

**APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS**

1

T

3

2

VULCABRAS
vivemos para o esporte

Jundiaí, 02 de maio de 2023 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2023 (1T23). 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 (CPC 21 e ISA 34). Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do primeiro trimestre de 2023, comparado ao mesmo período de 2022, exceto quando especificado de forma diversa.

DESTAQUES

VOLUME BRUTO

6,7 milhões de pares/peças no 1T23, aumento de 3,7% em relação ao 1T22.

RECEITA LÍQUIDA

R\$ 571,1 milhões no 1T23, aumento de 19,6% em relação ao 1T22.

LUCRO BRUTO

R\$ 225,3 milhões no 1T23, aumento de 34,0% em contraste com o 1T22.

MARGEM BRUTA

39,5% no 1T23, aumento de 4,3 p.p. quando comparado ao 1T22.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA DO PERÍODO

R\$ 83,6 milhões no 1T23, aumento de 54,8% em relação ao resultado do 1T22, com Margem Líquida de 14,6%, sendo 3,3 p.p. superior ao 1T22.

EBITDA E MARGEM EBITDA

R\$ 116,9 milhões no 1T23, crescimento de 39,8% na comparação com o resultado do 1T22, apresentando 20,5% de Margem EBITDA (3,0 p.p. superior ao 1T22).

Cotação VULC3 (31/03/2023)

R\$ 12,08

Quantidade de ações

**Ordinárias:
245.916.244**

Valor de mercado

R\$ 3,0 bilhões

Relação com Investidores

**Wagner Dantas da
Silva (CFO e DRI)**

Videoconferência

**03/05/2023 às 10h00
(Brasília)**

[Acesse em Português](#)

Site RI Vulcabras

<http://vulcabrasri.com>

E-mail RI

dri@vulcabras.com

Telefone RI

+55 (11) 4532-1000

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A Vulcabras segue com forte crescimento e divulga no 1T23 mais um novo recorde de vendas. Mesmo em um cenário macroeconômico instável e um varejo desafiador, a receita operacional bruta cresceu 19,6% na comparação com o mesmo período de 2022, alcançando faturamento de R\$ 571,1 milhões. A margem bruta evoluiu de 35,2% para 39,5%, uma alta de 4,3 pontos percentuais. O Ebitda (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) cresceu 39,8%, atingindo a marca de 116,9 milhões, com uma margem Ebitda de 20,5%. O Lucro líquido aumentou 54,8%, chegando a R\$ 83,6 milhões, com margem líquida de 14,6%, 3,3 p.p. superior ao 1T22.

A evolução da margem bruta pelo nono trimestre consecutivo evidencia a consistência e robustez do modelo de negócio da Companhia. Este crescimento está atrelado à entrada de novos modelos de produtos com maior valor agregado e atributos tecnológicos, que ampliaram as rentabilidades e também às sinergias nos processos produtivos, resultado da estratégia de focar no mercado esportivo.

No 1T23, a divisão de calçados cresceu 18%, com as receitas de Under Armour e Mizuno expandindo em ritmo acelerado. A marca americana mantém sua expansão baseada na estratégia de focar nas categorias de treino e basquete, fortalezas globais da marca. A Mizuno, com pouco mais de dois anos no portfólio, segue crescendo em ritmo acelerado, reconquistando a forte presença no mercado de running.

Olympikus, nossa marca própria, ganha cada vez mais protagonismo ampliando a presença na corrida com a proposta de democratizar o acesso à tecnologia de alta performance através do lançamento de produtos de maior valor agregado. Neste sentido, a marca deu um salto ano passado, com o Corre Grafeno, primeiro tênis com placa de propulsão à base de grafeno do mundo. E, este ano, volta a inovar com o lançamento do Corre 3, o tênis mais versátil da Família Corre, em mais uma co-criação com corredores e especialistas em corrida de performance, tendo sido testado e aprovado pelo laboratório de biomecânica da USP (referência no assunto).

Outro destaque do 1T23 foi a expansão do e-commerce, que registrou novo crescimento de 120,4% no 1T23, saltando de R\$ 23 milhões no 1T22 para R\$ 50,7 milhões, e passando a representar 8,9% da receita total. O resultado vem da forte expansão nas vendas das três marcas, com uma estratégia que combina: a força das marcas e amplo portfólio de produtos.

A Vulcabras continua avançando na divisão de vestuário e acessórios, que cresceu 37,7% em relação ao mesmo período de 2022. A receita nessa categoria subiu de R\$ 48,8 milhões para R\$ 67,2 milhões, em comparação ao 1T22, correspondendo a 11,8% de participação na receita total. O desempenho reforça o potencial da divisão, aumentando a relevância dela no portfólio de produtos da companhia.

Além dos resultados acima, a Vulcabras também anuncia o pagamento de dividendos intercalares no valor de R\$ 0,15 por ação, mantendo o pagamento trimestral conforme já divulgado pela Companhia anteriormente.

Trimestre a trimestre, a constante evolução dos resultados é fruto da execução de uma estratégia construída através de investimentos e foco no segmento esportivo que maximizou a captura de sinergias e eficiências. O cenário para o futuro segue positivo, com as carteiras confirmadas para o segundo trimestre apontando tendência de crescimento sustentável.



Com novo recorde de faturamento, Vulcabras registra melhor primeiro trimestre da história

DESEMPENHO CONSOLIDADO

R\$ milhões	1T23	1T22	VAR. 1T23 vs 1T22
Volume (milhões pares/peças)	6,7	6,4	3,7%
Receita Operacional Bruta	668,6	549,4	21,7%
Receita Líquida	571,1	477,7	19,6%
Mercado Interno	524,9	411,7	27,5%
Mercado Externo	46,2	66,0	-30,0%
Lucro Bruto	225,3	168,1	34,0%
Margem Bruta	39,5%	35,2%	4,3 p.p.
Despesas Operacionais SG&A	-135,4	-105,7	28,1%
Outras Receitas (despesas) Operacionais	1,7	2,0	-15,0%
EBITDA societário	116,9	83,6	39,8%
Margem EBITDA	20,5%	17,5%	3,0 p.p.
Lucro Líquido societário	83,6	54,0	54,8%
Margem Líquida	14,6%	11,3%	3,3 p.p.



VOLUME BRUTO

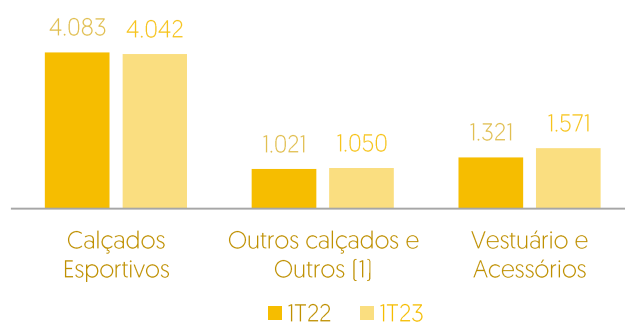
No 1T23, o volume bruto faturado totalizou 6,7 milhões de pares/peças, aumento de 3,7%, comparado aos 6,4 milhões de pares/peças do 1T22.

Na comparação dos períodos os destaques foram:

- (i) **Calçados Esportivos** houve redução de 1,0% no 1T23 versus o volume comercializado no 1T22. A perda de volume nesse trimestre se deve exclusivamente a queda na receita do mercado externo e, que ofuscou o crescimento registrado no mercado interno. Os destaques nesse trimestre foram os expressivos crescimentos registrados com as marcas Under Armour e Mizuno que seguem em ritmo acelerado de expansão. Nos calçados Olympikus o volume se manteve estável no mercado interno, porém a queda registrada no mercado externo fez com que o volume consolidado da marca no 1T23 ficasse abaixo do volume obtido no mesmo período do ano anterior.
- (ii) **Outros Calçados e Outros** foi registrado aumento de 2,8% devido ao crescimento registrado na categoria de botas profissionais e, que foi ofuscado pela queda no volume de chinelos em decorrência das dificuldades enfrentadas nas vendas ao mercado externo.
- (iii) **Vestuário e Acessórios** houve aumento de 18,9% no 1T23 quando comparado ao volume aferido no 1T22. Nesse trimestre as três marcas da Companhia apresentaram performance positiva com destaque especial para o V&A Mizuno que a exemplo dos calçados esportivos também segue em ritmo acelerado de expansão.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL – 1T23 VS 1T22

Pares e Peças (Mil)	1T23	Partic. %	1T22	Partic. %	Var. % 1T23/1T22
Calçados Esportivos	4.042	60,7%	4.083	63,6%	-1,0%
Outros calçados e Outros (1)	1.050	15,7%	1.021	15,8%	2,8%
Vestuário e Acessórios	1.571	23,6%	1.321	20,6%	18,9%
Total	6.663	100,0%	6.425	100,0%	3,7%



¹Chinelos, botas, calçados femininos e componentes para calçados.

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA: CATEGORIAS

No 1T23, a Companhia manteve a consistência de crescimento observada ao longo dos últimos trimestres e registrou receita líquida de R\$ 571,1 milhões com aumento de 19,6% sobre os R\$ 477,7 milhões do 1T22.

Em mais um trimestre de crescimento de receita acima do desempenho médio do varejo, a Companhia manteve seu forte ritmo de expansão de vendas apresentando performance positiva em todas as suas marcas.

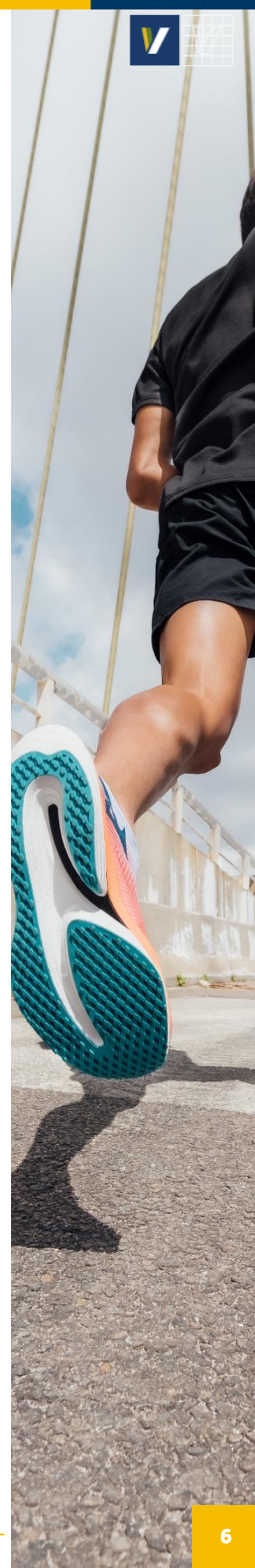
A receita de Calçados Esportivos apresentou aumento de 18,1% no 1T23 sobre o mesmo período de 2022. O incremento da receita no 1T23 na comparação com o 1T22 se deve ao crescimento observado em todas as suas marcas, apesar da queda registrada no mercado externo. Os destaques nesse trimestre foram para os expressivos crescimentos registrados nos tênis Mizuno e Under Armour, e que evidencia o grande potencial de crescimento ainda a ser explorado com essas marcas.

A categoria de Outros Calçados e Outros apresentou aumento de 11,2% em relação ao 1T22. O crescimento de receita dessa categoria se deve a performance positiva na subcategoria de botas profissionais e que foi ofuscada pelo desempenho das vendas dos chinelos devido à baixa performance no mercado externo.

A categoria de Vestuário e Acessórios apresentou aumento de 37,7% em relação ao 1T22, com robusto crescimento em todas as marcas. Os ótimos resultados apresentados em Vestuários e Acessórios reforçam o potencial da categoria em seu mercado endereçável e vem ganhando cada vez mais relevância dentro do portfólio de produtos da Companhia

RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 1T23 VS 1T22

R\$ Milhões	1T23	Partic. %	1T22	Partic. %	Var. % 1T23/1T22
Calçados Esportivos	461,2	80,8%	390,5	81,7%	18,1%
Outros calçados e Outros (1)	42,7	7,4%	38,4	8,1%	11,2%
Vestuário e Acessórios	67,2	11,8%	48,8	10,2%	37,7%
Receita Líquida Total	571,1	100,0%	477,7	100,0%	19,6%



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA: MERCADOS

A receita líquida do 1T23 no mercado interno totalizou R\$ 524,9 milhões, com aumento de 27,5% em relação ao 1T22, que foi de R\$ 411,7 milhões. No mercado externo, a receita líquida no 1T23 resultou em R\$ 46,2 milhões, apresentando redução de 30,0% sobre os R\$ 66,0 milhões registrados no 1T22.

No 1T23, em relação a receita total consolidada as receitas no mercado externo representaram 8,1% ante os 13,8% do 1T22. Já as receitas aferidas no mercado interno representaram 91,9% versus 86,2% do 1T22.

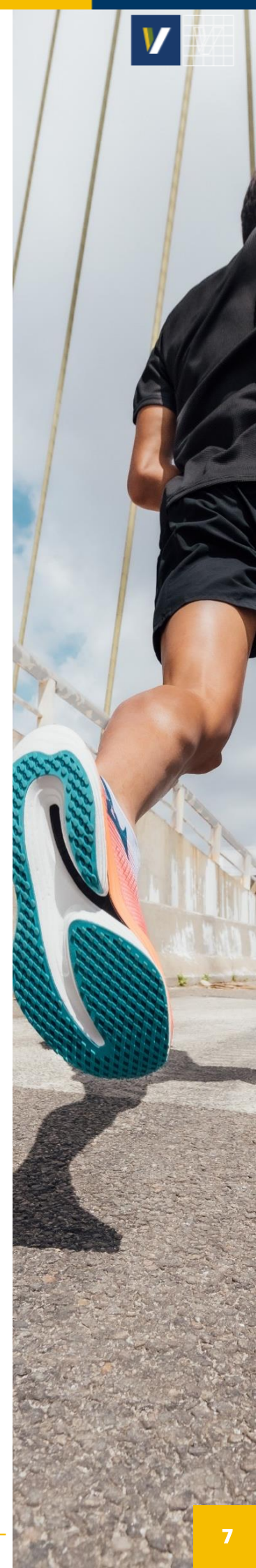
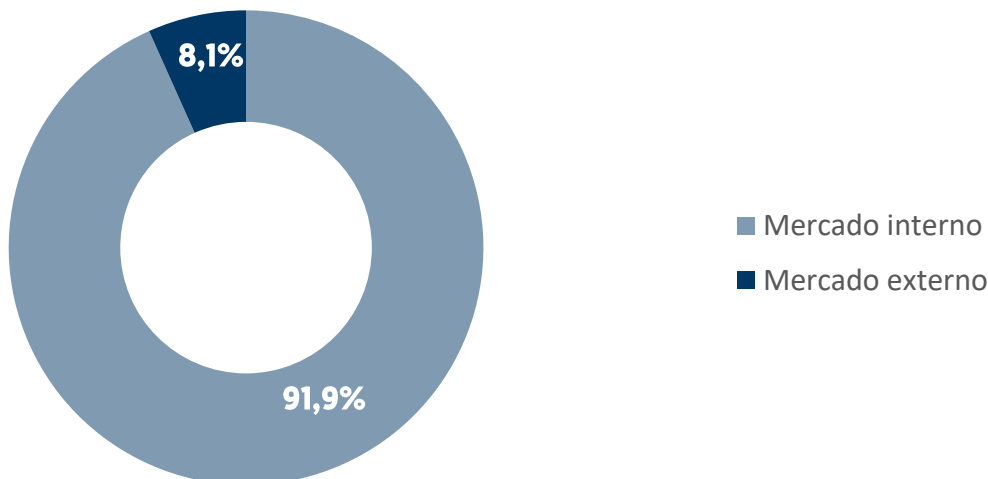
No mercado interno, quando comparado ao 1T22 todas as marcas e categorias apresentaram crescimento. Os destaques do trimestre foram mais uma vez para o robusto crescimento dos calçados da marca Mizuno e, também, ao desempenho da categoria de Vestuário e Acessórios que segue ampliando sua relevância dentro do portfólio da Companhia.

As vendas diretas ao mercado externo apresentaram forte retração devido a fatores macroeconômicos dos países para os quais os produtos são exportados. Na Argentina, que é o principal destino das exportações da Companhia, as dificuldades enfrentadas pelos distribuidores locais para obter a aprovação das licenças de importação e na constituição das garantias de crédito, praticamente travaram os negócios ao longo de todo esse trimestre. Para os demais destinos, em especial os países da América Latina, os problemas econômicos enfrentados com a alta da inflação têm levado a redução no consumo e afetado o volume de encomendas dos distribuidores locais. Nas vendas da filial do Peru foi observada a redução na receita em relação ao mesmo período do ano anterior. A redução na operação do Peru se deve a problemas políticos persistentes naquele país e, também, a ocorrência de um atípico fenômeno climático que afetou várias cidades e provocou o fechamento temporário do comércio em algumas delas.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 1T23 VS 1T22

R\$ Milhões	1T23	Partic. %	1T22	Partic. %	Var. % 1T23/1T22
Mercado Interno	524,9	91,9%	411,7	86,2%	27,5%
Mercado Externo	46,2	8,1%	66,0	13,8%	-30,0%
Receita Líquida Total	571,1	100,0%	477,7	100,0%	19,6%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 1T23



E-COMMERCE

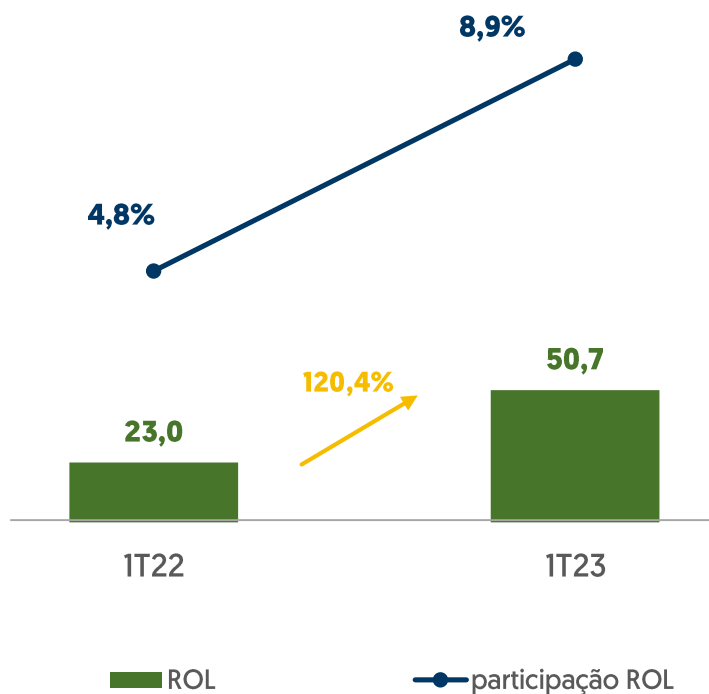
O Canal de e-commerce da Companhia registrou R\$ 50,7 milhões de receita líquida no 1T23 mantendo a tendência de expansão, apresentando crescimento de 120,4% em relação ao mesmo período do ano anterior.

O crescimento do canal digital segue impulsionado pela performance positiva nas vendas das três marcas da Companhia e representou 8,9% da receita operacional líquida consolidada no 1T23, aumento de 4,1 p.p. na comparação com os 4,8% do 1T22.

Em ritmo acelerado de crescimento, canal de vendas registrou crescimento exponencial de 120,4%

RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	1T23	1T22	Var. % 1T23/1T22
Receita Líquida e-commerce	50,7	23,0	120,4%
Participação ROL %	8,9%	4,8%	4,1 p.p.



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

No 1T23, como percentual da receita líquida de vendas o custo dos produtos vendidos representou 60,5%, frente aos 64,8% registrados no mesmo período de 2022.

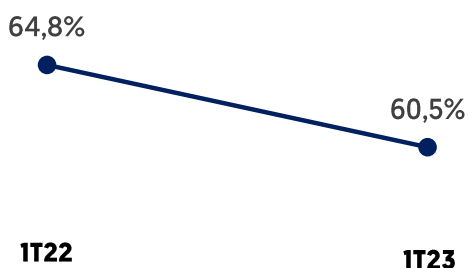
O desempenho positivo de fatores operacionais aliados a condições mais favoráveis de inflação, câmbio e custos logísticos proporcionaram a melhora dos custos dos produtos vendidos ao longo de todo o 1T23.

Os principais fatores que influenciaram positivamente o desempenho dos produtos produzidos foram:

- i) Previsibilidade da produção dada a antecedência na constituição da carteira de pedidos propiciando assim, maior sincronismo entre produção e faturamento;
- ii) Economia de escala devido ao maior volume produzido em todos os meses desse trimestre;
- iii) Melhor sincronismo nas trocas de coleções que propiciou a chegada mais rápida dos novos modelos nos pontos de venda do varejo;
- iv) Menor pressão nos custos de matéria prima com deflação em alguns itens e,
- v) Atingimento da eficiência produtiva dentro dos níveis planejados.

Nos custos das mercadorias compradas também foi observada uma sensível melhora. Isso se deve a definição de um portfólio de maior valor agregado que aliado ao arrefecimento do custo logístico internacional propiciaram a obtenção de melhores custos.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (% CPV/ROL)



LUCRO BRUTO

O lucro bruto do 1T23 foi de R\$ 225,3 milhões, aumento de 34,0% relação aos R\$ 168,1 milhões registrados no 1T22. A margem bruta atingiu 39,5% no 1T23, sendo 4,3 p.p. superior aos 35,2% atingidos no 1T22.

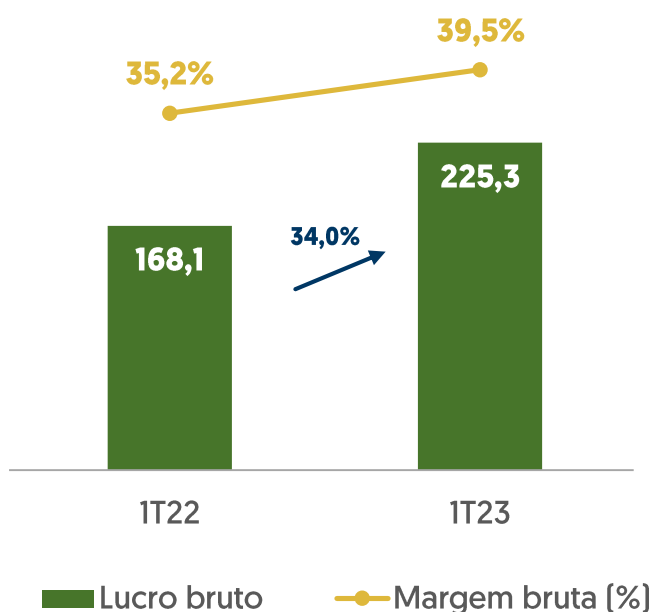
Pelo nono trimestre consecutivo a Companhia reporta evolução na margem bruta. O ganho de 4,3 p.p na margem bruta alcançada no 1T23 em relação a margem obtida no 1T22, evidencia a consistência e a robustez do modelo de negócio da Companhia.

Margem bruta cresce 4.3 p.p. e segue em evolução pelo nono trimestre consecutivo

Os principais fatores que levam a esse ganho de margem bruta foram:

- i) Expansão do portfólio de produtos em todas as marcas, atingindo novas categorias;
- ii) Lançamento de novos modelos de produtos com maior valor agregado;
- iii) Captura de sinergias e economia de escala como consequência do crescimento de produção;
- iv) Arrefecimento do custo logístico internacional e;
- v) Crescimento na participação das vendas do DTC (Direct to Consumer) onde pela característica do canal as margens são superiores à média geral da Companhia.

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



DESPESAS COM VENDAS, PROPAGANDA E PECLD

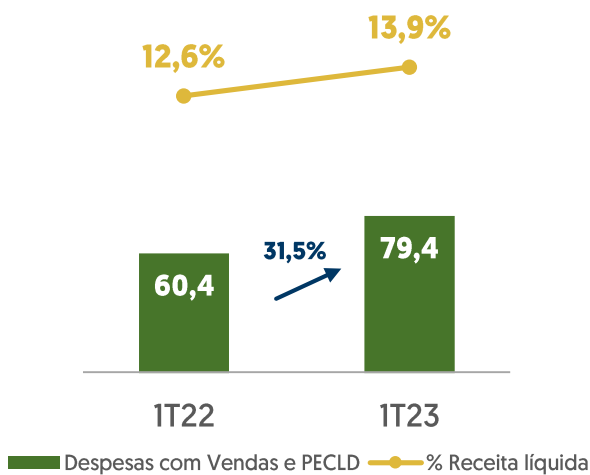
As despesas com vendas, propaganda e PECLD no 1T23 registraram um total de R\$ 103,1 milhões, aumento de 30,5% em comparação ao 1T22.

As despesas com Vendas e PECLD (ex-propaganda) apresentaram aumento de 31,5% no 1T23, sobre as despesas apresentadas no 1T22. Foram registrados R\$ 79,4 milhões no 1T23, versus R\$ 60,4 milhões do 1T22. Como participação da receita, as despesas com vendas (ex-propaganda) representaram 13,9% no 1T23 comparado aos 12,6% no 1T22.

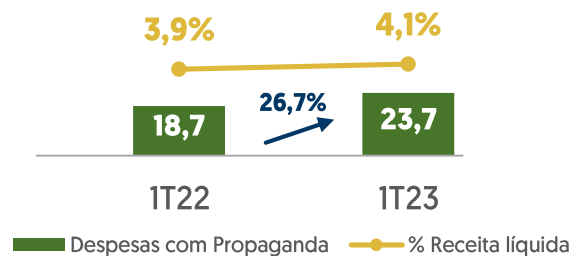
No 1T23, algumas despesas variáveis de vendas apresentaram expansão em sua representação relativa a receita, devido as mudanças ocorrida nas participações das marcas e canais. O crescimento mais acelerado das receitas com as marcas licenciadas Mizuno e Under Armour resultou, conseqüentemente, em um maior volume de despesas com royalties. Da mesma forma, o aumento na participação das vendas realizadas através do Ecommerce, sendo parte considerável dessas vendas realizadas através de marketplaces, levou ao aumento das comissões.

As despesas com propaganda e marketing somaram R\$ 23,7 milhões, com aumento de 26,7% sobre os R\$ 18,7 milhões do 1T22. A participação das despesas com propaganda e marketing sobre a receita líquida representou 4,1% no 1T23, comparado aos 3,9% no 1T22. A fim de suportar o ritmo acelerado de crescimento das três marcas, os investimentos em marketing foram incrementados através da presença em grandes eventos esportivos e em maior quantidade de ações de trade marketing.

DESPESAS COM VENDAS E PECLD (Ex – propaganda)



DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING

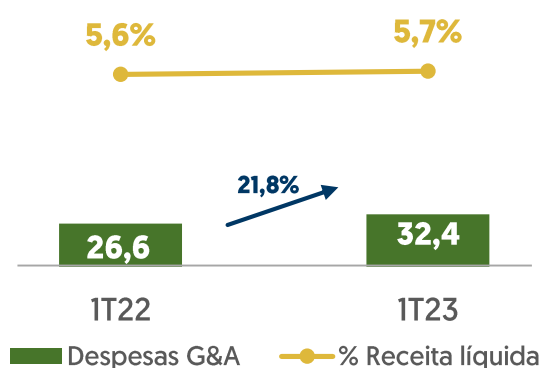


DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

As despesas gerais e administrativas foram de R\$ 32,4 milhões no 1T23 apresentando aumento de 21,8% em comparação ao 1T22. Em percentual sobre a receita líquida, ocorreu aumento de 0,1 p.p., saindo de 5,6% no 1T22 para 5,7% no 1T23.

No 1T23, o aumento das despesas administrativas se deve principalmente pelo incremento nas despesas com pessoal em decorrência de reforços pontuais nas equipes administrativas e aos repasses aos salários dos aumentos negociados nos acordos coletivos. Em serviços de terceiros o incremento se deve a expansão dos serviços relacionados ao BackOffice do DTC (Direct to Consumer).

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS



OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No 1T23, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas resultaram em uma receita de R\$ 1,7 milhões diante de uma também receita de R\$ 2,0 milhões registrada no 1T22.

OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

R\$ Milhões	1T23	1T22	Var. % 1T23/1T22
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	1,7	2,0	-15,0%

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

O resultado financeiro líquido no 1T23 registrou uma despesa de R\$ 2,1 milhões, em comparação ao mesmo período de 2022, que foi de uma despesa de R\$ 9,7 milhões.

Na comparação do 1T23 versus 1T22 as principais variações foram observadas no incremento das receitas financeiras devido ao aumento nas disponibilidades, pela correção dos créditos de Pis/Cofins a recuperar reconhecidos em sua maior parte em dezembro/22 e, também, pela variação líquida entre receitas e despesas cambiais entre os dois períodos.

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

R\$ Milhões	1T23	1T22	Var. % 1T23/1T22
Estrutura de capital	-15,3	-10,4	47,1%
Operacionais	-2,2	-2,1	4,8%
Cambiais	-5,2	-8,8	-40,9%
Despesas Financeiras	-22,7	-21,3	6,6%
Estrutura de capital	9,2	4,0	130,0%
Operacionais	5,5	3,2	71,9%
Cambiais	5,9	4,4	34,1%
Receitas Financeiras	20,6	11,6	77,6%
Resultado Financeiro Líquido	-2,1	-9,7	-78,4%

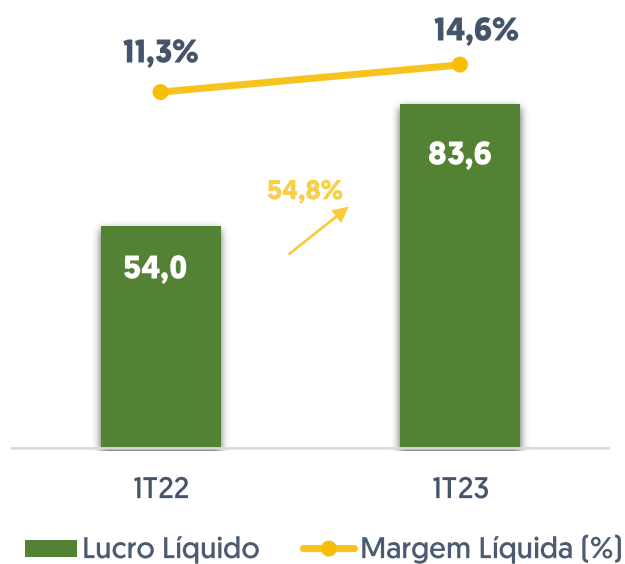
LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido do 1T23 foi de R\$ 83,6 milhões apresentando aumento de 54,8% sobre o resultado de R\$ 54,0 milhões apresentados no 1T22. A margem líquida atingiu 14,6% no 1T23, acréscimo de 3,3 p.p., em comparação aos 11,3% alcançados no 1T22.

O expressivo crescimento do lucro líquido se deve majoritariamente:

- i) Excelente desempenho operacional e que resultou na elevação da margem bruta em 4,3 p.p.;
- ii) Captura de sinergias nas despesas de SG&A e;
- iii) Melhor performance na gestão de caixa que resultou na melhora do resultado financeiro.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA



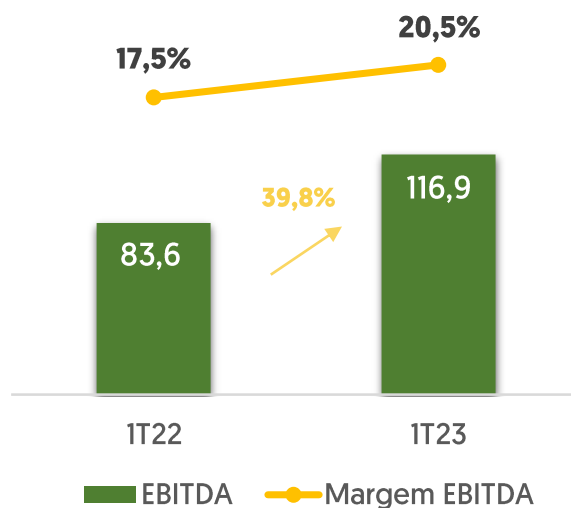


EBITDA

No 1T23, o EBITDA foi de R\$ 116,9 milhões, apresentando crescimento de 39,8% em relação aos R\$ 83,6 milhões obtidos no 1T22. A Margem EBITDA apresentou acréscimo de 3,0 p.p., atingindo 20,5% no 1T23, comparado aos 17,5% do 1T22.

O expressivo crescimento da Margem EBITDA se deve majoritariamente ao excelente desempenho operacional e que resultou na elevação da margem bruta em 4,3 p.p.

EBITDA E MARGEM EBITDA



ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)

O retorno sobre capital investido – ROIC² – anualizado atingiu 23,5% no 1T23-LTM (últimos doze meses encerrados em 31/03/2023), o qual representa redução de 0,6 p.p. sobre o resultado de 24,1% obtido em 31/12/2022.

ROIC	2020	2021	2022	1T23
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	31,5	313,8	469,9	499,6
(+) Resultado Financeiro (LTM)	0,1	(12,4)	(41,3)	(48,8)
NOPAT	31,6	301,4	428,6	450,8
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	311,6	361,3	417,0	473,9
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(158,6)	(114,6)	(197,2)	(374,2)
(-) Aplicações Financeiras	(90,5)	(10,3)	(8,9)	(9,2)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	17,6	18,0	18,4	18,6
(+) Patrimônio Líquido	1.125,4	1.356,6	1.711,8	1.794,0
Total Capital Investido	1.205,5	1.611,0	1.941,1	1.903,1
Média de Capital Investido no período⁽¹⁾	1.144,0	1.408,2	1.776,0	1.922,1
ROIC anualizado⁽²⁾	2,8%	21,4%	24,1%	23,5%

O retorno sobre capital investido ajustado [ROIC-ajustado³] anualizado atingiu 26,9% no 1T23-LTM (últimos doze meses encerrados em 31/03/2023), com redução de 1,2 p.p. sobre o resultado de 28,1% obtido em 31/12/2022.

ROIC AJUSTADO	2020	2021	2022	1T23
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	31,5	313,8	469,9	499,6
(+) Resultado Financeiro (LTM)	0,1	(12,5)	(41,3)	(48,8)
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	2,0	(3,1)	(5,3)	(6,9)
NOPAT (Ajustado)	33,6	298,2	423,3	443,9
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	311,6	361,3	417,0	473,9
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(158,6)	(114,6)	(197,2)	(374,2)
(-) Aplicações Financeiras	(90,5)	(10,3)	(8,9)	(9,2)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	17,6	18,0	18,4	18,6
(-) Ágio da Compra	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(60,0)	(69,4)	(75,7)	(77,6)
(+) Patrimônio Líquido	1.125,4	1.356,6	1.711,8	1.794,0
Total Capital Investido Ajustado	947,3	1.343,4	1.667,2	1.627,3
Média de Capital Investido no período⁽¹⁾	884,8	1.145,4	1.505,3	1.647,3
ROIC Ajustado anualizado⁽³⁾	3,8%	26,0%	28,1%	26,9%

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 1T23, foram investidos R\$ 33,4 milhões em imobilizado e intangível redução de 17,7% em relação ao valor investido no 1T22.

Nesse trimestre, a Companhia seguiu investindo na ampliação e modernização de seu parque fabril, com destaque para a ampliação do pavilhão do parque fabril da Bahia e a adequação do layout na planta do Ceará.

ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

R\$ Milhões	1T23	1T22	Var. % 1T23/1T22
Moldes	9,6	7,0	37,1%
Máquinas e Equipamentos	10,7	14,7	-27,2%
Instalações	4,6	1,7	170,6%
Outros	8,5	16,4	-48,2%
Imobilizado	33,4	39,8	-16,1%
Software	0,0	0,8	-100,0%
Intangível	0,0	0,8	-100,0%
Total Geral	33,4	40,6	-17,7%

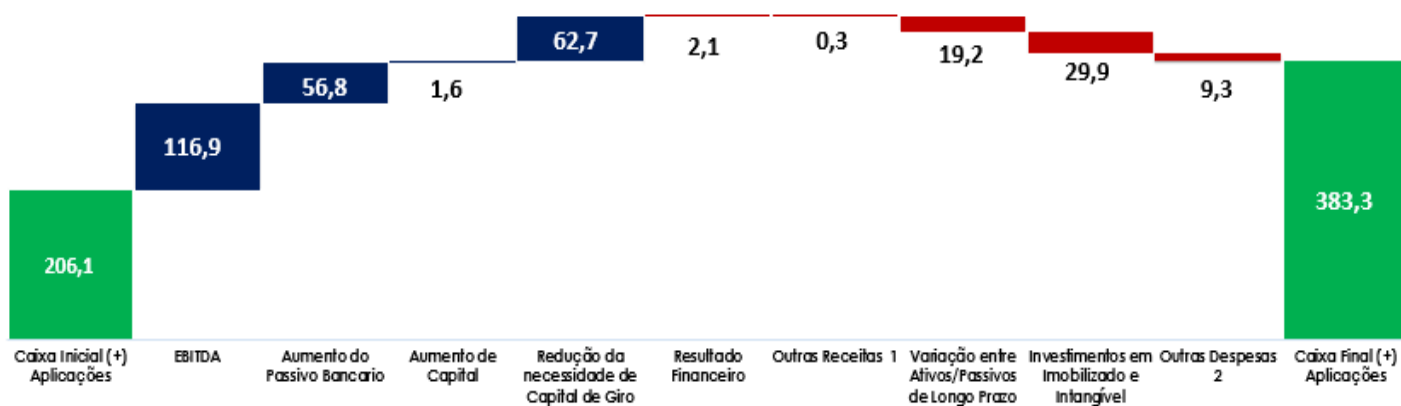


GERAÇÃO DE CAIXA

A variação de caixa no 1T23 foi de R\$ 177,2 milhões, constituída essencialmente pelos seguintes eventos:

- (i) EBITDA de R\$ 116,9 milhões;
- (ii) Aumento no passivo bancário em R\$ 56,8 milhões;
- (iii) Diminuição da necessidade de capital de giro de R\$ 62,7 milhões;
- (iv) Variação entre Ativos/Passivos de Longo Prazo de R\$ 19,2 milhões;
- (v) Investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 29,9 milhões.

FLUXO DE CAIXA – 1T23



FLUXO DE CAIXA - DISPONIBILIDADES



(1) Outras Receitas: Alienação/Baixa do Imobilizado e Intangível + Stock Options.

(2) Outras Despesas: IR e CSLL + Efeito da conversão de investidas no exterior + Pagamento de passivos de arrendamentos financeiros.

ENDIVIDAMENTO

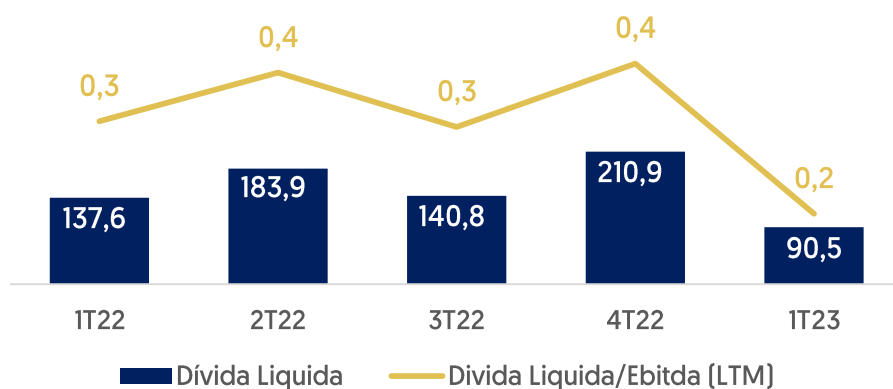
Em 31/03/2023, a Companhia apresentava dívida líquida de R\$ 90,5 milhões, sendo 57,1% inferior a observada no encerramento de 31/12/2022.

A redução do endividamento se deve ao expressivo resultado registrado no 1T23 e, também, em virtude da liberação de capital de giro, principalmente pela realização das contas a receber de clientes ao longo desse trimestre.

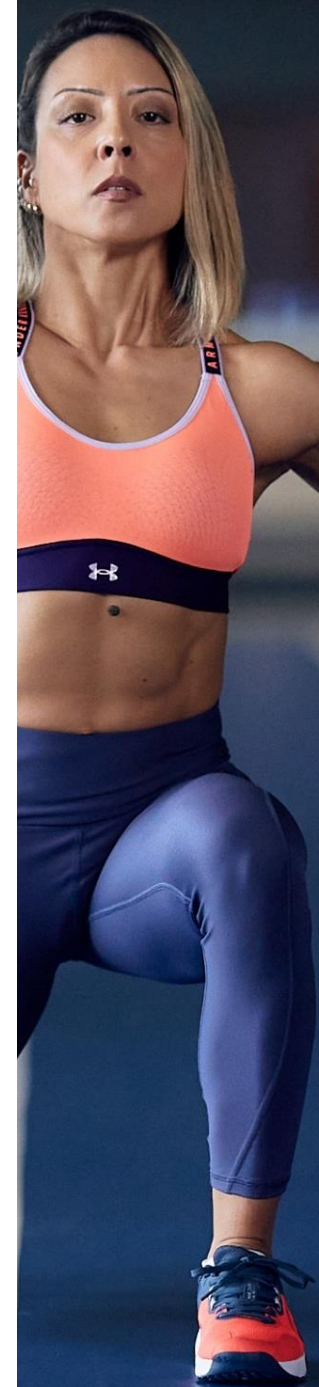
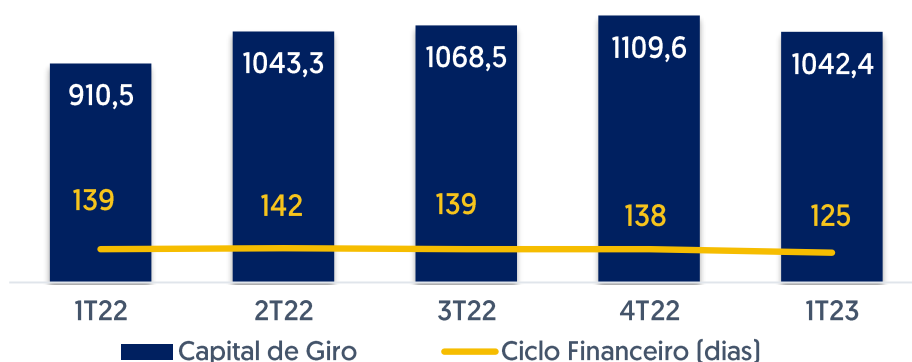
DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ Milhões	31/12/2021	31/12/2022	31/03/2023	Var. % 31/03/2023 / 31/12/2022
Financiamentos e empréstimos	361,3	417,0	473,9	13,6%
Caixa e equivalentes de caixa	114,6	197,2	374,2	89,8%
Aplicações financeiras	10,3	8,9	9,2	3,4%
Dívida Líquida	236,4	210,9	90,5	-57,1%

EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E ALVANCAGEM



CAPITAL DE GIRO E CICLO FINANCEIRO



MERCADO DE CAPITAIS



DIVIDENDOS

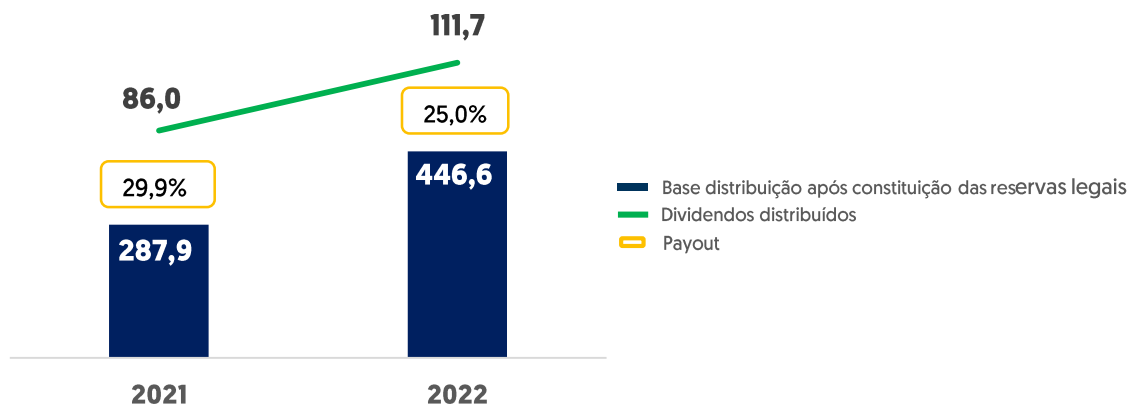
Em 14 de abril de 2023 foi realizado o pagamento de R\$ 20,8 milhões correspondentes aos dividendos intercalares relativos ao 4T22 conforme aprovado pelo Conselho de Administração em 01 de março de 2023.

Em 02 de maio de 2023 o Conselho de Administração aprovou a distribuição antecipada de dividendos no valor de R\$ 0,15 (quinze centavos) por ação, perfazendo o montante de R\$ 36,8 milhões, nesta data, valor este sujeito a alteração devido ao programa de recompra de ações da Companhia que se encontra em vigor.

Ressaltamos que a partir desse trimestre, conforme aprovado pelo Conselho de Administração, a Companhia passará a efetuar pagamentos trimestrais de dividendos.

RETORNO AOS ACIONISTAS

Tipo	Valor Total	Período de Referência	Valor pago por ação	Data base para distribuição	Data de Pagamento
Dividendos	86,0	2021	0,35	03/11/2021	12/11/2021
Total Dividendos 2021	86,0	2021			
Dividendos Intercalares	90,9	9M22	0,37	10/11/2022	22/11/2022
Dividendos Complementares (*)	20,8	2022	0,08	03/04/2023	14/04/2023
Total Dividendos 2022	111,7	2022			
Dividendos Intermediários	36,8	1T23	0,15	22/05/2023	06/06/2023
Total Dividendos 2023	36,8	2023			



PROGRAMA DE RECOMPRA DE AÇÕES

Em maio de 2022, o Conselho de Administração aprovou o Programa de Recompra de ações, com o objetivo de maximizar a alocação de capital e geração de valor para os acionistas. O programa está em execução e autoriza a recompra de até 5 milhões de ações no prazo de 18 meses.

Ao final do 1T23, a Companhia detinha 567,2 mil ações em tesouraria.

No decorrer do 1T23, a Companhia recomprou 75,6 mil ações, com valor total de R\$ 0,9 milhão.

Tipo	Saldo 31/12/2022	Aquisições 1T23	Saldo 31/03/2023
QTD Ações em Tesouraria	491,6	75,6	567,2
R\$ Ações em Tesouraria	6,1	0,9	7,0

(*) O preço unitário foi calculado levando-se em consideração a quantidade atual de ações mantidas em tesouraria, porém como o programa de recompra se mantém ativo esse preço poderá sofrer alteração.

(*) valores em milhares de reais

SUSTENTABILIDADE

A Vulcabras tem como essência desenvolver tecnologia e inovação para seus produtos, sem abrir mão de colocar a sustentabilidade no centro do seu negócio e direcionar suas ações para todas as marcas do portfólio. Desta forma, tem assumido um papel de destaque quando o assunto é a responsabilidade social e ambiental.



Seguindo o nosso compromisso com a economia circular, em 2021 iniciamos a compensação de nossas embalagens de papel e plástico, atingindo, em 2022, a marca de

990,6 toneladas de compensação ambiental sendo 478,29 toneladas de papel e 49,09 toneladas de plástico.

Com isso, atingimos o percentual de 22,5% de material reciclado, ou seja, 100% da meta estabelecida entre a Companhia e o projeto desenvolvido com a eureciclo - maior certificadora de logística reversa do país, que possui uma plataforma de rastreamento da cadeia de reciclagem que comprova a equivalência entre a quantidade comercializada e a reciclada. Com o resultado, conquistamos o selo especial eureciclo, reforçando a posição da Vulcabras em promover ações que preservem no ambiente em que vivemos, fomentando também a cadeia da reciclagem no país.

Além do projeto com a eureciclo, a Vulcabras mantém a política dos 5R (Reduzir, Repensar, Reaproveitar, Reciclar e Recusar) buscando eficiência no uso dos insumos desde o desenho dos produtos até a produção. Todas as unidades fabris da Companhia possuem uma usina de reciclagem que permite reaproveitar até 100% dos resíduos da produção e reinseri-los no processo produtivo ou encaminhar para outros parceiros usarem em seus processos produtivos. Ainda, a unidade de Horizonte conta com um sistema de tratamento e reuso de efluentes que reaproveita 95% da água da unidade para irrigação de jardins, limpeza das áreas comuns e dos banheiros. A Companhia também se preocupa com o impacto econômico e social nas comunidades e, por isso, desenvolve projetos sociais importantes nas regiões nas quais atua, impactando mais de 17.000 famílias diariamente pelo nosso ecossistema.

Um deles é o programa Jovens Aprendizes em parceria com o Senai, voltado à capacitação de jovens para o mercado de trabalho.

No primeiro trimestre de 2023, capacitamos 2.299 jovens aprendizes, sendo 1.055 mulheres e 1.244 homens inscritos no programa.

Um dos cursos oferecidos é o de Confeccionador de Calçados do Serviço Nacional de Aprendizagem e Indústria (Senai), voltado à qualificação de profissionais de nível básico ou técnico, composto por 960 horas de carga horária e duração de aproximadamente sete meses. Ao final da formação, até 98% desses jovens chegam a ser contratados para trabalharem na Vulcabras.

Essas iniciativas somadas a outras já desenvolvidas, reforçam o compromisso de impacto positivo da Vulcabras e do seu propósito de construir um país melhor a partir do esporte. Saiba mais em nosso relatório de sustentabilidade. [\[link\]](#)

GESTÃO DE MARCAS

Com um mix de marcas fortes e complementares que oferecem o melhor da tecnologia esportiva para todo o perfil de atleta, via um sortimento que inclui vestuário, acessórios e calçados, a Vulcabras segue explorando as principais avenidas de crescimento das suas marcas, com cada uma delas seguindo as suas respectivas estratégias de posicionamento no mercado nacional, dentro dos seus públicos-alvo.

Neste primeiro trimestre, Mizuno segue retomando rapidamente seu protagonismo na categoria running performance, com o lançamento do Mizuno Wave Rebellion Pro, primeiro super tênis da marca e que eleva a barra da categoria trazendo não só uma combinação de placa de carbono com uma super espuma, mas com grande um diferencial, a sua mais nova tecnologia Smooth Speed Assist, geometria de solado revolucionária que auxilia o corredor pisar com o antepé de uma forma mais natural, proporcionando menor fadiga muscular em longas distâncias com máxima velocidade. E ampliando sua atuação em running, a marca também lançou três modelos na categoria de trail running: **Mizuno Wave Mujin 9**, **Mizuno Wave Daichi 7 também disponível na versão GTX (Gore-tex á prova d'água)** e o **Mizuno Wave Ibuki 4**. Todos os modelos da coleção garantem, além de máxima performance, proteção e conforto.

Olympikus, reforçando o propósito da marca de democratizar o acesso à alta tecnologia esportiva, reuniu atletas, clientes e influenciadores em Horizonte (CE) para apresentar os novos lançamentos da Família Corre, a linha de tênis da marca voltada para corrida. Corre 3, Grafeno 2, Corre Vento 2 e o mais recente integrante Corre Trilha são desenvolvidos no Brasil, por brasileiro e com tecnologia nacional.

Já Under Armour, trouxe ao mercado o **Charged Quicker**, desenvolvido e fabricado integralmente em solo brasileiro, equipado com a tecnologia **New Charged Cushioning**, que mantém o conforto e a durabilidade durante a performance. A marca também renovou seu acordo com o astro de basquete Stephen Curry, desta vez de maneira vitalícia. Com este novo acordo, a marca espera aumentar ainda mais a sua presença no mercado esportivo.

MIZUNO



Wave Rebellion Pro

O **Mizuno Wave Rebellion Pro** é voltado para corredores experientes que buscam um modelo com máximo amortecimento, retorno de energia e propulsão para os dias de prova. O destaque do modelo vai para a tecnologia Smooth Speed Assist, geometria revolucionária de solado inspirado nas sapatilhas de pista e aprimorada para as corridas de rua, que auxiliam os corredores a pisar mais com o antepé de uma maneira mais natural, proporcionando menor fadiga muscular em longas distâncias com máxima velocidade.

A tecnologia Mizuno Wave, em forma de placa de carbono infundada, proporciona uma corrida mais veloz, aumentando o nível de amortecimento e da estabilidade, características dos tênis de performance da marca.

O Wave Rebellion Pro conta também com a tecnologia Mizuno Enerzy Lite+, super espuma aplicada na parte superior do solado, que proporciona uma sensação de maciez com excelente nível de amortecimento e responsividade. Na parte inferior do solado o modelo possui a tecnologia Mizuno Enerzy Lite, mais leve e com alto retorno de energia. No solado, a tecnologia G3 reduz o peso do tênis e seu design aumenta o nível de tração na parte do antepé, suavizando a pisada do meio pé. Valor de venda: R\$ 1.999,99.



[Clique no link e veja mais detalhes do Wave Rebellion Pro](#)



MARATONA OSAKA

Como parte da estratégia de lançamento do primeiro supertênis de placa de carbono da marca, em fevereiro, a Mizuno levou um time de influenciadores e atletas brasileiros para participarem da Maratona de Osaka, no Japão patrocinada pela Mizuno Japão. Todos os convidados puderam correr os 42km e colocar a prova o Wave Rebellion Pro e gerar conteúdo da experiência da viagem no país do Sol Nascente.

Além de correr a Maratona de Osaka, os convidados conheceram em primeira mão o Mizuno Engine, novo Centro de Desenvolvimento global, onde puderam realizar alguns testes do F.O.R.M (Form Optimizer of Running Methodology by Mizuno), que auxilia os corredores a melhorar a sua corrida.

Link para campanha: [Maratona de Osaka](#)



Trail Running

Ampliando a sua atuação para além das corridas de asfalto, a Mizuno a lançou três produtos da coleção de trail running já disponíveis no Brasil: **Mizuno Wave Mujin 9**, **Mizuno Wave Daichi 7** também disponível na versão **GTX (Gore-tex à prova d'água)** e **Mizuno Wave Ibuki 4**. Desenvolvidos para diferentes níveis de corredores e tipos de terreno, todos os modelos da coleção garantem, além de amortecimento e estabilidade, proteção e conforto.

Wave Mujin 9

Dos quatro modelos, o **Wave Mujin 9** é o tênis mais técnico, sendo a escolha ideal para longas distâncias, terrenos mais duros e trilhas desafiadoras, onde são necessárias maior proteção, segurança e cravos que garantem o máximo de tração.

Construída a partir da tecnologia Mizuno Wave, sua entressola garante um melhor nível de amortecimento e estabilidade com duas peças de espuma, uma delas com a tecnologia Mizuno Enerzy, que aumenta o nível de maciez e retorno de energia. Valor de venda: R\$ 999,99.

[Saiba mais sobre os produtos clicando aqui](#)

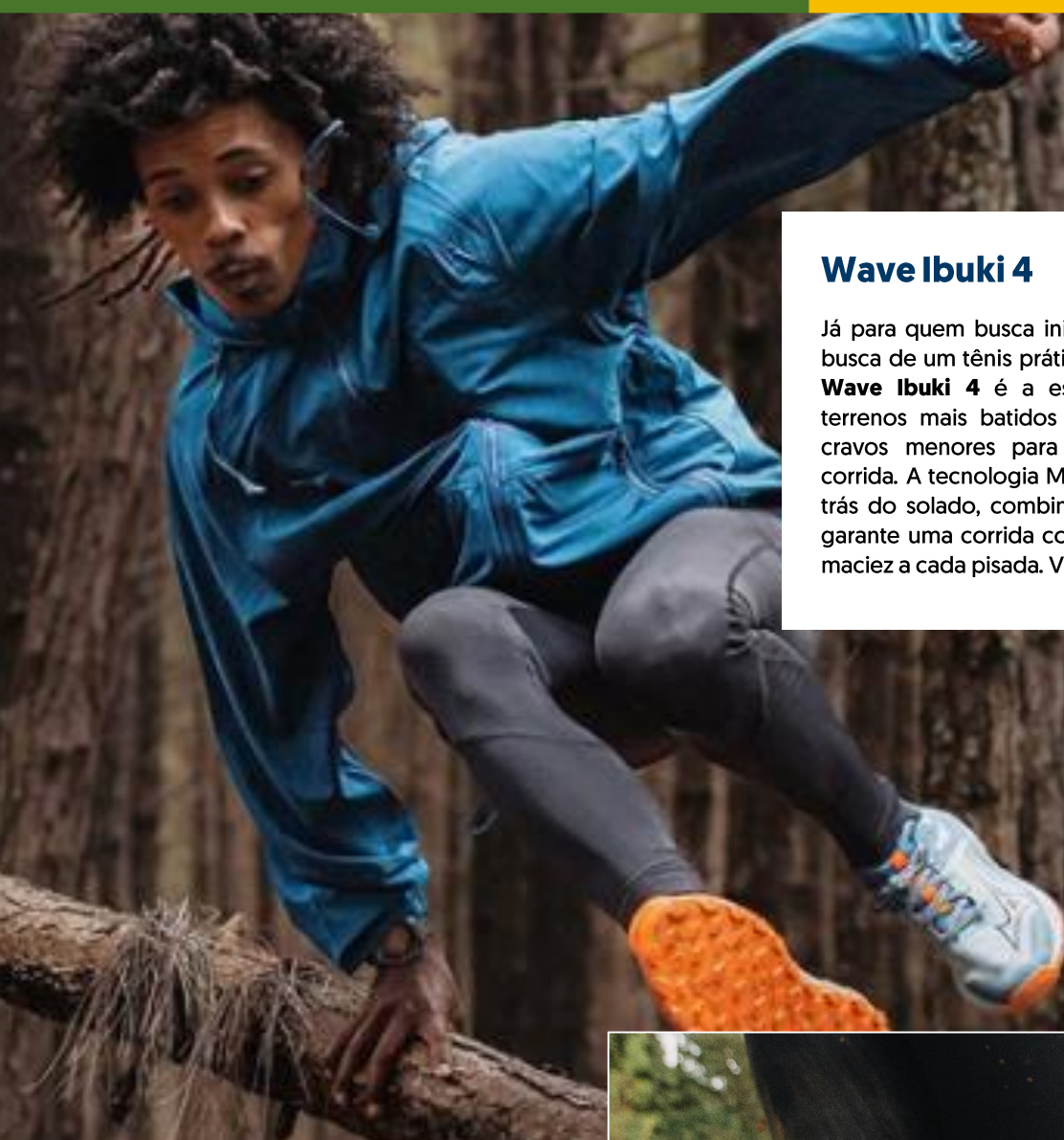


Wave Daichi 7

Modelo versátil para diversos tipos de terreno, conta com um equilíbrio ideal entre amortecimento e estabilidade, com o cabedal feito para abraçar o pé, deixando-o firme durante toda a corrida. Valor de venda: R\$ 899,99.

Além dele, a Mizuno também disponibiliza o **Wave Daichi 7 GTX**, versão que conta com as mesmas características técnicas acrescido de um grande diferencial: a tecnologia Gore-Tex, que capacita a impermeabilidade do tênis. Valor de venda: R\$ 1.099,99.





Wave Ibuki 4

Já para quem busca iniciar no Trail Running ou está em busca de um tênis prático para os treinos do dia a dia, o **Wave Ibuki 4** é a escolha certa. Desenvolvido para terrenos mais batidos e planos, sua entressola possui cravos menores para um maior conforto durante a corrida. A tecnologia Mizuno Wave, aplicada na parte de trás do solado, combinada à tecnologia Mizuno Energyz, garante uma corrida com amortecimento, estabilidade e maciez a cada pisada. Valor de venda: R\$749,99.

Indomit Ultrarail

Buscando ainda mais proximidade com os atletas do segmento de trilha, a Mizuno patrocinou o circuito de corridas de trilha Indomit Ultrarail - uma das provas mais tradicionais do País. A primeira etapa ocorreu nos dias 9,10 e 11 de março, na Pedra do Baú, em São Bento do Sapucaí, interior de São Paulo, ocasião em que mais de 40 atletas e influenciadores receberam os novos modelos para teste.





OLYMPIKUS

Corre Show

Com foco na categoria de corrida de performance, onde a marca ganha cada vez mais protagonismo, a Olympikus reuniu atletas, clientes, influenciadores e colaboradores na unidade de Horizonte (CE), em fevereiro, no Corre Show, evento no qual apresentou as principais novidades do calendário de corrida da marca para o ano, com destaque para os lançamentos da Família Corre.

Linha de tênis da marca voltada para corrida, a nova geração da Família Corre foi apresentada com exclusividade e, além dos lançamentos do Corre 3, Corre Grafeno 2 e Corre Vento 2, ganhou um novo e importante integrante, o Corre Trilha, voltado para um dos segmentos que mais tem crescido nos últimos anos. Todos são desenvolvidos no Brasil, com tecnologia nacional, reforçando a missão da marca de democratizar o acesso à alta tecnologia esportiva.

Na ocasião também foram apresentados os novos destinos do Bota pra Correr, projeto proprietário de corrida da marca que convida os corredores a descortinar e descobrir o Brasil através da corrida, acrescido de uma grande novidade: além dos percursos de asfalto, foram incluídos percurso de trilha em ambas as edições. Este ano, a marca vai desbravar dois destinos inéditos: a Costa do Conde, no litoral do Nordeste, em setembro; e o Vale dos Vinhedos, na Serra Gaúcha, em novembro.



[Clique aqui e veja como foi o Corre Show](#)

2ª edição Casa do Corre

Em março, a capital paulista recebeu a inauguração da 2ª edição da Casa do Corre, no Parque Villa-Lobos. Um ponto de encontro da comunidade corredora com uma programação intensa com treinos, testes de produtos, eventos, talk, espaço recovery, exposição de produtos da Família Corre e vestuário de Corrida, guide shop e lançamento de produtos.



Olympikus Corre 3

Dentro da Casa do Corre, a Olympikus, marca própria da Vulcabras, lançou o **Corre 3**, a evolução de um dos melhores tênis de corrida que a marca já fez. Com design ainda mais moderno e mais opções de cores, o modelo contou novamente com um time de especialistas e o apoio do Laboratório de Biomecânica da Universidade de São Paulo (USP) para testes.

O solado tem 8mm de drop e possui a tecnologia de amortecimento Eleva Pro, desenvolvida nos laboratórios de pesquisa da Vulcabras, que garante máxima resposta, mantendo o conforto e a durabilidade. Possui também a tecnologia Gripper e Gripper Plus, uma borracha antiderrapante de alta resistência à abrasão, que proporciona aderência ao solo, dando mais segurança às passadas.

O cabedal é desenvolvido com a tecnologia Oxitec 2.0 bicolor com uma nova composição de fios em sua estrutura, tornando-se ainda mais leve, respirável e com maior conforto térmico.



O Transfer refletivo no puxador traseiro garante a segurança na corrida noturna. Valor de venda: R\$ 499,99.



A marca vem construindo uma relação de co-criação com a comunidade da corrida no Brasil, levando inovação, tecnologia e conhecimento de mercado para os atletas brasileiros e para as corridas de performance.

[Clique no link e saiba mais detalhes sobre o Olympikus Corre 3](#)

UNDER ARMOUR

Under Armour TriBase Reps

Referência em treino e basquete, a Under Armour lançou no primeiro trimestre do ano o **TriBase Reps**, tênis 100% nacional desenvolvido para a categoria de *training*. A gáspea (parte de cima do calçado) é dividida em duas funções: suporte e resistência. Na região do calcanhar uma malha fechada proporciona suporte, na região do antepé uma tela com sobreposição se encarrega de entregar toda resistência necessária para a atividade.



A borracha de tecnologia TriBase™ maximiza o contato com o solo e promove uma maior naturalidade da passada. Valor de venda: R\$ 449,99.



Under Armour Charged Quicker

A categoria de corrida ganhou outro importante produto para compor o portfólio de entrada da marca, o **Charged Quicker**, desenvolvido e fabricado integralmente em solo brasileiro com a tecnologia New Charged Cushioning, que mantém o conforto e a durabilidade durante a performance.

O cabedal em tecido knit garante leveza e respirabilidade. Já a entressola em EVA injetado extremamente leve e de baixa densidade, possui maior memória por ter menor deformação permanente pelo calor (DPC). A sola traz a borracha high abrasion rubber, oferecendo uma ótima tração e mais segurança nas transições. Valor de venda: R\$ 399,99.



Dagger

A marca também renovou seu acordo com Stephen Curry de maneira vitalícia, e lançou no mercado brasileiro o Dagger, seu mais novo tênis para basquete. Com fabricação nacional, o calçado foi pensado para proporcionar mais estabilidade com muito conforto para quem pratica o esporte. A novidade nasceu da coletividade, a partir da convocação dos jogadores que integram o seu time titular de basquete e representam a cultura do basquete nacional. Possui cabedal em mesh oferecendo mais conforto e vem com duas tecnologias na sola de borracha: a UA Micro G, que oferece amortecimento e conforto para melhor desempenho e absorção de impactos, e o UA Anatomix, que entrega o máximo de tração e controle, além de encaixe perfeito e aderência ao piso com estabilidade dos pés durante as mudanças de direções. Valor de venda: R\$ 499,99.



[Clique e veja mais sobre este modelo](#)

ANEXOS

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)

R\$ milhares

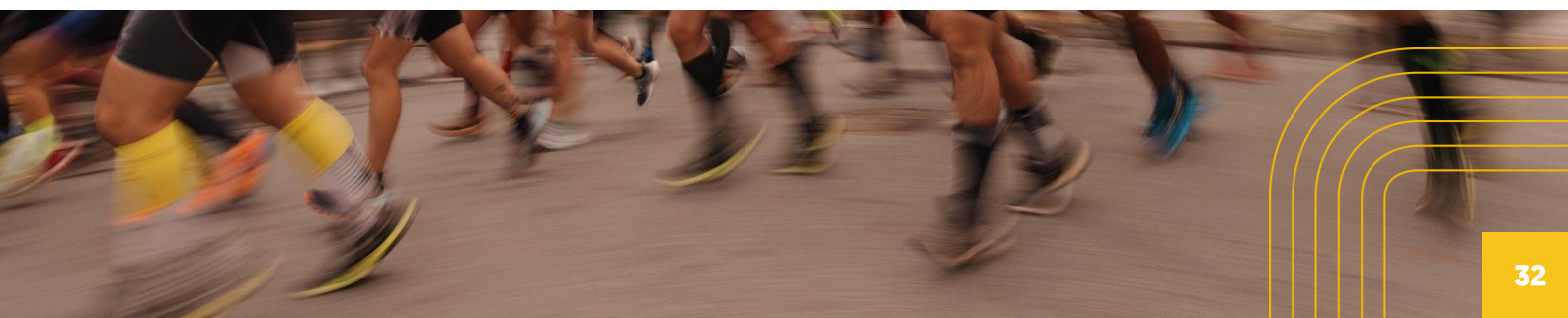
ATIVO	31/03/2023	31/12/2022	PASSIVO	31/03/2023	31/12/2022
Caixa e equivalentes de caixa	374.186	197.197	Fornecedores	173.443	104.925
Aplicações financeiras	4	4	Financiamentos e empréstimos	269.341	283.638
Contas a receber de clientes	620.404	769.457	Passivo de arrendamentos	9.470	8.509
Estoques	715.002	567.831	Impostos a recolher	24.597	19.670
Impostos a recuperar	14.656	18.685	Salários e férias a pagar	53.415	56.139
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	16.303	13.859	Provisões	4.046	3.102
Outras contas a receber	20.465	26.074	Comissões a pagar	20.198	19.538
			Dividendos e lucros a pagar	20.734	20.734
			Outras contas a pagar	38.524	53.716
ATIVO CIRCULANTE	1.761.020	1.593.107	PASSIVO CIRCULANTE	613.768	569.971
Aplicações financeiras	9.158	8.942	Financiamentos e empréstimos	204.553	133.410
Contas a receber de clientes	9.977	5.153	Mútuo com partes relacionadas	18.550	18.448
Impostos a recuperar	200.780	193.504	Passivo de arredamentos	11.857	12.059
Impostos de renda e contribuição social diferidos	13.692	13.591	Provisões	52.474	54.274
Depósitos judiciais	24.450	22.419	Imposto de renda e contribuição social diferido	17.037	17.079
Bens destinados à venda	194	194	Outras contas a pagar	3.470	3.681
Outras contas a receber	1.845	1.934			
REALIZAVEL A LONGO PRAZO	260.096	245.737	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	307.941	238.951
Investimentos	77.567	75.662			
Propriedade para investimento	3	4			
Direito de uso	18.323	18.119			
Imobilizado	390.215	379.031			
Intangível	208.437	209.096			
	694.545	681.912			
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	954.641	927.649	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
			Capital social	1.108.354	1.106.717
			Reservas de capital	-3.413	-1.472
			Reserva de reavaliação	4.136	4.175
			Ajustes de avaliação patrimonial	24.779	25.974
			Reservas de lucros	576.094	576.094
			Lucros Acumulados	83.679	0
			Patrimônio líquido atribuível aos controladores	1.793.629	1.711.488
			Participações de não controladores	323	346
			TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.793.952	1.711.834
TOTAL DO ATIVO	2.715.661	2.520.756	TOTAL DO PASSIVO	921.709	808.922
			TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.715.661	2.520.756

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	1T23	1T22	VAR (%)
R\$ milhares			
Receita líquida de vendas	571.118	477.750	19,5%
Custo das vendas	-345.759	-309.609	11,7%
Lucro bruto	225.359	168.141	34,0%
Margem Bruta	39,5%	35,2%	4,3 p.p.
Despesas com vendas	-99.872	-76.939	29,8%
Perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-3.184	-2.193	45,2%
Despesas administrativas	-32.385	-26.610	21,7%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	1.695	1.959	-13,5%
Resultado da equivalência patrimonial	1.612	0	n/a
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	93.225	64.358	44,9%
Receitas financeiras	20.575	11.644	76,7%
Despesas financeiras	-22.723	-21.318	6,6%
Resultado financeiro líquido	-2.148	-9.674	-77,8%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	91.077	54.684	66,6%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-7.447	-703	959,3%
Resultado líquido do período	83.630	53.981	54,9%
Margem Líquida	14,6%	11,3%	3,3 p.p.
Resultado atribuível aos:			
Acionistas controladores	83.640	53.979	
Acionistas não controladores	-10	2	
Resultado do período	83.630	53.981	
Resultado por ação			
Resultado por ação ordinária - básico	0,3409	0,2196	
Resultado por ação ordinária - diluído	0,3397	0,2174	
Quantidade de ações ao final do exercício			
Quantidade de ação ordinária - básico	245.373.694	245.756.244	
Quantidade de ação ordinária - diluído	246.248.120	248.321.244	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



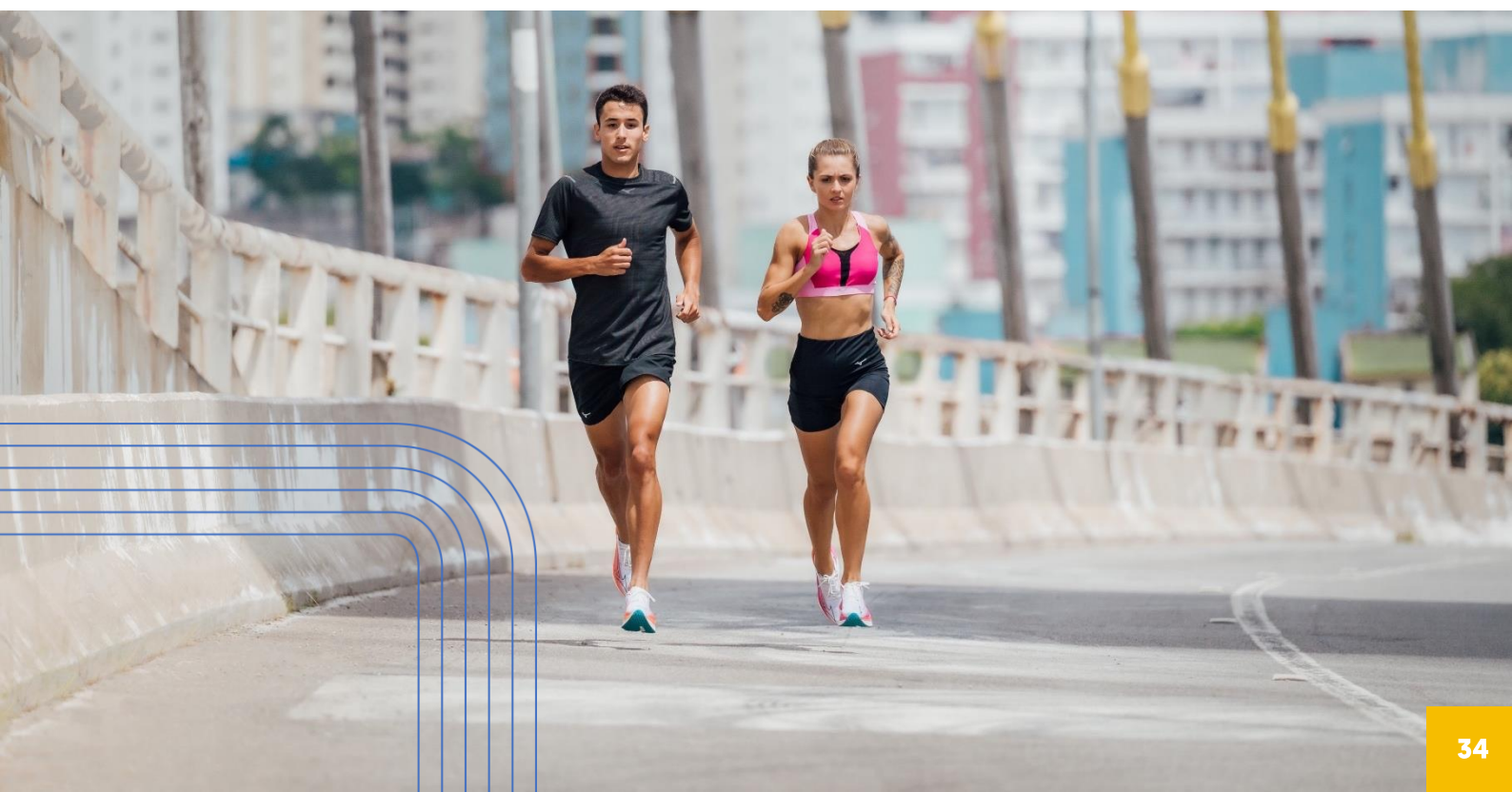
DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	1T23	1T22
R\$ Milhares		
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	83.630	53.981
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	23.726	19.223
Varição na provisão para perdas por valor recuperável no estoque	5.572	-3.209
Juros s/ arrendamentos provisionados	1.230	1.243
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	1.623	4.708
Rendimentos de aplicações financeiras	-258	-235
Varição na provisão para perdas com contingências	1.807	254
Resultado da equivalência patrimonial	-1.612	0
Transação com pagamento baseado em ações	-1.052	-1.194
Perda estimada com crédito de liquidação duvidosa	3.184	2.193
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	11.293	3.906
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferidos	7.447	703
Participação de minoritário	10	-2
Crédito extemporâneos de PIS e COFINS - exclusão do ICMS	-3.288	0
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	0	-1.180
Lucro líquido do período ajustado	133.312	80.391
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	140.101	102.077
Estoques	-152.743	-55.139
Impostos a recuperar	-2.403	4.123
Outras contas a receber	5.698	-4.010
Depósitos judiciais	-2.241	-596
Fornecedores	66.507	18.158
Comissões a pagar	660	912
Impostos a pagar	4.664	0
Impostos e contribuições sociais	0	4.137
Salários e férias a pagar	-2.724	-605
Outras contas a pagar	-15.426	1.875
Provisões	-2.453	-895
Variações nos ativos e passivos	39.640	70.913
Caixa proveniente das (utilizada nas) atividades operacionais	172.952	151.304
Juros pagos	-5.615	-4.240
Pagamento de Juros de arrendamento	-557	-544
Impostos pagos sobre o lucro	-6.963	-2.963
	-13.135	-7.747

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	1T23	1T22
R\$ Milhares		
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	159.817	143.557
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento		
Aquisições de imobilizado	-29.861	-38.496
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	42	36
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	118	429
Aquisições de intangível	-20	-769
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimento	-29.721	-38.800
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	77.262	3.831
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-28.433	-10.875
Aumento de capital em controladas	1.637	0
Aquisição de ações em tesouraria	-889	0
Pagamento de passivos de arrendamentos	-3.182	-2.642
Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado) nas Atividades de Financiamento	46.395	-9.686
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	176.491	95.071
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	197.197	114.635
Varição cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	498	892
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	374.186	210.598
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	176.491	95.071

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.





INSTITUCIONAL

Vulcabras atua há 70 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, 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 18,0 mil colaboradores.

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



AUDITORIA INDEPENDENTE

AUDITORES INDEPENDENTES

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

Para os serviços referentes à revisão de 31 de março de 2023 (1T23) foram desembolsados honorários de aproximadamente R\$ 195,9 mil.

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA

De acordo com o artigo 25, parágrafo 1º, item 5 da Instrução CVM nº 480/09, o Conselho de Administração, em reunião realizada em 02/05/2023 declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis da Vulcabras S.A. do 1º trimestre de 2023 e com o relatório de revisão dos auditores independentes sobre as informações financeiras trimestrais individuais e consolidadas.

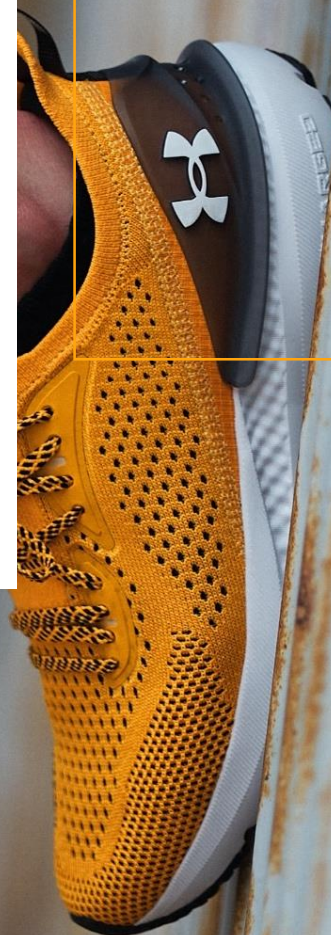
ADMINISTRAÇÃO

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
Paulo Sérgio da Silva	Conselheiro Independente
Rafael Ferraz Dias de Moraes	Conselheiro Independente

COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA

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



**APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS**

1

T

3

2

VULCABRAS
vivemos para o esporte