	0,0	N/A
(-) Pis/Cofins sobre atualização de Crédito Pis/Cofins (Outras)	0,9	0,0	N/A	2,7	0,0	N/A
(-) Reversão de PECLD	0,0	0,0	N/A	-8,6	0,0	N/A
(-) Despesas devido efeitos do Covid-19	0,0	0,0	N/A	0,0	36,4	N/A
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>102,4</b>	<b>66,2</b>	<b>54,7%</b>	<b>207,1</b>	<b>74,8</b>	<b>176,9%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustado</b>	<b>19,1%</b>	<b>17,3%</b>	<b>1,8 p.p.</b>	<b>16,6%</b>	<b>10,4%</b>	<b>6,2 p.p.</b>

(1) EBITDA: Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization. Em português LAJIDA: Lucro antes dos juros, impostos, depreciação e amortização.

Nos nove meses de 2021, o EBITDA foi de **R\$ 279,0 milhões**, com aumento de **626,6%** sobre os **R\$ 38,4 milhões** verificados nos nove meses de 2020. A margem EBITDA apresentou aumento de **17,1 p.p.**, alcançando **22,4%** em 2021.

# > ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)



retorno sobre capital investido – ROIC1 – anualizado atingiu 19,5 % no 9M21 - LTM (últimos doze meses encerrados em 30/09/2021), o qual representa aumento de 16,7 p.p. sobre o resultado de 2,8 % obtido em 31/12/2020.

ROIC	2018	2019	2020	9M21
Lucro líquido de Exercício/Período (LTM)	152,1	143,1	31,5	287,2
(+) Resultado Financeiro (LTM)	6,2	(5,1)	0,1	(23,4)
<b>NOPAT</b>	<b>158,3</b>	<b>138,0</b>	<b>31,6</b>	<b>263,8</b>
<b>Capital Investido</b>				
Financiamento e Empréstimo	60,0	43,1	311,6	370,3
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(68,6)	(62,2)	(158,6)	(71,8)
(-) Aplicação Financeiras	(2,5)	(2,8)	(90,5)	(88,4)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	16,3	16,9	17,6	17,9
(+) Patrimônio Líquido	941,5	1.087,4	1.125,4	1.274,8
<b>Total Capital Investido</b>	<b>946,7</b>	<b>1.082,4</b>	<b>1.205,5</b>	<b>1.502,8</b>
<b>Média de Capital Investido no período (1)</b>	<b>864,3</b>	<b>1.014,6</b>	<b>1.144,0</b>	<b>1.354,2</b>
<b>ROIC anualizado (2)</b>	<b>18,3%</b>	<b>13,6%</b>	<b>2,8%</b>	<b>19,5%</b>

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC-ajustado3) anualizado atingiu 24,0 % no 3T21 - LTM (últimos doze meses encerrados em 30/09/2021), com aumento de 20,2 p.p. sobre o resultado de 3,8 % obtido em 31/12/2020.

ROIC ajustado	2018	2019	2020	9M21
Lucro líquido de Exercício/Período (LTM)	152,1	143,1	31,5	287,2
(+) Resultado Financeiro (LTM)	6,2	(5,1)	0,1	(23,4)
(-) Ganho por conta vantajosa (LTM)	(13,6)	–	–	–
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(1,8)	(0,3)	2,0	(2,0)
<b>NOPAT (Ajustado)</b>	<b>142,9</b>	<b>137,7</b>	<b>33,6</b>	<b>261,8</b>
<b>Capital Investido</b>				
Financiamento e Empréstimos	60,0	43,1	311,6	370,3
(-) Caixa e Equivalente de Caixa	(68,6)	(62,2)	(158,6)	(71,8)
(-) Aplicações Financeiras	(2,5)	(2,8)	(90,5)	(88,4)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	16,3	16,9	17,6	17,9
(-) Ágio da Compra	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(61,8)	(62,0)	(60,0)	(68,2)
(+) Patrimônio Líquido	941,5	1.087,4	1.125,4	1.274,8
<b>Total Capital Investido Ajustado</b>	<b>686,7</b>	<b>822,2</b>	<b>947,3</b>	<b>1.236,4</b>
<b>Média de Capital Investido no período (1)</b>	<b>615,2</b>	<b>754,5</b>	<b>884,8</b>	<b>1.091,9</b>
<b>ROIC Ajustado anualizado (3)</b>	<b>23,2%</b>	<b>18,3%</b>	<b>3,8%</b>	<b>24,0%</b>

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 pelo Capital Investido médio ajustado. 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 3º trimestre de 2021, foram investidos R\$ 24,4 milhões em imobilizado e intangível. Em imobilizado foram investidos R\$ 24,2 milhões redução de 8,0 % em relação ao valor investido no 3T20. O investimento no intangível do 3T21 foi de R\$ 0,2 milhão. Os investimentos realizados neste trimestre se devem a sustentação das operações da Companhia, principalmente com crescimento nos investimentos de moldes e matrizes para suportar a entrada em produção das novas coleções de calçados.

Em intangível foram investidos R\$ 0,2 milhão no 3T21, majoritariamente na aquisição de licenças de softwares.

Nos nove meses de 2021, o valor investido em imobilizado totalizou R\$ 89,0 milhões. Em ativos intangíveis, o valor investido nos nove meses de 2021 totalizou R\$ 2,2 milhões

## ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

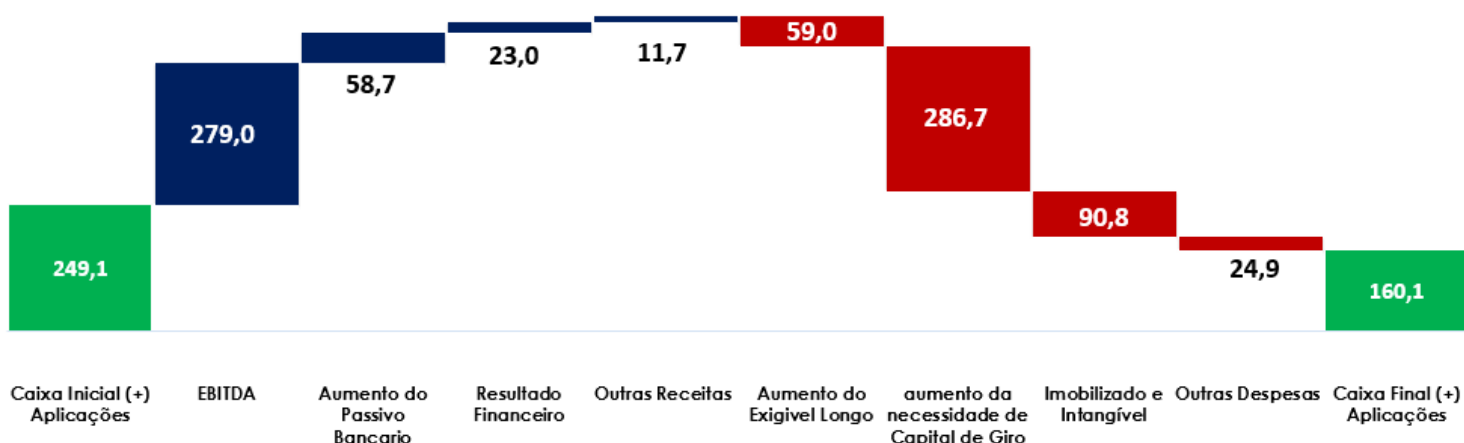
R\$ milhões	3T21	3T20	Var. % 3T21 / 3T20	9M21	9M20	Var. % 9M21 / 9M20
Moldes	6,4	4,7	36,2%	28,4	16,6	71,1%
Máquinas e Equipamentos	13,4	14,0	-4,3%	41,3	25,2	63,9%
Instalações	3,1	6,8	-54,4%	7,3	13,3	-45,1%
Outros	1,3	0,8	62,5%	12,0	2,4	400,0%
<b>Imobilizado</b>	<b>24,2</b>	<b>26,3</b>	<b>-8,0%</b>	<b>89,0</b>	<b>57,5</b>	<b>54,8%</b>
Software	0,2	0,4	-50,0%	2,2	1,8	22,2%
<b>Intangível</b>	<b>0,2</b>	<b>0,4</b>	<b>-50,0%</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>	<b>22,2%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>24,4</b>	<b>26,7</b>	<b>-8,6%</b>	<b>91,2</b>	<b>59,3</b>	<b>53,8%</b>

# > FLUXO DE CAIXA

A variação de caixa no período foi de R\$ 89,0 milhões, A variação apresentada foi constituída essencialmente pelos seguintes eventos: (i) EBITDA de R\$ 279,0 milhões; (ii) aumento no passivo bancário em R\$ 58,7 milhões; (iii) aumento do exigível a longo prazo de R\$ 59,0 milhões (iv) investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 90,8 milhões, e (v) aumento da necessidade de capital de giro de R\$ 286,7 milhões.



## FLUXO DE CAIXA – 3T21



# > ENDIVIDAMENTO

No final do 3T21, a Companhia apresentava dívida líquida de R\$ 210,1 milhões, sendo R\$ 147,6 milhões superior a observada no encerramento de 31/12/2020.

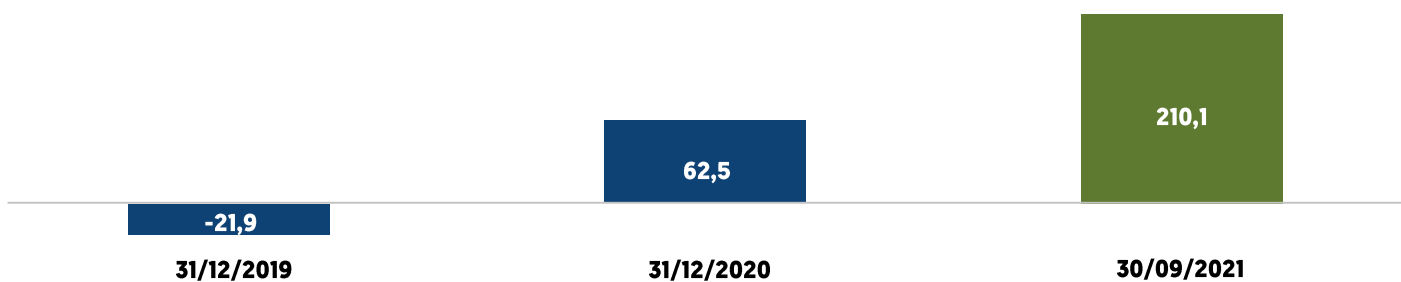
O aumento do endividamento se deve a expressiva expansão do capital circulante devido ao aumento dos estoques de produtos acabados principalmente ao recebimento dos produtos da marca Mizuno e, também ao aumento da cobertura de estoque de algumas matérias primas estratégicas que seguem apresentando volatilidade de abastecimento e de preço.

Desde o início da pandemia, a Companhia manteve sua disciplina financeira e buscou reforçar o caixa com aportes realizados junto a linhas de créditos que se encontravam pré-aprovadas.

## DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ Milhões	31/12/2019	31/12/2020	30/09/2021	Var% 30/09/2021 – 31/12/2020
<b>Financiamentos e empréstimos</b>	43,1	311,6	370,3	18,8%
<b>Caixa e equivalentes de caixa</b>	62,2	158,6	71,8	-54,7%
<b>Aplicações financeiras</b>	2,8	90,5	88,4	-2,3%
<b>Capital Investido</b>	<b>(21,9)</b>	<b>62,5</b>	<b>210,1</b>	<b>236,2%</b>

## EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA



## DÍVIDA BRUTA POR MOEDA

R\$ Milhões	31/12/2020	30/09/2021	Var% 30/09/2021 – 31/12/2020
Moeda Nacional	285,1	361,6	26,8%
Moeda Estrangeira	26,5	8,7	-67,2%
<b>Total Financiamento e Empréstimos</b>	<b>311,6</b>	<b>370,3</b>	<b>18,8%</b>

# > SUSTENTABILIDADE

**F**oi no mês de setembro que a Vulcabras anunciou oficialmente seu grande compromisso sustentável. A partir de outubro 2021 suas unidades fabris serão abastecidas com energia eólica. Localizadas em Itapetinga (BA) e em Horizonte (CE), as fábricas serão supridas por um dos maiores complexos de energia eólica do mundo, o Rio do Vento, no Rio Grande do Norte. Operacionalizado pela Casa dos Ventos, o complexo terá capacidade instalada total de 1.038 MW.

O contrato firmado entre a Vulcabras e a Casa dos Ventos, no valor de R\$ 150 milhões, prevê o fornecimento de energia limpa pelo período mínimo de 13 anos. A Empresa fornecerá a totalidade do consumo da Vulcabras, equivalente à 7 megawatts (MW) médio, e que nesse novo perfil de fornecimento evita o lançamento de 15 mil toneladas de CO2 anualmente na atmosfera, o equivalente ao plantio de 67 mil árvores.

“Esse é um momento histórico na jornada da Vulcabras, que tem como um de seus valores o pensar no amanhã. A parceria com a Casa dos Ventos ratifica esse nosso valor, e mostra que a Vulcabras não só apenas se preocupa em ser sustentável, mas também em levar a todos os brasileiros o resultado disso”, afirma Pedro Bartelle, CEO da Vulcabras.

Para marcar esse momento tão importante na história da Vulcabras, a Olympikus lançou o Corre 1 Eco, versão sustentável do melhor tênis de corrida já fabricado pela marca. Criado em 2018 e lançado pela primeira vez em 2019 após diversas pesquisas e estudos de tendência com especialistas em corrida, o modelo foi desenvolvido por engenheiros, designers, mestres em biomecânica e atletas profissionais e amadores com tecnologia para proporcionar ainda mais performance na hora de correr. Feito por corredores brasileiros para corredores brasileiros.

Produzido com componentes reciclados e renováveis, o Corre 1 Eco conta com materiais como o EVA Verde, que é produzido a partir da cana de açúcar e está presente na sola e na palmilha do calçado. Além disso, o cabedal é feito com fios de poliéster reciclados a partir de garrafas plásticas e no solado há também borrachas especiais extraídas da seringueira.

## VANTAGENS DA ENERGIA EÓLICA

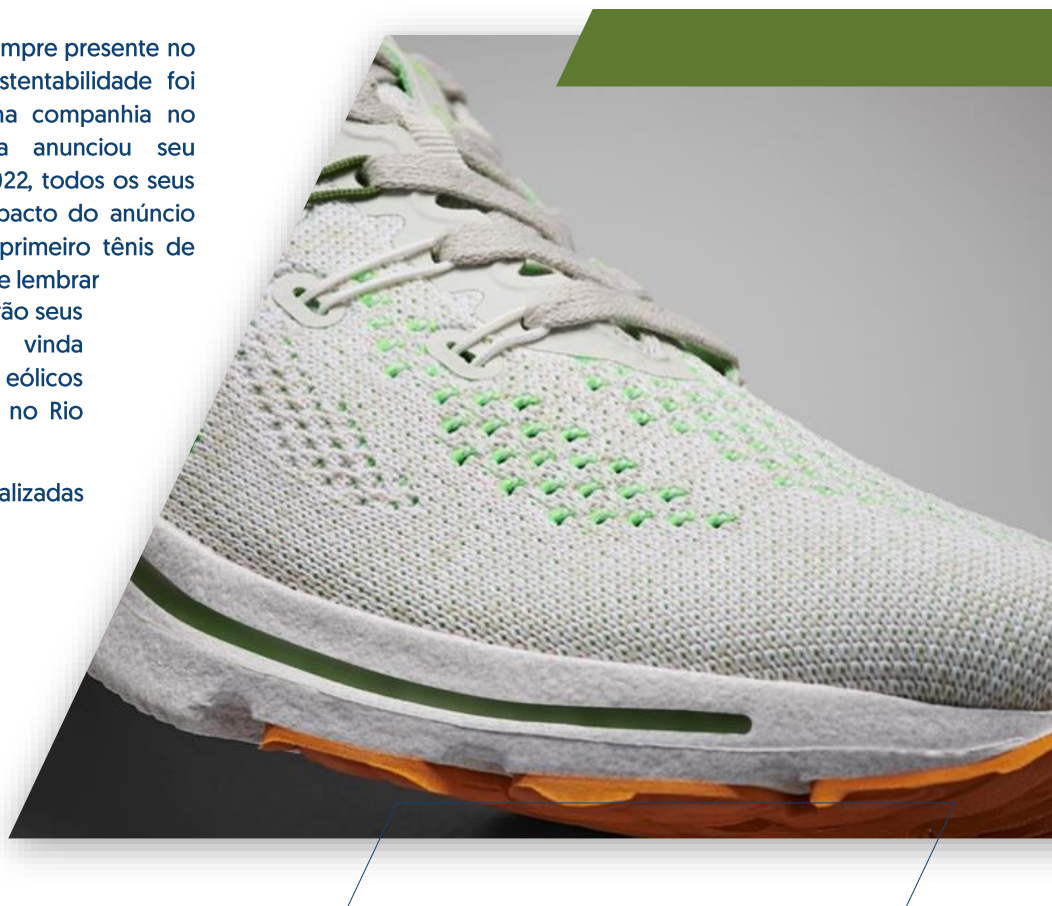
- > É renovável e possui baixo impacto ambiental em sua instalação e operação
- > Parques eólicos não emitem CO2
- > Um dos melhores custo-benefício na tarifa de energia
- > A produção de energia eólica coexiste com outras atividades e permite que o proprietário da terra siga com plantações ou criação de animais
- > A geração de emprego, pagamento de arrendamentos a proprietários de terra, possibilidade de coexistência de atividades de agricultura e pecuária com as eólicas, entre outros motivos, colaboram com a fixação do homem no campo e conseqüente capacitação de mão de obra local.

Fonte: ABEEólica – Associação Brasileira de Energia Eólica

# > GESTÃO DE MARCAS

**A**lém de inovação, fator este sempre presente no portfólio da Vulcabras, a sustentabilidade foi tema de grande destaque na companhia no período em questão. A companhia anunciou seu compromisso de produzir, a partir de 2022, todos os seus calçados 100% de energia limpa. O impacto do anúncio teve como símbolo o lançamento do primeiro tênis de corrida sustentável da Olympikus mas vale lembrar que Mizuno e Under Armour também terão seus calçados feitos com energia eólica vinda diretamente de um dos maiores parques eólicos do mundo, o Rio do Vento, localizado no Rio Grande do Norte.

Confira a seguir os detalhes as ações realizadas pelas marcas.



## MIZUNO

O terceiro trimestre de 2021 concentrou duas importantes histórias para a marca: a chegada de novas cores dos icônicos modelos Wave Prophecy X e Wave Creation 22,

assim como o lançamento da nova linha de calçados de running performance da marca, todos contendo a revolucionária tecnologia Mizuno Energy.

### NOVAS CORES PROPHECY E CREATION

No final de 2020 e início de 2021, a Mizuno lançou as novas versões dos icônicos modelos Wave Prophecy X e Wave Creation 22, respectivamente. Calçados históricos da marca e sempre sucesso de vendas, os dois modelos ganharam novas cores em julho.

Para divulgar a chegada de mais opções no mercado, a marca comunicou os lançamentos de forma especial no e-commerce ([www.mizuno.com.br](http://www.mizuno.com.br)) e postou conteúdos especiais sobre os modelos nas redes sociais da Mizuno no Brasil.

MIZUNO WAVE  
CREATION 22 MENOS IMPACTO?  
SÓ NA LUA.

4 NOVAS  
CORES



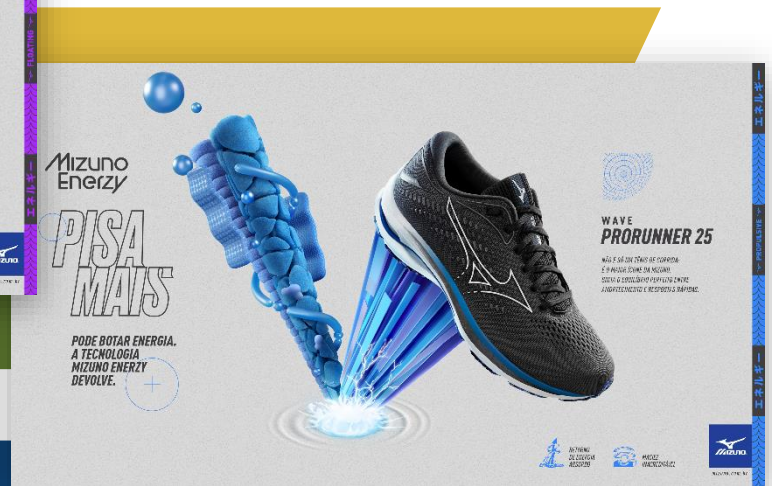
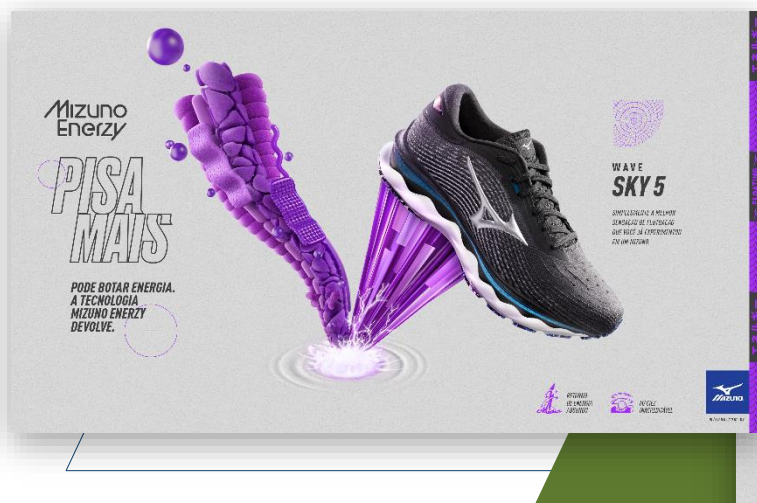




## LANÇAMENTOS RUNNING PERFORMANCE – TECNOLOGIA MIZUNO ENERGY

Os meses de agosto e setembro concentraram todo o esforço de comunicação e trade marketing para anunciar o lançamento de uma campanha extremamente importante e que teve como objetivo reforçar a imagem e a conexão da marca com o público corredor.

Foram lançadas quatro novidades da linha de running performance, trazendo ao mercado soluções de diferentes perfis para atender às necessidades de todos os tipos de corredores. Contendo a revolucionária tecnologia MIZUNO ENERGY, a marca apresentou os novos Wave Sky 5, Wave Prorunner 25, Wave Sky Neo 2 e Wave Prorunner Neo 2.



Após um intenso trabalho de dois anos de pesquisas e desenvolvimento nos laboratórios da Mizuno no Japão, a marca trouxe recentemente ao mercado a melhor tecnologia já desenvolvida para os produtos de performance, e que se divide em duas partes, a Mizuno Enerzy, localizada no EVA, e a Mizuno Enerzy Core, borracha injetada a ar localizada na parte interna de alguns modelos da marca. Comparadas ao EVA comum (EVA U4IC), ambas proporcionam até 293% a mais de maciez e 56% a mais de retorno de energia

### WAVE SKY 5

O novo WAVE SKY 5 está mais leve e proporciona uma experiência de corrida supermacia, com a sensação de que você está flutuando a cada passada. Além de contar com a tecnologia MIZUNO ENERZY, o modelo traz uma grande novidade em relação à versão anterior: a presença da tecnologia MIZUNO ENERZY CORE na parte interna do calçado, proporcionando uma maciez absurda durante a corrida. O modelo foi feito para corredores que buscam máximo amortecimento e fluidez durante a corrida.



### WAVE PRORUNNER 25

Um dos modelos mais queridos e tradicionais da Mizuno, sendo o mais vendido pela marca no mundo, o WAVE PRORUNNER 25 chega com atualizações incríveis para quem busca propulsão aliada ao desempenho. Seu cabedal de engineering mesh é macio, respirável e flexível; já a entressola possui tecnologia MIZUNO ENERZY, que oferece máximo amortecimento e retorno de energia. Outra tecnologia de amortecimento é a Wave Plate de Bio Nylon, que confere propulsão e estabilidade durante a corrida.



A revolucionária tecnologia é o grande destaque dos quatro novos modelos, uma mescla de evoluções de franquias consagradas da Mizuno, como o Wave Sky e o Wave Prorunner, com novas versões dos modelos “Neos” – que partem da base de suas versões originais com características específicas que aumentam ainda mais a maciez e a propulsão durante a corrida.

Conheça um pouco mais sobre os modelos:



### WAVE SKY NEO 2

O WAVE SKY NEO 2 possui um cabedal de Wave Knit, que veste perfeitamente os pés, trazendo a sensação de correr como se não estivesse usando nenhum calçado. A combinação das tecnologias MIZUNO ENERZY e MIZUNO ENERZY CORE vai elevar o patamar da sua corrida, oferecendo amortecimento e retorno de energia como nunca visto antes. Outro diferencial é o seu solado X10, com composto de borracha e carbono que confere maior grip e durabilidade para rodar muitos quilômetros.



### WAVE PRORUNNER NEO 2

O novo Wave Prunner Neo 2 está repaginado: mais leve, seu cabedal de peça única – Monofilament Mesh – de elastano proporciona melhor ajuste aos pés para uma corrida com alta propulsão. O calçado também possui a tecnologia MIZUNO ENERZY em sua entressola, garantindo maciez e máximo amortecimento, além da Wave Plate de Bio Nylon. Outro diferencial é o seu solado G3 de resina à base de PU com efeito translúcido, localizada no meio até a ponta dos pés para maior grip e mais leveza.

Na área de Trade Marketing, como parte dos esforços iniciais para ativar a campanha, foi realizado um trabalho intenso de trade marketing para reforçar a presença da marca no ponto de venda e comunicar os lançamentos em portas extremamente estratégicas do mercado. O trabalho foi feito tanto em clientes especializados e com forte conexão com público corredor, como, por exemplo, as lojas Velocitá, ProCorrer, SportTennis, FreeCorner, YouCan, entre outras, como também em gigantes do mercado esportivo, como Centauro, World Tennis, Bayard e Decathlon.

Ainda como parte dos esforços para reforçar a presença da marca tanto no ponto de venda como com o público corredor, foi realizado um treino para que os consumidores e a comunidade de parceiros da Velocitá pudessem testar em primeira mão os lançamentos.

A ação, realizada no final de setembro, contou com a presença de mais de 40 convidados e foi um sucesso. Os corredores tiveram a oportunidade de assistir a uma apresentação sobre a tecnologia e na sequência botaram os novos modelos à prova em um treino de 8km que saiu da loja Velocitá de Moema, em São Paulo, para dentro do icônico Parque do Ibirapuera.

Seguem algumas fotos do evento:



# OLYMPIKUS

Já para a Olympikus o terceiro trimestre de 2021 tenha sido talvez um dos mais importantes da história da marca, já que trouxe ao mercado uma grande inovação – o primeiro tênis da marca feito com materiais renováveis, além da volta do Bota Pra Correr tendo como pano de fundo um dos maiores parques eólicos do mundo. Veja a seguir:



## CORREI ECO

A Olympikus, maior marca esportiva do país, apresentou o Corre1 Eco, versão ecológica do melhor tênis de corrida já fabricado pela marca. Criado em 2018 e lançado pela primeira vez em 2019 após diversas pesquisas e estudos de tendência com especialistas em corrida, o modelo foi desenvolvido por engenheiros, designers, mestres em biomecânica e atletas profissionais e amadores com tecnologia para proporcionar ainda mais performance na hora de correr. Feito por corredores brasileiros para corredores brasileiros.

Símbolo do momento de transformação da marca que traz o compromisso de auxiliar na redução das mudanças climáticas do planeta, o Corre1 Eco é uma edição limitada que representa o primeiro modelo na versão com materiais responsáveis da história da Olympikus. Produzido com componentes reciclados e renováveis, o produto conta com materiais como o EVA Verde, que é produzido a partir da cana de açúcar e está presente na sola e na palmilha do calçado. A cada par produzido do modelo, 10 garrafas plásticas são recicladas.



## MANIFESTO OLYMPIKUS

Para o anúncio oficial da iniciativa de 100%de energia limpa em todos os tênis da Olympikus a partir de outubro 2021, a marca desenvolveu um vídeo manifesto gravado no Parque Rio do Vento e firmando o Corre 1 Eco como símbolo definitivo dessa história –

O vídeo foi veiculado em plataformas online e off-line, contemplando no digital Instagram e Facebook, e também na TV fechada, somando mais de 115 milhões de impactos. Também serão exploradas mídias externas em pontos de venda e out of home com mobiliários urbanos nas imediações de parques em São Paulo e Porto Alegre.



[https://www.instagram.com/tv/CTQdIKTpqLe/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CTQdIKTpqLe/?utm_source=ig_web_copy_link)

## BOTA PRA CORRER RIO DO VENTO

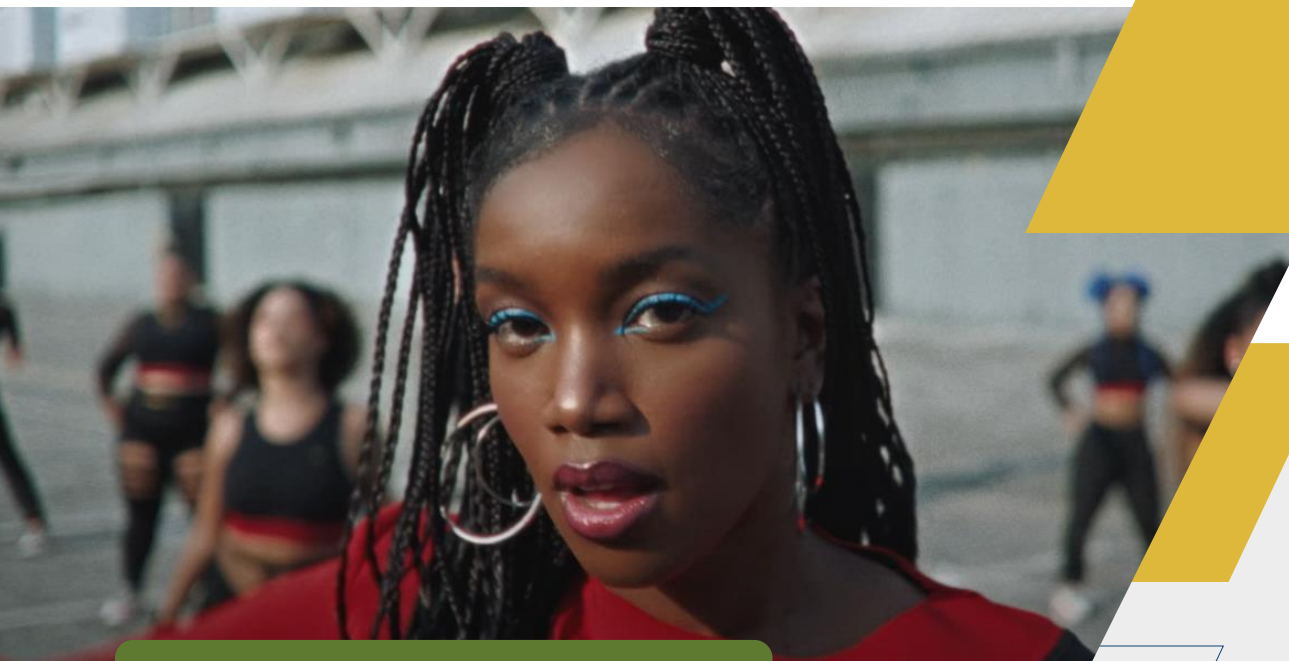
Depois do sucesso das três provas de estreia, em 2019, a Olympikus retomou em setembro, no Complexo Eólico Rio do Vento (RN), o projeto Bota pra Correr, que possibilita aos participantes conhecerem o Brasil correndo. A prova foi disputada por seis equipes de seis participantes cada, em um total de 16km, com percurso nas dependências do Complexo Eólico Rio do Vento. A corrida por equipes sintetiza a mensagem que a Olympikus quer passar: a de que todos precisam fazer a sua parte na luta contra o aquecimento global.

Realizado anteriormente no Jalapão, Pantanal e Alter do Chão, o Bota pra Correr reuniu formadores de opinião, clientes e fãs da marca no Complexo Eólico Rio do Vento para um anúncio mais do que especial: a partir de outubro 2021, a Vulcabras, maior gestora de marcas e artigos esportivos do País, passará a utilizar energia limpa na fabricação de 100% dos tênis da Olympikus.



<https://www.instagram.com/p/CT4fp2-gAAY/>

## CHALLENGE IZA



<https://www.instagram.com/tv/CTnckfqDITK/>

A cantora IZA, embaixadora da Olympikus, lançou no período o single “Gueto”, e a Olympikus participou da divulgação com uma ação especial. Foi lançado um concurso cultural de dança nas redes sociais da cantora, onde os escolhidos fizeram parte do dance vídeo de coreografia oficial. E a Olympikus fez parte desse desafio atrelando-o ao lançamento do tênis CS2, o que pode alcançar novos públicos graças à grande visibilidade de Iza.

A oportunidade foi mais um passo na construção do pilar de lifestyle da marca, entrando na conversa da dança de forma genuína e com propriedade a partir da Iza. Vale lembrar que ela, além de possuir mais de 15 milhões de seguidores em suas redes sociais, foi eleita em 2021 pela pesquisa Most Influential Celebrities, realizada pela Ipsos, como a celebridade brasileira mais influente do ano.

# UNDER ARMOUR

O terceiro trimestre de 2021 da Under Armour – marca global, referência em inovação e criação de vestuário, calçados e acessórios voltados para o esporte – foi marcado por importantes lançamentos e ativações no segmento de running e a entrada da marca em um importante player do mercado, a Authentic Feet.

## AUTHENTIC FEET – ALMA MATER

No final de junho, a Under Armour realizou uma grande conquista de começar a comercializar dentro do Grupo Afeet. A primeira marca do grupo a receber os produtos da marca foi a ArtWalk com a chegada do Curry 8 com uma grande ativação de posicionamento de marca dentro do chamado Energy Space, espaço dedicado para ativações de marcas dentro da ArtWalk da Oscar Freire.

Em agosto, a Under Armour passou a comercializar seus produtos também na Authentic Feet, marca mais antiga do grupo que tem foco em lifestyle esportivo. A chegada da marca ocorreu com a coleção Alma Mater que conta com peças versáteis e dinâmicas que oferecem a melhor tecnologia para atletas, que vivem a cidade de forma intensa, alcancem o máximo da performance.

Para dar apoio ao lançamento, a marca produziu localmente conteúdos exclusivos da coleção para a Authentic Feet utilizar em suas redes sociais e contou com um plano de mídia paga para impulsionar ainda mais o lançamento.







## FLOW VELOCITI WIND

Em agosto, chegou ao Brasil o UA Flow Velociti Wind, o tênis mais leve e rápido da Under Armour. Representando o mais recente capítulo em inovação da marca, o calçado interrompe o design de um tênis de corrida tradicional ao eliminar totalmente a sola de borracha e introduzindo o sistema de amortecimento UA Flow, reduzindo seu peso consideravelmente se comparado a um tênis de corrida tradicional e proporcionando sensação de voar no asfalto.

O UA Flow é um composto de espuma de resposta única, aderente e de suporte que elimina a sola de borracha. O modelo também conta com a solução UA Warp, cabedal inovador que se adapta perfeitamente à forma humana para melhorar a eficiência do calçado sem interferir no movimento natural do pé.

Para impulsionar o lançamento, além de trabalhar com um robusto plano de conteúdos para as redes sociais da marca e dos clientes, a Under Armour convidou alguns influenciadores e formadores de opinião do segmento de corrida para irem até as lojas de dois importantes clientes

estratégicos – Bayard e Procorrer. No local, os convidados puderam conhecer mais sobre o produto, além de produzirem conteúdos para suas redes sociais de dentro das lojas, que contavam também com materiais de MPDV e vitrine do lançamento.



## MACHINA 2

O período também foi marcado pela chegada do UA HOVR Machina 2, calçado com a tecnologia de amortecimento HOVR e as placas de propulsão Pebax, pensado para corredores de grandes distâncias que precisam gastar menos energia em cada passada. O calçado conta também com um chip embutido que se conecta via bluetooth com o app MapMyRun.

O lançamento contou com um plano robusto de conteúdos nas redes sociais da marca e dos clientes Netshoes e Miami Store.



# > ANEXOS

## BALANÇO PATRIMONIAL

### BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)

R\$ milhares

ATIVO	30/09/2021	31/12/2020	PASSIVO	30/09/2021	31/12/2020
Caixa e equivalentes de caixa	71.753	158.552	Fornecedores	136.539	62.457
Aplicações Financeiras	78.355	80.949	Financiamentos e empréstimos	290.863	127.894
Contas a receber de clientes	587.797	574.104	Impostos a recolher	10.654	11.938
Estoques	573.826	256.924	Salários e férias a pagar	62.540	30.105
Impostos a recuperar	82.116	18.330	Provisões	23.689	22.021
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	5.012	5.108	Passivo de arrendamento	9.147	8.343
Valores a receber por alienação de operação	3.440	3.440	Comissões a pagar	14.311	16.121
Outras contas a receber	10.588	13.478	Outras contas a pagar	24.318	26.296
			Dividendos e lucros a pagar	86.015	0
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>	<b>1.412.887</b>	<b>1.110.885</b>	<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>	<b>658.076</b>	<b>305.175</b>
Aplicações financeiras	10.013	9.594	Financiamentos e empréstimos	79.416	183.735
Contas a receber de clientes	3.631	0	Mútuo com partes relacionadas	17.932	17.632
Impostos a recuperar	62.677	6.787	Provisões	37.927	34.542
Impostos de renda e contribuição social diferidos	1.246	1.359	Impostos diferidos sobre reavaliação do imobilizado	2.304	2.406
Depósitos judiciais	14.166	15.080	Passivo de arrendamento	13.673	10.187
Valores a receber por alienação de operação	2.580	5.160	Outras contas a pagar	183	183
Outros contas a receber	2.767	2.702			
Bens destinados à venda	194	194			
<b>REALIZAVEL A LONGO PRAZO</b>	<b>97.274</b>	<b>40.876</b>	<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>151.435</b>	<b>248.685</b>
Investimentos	68.244	59.999			
Propriedade para investimento	5	2.121			
Direito de uso	19.646	15.145			
Imobilizado	276.954	241.311			
Intangível	209.348	208.917			
	<b>574.197</b>	<b>527.493</b>			
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>671.471</b>	<b>568.369</b>	<b>PASSIVO</b>	<b>809.511</b>	<b>553.860</b>
			Capital social	1.106.717	1.106.717
			Reservas de reavaliação	4.472	4.670
			Reservas de capital	4.288	3.034
			Ajustes de avaliação patrimonial	22.702	21.114
			Prejuízos acumulados	136.356	-10.457
			<b>Patrimônio líquido atribuível aos controladores</b>	<b>1.274.535</b>	<b>1.125.078</b>
			<b>Participações de não controladores</b>	<b>312</b>	<b>316</b>
			<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>1.274.847</b>	<b>1.125.394</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>2.084.358</b>	<b>1.679.254</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>2.084.358</b>	<b>1.679.254</b>

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	3T21	3T20	VAR (%)	9M21	9M20	VAR (%)
<b>R\$ milhares</b>						
<b>Receita líquida de vendas</b>	<b>535.873</b>	<b>382.856</b>	<b>40,0%</b>	<b>1.247.171</b>	<b>720.173</b>	<b>73,2%</b>
Custo das vendas	-342.663	-252.089	35,9%	-811.593	-485.882	67,0%
<b>Lucro bruto</b>	<b>193.210</b>	<b>130.767</b>	<b>47,8%</b>	<b>435.578</b>	<b>234.291</b>	<b>85,9%</b>
<b>Margem Bruta</b>	<b>36,1%</b>	<b>34,2%</b>	<b>1,9 p.p.</b>	<b>34,9%</b>	<b>32,5%</b>	<b>2,4 p.p.</b>
Despesas com vendas	-84.368	-52.914	59,4%	-209.742	-124.878	68,0%
Perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	4.564	-2.063	-321,2%	12.506	-10.955	-214,2%
Despesas administrativas	-28.451	-27.441	3,7%	-83.658	-78.207	7,0%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	32.399	251	12808,0%	69.290	-37.885	-282,9%
Resultado da equivalência patrimonial	2.990	240	1145,8%	1.908	-2.133	-189,5%
<b>Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos</b>	<b>120.344</b>	<b>48.840</b>	<b>146,4%</b>	<b>225.882</b>	<b>-19.767</b>	<b>-1242,7%</b>
Receitas financeiras	29.989	8.783	241,4%	82.272	32.134	156,0%
Despesas financeiras	-18.944	-12.506	51,5%	-59.280	-32.586	81,9%
<b>Resultado financeiro líquido</b>	<b>11.045</b>	<b>-3.723</b>	<b>-396,7%</b>	<b>22.992</b>	<b>-452</b>	<b>-5186,7%</b>
<b>Resultado antes dos tributos sobre lucro</b>	<b>131.389</b>	<b>45.117</b>	<b>191,2%</b>	<b>248.874</b>	<b>-20.219</b>	<b>-1330,9%</b>
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-4.877	-1.706	185,9%	-16.255	-2.810	478,5%
<b>Resultado líquido do período</b>	<b>126.512</b>	<b>43.411</b>	<b>191,4%</b>	<b>232.619</b>	<b>-23.029</b>	<b>-1110,1%</b>
<b>Margem Líquida</b>	<b>23,6%</b>	<b>11,3%</b>	<b>12,3 p.p.</b>	<b>18,7%</b>	<b>-3,2%</b>	<b>21,9 p.p.</b>
<b>Resultado atribuível aos:</b>						
Acionistas controladores	126.522	43.419		232.630	-22.959	
Acionistas não controladores	-10	-8		-11	-70	
<b>Resultado do período</b>	<b>126.512</b>	<b>43.411</b>		<b>232.619</b>	<b>-23.029</b>	
<b>Resultado por ação</b>						
Resultado por ação ordinária - básico	0,5148	0,1768		0,9466	-0,0934	
Resultado por ação ordinária - diluído	0,5082	0,1751		0,9343	-0,0926	
<b>Quantidade de ações ao final do exercício</b>						
Quantidade de ação ordinária - básico	245.756.244	245.756.346		245.756.244	245.756.346	
Quantidade de ação ordinária - diluído	248.986.244	248.016.346		248.986.244	248.016.346	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

## DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA (MÉTODO INDIRETO)	9M21	9M20
<b>R\$ milhares</b>		
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>		
<b>Lucro líquido do período</b>	<b>232.619</b>	<b>-23.029</b>
<b>Ajustes para:</b>		
Depreciação e amortização	53.095	58.125
Provisão para perdas por valor recuperável dos estoques	4.467	16.871
Juros s/ arrendamentos provisionados	1.287	3.990
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	9.262	4.929
Rendimentos de aplicações financeiras	-2.421	-558
Provisão (reversão) para contingências	9.932	4.733
Resultado da equivalência patrimonial	-1.908	2.133
Transação com pagamento baseado em ações	1.254	1.097
Perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-12.506	10.955
Perda na venda de controlada	0	2.356
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	21.859	14.326
Imposto corrente	16.255	0
Impostos diferidos	0	-468
Participação de não controladores	11	70
Ganho ou perda na rescisão de arrendamento	-14	0
Ganho na liquidação de relação pré existente	-13.980	0
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-123.650	0
<b>Lucro líquido do período ajustado</b>	<b>195.562</b>	<b>95.530</b>
<b>Variações nos ativos e passivos</b>		
Contas a receber de clientes	-3.506	-24.067
Estoques	-316.457	-86.245
Impostos a recuperar	4.070	-9.465
Outras contas a receber	2.851	-353
Depósitos judiciais	1.972	-992
Fornecedores	126.526	42.735
Comissões a pagar	-1.810	333
Impostos e contribuições sociais	-2.590	2.020
Salários e férias a pagar	32.270	335
Outras contas a pagar	-9.900	7.730
Provisões realizadas	-5.937	-3.311
Despesas antecipadas	0	5.458
Valores a receber por alienação de operação	2.580	0
Impostos diferidos	11	0
	<b>(169.920)</b>	<b>(65.822)</b>
Juros pagos	-16.807	-3.350
Pagamento de Juros de arrendamento	-1.571	-1.580
Impostos pagos sobre o lucro	-14.359	-2.037
	<b>(32.737)</b>	<b>(6.967)</b>
<b>Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais</b>	<b>-7.095</b>	<b>22.741</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento</b>		
Aquisições de imobilizado	-87.864	-56.361
Pagamento por aquisição de controlada	-43.610	0
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	4.596	-101.076
Recurso proveniente de alienação de controlada, líquido do caixa no consolidado	0	-4.122
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	1.152	717
Aquisições de intangível	-2.208	-1.841
<b>Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimento</b>	<b>-127.934</b>	<b>-162.683</b>
<b>Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento</b>		
Empréstimos tomados - Principal	190.000	280.202
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-133.950	-15.375
Recebimento (Pagamentos) de empréstimos com partes relacionadas	300	0
Pagamento de passivos de arrendamentos	-7.206	-7.732
Mútuos com partes relacionadas	0	523
<b>Fluxo de caixa líquido provenientes das atividades de financiamento</b>	<b>49.144</b>	<b>257.618</b>
<b>Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa</b>	<b>-85.885</b>	<b>117.676</b>
<b>Caixa e equivalentes de caixa no início do período</b>	<b>158.552</b>	<b>62.164</b>
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	-914	-1.629
<b>Caixa e equivalentes de caixa no final do período</b>	<b>71.753</b>	<b>178.211</b>
<b>Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa</b>	<b>-85.885</b>	<b>117.676</b>

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

## > INSTITUCIONAL

**V**ulcabras atua há mais de seis décadas no setor calçadista brasileiro. A Companhia utiliza todo o conhecimento já adquirido aliado à constante busca pela inovação, para levar ao consumidor brasileiro a melhor proposta de produtos tecnologicamente desenvolvidos e ícones de moda.

Nesse período, a Companhia consolidou-se como a maior indústria do setor de calçados esportivos do país se tornou gestora de marcas líderes em seus respectivos segmentos, como a Olympikus, campeã nacional em venda de tênis, Under Armour, uma das maiores marcas de confecções, calçados e acessórios esportivos do mundo, e a Mizuno, a marca 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. Essa expertise iniciou-se em julho de 1952, com a constituição da Companhia Industrial Brasileira de Calçados Vulcanizados S.A., em São Paulo. Fabricante de sapatos de couro com sola de borracha vulcanizada, teve como um de seus primeiros ícones o Vulcabras 752, cujo nome era referência ao mês e ano de fundação da Companhia.

O modelo de negócio da Vulcabras também assegura significativa competitividade, resultando em melhores serviços aos clientes. A Companhia domina todas as etapas do processo produtivo, da pesquisa à produção e do marketing à venda para os lojistas.

Os sapatos produzidos 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 mais de 20 países, com destaque para a América do Sul. O consumidor também pode encontrar Olympikus, Under Armour e Mizuno em seus canais online.

São mais de 800 novos modelos por ano, projetados e desenvolvidos em um dos maiores centros de tecnologia e desenvolvimento de calçados 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. Os centros administrativos da Companhia, por sua vez, estão localizados em Jundiá - SP e São Paulo - SP, além de um Centro de Distribuição Logístico destinado ao Canal de E-commerce localizado em Extrema - MG. Estas seis unidades no Brasil empregam, diretamente, **mais de 16,6 mil trabalhadores**. Há, ainda, duas filiais e centros de distribuição, no Peru e na Colômbia.

A Vulcabras, além de dominar o processo, sabe transformar-se. A partir da sintonia entre esses valores em seu cotidiano, a Companhia trabalha com uma estratégia de diversificação de portfólios e ampliação de base na América do Sul. O foco está na perenidade dos negócios, 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 01/01/2017, nomeou a “KPMG Auditores Independentes” para a auditoria das suas demonstrações financeiras individuais e consolidadas.

Para os serviços referentes à revisão de 30 de setembro de 2021 (3T21) foram desembolsados honorários de aproximadamente R\$ 190,6mil.

## 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 09/11/2021, declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis do 3º trimestre de 2021 da Vulcabras S.A. 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

**Hector Nunez**  
Conselheiro Independente

**Octávio Ferreira de Magalhães**  
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

**Flávio de Carvalho Bento**  
Diretor Industrial

**Evandro Saluar Kollet**  
Diretor Corporativo de  
Desenvolvimento de Produto e  
Tecnologia

**Márcio Kremer Callage**  
Diretor de Marketing

**Rodrigo Miceli Piazer**  
Diretor de Supply Chain.





APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

3T21

**VULCABRAS**

CONSTRUINDO  
UM PAÍS MELHOR  
A PARTIR DO ESPORTE.