

# 1T25

APRESENTAÇÃO  
DE RESULTADOS



**VULCABRAS**  
vivemos para o esporte



Jundiaí, 06 de maio de 2025 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2025 (1T25). 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 primeiro trimestre de 2025, comparado ao mesmo período de 2024, exceto quando especificado de forma diversa.

## DESTAQUES

### VOLUME BRUTO

**7,1 milhões**

de pares/peças no 1T25, aumento de 5,6% em relação ao 1T24.

### RECEITA LÍQUIDA

**R\$ 701,2 milhões**

no 1T25, aumento de 17,4% em comparação ao apresentado no 1T24.

### LUCRO BRUTO

**R\$ 281,9 milhões**

no 1T25, aumento de 17,5% em relação ao valor registrado no 1T24.

### MARGEM BRUTA

**40,2%**

no 1T25, mantendo o mesmo patamar observado no 1T24.

### LUCRO LÍQUIDO E MARGEM

#### LÍQUIDA DO PERÍODO

**R\$ 106,1 milhões**

no 1T25, aumento de 19,5% em comparação ao resultado apresentado 1T24, com Margem Líquida de 15,1%, sendo 0,2 p.p. superior ao 1T24.

### EBITDA E MARGEM

#### EBITDA DO PERÍODO

**R\$ 140,4 milhões**

no 1T25, crescimento de 14,7% na comparação com o resultado do 1T24, apresentando 20,0% de Margem EBITDA.

COTAÇÃO VULC3  
(31/03/2025)

R\$ 15,80

VALOR DE  
MERCADO

R\$ 4,3 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](mailto:dri@vulcabras.com)

TELEFONE RI  
+55 (11) 4532-1000

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

07/05/2025 às 10h00 (Brasília)  
[Acesse em Português](#)



# MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Após um 2024 histórico, a Vulcabras iniciou o ano de 2025 em ritmo acelerado refletindo a execução consistente do modelo de negócios verticalizado pautado na inovação de produtos, fortalecimento de marcas e foco na eficiência operacional.

No primeiro trimestre de 2025, a Receita Operacional Líquida (ROL) da Vulcabras atingiu R\$ 701,2 milhões, representando crescimento de 17,4% em relação ao 1T24 e consolidando o 19º trimestre consecutivo de alta. O EBITDA somou R\$ 140,4 milhões, com expansão de 14,7%, enquanto a margem EBITDA foi de 20%. O Lucro Líquido totalizou R\$ 106,1 milhões, um avanço de 19,5% frente ao mesmo período do ano anterior.

O canal de e-commerce manteve sua trajetória de forte expansão no trimestre, registrando crescimento de 53,8% e alcançando faturamento de R\$ 118,4 milhões, o que corresponde a 16,9% da Receita Líquida da Companhia. Este desempenho contribuiu para impulsionar a jornada de compra, fortalecer o posicionamento das marcas e estreitar o relacionamento com o consumidor, sem a necessidade de ações promocionais agressivas.

## DIVISÃO DE CALÇADOS CRESCE, IMPULSIONADO PELA LINHA CORRE E MARCA NOVOS CAPITULOS DA OLYMPIKUS

A divisão de calçados manteve sua trajetória de expansão no 1T25, registrando crescimento de 18,5% em comparação ao mesmo período de 2024, impulsionada principalmente pelo desempenho da linha Corre. A combinação entre inovação de produtos, fortalecimento de marcas e foco na jornada do consumidor sustentou o desempenho positivo, consolidando ainda mais a liderança da companhia no segmento esportivo nacional.

A Olympikus, que celebra seu 50º aniversário em 2025, manteve a trajetória de expansão, impulsionada pelas novidades da Família Corre e pela colaboração especial Corre 4 Strava, que celebrou o segundo ano consecutivo do modelo Olympikus Corre como o mais usado por corredores brasileiros no aplicativo.

O trimestre foi marcado pelo lançamento de novas cores dos modelos consagrados, e o início das celebrações dos 50 anos, com o festival proprietário "Bota pra Correr", realizado na Serra do Cipó (MG). Na alta performance, a marca conquistou o tetracampeonato na Maratona Internacional de São Paulo com o novo modelo Corre Supra 2.

A Mizuno avançou em sua estratégia de inovação e ampliação de portfólio para alta performance em corrida, com o lançamento do Neo Zen, modelo desenvolvido para treinos diários e longas distâncias. A marca também lançou novas cores do Neo Vista, reforçando sua posição no segmento **"super trainer"**. A Mizuno Running Station, ponto de encontro de corredores na USP, reforçou a conexão da marca com a comunidade de alta performance da corrida, sendo um ponto de encontro para corredores e grupos de corrida aos fins de semana, além de receber ativações recorrentes da marca.

No segmento Sportstyle, a Mizuno promoveu eventos exclusivos na Mizuno Listening Store, em São Paulo, incluindo as AM Sessions, combinando experiências de música, café e cultura urbana para aproximar ainda mais a marca do público jovem e antenado às tendências globais. No futebol, o lançamento do Silver Pack (pack de cores especiais de chuteiras) coordenado com todos os jogadores do futebol patrocinados pela marca, trouxe destaque para a coleção, reforçando a atuação da marca na categoria.

A Under Armour manteve sua estratégia de diversificação e fortalecimento nos segmentos de performance e sportstyle. A marca lançou o Charged Quicker 2, voltado para corredores que buscam leveza e agilidade, além do SlipSpeed Mega, modelo versátil que combina tecnologia e conforto para treinos e uso diário.

No lifestyle esportivo, a Under Armour apresentou o novo modelo Emerge e lançou novas cores do Reps 2, ampliando sua oferta para consumidores que buscam estilo aliado à performance.

No basquete, a marca deu sequência à franquia global de Stephen Curry com o lançamento das novas colorways do Curry 12 — Gravity e Extraterrestrial —, fortalecendo ainda mais sua posição entre atletas de elite e fãs do esporte.



## ALOCÇÃO DE CAPITAL

A Vulcabras segue firme em seu compromisso com a maximização do retorno aos acionistas e a gestão conservadora de capital. Em linha com essa estratégia e, considerando os recentes crescimentos somados às nossas expectativas para 2025, a empresa deve fazer um CAPEX voltado a expansão do parque industrial, além dos investimentos para Capital de Giro, ligeiramente superiores aos realizados em 2024. Tais investimentos devem ter retornos compatíveis com nossos objetivos e gerar mais resultados para a empresa ao longo do tempo. Mesmo assim, dado nossa geração de caixa robusta, a Companhia anuncia mais um fluxo de pagamentos mensais de dividendos, no valor R\$ 0,125 por ação, nos meses de agosto, setembro e outubro de 2025. Anualizando o compromisso de dividendos mensais e considerando uma ação no valor aproximado R\$ 17,30, a empresa apresenta hoje um dividend yield de aproximadamente 9,0%.

Além disso, a Companhia recomprou 762,2 mil de ações ao longo do 1T25, totalizando o volume de 3.869,2 mil ações em tesouraria, 1,4% do total de ações em circulação. 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.

Isso demonstra a capacidade da Vulcabras em alinhar crescimento sustentável, altos retornos aos acionistas e a manutenção de um balanço desalavancado, seguro e pronto para capturar novas oportunidades que possam surgir.

## BASES SÓLIDAS PARA UM CRESCIMENTO CONTINUO

Com carteiras de pedidos crescentes e coleções recém-lançadas recebendo boa aceitação, a Vulcabras inicia 2025 com perspectivas positivas. A companhia acredita que o trabalho consistente de inovação, aliado à ampliação do portfólio e à eficiência operacional, sustentará o ritmo de crescimento nos próximos meses, fortalecendo ainda mais sua posição no mercado esportivo brasileiro.





# DESEMPENHO CONSOLIDADO

RS Milhões	1T25	1T24	Var. % 1T25/1T24
Volume (milhões pares/peças)	7,1	6,7	5,6%
Receita Operacional Bruta	826,3	707,5	16,8%
Receita Líquida	701,2	597,3	17,4%
Mercado interno	671,3	562,9	19,3%
Mercado Externo	29,9	34,4	-13,1%
Lucro Bruto	281,9	239,9	17,5%
Margem bruta	40,2%	40,2%	0,0 p.p.
Despesas Operacionais SG&A	-178,0	-148,2	20,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	4,9	4,0	22,5%
EBITDA societário	140,4	122,4	14,7%
Margem EBITDA	20,0%	20,5%	-0,5 p.p.
EBITDA recorrente	140,4	122,4	14,7%
Margem EBITDA recorrente	20,0%	20,5%	-0,5 p.p.
Lucro Líquido societário	106,1	88,8	19,5%
Margem Líquida	15,1%	14,9%	0,2 p.p.
Lucro Líquido recorrente	106,1	88,8	19,5%
Margem Líquida recorrente	15,1%	14,9%	0,2 p.p.



# VOLUME BRUTO

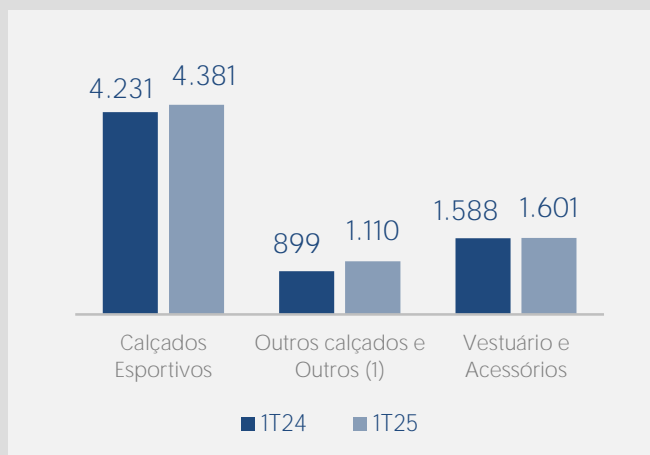
O primeiro trimestre de 2025 foi marcado por um crescimento consistente no volume de vendas em todas as categorias de produtos, refletindo a efetividade do modelo de negócios da Companhia. Esse desempenho positivo foi impulsionado, principalmente, pelo bom momento do varejo, que apresentou evolução ao longo de todo o período.

No 1T25, o volume bruto faturado totalizou 7,1 milhões de pares/peças, representando um crescimento de 5,6% em relação aos 6,7 milhões registrados no mesmo período do ano anterior (1T24). Os principais destaques por categoria foram:

- I. Calçados Esportivos Registraram crescimento de 3,5% em comparação ao 1T24. O aumento no volume consolidado foi impulsionado, sobretudo, pelas vendas no mercado interno. O destaque da categoria foi a linha Corre, da marca Olympikus, que manteve forte aceitação junto ao consumidor e desempenho consistente no segmento running.
- II. Outros Calçados e Outros Apresentaram expansão de 23,5% em relação ao 1T24, com ênfase no crescimento das categorias de chinelos esportivos e botas de uso profissional, que registraram significativa evolução no período.
- III. Vestuário e Acessórios A categoria apresentou crescimento de 0,8% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, resultado impulsionado principalmente pela melhora da performance do varejo no mercado interno.

## VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL -1T25 vs 1T24

Pares e Peças (Mil)	1T25	Partic.	1T24	Partic.	Var. % 1T25/1T24
Calçados Esportivos	4.381	61,8%	4.231	63,0%	3,5%
Outros Calçados e Outros (1)	1.110	15,6%	899	13,4%	23,5%
Vestuário e Acessórios	1.601	22,6%	1.588	23,6%	0,8%
Total	7.092	100,0%	6.718	100,0%	5,6%



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





# RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

## CATEGORIAS

O varejo calçadista brasileiro apresentou sinais de recuperação no primeiro trimestre de 2025, impulsionado pelo fortalecimento do mercado interno e pelo aumento do consumo, influenciado por fatores como a redução dos níveis de desemprego e a elevação da renda da população.

No entanto, no mercado externo, as vendas permaneceram pressionadas por desafios significativos, especialmente no Peru e na Argentina, onde as condições econômicas adversas continuam impondo obstáculos específicos em cada país.

Pelo 19º trimestre consecutivo, a Companhia superou desafios e alcançou crescimento expressivo na receita líquida, que totalizou R\$ 701,2 milhões, representando um aumento de 17,4% em relação aos R\$ 597,3 milhões registrados no mesmo período do ano anterior.

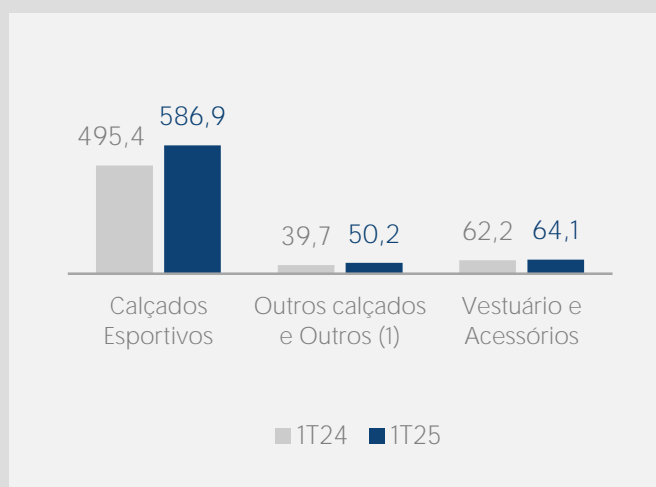
A categoria de Calçados Esportivos registrou aumento de 18,5% no 1T25 em comparação com o 1T24. Esse desempenho foi impulsionado principalmente pela expansão do mercado interno, enquanto no mercado externo observou-se uma retração da receita. As três marcas da Companhia apresentaram desempenho positivo, com destaque para a categoria de running da Olympikus, impulsionada pelo sucesso da linha Corre.

A categoria de Outros Calçados e Outros apresentou crescimento de 26,4% em relação ao 1T24, reflexo do aumento nas vendas de chinelos e botas voltadas ao uso profissional.

A categoria de Vestuário e Acessórios registrou crescimento de 3,0% frente ao 1T24, resultado atribuído, principalmente, à melhora da performance do varejo no mercado interno.

### RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 1T25 vs 1T24

R\$ Milhões	1T25	Partic.	1T24	Partic.	Var.% 1T25/1T24
Calçados Esportivos	586,9	83,7%	495,4	82,9%	18,5%
Outros Calçados e Outros (1)	50,2	7,2%	39,7	6,7%	26,4%
Vestuário e Acessórios	64,1	9,1%	62,2	10,4%	3,0%
Receita Líquida Total	701,2	100,0%	597,3	100,0%	17,4%



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





# RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

## MERCADOS

### MERCADO INTERNO

O varejo calçadista brasileiro apresentou bom desempenho no primeiro trimestre de 2025, impulsionado pelo fortalecimento do mercado interno e pelo aumento do consumo.

No 1T25, a receita líquida no mercado interno totalizou R\$ 671,3 milhões, representando um crescimento de 19,3% em relação ao mesmo período do ano anterior, quando atingiu R\$ 562,9 milhões.

Esse resultado positivo foi impulsionado pelo crescimento em todas as categorias comercializadas, com destaque, mais uma vez, para a categoria de calçados esportivos, que apresentou avanço expressivo e consistente em comparação ao 1T24.

### RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 1T25 vs 1T24

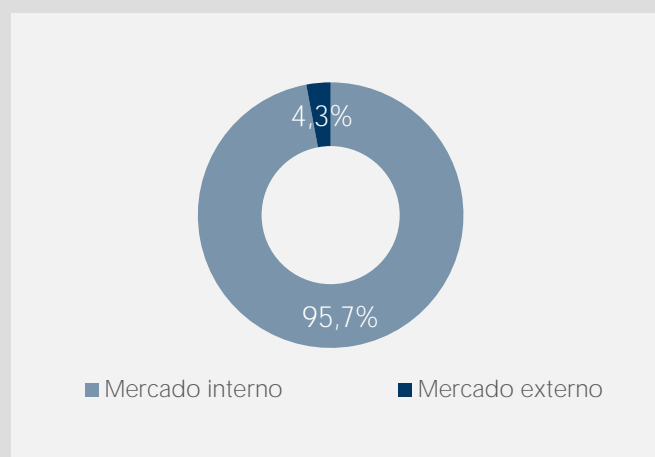
R\$ Milhões	1T25	Partic.	1T24	Partic.	Var.% 1T25/1T24
Mercado Interno	671,3	95,7%	562,9	94,2%	19,3%
Mercado Externo	29,9	4,3%	34,4	5,8%	-13,1%
Receita Líquida Total	701,2	100,0%	597,3	100,0%	17,4%

### MERCADO EXTERNO

A receita líquida no mercado externo totalizou R\$ 29,9 milhões no 1T25, representando uma redução de 13,1% em relação aos R\$ 34,4 milhões registrados no mesmo período do ano anterior.

Embora a operação no Peru tenha apresentado desempenho positivo no trimestre, as exportações diretas a partir do Brasil, com foco principal no mercado argentino, permaneceram em retração, refletindo a queda do consumo naquele país.

### PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 1T25



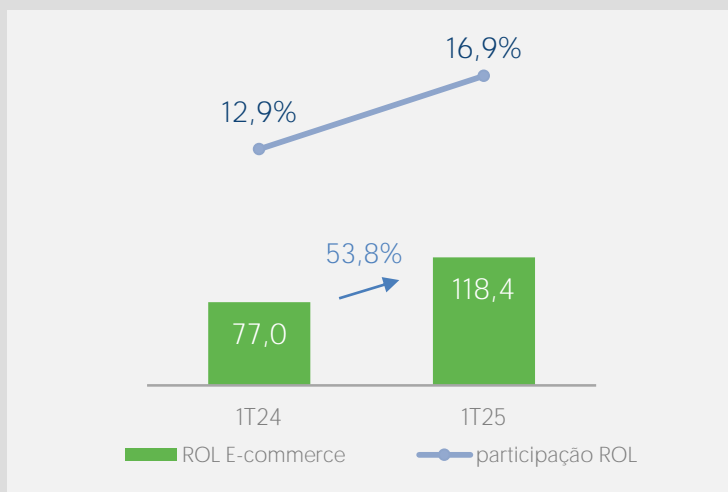


# E-COMMERCE

No 1T25, o canal de e-commerce reafirmou sua relevância dentro da estratégia da Vulcabras, funcionando como uma extensão natural entre as marcas e seus consumidores.

Impulsionado por uma abordagem focada em posicionamento digital e excelência na jornada de compra, o canal registrou uma receita líquida de R\$ 118,4 milhões, representando um avanço de 53,8% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Esse desempenho expressivo contribuiu para que o e-commerce atingisse 16,9% da receita líquida da Companhia no trimestre, um ganho de 4,0 pontos percentuais em comparação ao 1T24, reforçando seu papel crescente no mix de canais da Vulcabras.



## RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	1T25	1T24	Var. % 1T25/1T24
Receita Líquida e-commerce	118,4	77,0	53,8%
Participação ROL %	16,9%	12,9%	4,0 p.p.





# CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

Ao longo do primeiro trimestre de 2025, conforme já era previsto, a Companhia enfrentou pressões relevantes sobre sua estrutura de custos. O custo da mão de obra operacional foi impactado pelo aumento dos encargos trabalhistas — reflexo da reoneração gradual da folha de pagamento —, pelo reajuste do salário mínimo com ganho real expressivo e pelo absenteísmo, que, embora inferior aos índices observados no trimestre anterior, permaneceu acima dos níveis históricos.

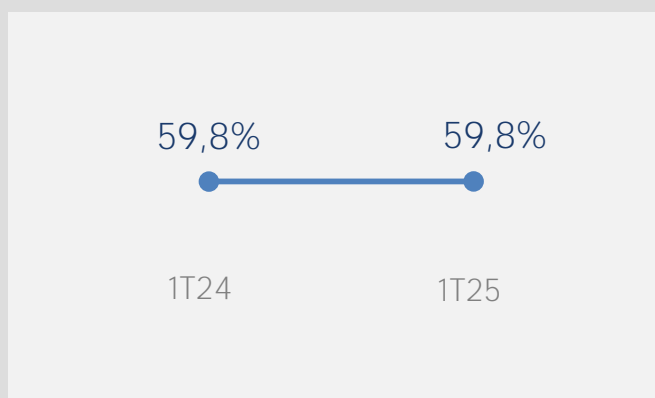
Em relação aos insumos utilizados na produção — como matérias-primas e materiais de embalagem —, a Companhia também enfrentou elevação de custos. Essa pressão decorreu dos mesmos impactos observados na cadeia produtiva de fornecedores, intensificados pelos efeitos da volatilidade cambial.

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

No 1T25, o CPV representou 59,8% da receita líquida de vendas, o mesmo percentual registrado no 1T24. Esse desempenho reforçou a resiliência e a eficiência da Companhia na gestão de seus custos, mesmo frente a um ambiente desafiador.

A Companhia manteve o foco em iniciativas voltadas à ampliação da eficiência operacional e à geração de ganhos de escala, com o objetivo de mitigar pressões externas e preservar sua rentabilidade, mesmo em contextos macroeconômicos adversos.

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



# LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

O aumento no volume produzido e comercializado, aliado ao crescimento do preço médio, compensou a margem bruta, mesmo diante dos expressivos impactos nos custos dos produtos vendidos.

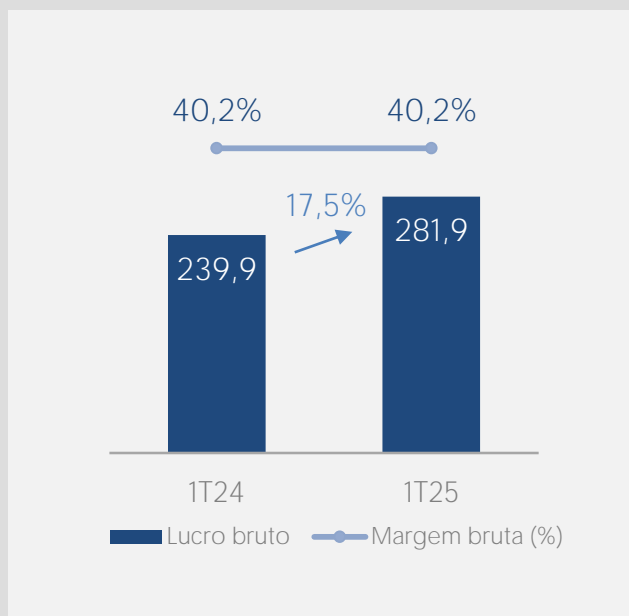
As plantas industriais da Companhia retomaram a operação plena após o período de férias coletivas e, de forma gradual, os indicadores de eficiência atingiram os níveis planejados. Os volumes programados foram alcançados e os custos dos produtos produzidos mantiveram-se dentro do previsto.

No primeiro trimestre de 2025 (1T25), a Companhia alcançou lucro bruto de R\$ 281,9 milhões, representando um crescimento de 17,5% em relação aos R\$ 239,9 milhões registrados no mesmo período do ano anterior. A margem bruta consolidada permaneceu em 40,2%, em linha com o resultado apurado no 1T24.

Ressalta-se que, não fosse o processo de reoneração da folha de pagamento, a margem bruta teria sido 0,4 ponto percentual superior à apresentada, demonstrando assim, o efeito direto da alteração implementada na política fiscal.

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

## LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



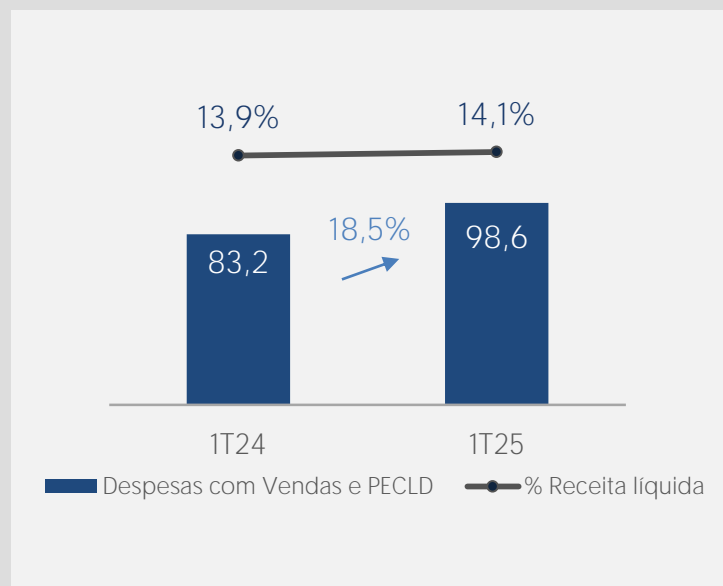
# DESPESAS COM VENDAS E PECLD

No 1T25, as despesas relacionadas a vendas, propaganda e às Perdas Estimadas em Créditos de Liquidação Duvidosa (PECLD) totalizaram R\$ 134,1 milhões, o que representou um crescimento de 21,1% em relação ao mesmo período de 2024.

As despesas diretas associadas a vendas e PECLD, desconsiderando os investimentos em propaganda, somaram R\$ 98,6 milhões no 1T25, o que correspondeu a um crescimento de 18,5% frente aos R\$ 83,2 milhões registrados no 1T24. Quando comparadas à receita líquida, essas despesas representaram 14,1%, uma elevação de 0,2 ponto percentual em relação aos 13,9% observados no mesmo trimestre do ano anterior.

Durante o 1T25, a Companhia manteve a tendência já observada em trimestres anteriores: o aumento na participação do e-commerce no mix de vendas — especialmente via marketplaces — resultou em maior volume de despesas variáveis, como comissões e fretes.

Além disso, ao longo de 2024, a Companhia inaugurou cinco outlets, o que demandou reforço no quadro de pessoal, além de ocasionar um acréscimo nas despesas operacionais dessas novas unidades.





# DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING

No 1T25, os investimentos em propaganda e marketing somaram R\$ 35,5 milhões, um crescimento de 29,1% em relação aos R\$ 27,5 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 5,1%, um avanço de 0,5 ponto percentual frente à participação de 4,6% observada no 1T24

## CELEBRAÇÃO DOS 50 ANOS DA MARCA OLYMPIKUS – 2025

Ao longo de 2025, a marca Olympikus celebrará seus 50 anos de história, consolidando-se como uma das principais referências do segmento esportivo nacional. Em comemoração a esse marco, a Companhia estruturou uma robusta agenda de eventos e ativações de marca, com foco em reforçar a conexão emocional com os consumidores, ampliar a visibilidade da Olympikus e fortalecer seu posicionamento como marca líder em inovação e performance acessível.

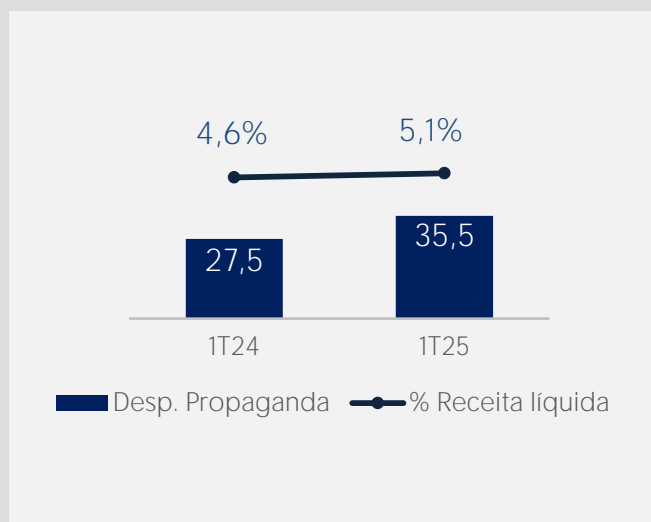
Entre as iniciativas previstas, destaca-se a realização de 50 corridas patrocinadas em diferentes regiões do país, que terão como objetivo aproximar ainda mais a marca de seu público, incentivando o esporte e o bem-estar por meio de experiências autênticas e memoráveis.

O projeto reforça o compromisso da Olympikus com a democratização do esporte e o investimento contínuo em iniciativas de alto impacto para o consumidor.

Mizuno reforçou sua presença na corrida de performance com o lançamento do Neo Zen, calçado voltado para treinos diários e corridas longas, e apresentou novas cores do super trainer Neo Vista, consolidando sua posição entre

corredores de alta performance. Também lançou o Pack Onihayai, inspirado na cultura japonesa, com destaque na Maratona de Osaka, reforçando sua identidade e atuação global. No segmento Sportstyle, promoveu quatro eventos na Mizuno Listening Store, em São Paulo, aproximando-se do público jovem e urbano, com destaque para o projeto Mizuno AM Sessions, que uniu música e lifestyle contemporâneo.

A Under Armour ampliou seu portfólio de performance com os lançamentos do Charged Quicker 2 e do SlipSpeed Mega, além do tênis casual emerge e novas cores do Reps 2. No basquete, fortaleceu a linha Curry 12 com novas colorways e, no cenário internacional, firmou uma parceria estratégica com a NFL, tornando-se fornecedora oficial de chuteiras e luvas, ampliando sua presença no futebol americano e consolidando seu posicionamento em inovação e alta performance.





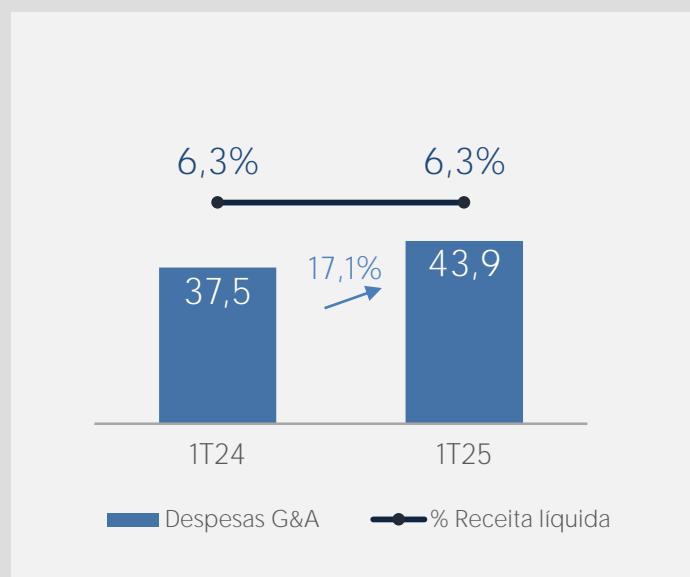
## DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

A participação das Despesas Gerais e Administrativas (DG&A) sobre a Receita Líquida refletiu a estabilização de sua representatividade, mesmo com o acréscimo de despesas que não estavam presentes na base de comparação do 1T24 — como, por exemplo, os aluguéis decorrentes da abertura de novos outlets.

No 1T25, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 43,9 milhões, representando um aumento de 17,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Em proporção à receita líquida, mantiveram-se estáveis em 6,3%, o mesmo patamar registrado no 1T24.

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;
- Despesas com serviços de terceiros devido aos incrementos na plataforma de e-commerce





# OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No primeiro trimestre de 2025 (1T25), as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas totalizaram uma receita de R\$ 4,9 milhões, superior à receita de R\$ 4,0 milhões registrada no mesmo período de 2024. Em proporção à receita líquida, esse resultado manteve-se estável em 0,7%, mesmo patamar observado no 1T24.

As principais variações positivas no período decorreram de:

- I. Menor necessidade de constituição de provisões para contingências;
- II. Maior valor de crédito tributário apurado com base na Lei nº 14.789/23.

R\$ Milhões	1T25	1T24	Var. % 1T25/1T24
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	4,9	4,0	22,5%

## RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

No 1T25, o resultado financeiro líquido foi positivo em R\$ 2,3 milhões, refletindo uma melhora significativa em relação à receita financeira de R\$ 0,8 milhão registrada no 1T24.

Ao comparar o 1T25 com o 1T24, constatou-se que a variação decorreu da redução nas receitas e despesas financeiras, em razão da diminuição das aplicações

financeiras e do endividamento ao longo do período. Contribuiu também para esse resultado o reconhecimento de ganho com variação cambial, impulsionado pela valorização dos ativos em função da forte apreciação do dólar frente ao real.

R\$ Milhões	1T25	1T24	Var. % 1T25/1T24
Estrutura de capital	-11,8	-14,9	-20,8%
Operacionais	-2,6	-2,1	23,8%
Cambiais	-12,5	-3,2	290,6%
Despesas Financeiras	-26,9	-20,2	33,2%
Estrutura de capital	8,6	15,2	-43,4%
Operacionais	4,8	3,6	33,3%
Cambiais	15,8	2,2	618,2%
Receitas Financeiras	29,2	21,0	39,0%
Resultado Financeiro Líquido	2,3	0,8	187,5%

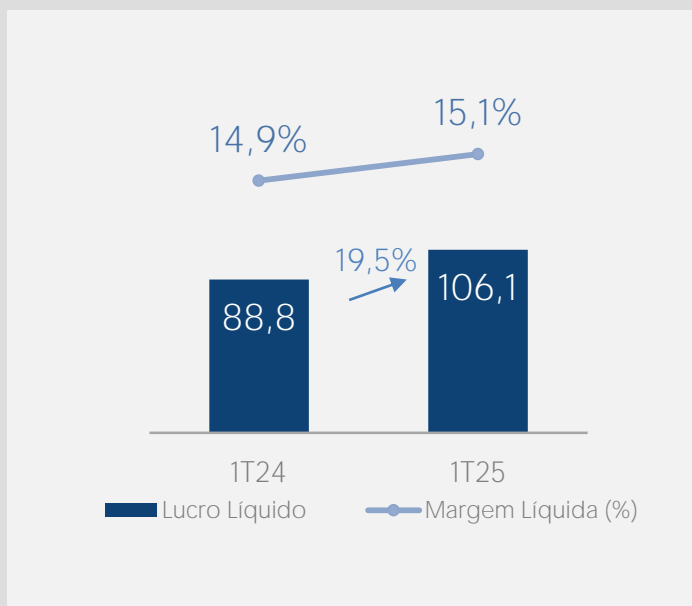


# LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

O lucro líquido no 1T25 apresentou expressivo crescimento, impulsionado pelo sólido desempenho operacional, aliado a uma gestão financeira e tributária eficiente.

No 1T25, a Companhia registrou lucro líquido de R\$ 106,1 milhões, o que representou um aumento de 19,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, quando o lucro líquido totalizou R\$ 88,8 milhões.

A margem líquida do trimestre alcançou 15,1%, refletindo uma expansão de 0,2 ponto percentual (p.p.) em comparação aos 14,9% observados no 1T24.





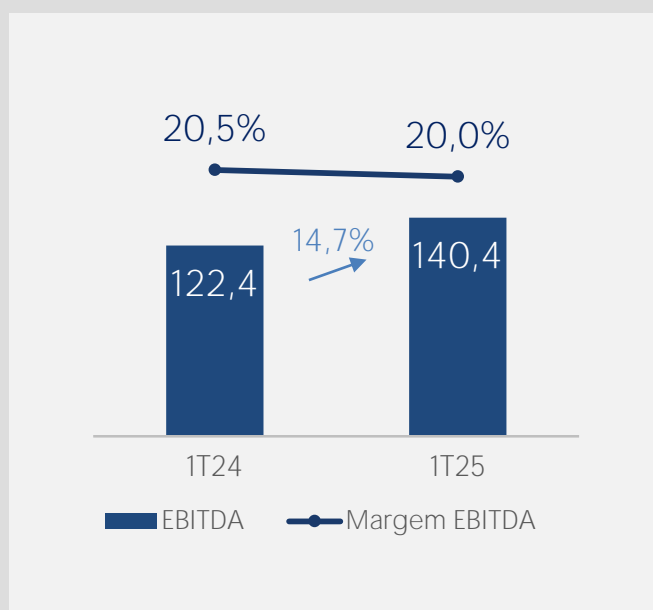


# EBITDA E MARGEM EBITDA

No 1T25, o EBITDA da Companhia totalizou R\$ 140,4 milhões, representando um crescimento de 14,7% em relação aos R\$ 122,4 milhões registrados no mesmo período de 2024.

Apesar do avanço do EBITDA em termos absolutos, a margem EBITDA apresentou leve retração na comparação entre o 1T24 e o 1T25, passando de 20,5% para 20,0%. Essa redução decorreu do aumento das despesas comerciais, sobretudo em função do crescimento mais acelerado do canal de e-commerce e que carrega consigo maiores custos operacionais.

Ainda assim, a margem EBITDA manteve-se em um nível sólido, compatível com a estrutura operacional da Companhia, evidenciando sua capacidade de adaptação e resiliência frente aos desafios do período.





# ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)

O retorno sobre capital investido – ROIC<sup>2</sup>– anualizado atingiu 25,9% no 1T25-LTM (últimos doze meses encerrados em 31/03/2025), o qual representa redução de 0,2 p.p. sobre o resultado de 26,1% obtido em 31/12/2024.

ROIC	2022	2023	2024	1T25
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	469,9	494,9	569,9	587,2
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(41,3)	4,8	(22,6)	(24,2)
NOPAT	428,6	499,7	547,3	563,0
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	417,0	437,8	336,9	257,7
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(197,2)	(361,0)	(307,7)	(243,8)
(-) Aplicações Financeiras	(8,9)	(13,4)	(6,6)	(3,7)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	18,4	–	–	–
(+) Patrimônio Líquido	1.711,8	1.995,3	2.110,3	2.206,3
Total Capital Investido	1.941,1	2.058,7	2.132,9	2.216,5
Média de Capital Investido no período <sup>1</sup>	1.776,0	1.999,9	2.095,8	2.174,7
ROIC anualizado <sup>2</sup>	24,1%	25,0%	26,1%	25,9%

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC-ajustado<sup>3</sup>) anualizado atingiu 29,2% no 1T25-LTM (últimos doze meses encerrados em 31/03/2025), com redução de 0,3 p.p. sobre o resultado de 29,5% obtido em 31/12/2024.

ROIC AJUSTADO	2022	2023	2024	1T25
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	469,9	494,9	569,9	587,2
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(41,3)	4,8	(22,6)	(24,2)
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(5,3)	(7,9)	(6,1)	(5,7)
NOPAT (Ajustado)	423,3	491,8	541,2	557,3
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	417,0	437,8	336,9	257,7
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(197,2)	(361,0)	(307,7)	(243,8)
(-) Aplicações Financeiras	(8,9)	(13,4)	(6,6)	(3,7)
(+) 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)	(65,7)
(+) Patrimônio Líquido	1.711,8	1.995,3	2.110,3	2.206,3
Total Capital Investido Ajustado	1.667,2	1.797,6	1.870,4	1.952,6
Média de Capital Investido no período <sup>1</sup>	1.505,3	1.732,4	1.834,0	1.911,5
ROIC ajustado anualizado <sup>3</sup>	28,1%	28,4%	29,5%	29,2%

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 1T25, a Companhia realizou investimentos totalizando R\$ 48,4 milhões em ativos imobilizados e intangíveis, registrando um aumento de 63,0% em comparação ao montante investido no mesmo período de 2024.

Os principais investimentos foram direcionados à expansão do parque industrial, com a aquisição de novos equipamentos voltados ao aumento de capacidade produtiva, sem perder o foco na modernização e maior otimização na captura de eficiências ao longo do processo produtivo, o que reforça a cultura de constante busca pela melhor alocação de capital, uma vez que a decisão de seguir investindo tem como principal norte a expectativa de payback de curto prazo.

## ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

R\$ Milhões	1T25	1T24	Var. % 1T25/1T24
Moldes	11,3	7,8	44,9%
Máquinas e Equipamentos	27,0	8,1	233,3%
Instalações	2,9	2,6	11,5%
Outros	4,5	10,6	-57,5%
Imobilizado	45,7	29,1	57,0%
Software	2,7	0,6	350,0%
Intangível	2,7	0,6	350,0%
Total Geral	48,4	29,7	63,0%



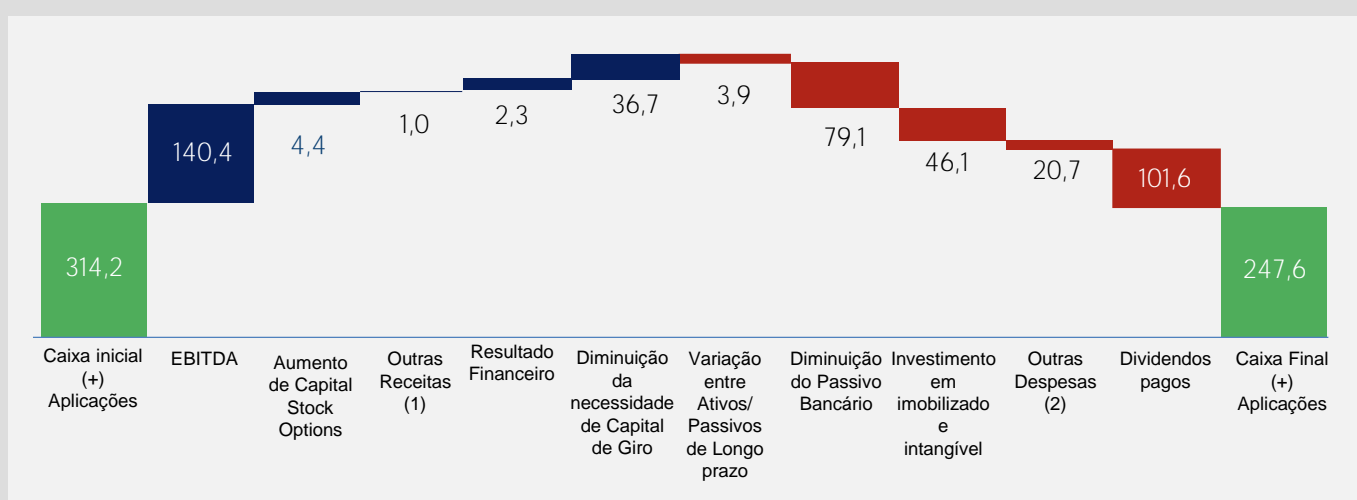


# GERAÇÃO DE CAIXA

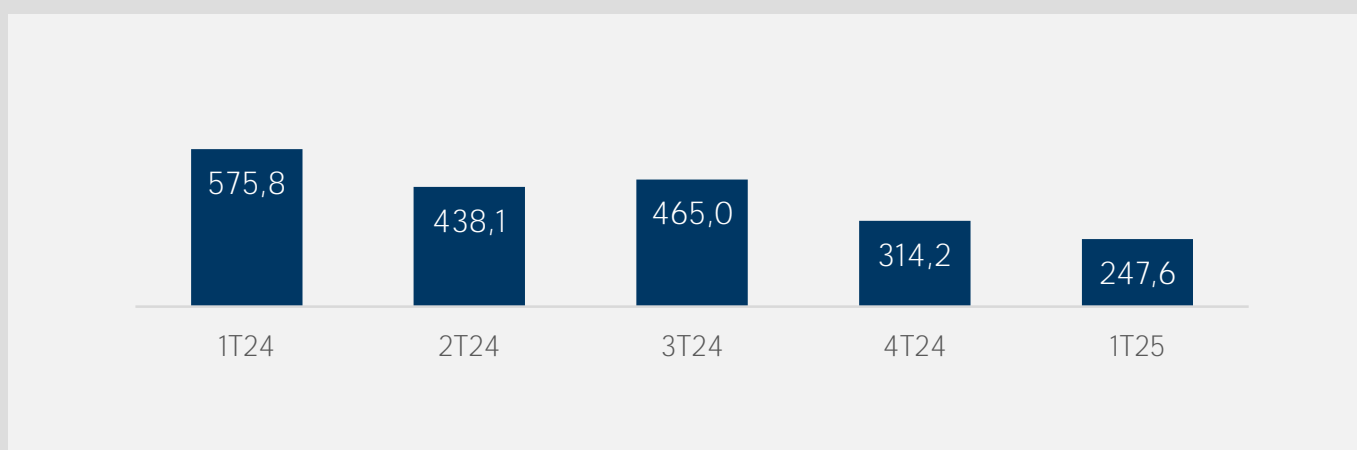
A variação de caixa no 1T25 totalizou R\$ 66,7 milhões e foi composta principalmente pelos seguintes eventos:

- I. EBITDA de R\$ 140,4 milhões;
- II. Aumento de capital pelo exercício do plano de Stock Option de R\$ 4,4 milhões;
- III. Redução da necessidade de capital de giro de R\$ 36,7 milhões;
- IV. Variação entre Ativos/Passivos de Longo Prazo de R\$ 3,9 milhões;
- V. Diminuição do passivo bancário em R\$ 79,1 milhões;
- VI. Investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 46,1 milhões;
- VII. Dividendos pagos de R\$ 101,6 milhões.

## FLUXO DE CAIXA 1T25



## FLUXO DE CAIXA - DISPONIBILIDADES



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



# ENDIVIDAMENTO

Em 31/03/2025 a Companhia apresentava dívida líquida de R\$ 10,1 milhões, sendo 55,3% inferior a observada no encerramento de 31/12/2024.

A redução do endividamento líquido deveu-se principalmente à excelente geração de caixa operacional no período.

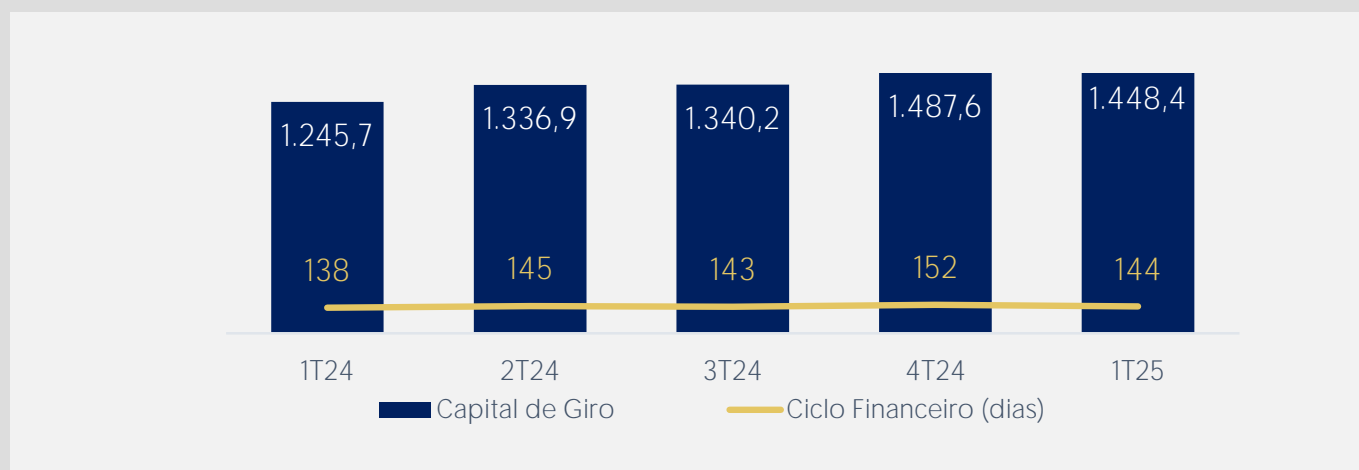
## DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ Milhões	31/12/2023	31/12/2024	31/03/2025	Var. % 31/03/2025 / 31/12/2024
Financiamento e empréstimos	437,8	336,9	257,7	-23,5%
Caixa e equivalentes de Caixa	-361,0	-307,7	-243,9	-20,7%
Aplicações financeiras	-13,4	-6,6	-3,7	-43,9%
Dívida Líquida / Caixa Líquido	63,4	22,6	10,1	-55,3%

## EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E ALVANCAGEM



## CAPITAL DE GIRO E CICLO FINANCEIRO (EX-DIVIDENDOS)





# MERCADO DE CAPITAIS

## DIVIDENDOS

Em 11 de março de 2025, o Conselho de Administração aprovou um novo fluxo mensal (de maio/2025 até julho/2025) de distribuições de dividendos no valor de R\$ 0,125 (cento e vinte e cinco milésimos de reais) por ação, totalizando R\$ 33,8 milhões por mês.

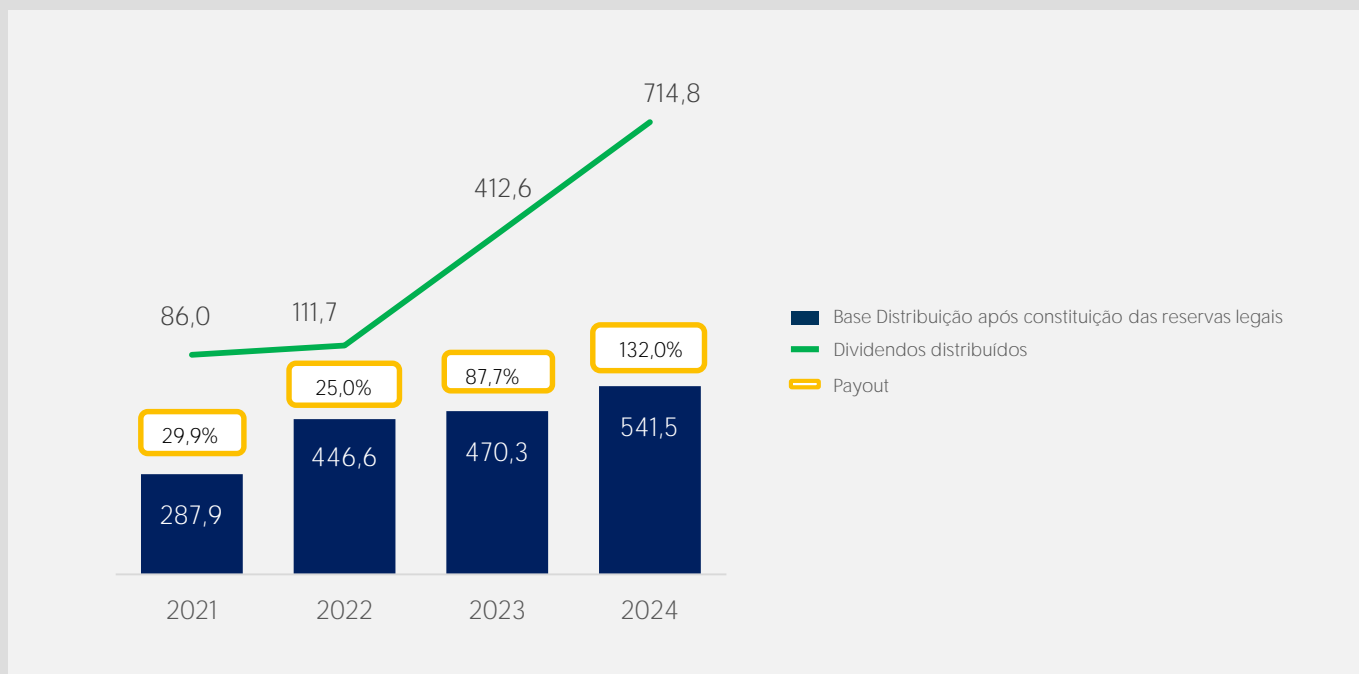
Em 06 de maio de 2025, o Conselho de Administração aprovou um novo fluxo mensal (de agosto/2025 até outubro/2025) de distribuições de dividendos no valor de R\$ 0,125 (cento e vinte e cinco milésimos de reais) por ação, totalizando R\$ 34,0 milhões por mês.

## RETORNO AOS ACIONISTAS

Tipo	Valor Total	Valor pago por ação	Data base para Distribuição	Data de Pagamento
Dividendos Intermediários	245,1	1,000	25/01/2024	08/02/2024
Dividendos Intermediários	122,6	0,500	25/01/2024	17/04/2024
Dividendos Intermediários	41,1	0,150	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
<b>Total Dividendos 2024</b>	<b>714,8</b>			
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
<b>Total Dividendos 2025</b>	<b>203,4</b>			



# 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 1T25, a Companhia efetuou a compra de 762,2 mil ações e o saldo adquirido e detido em tesouraria em 31 de março 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 31/03/2025
QTD Ações em Tesouraria	766,2	3.107,0	3.869,2
R\$ Ações em Tesouraria	10,0	45,4	56,9

# SUSTENTABILIDADE

## CULTURA COMO PILAR DA SUSTENTABILIDADE SOCIAL

Na Vulcabras, acreditamos que o esporte e a arte, juntos, têm o poder de ampliar repertórios, construir pontes entre diferentes realidades e impulsionar transformações duradouras. O esporte ensina resiliência, superação e trabalho em equipe; a cultura fortalece identidades, estimula o pensamento crítico e promove inclusão. Quando unidas, essas forças moldam cidadãos e comunidades mais fortes, criativas e conscientes.

No início de 2025, demos continuidade a essa visão ao apoiar iniciativas culturais que uniram arte, memória, inovação e identidade regional, reforçando nosso propósito de usar o esporte como plataforma para a educação, a cultura e o impacto social. Em diferentes regiões do Brasil, o patrocínio a projetos culturais e sociais reafirma o compromisso da Vulcabras com um país mais justo, diverso e sustentável.



## EXPOSIÇÃO “AGUERRIDO E FORTE” ARTE, RESILIÊNCIA E RECONSTRUÇÃO COLETIVA

Neste trimestre, a Vulcabras realizou a exposição “Aguerrido e Forte”, em Porto Alegre, como parte do projeto Portas para a Arte, da 14ª Bienal do Mercosul. A mostra convidou o público a refletir sobre resiliência, reconstrução e o poder da arte como agente de transformação social.

Idealizada a partir da obra “Resiliência”, do artista Eduardo Kobra, a exposição reuniu obras do acervo do Museu de Arte Contemporânea do RS (MACRS) e do projeto Várzea Lab, do Centro Cultural Vila Flores. As peças dialogaram com temas como identidade, memória e superação, propondo um novo olhar sobre os desafios contemporâneos.

A mostra foi realizada no Instituto Caldeira, espaço simbólico que também foi atingido pelas enchentes em 2024 e que hoje representa resiliência, inovação e empreendedorismo.

Esse compromisso se materializa também no apoio ao ecossistema de inovação e cultura do Rio Grande do Sul. A Vulcabras é uma das empresas fundadoras do Instituto Caldeira, hub de inovação localizado em Porto Alegre, e apoia o projeto desde sua concepção.

Em abril de 2024, o CEO da companhia, Pedro Bartelle, foi eleito conselheiro da instituição, reforçando o envolvimento estratégico da empresa com a construção de um futuro mais conectado, colaborativo e criativo.

Ao investir em cultura e inovação, a Vulcabras contribui ativamente para o fortalecimento de redes que unem o setor privado à transformação social, impulsionando novas ideias, talentos e oportunidades para o desenvolvimento sustentável da região.

*“Acreditamos que apoiar iniciativas como essa é também contribuir para um movimento mais amplo de valorização da arte, da cultura e da reconstrução social. Que ‘Aguerrido e Forte’ siga promovendo diálogos sobre as reais necessidades do nosso Estado” — Pedro Bartelle*



Outras iniciativas culturais apoiadas pela Vulcabras:

#### MUSEU DE ARTE CONTEMPORÂNEA DO RS (MACRS)

Patrocinado pela Vulcabras via lei de incentivo, o MACRS recebeu apoio para sua programação expositiva e ações educativas, promovendo o acesso à arte contemporânea e valorizando o patrimônio artístico gaúcho.

#### CENTRO CULTURAL VILA FLORES (RS)

Também patrocinado pela Vulcabras por meio de incentivo fiscal, o Vila Flores foi apoiado em seus projetos culturais e sociais no 4º Distrito de Porto Alegre, com destaque para o Várzea Lab, que conecta arte, território e sustentabilidade.

#### BIENAL DO MERCOSUL – EDIÇÃO 2025

A Vulcabras é patrocinadora da 14ª Bienal do Mercosul, reafirmando seu compromisso com a arte latino-americana, o diálogo estético e o acesso gratuito à cultura para milhares de visitantes.

#### ORQUESTRA CONTEMPORÂNEA INFANTO-JUVENIL DE HORIZONTE (CE)

Com patrocínio da Vulcabras via lei de incentivo, o projeto oferece oficinas gratuitas de instrumentos musicais (cordas, sopros e percussão) a crianças e adolescentes de escolas públicas em Horizonte (CE), promovendo formação musical, socialização e incentivo à permanência escolar.



# GESTÃO DE MARCAS



A combinação entre inovação em produtos, fortalecimento de marcas e foco contínuo na jornada do consumidor sustentou o desempenho positivo da Vulcabras no 1T25 e reforçou a posição da companhia como referência no segmento esportivo nacional, com cada uma de suas marcas desempenhando papéis estratégicos no crescimento, na diferenciação e no engajamento com seus públicos.





## OLYMPIKUS

ENGAJAMENTO COM A COMUNIDADE DE CORRIDA E INÍCIO DAS COMEMORAÇÕES DE 50 ANOS DA MARCA

No 1T25, a Olympikus consolidou sua posição como principal marca de corrida do Brasil, sendo reconhecida, pelo segundo ano consecutivo, como o tênis mais utilizado pelos corredores brasileiros no Strava. Para celebrar o marco, lançou uma edição especial do Corre 4 Strava, em parceria com o aplicativo.

Durante o trimestre, a marca também divulgou os resultados da pesquisa **“Por Dentro do Corre”**, o maior levantamento já realizado sobre a cultura da corrida no Brasil. O estudo identificou mais de 13 milhões de corredores e trouxe dados relevantes para aprofundar o conhecimento sobre hábitos, perfis de consumo e motivações do corredor brasileiro.

As comemorações dos 50 anos da Olympikus tiveram início com o festival proprietário Bota Pra Correr, cuja primeira edição no ano ocorreu na Serra do Cipó (MG), promovendo uma experiência imersiva entre natureza, esporte e comunidade.

No universo da alta performance, a marca foi tetracampeã da Maratona Internacional de São Paulo, uma das provas mais tradicionais do calendário nacional, conquistando as seis primeiras colocações na prova de 42 km, tanto no masculino quanto no feminino. O desempenho foi impulsionado pelo novo protótipo Corre Supra 2 — supertênis desenvolvido integralmente pela Vulcabras e produzido no Brasil, projetado para atletas de alta performance.



## UNDER ARMOUR

INOVAÇÃO EM PERFORMANCE, CONSOLIDAÇÃO NO SPORTSTYLE E EXPANSÃO GLOBAL NO ESPORTE

A Under Armour ampliou seu portfólio no 1T25 com lançamentos estratégicos nos segmentos de corrida, treino, basquete e sportstyle, reforçando sua presença em Multicategoria esportivas. No running, lançou o Charged Quicker 2, projetado para corredores que buscam leveza, agilidade e resposta rápida, expandindo seu portfólio para atender diferentes perfis de corredores.

No lifestyle esportivo, a marca lançou o Emerge, modelo que combina amortecimento, estilo e design contemporâneo e trouxe novas cores para o Reps 2, consolidando-o como uma das opções mais versáteis para treinos funcionais. Além disso, lançou o SlipSpeed Mega, modelo versátil que integra conforto, tecnologia e design inovador com foco na praticidade no cotidiano esportivo.

No basquete, a Under Armour fortaleceu sua presença no segmento com a continuidade da franquia global de Stephen Curry, por meio do lançamento de duas novas colorways do modelo Curry 12 — Gravity e Extraterrestrial. As edições combinam design arrojado com a avançada tecnologia UA Flow, que oferece tração superior, leveza e desempenho otimizado, reforçando o posicionamento da marca entre atletas de elite e sua relevância no cenário global do esporte de alta performance.



## MIZUNO

### INOVAÇÃO E AMPLIAÇÃO DE PORTFÓLIO NO RUNNING DE PERFORMANCE

No primeiro trimestre, a Mizuno reforçou sua presença no segmento de corrida de alta performance com o lançamento do Neo Zen, modelo voltado para treinos diários e corridas longas, equipado com as tecnologias Energy NXT e Smooth Speed Assist, que combinam conforto, estabilidade e desempenho. Ainda no período, a marca lançou novas cores do modelo Neo Vista — seu primeiro “**super trainer**” — e apresentou o Pack Onihayai, coleção especial inspirada na estética japonesa e no conceito de velocidade sobrenatural, que ganhou destaque durante a Maratona de Osaka, um dos principais eventos do calendário internacional.

A Mizuno também ampliou sua estratégia de conexão com a comunidade de corrida por meio da Mizuno Running Station, ponto de encontro para corredores e assessorias esportivas na Universidade de São Paulo

(USP). O espaço se consolidou como referência entre os praticantes de corrida de alta performance, funcionando como base para treinos aos fins de semana e recebendo ativações frequentes da marca, reforçando seu posicionamento no segmento de alta performance.

No segmento sportstyle, a Mizuno fortaleceu sua presença com eventos realizados na Mizuno Listening Store, pop-up localizada em São Paulo. As ativações aproximaram a marca do público jovem e urbano, promovendo lançamentos em um ambiente que combinava música, cultura e lifestyle, com destaque para o projeto Mizuno AM Sessions.

No futebol, o lançamento do Silver Pack (pack de cores especiais de chuteiras) coordenado com todos os jogadores do futebol patrocinados pela marca, trouxe destaque para a coleção, reforçando a atuação da marca na categoria.



# ANEXOS

## BALANÇO PATRIMONIAL

### BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)

R\$ milhares

ATIVO	31/03/2025	31/12/2024	PASSIVO	31/03/2025	31/12/2024
Caixa e equivalentes de caixa	243.846	307.660	Fornecedores	145.349	94.950
Contas a receber de clientes	833.169	988.310	Financiamentos e empréstimos	155.253	200.209
Estoques	794.512	648.390	Passivo de arrendamento	7.944	7.855
Impostos a recuperar	107.484	111.933	Impostos a recolher	32.930	55.356
Imposto de renda e contribuição social	28.736	31.161	Salários e férias a pagar	76.495	67.942
Outras contas a receber	43.783	40.304	Provisões	2.737	2.792
			Comissões a pagar	33.808	38.039
			Dividendos e lucros a pagar	34.505	136.141
			Outras contas a pagar	59.979	65.596
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>	<b>2.051.530</b>	<b>2.127.758</b>	<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>	<b>549.000</b>	<b>668.880</b>
Aplicações Financeiras	3.714	6.567	Financiamentos e empréstimos	102.452	136.643
Contas a Receber de clientes	4.419	3.754	Passivo de arrendamento	20.737	22.433
Impostos a Recuperar	15.182	15.496	Provisões	51.291	51.243
Impostos de rendas e contribuição social diferido	7.156	7.263	Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.972	1.992
Depósitos judiciais	11.179	11.305	Outras contas a pagar	1.552	1.778
Bens destinados à venda	194	194			
Outras contas a receber	1.615	1.447			
<b>REALIZAVEL A LONGO PRAZO</b>	<b>43.459</b>	<b>46.026</b>	<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>178.004</b>	<b>214.089</b>
Investimentos	65.680	64.320			
Propriedade para investimento	1	1			
Direito de uso	24.714	25.982			
Imobilizado	533.403	516.489			
Intangível	214.516	212.732			
	838.314	819.524			
			<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
			Capital social	1.277.962	1.273.553
			Reservas de capital	275.270	287.701
			Reservas de reavaliação	3.828	3.866
			Ajustes de avaliação patrimonial	29.162	31.225
			Reserva de lucros	513.631	513.631
			Lucros acumulados	106.110	0
			Patrimônio líquido atribuível aos controladores	2.205.963	2.109.976
			Participações de não controladores	336	363
<b>TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>881.773</b>	<b>865.550</b>	<b>TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>2.206.299</b>	<b>2.110.339</b>
			<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>727.004</b>	<b>882.969</b>
<b>ATIVO</b>	<b>2.933.303</b>	<b>2.993.308</b>	<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>2.933.303</b>	<b>2.993.308</b>

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



# ANEXOS

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	1T25	1T24	VAR (%)
R\$ milhares			
Receita líquida de vendas	701.194	597.267	17,4%
Custo das vendas e revendas	-419.293	-357.381	17,3%
<b>Lucro bruto</b>	<b>281.901</b>	<b>239.886</b>	<b>17,5%</b>
Margem Bruta	40,2%	40,2%	0,0p.p.
Despesas com vendas	-132.616	-108.587	22,1%
Reversão (provisão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-1.451	-2.112	-31,3%
Despesas administrativas	-43.941	-37.465	17,3%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	4.947	4.011	23,3%
Resultado da equivalência patrimonial	956	1.380	-30,7%
<b>Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos</b>	<b>109.796</b>	<b>97.113</b>	<b>13,1%</b>
Receitas financeiras	29.221	20.999	39,2%
Despesas financeiras	-26.896	-20.219	33,0%
Resultado financeiro líquido	2.325	780	198,1%
<b>Resultado antes dos tributos sobre lucro</b>	<b>112.121</b>	<b>97.893</b>	<b>14,5%</b>
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-6.056	-9.131	-33,7%
<b>Lucro Líquido do período</b>	<b>106.065</b>	<b>88.762</b>	<b>19,5%</b>
Margem Líquida	15,1%	14,9%	0,2p.p.
Resultado atribuível aos:			
Acionistas controladores	106.072	88.768	
Acionistas não controladores	-7	-6	
<b>Lucro Líquido do período</b>	<b>106.065</b>	<b>88.762</b>	
Resultado por ação			
Resultado por ação ordinária - básico	0,3915	0,3395	
Resultado por ação ordinária - diluído	0,3910	0,3380	
Quantidade de ações ao final do exercício			
Quantidade de ação ordinária - básico	270.929.739	261.447.583	
Quantidade de ação ordinária - diluído	271.282.772	262.628.711	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



# ANEXOS

## DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	1T25	1T24
R\$ Milhares		
<b>Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais</b>		
Lucro Líquido do período	106.065	88.762
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	30.592	25.319
Provisão (reversão) para perdas por valor recuperável dos estoques	7.188	14.743
Juros s/ arrendamentos provisionados	1.946	649
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	931	5.888
Rendimentos de aplicações financeiras	-251	-3.763
Provisões para contingências	3.988	19.128
Resultado da equivalência patrimonial	-956	-1.380
Transação com pagamento baseado em ações	-894	-681
Provisão (reversão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	1.451	2.112
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	6.435	11.787
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	6.056	9.131
Participação de não controladores	7	6
Ganho ou perda na rescisão de arrendamento	0	-459
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-690	-1.724
Lucro líquido do período ajustado	161.868	169.518
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	148.176	95.439
Estoques	-153.310	-81.899
Impostos a recuperar	7.878	15.966
Outras contas a receber	-3.647	13.004
Depósitos judiciais	-2.283	-2.122
Fornecedores	51.910	45.276
Comissões a pagar	-4.231	-1.894
Impostos e contribuições sociais	-6.973	-21.242
Salários e férias a pagar	8.553	-1.882
Outras contas a pagar	-5.870	-4.080
Provisões	-1.586	-1.419
Variações nos ativos e passivos	38.617	55.147
Caixa proveniente das (utilizada nas) atividades operacionais	200.485	224.665
Juros pagos	-6.975	-7.480
Pagamento de Juros de arrendamento	-918	-377
Impostos pagos sobre o lucro	-21.136	-1.895
	-29.029	-9.752





# ANEXOS

## DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	1T25	1T24
R\$ Milhares		
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	171.456	214.913
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento		
Aquisições de imobilizado	-43.349	-29.041
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	3.104	-246.879
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	16	154
Aquisições de intangível	-2.725	-637
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimento	-42.954	-276.403
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	2.349	31.892
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-82.688	-58.328
Aquisição de ações em tesouraria	-11.537	0
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	-101.636	-449.323
Aumento de capital	4.409	186.791
Pagamento de passivo de arrendamento	-3.345	-2.721
Ágio na subscrição de ações	0	325.000
Realização do gasto com emissão de ações	0	-21.105
Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado) nas Atividades de Financiamento	-192.448	12.206
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	-63.946	-49.284
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	307.660	361.020
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	132	-49
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	243.846	311.687
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	-63.946	-49.284

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



# INSTITUCIONAL

Vulcabras atua há 72 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 Jundiá - SP, além de um Centro de Distribuição Logístico destinado ao Canal de E-commerce localizado em Extrema - MG. Há, ainda, uma filial com centro de distribuição no Peru. Estas seis unidades empregam, diretamente, mais de 21,1 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 1T25 foram desembolsados honorários de aproximadamente R\$ 154,0 mil.

## DECLARAÇÃO DA DIRETORIA

De acordo com o artigo 25, parágrafo 1º, item 5 da Instrução CVM nº 480/09, o Conselho de Administração, em reunião realizada em 06/05/2025 declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis da Vulcabras S.A. do 1º 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 Piazzer	Diretor de Supply Chain e Recursos Humanos



**VULCABRAS**

