



APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS

VULCABRAS
vivemos para o esporte

Jundiaí, 03 de Maio de 2022 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do primeiro trimestre de 2022 (1T22). As informações operacionais e financeiras da Companhia são apresentadas com base em números consolidados e em milhões de reais, elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com os padrões contábeis internacionais (CPC21 e IAS 34). Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do primeiro trimestre de 2022, comparado ao mesmo período de 2021, exceto quando especificado de forma diversa.

DESTAQUES

VOLUME BRUTO

6,4 milhões de pares/peças no 1T22, aumento de **26,5%** em relação ao 1T21.

MARGEM BRUTA

35,2% no 1T22, aumento de **1,2 p.p.** quando comparada com o 1T21.

RECEITA LÍQUIDA

R\$ 477,7 milhões no 1T22, aumento de **53,2%** em relação ao 1T21.

RESULTADO DO PERÍODO

R\$ 54,0 milhões no 1T22, aumento de **269,9%** em relação ao resultado de **R\$ 14,6 milhões** apresentados no 1T21.

LUCRO BRUTO

R\$ 168,1 milhões no 1T22, aumento de **58,4%** em contraste com o 1T21.

EBITDA

R\$ 83,6 milhões no 1T22, crescimento de **124,1%** em comparação aos **R\$ 37,3 milhões** no 1T21.

Cotação VULC3 (31/03/2022)

R\$ 9,98

Quantidade de ações

**Ordinárias:
245.756.244**

Valor de mercado

R\$ 2,5 bilhões

Relação com Investidores

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

Videoconferência

**04/05/2022 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

Mantendo a tendência de alta dos últimos sete trimestres, os resultados da Vulcabras no 1T22 registraram novo recorde. A receita líquida cresceu 53% na comparação com o mesmo período de 2021, alcançando faturamento de R\$ 477 milhões e lucro líquido de R\$ 54 milhões – um aumento de 270%. Foi o melhor primeiro trimestre na história da Companhia. O Ebitda (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) chegou à marca de R\$ 84 milhões, um aumento de 124% frente ao ano anterior.

O desempenho financeiro da Companhia no 1T22 foi embasado pelo crescimento estruturado das três marcas esportivas que compõem o portfólio da Vulcabras e que são hoje a principal alavanca de negócios da Empresa: Olympikus, líder de mercado em volume de vendas; Under Armour, marca referência em training, e Mizuno, com 25 anos de Brasil e agora com a coleção de produtos nacionais 100% desenvolvida pela Companhia desde janeiro de 2022. A chegada da Mizuno ao portfólio em 2021 ampliou o mix de marcas esportivas, consolidando o processo de transformação estratégica com foco no mercado esportivo iniciado pela organização há três anos.

Para suportar o crescimento e oferecer às marcas da Companhia as melhores tecnologias esportivas e maior capacidade industrial, a Vulcabras inaugurou em março deste ano a expansão da fábrica de Horizonte (CE), que, após investimento de R\$ 105 milhões, ganhou mais 7.000 m², passando para 120.000 m² dedicados à produção de calçados.

Além do crescimento de 51% da divisão de calçados, a Companhia também avançou no canal de venda direta. A receita líquida da área de e-commerce saltou de R\$ 6,6 milhões no 1T21 para R\$ 22,8 milhões, uma elevação de mais de 245%. Em 2021, a empresa inaugurou um Centro de Distribuição de 11.500 m² em Extrema (MG). Antes a operação de e-commerce era terceirizada e a mudança permitiu à Vulcabras ter controle completo da operação logística – o que reduziu o prazo médio de entrega de 5 para 2,4 dias.

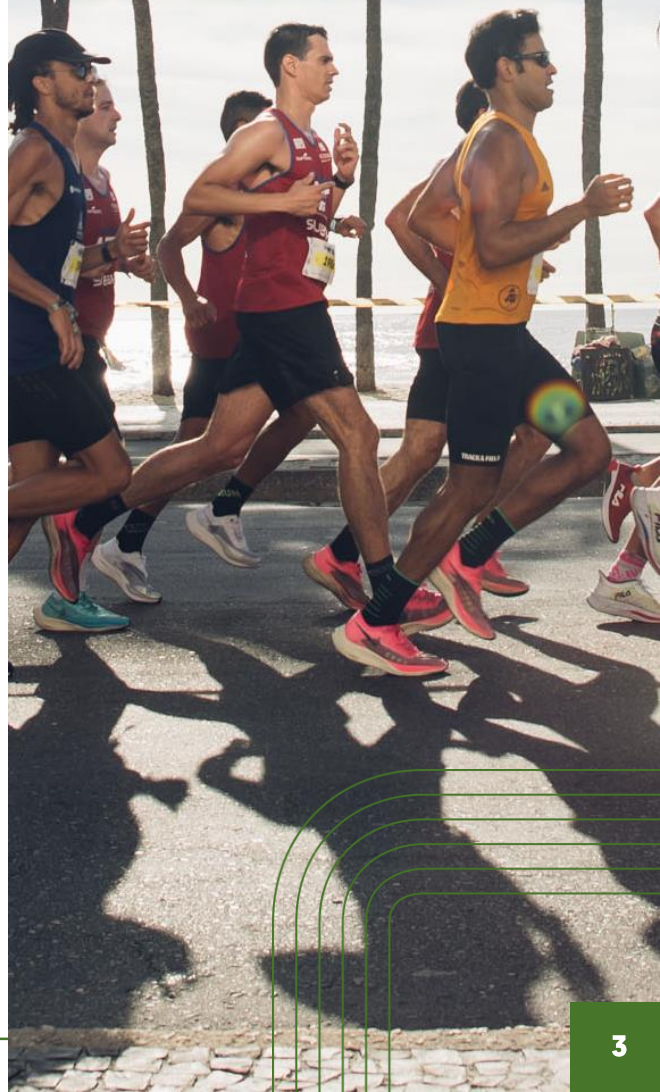
Outro destaque do 1T22 foram as vendas para o mercado externo, principalmente para a Argentina, que cresceram 110% - de R\$ 31,4 milhões para R\$ 66,0 milhões, representando 13,8% da receita do trimestre, enquanto que as vendas de vestuário e acessórios esportivos cresceram 144% – o que fez a divisão de vestuário passar de 6,4% para 10,2% na representação da receita da Companhia, comparando o 1T21 ao 1T22.

A composição de marcas da Companhia, seja na divisão de calçados ou vestuário, oferece soluções para todos os perfis de consumidor, o que dá à Companhia flexibilidade para buscar os melhores resultados, independentemente do cenário econômico. Além disso, o diferencial de ser uma organização verticalizada e ter uma indústria “dentro de casa”, via um modelo de negócio ágil e flexível, confere capacidade de adaptação e agilidade na resposta diante de mudanças de mercado.

O portfólio de marcas da Vulcabras permite entregar uma ótima solução para o consumidor, seja em um cenário positivo ou adverso. E mesmo enfrentando desafios de produção por conta da variante Ômicron, as decisões acertadas dos últimos anos nos permitiram crescer de forma sustentável e construir bases sólidas para continuar crescendo.



Mantendo a tendência de alta dos últimos sete trimestres, os resultados da Vulcabras no 1T22 registraram novo recorde.



DESEMPENHO CONSOLIDADO

R\$ milhões	1T22	1T21	VAR. 1T22 vs 1T21
Volume (milhões pares/peças)	6,4	5,1	26,5%
Receita Operacional Bruta	549,4	371,6	47,8%
Receita Líquida	477,7	311,9	53,2%
Mercado Interno	411,7	280,5	46,8%
Mercado Externo	66,0	31,4	110,2%
Lucro Bruto	168,1	106,1	58,4%
Margem Bruta	35,2%	34,0%	1,2 p.p.
Despesas Operacionais	105,7	82,7	27,8%
EBITDA Contábil	83,6	37,3	124,1%
Margem EBITDA	17,5%	12,0%	5,5 p.p.
EBITDA Recorrente	83,6	37,3	124,1%
Margem EBITDA recorrente	17,5%	12,0%	5,5 p.p.
Resultado líquido do período	54,0	14,6	269,9%
Resultado líquido do período RECORRENTE	54,0	14,6	269,9%



VOLUME BRUTO

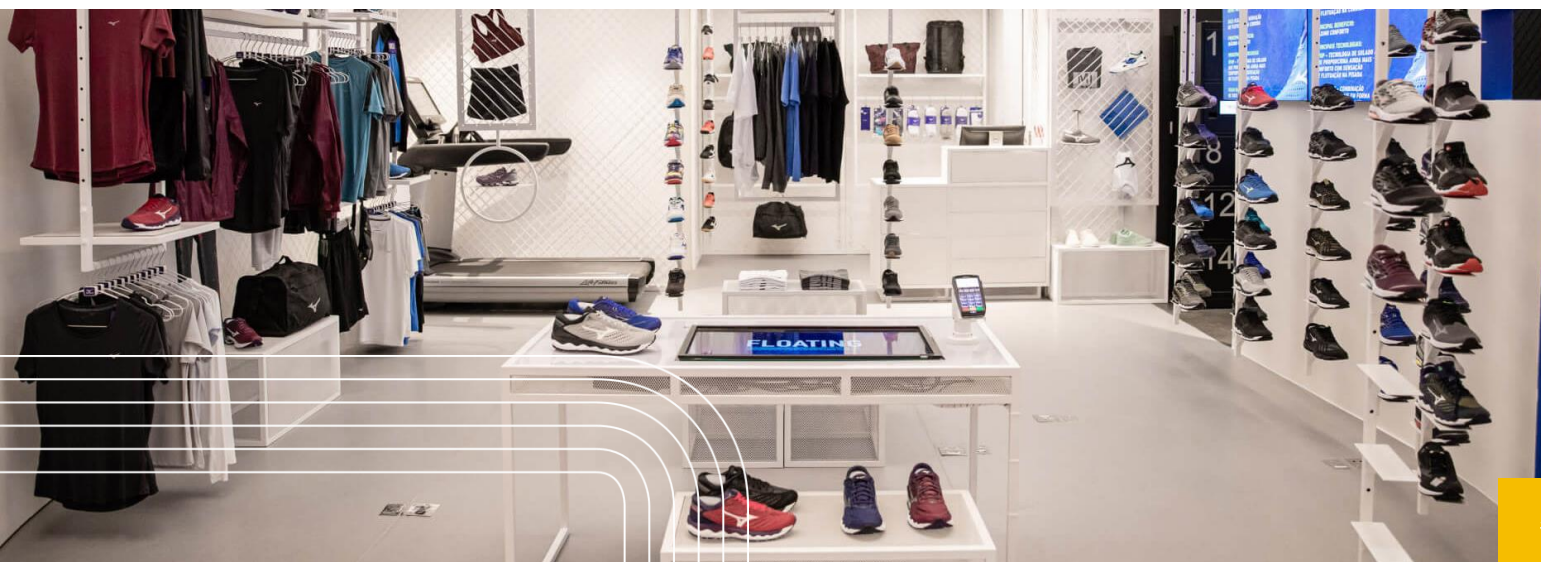
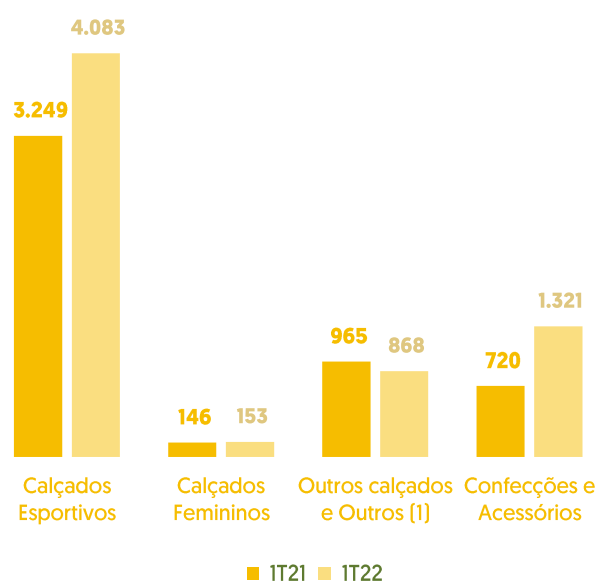
No 1T22, o volume bruto faturado totalizou 6,4 milhões de pares/peças, aumento de 26,5%, comparado aos 5,1 milhões de pares/peças do 1T21.

As categorias esportivas, calçados e confecções, seguiram apresentando ótimo desempenho nesse 1T22 e apresentaram robusto crescimento na comparação com o mesmo período do ano anterior. Na comparação dos períodos os destaques foram os seguintes;

- (i) Em Calçados Esportivos houve crescimento de 25,7% com as três marcas apresentando acréscimos. Os destaques ficaram para os expressivos crescimentos das marcas Mizuno e Under Armour que seguem em ritmo acelerado de expansão.
- (ii) Aumento em Calçados Femininos de 4,8% embora a comercialização desses calçados tenha sido descontinuada no mercado interno. O volume comercializado se refere aos produtos vendidos na subsidiária do Peru que segue atuando na comercialização desses calçados sendo abastecida por intermédio da atual licenciada da marca Azaleia;
- (iii) Redução de 10,1% em Outros Calçados e Outros, principalmente pela redução na comercialização das botas de uso profissional devido a redução da demanda desse tipo de artigo no início do ano;
- (iv) Aumento de 83,5% em Confecções e Acessórios, em virtude à forte expansão observada nas três marcas com especial destaque para o seguimento de acessórios devido principalmente a retomada das aulas presenciais.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL – 1T22 VS 1T21

Pares e Peças (Mil)	1T22	Partic. %	1T21	Partic. %	Var. % 1T22/1T21
Calçados Esportivos	4.083	63,6%	3.249	64,0%	25,7%
Calçados Femininos	153	2,4%	146	2,8%	4,8%
Outros calçados e Outros ⁽¹⁾	868	13,4%	965	19,0%	-10,1%
Confecções e Acessórios	1.321	20,6%	720	14,2%	83,5%
Total	6.425	100,0%	5.080	100,0%	26,5%



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA: CATEGORIA

No 1T22, a receita líquida foi de R\$ 477,7 milhões com aumento de 53,2% sobre os R\$ 311,9 milhões do 1T21.

No 1º trimestre de 2022 a Companhia manteve o forte ritmo de crescimento observado nos trimestres anteriores. Todas as marcas continuaram sendo altamente demandadas, apesar do menor ritmo de consumo no varejo. A carteira de pedidos para o período foi sendo rapidamente constituída desde a apresentação das novas coleções de produtos destinados a comercialização no 1º semestre do ano que ocorreu no final do mês de outubro de 2021.

A receita de Calçados Esportivos no 1T22 apresentou aumento de 51,1% sobre o mesmo período de 2021. O incremento da receita no 1T22 na comparação com o 1T21 se deve ao robusto crescimento em todas as marcas, com destaque para os tênis Mizuno que nesse ano estiveram presentes desde o início do trimestre com a comercialização da 1ª coleção totalmente desenvolvida pela Companhia.

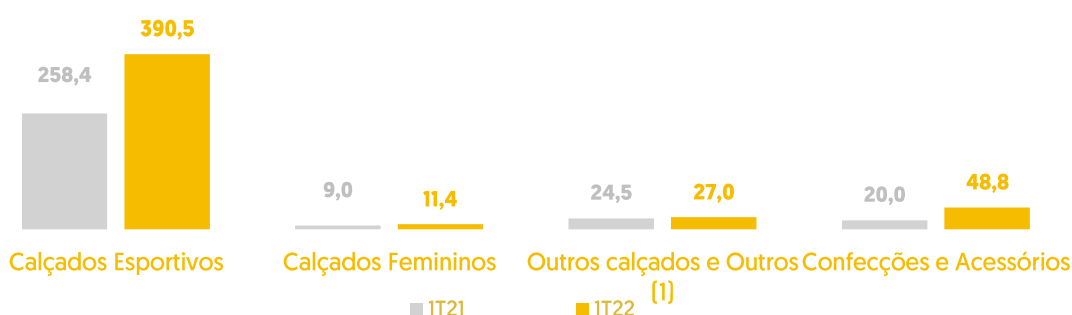
A categoria de Calçados Femininos apresentou aumento de 26,7% em relação ao mesmo momento do ano de 2021. O incremento de receita nessa categoria se deve ao crescimento das vendas na subsidiária do Peru que segue atuando na comercialização desses calçados, sendo abastecida por intermédio da atual licenciada da marca Azaleia.

A categoria de Confeções e Acessórios apresentou aumento de 144,0% em relação ao 1T21. Todas as marcas apresentaram expressivos crescimentos nesse trimestre. A categoria de vestuários e acessórios representa uma importante avenida de crescimento e vem recebendo investimentos na expansão das estruturas comercial e desenvolvimento para alicerçar esse potencial crescimento.

A categoria de outros calçados e outros apresentou aumento de 10,2% em relação ao 1T21. O crescimento de receita dessa categoria se deve a performance positiva dos chinelos Olympikus e Under Armour, embora tenham sido ofuscadas pela retração nas vendas de botas profissionais.

RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 1T22 VS 1T21

R\$ Milhões	1T22	Partic. %	1T21	Partic. %	Var. % 1T22/1T21
Calçados Esportivos	390,5	81,7%	258,4	82,8%	51,1%
Calçados Femininos	11,4	2,4%	9,0	2,9%	26,7%
Outros calçados e Outros ⁽¹⁾	27,0	5,7%	24,5	7,9%	10,2%
Confeções e Acessórios	48,8	10,2%	20,0	6,4%	144,0%
Receita Líquida Total	477,7	100,0%	311,9	100,0%	53,2%



¹Chinelos, botas e componentes para calçados.

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA: MERCADOS

A receita líquida do 1T22 no mercado interno totalizou R\$ 411,7 milhões, com aumento de 46,8% em relação ao 1T21, quando foi de R\$ 280,5 milhões. No mercado externo, a receita líquida no 1T22 resultou em R\$ 66,0 milhões, apresentando aumento de 110,2% sobre os R\$ 31,4 milhões registrados no 1T21.

No mercado interno, quando comparado ao 1T21, o acréscimo se deve principalmente ao aumento nas categorias de calçados esportivos e confecções e acessórios, e que foram impactadas negativamente pela redução na categoria de outros calçados e outros.

As vendas diretas ao mercado externo apresentaram expressivo crescimento quando comparadas ao 1T21. As categorias de calçados esportivos e chinelos Olympikus foram as responsáveis pela robusta expansão nas vendas na comparação com a receita aferida no 1T21.

Nas vendas da filial do Peru foi observado crescimento na receita em relação ao mesmo período do ano anterior. Convém ressaltar que as vendas no 1T21 foram fortemente impactadas pelas medidas restritivas de combate ao Covid19, no 1T22 não houve interrupções e as operações de varejo fluíram normalmente naquele País.



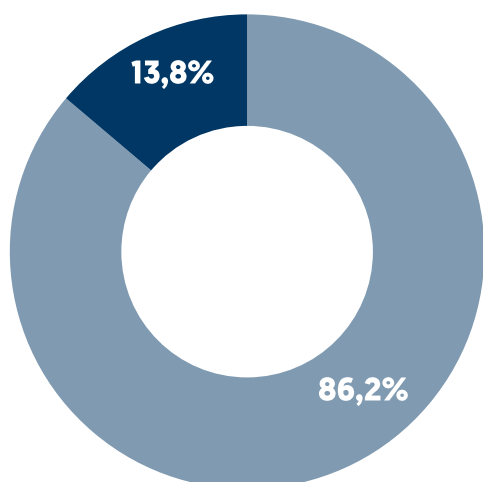
Foi o melhor primeiro trimestre na história da Companhia.



RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 1T22 VS 1T21

R\$ Milhões	1T22	Partic. %	1T21	Partic. %	Var. % 1T22/1T21
Mercado Interno	411,7	86,2%	280,5	89,9%	46,8%
Mercado Externo	66,0	13,8%	31,4	10,1%	110,2%
Receita Líquida Total	477,7	100,0%	311,9	100,0%	53,2%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 1T22



■ Mercado interno

■ Mercado externo



E-commerce

No 1T22, o *e-commerce* com as marcas da Companhia manteve a tendência de expansão e apresentou crescimento de 245,5% em relação ao mesmo período do ano anterior.

O robusto crescimento desse canal se deve a forte expansão das vendas das marcas Olympikus e Under Armour e ao incremento de receita com a marca Mizuno.

As vendas on-line da marca Mizuno passaram a compor o portfólio da Companhia a partir do mês de março de 2021. A constância de crescimento nesse canal corrobora com a assertividade dos investimentos realizados na implantação do novo centro de distribuição exclusivo para suportar as operações desse canal a fim de alicerçar o seu crescimento.

Como participação da receita, o *e-commerce* representou 4,8% no 1T22, aumento de 2,7 p.p. na comparação com os 2,1% do 1T21.

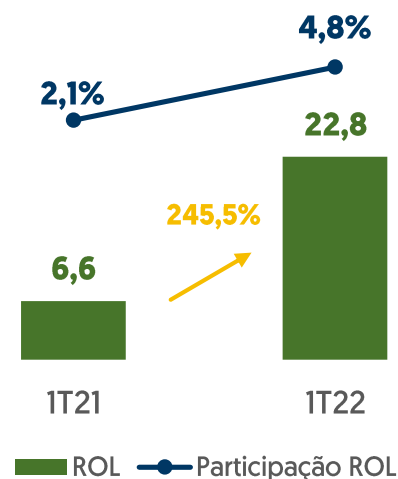


A receita líquida da área de *e-commerce* saltou de R\$ 6,6 milhões no 1T21 para R\$ 22,8 milhões, uma elevação de mais de 245%.



RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	1T22	1T21	Var. % 1T22/1T21
Receita Líquida Total	22,8	6,6	245,5%
Participação ROL %	4,8%	2,1%	2,7 p.p



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

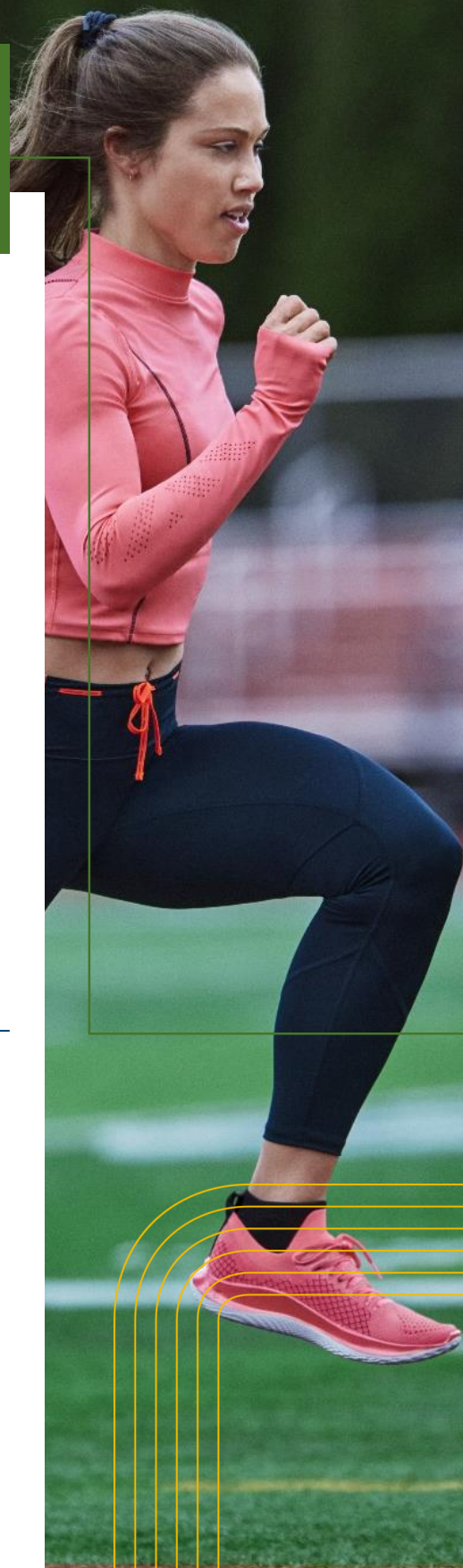
No 1T22, como percentual da receita líquida de vendas o custo dos produtos vendidos representou 64,8%, frente aos 66,0% registrados no mesmo período de 2021.

Durante todo o 1º trimestre de 2022 as fábricas da Companhia operaram com sua ocupação plena. Nesse trimestre houve o início da produção da 1ª coleção de calçados Mizuno totalmente desenvolvida pela Companhia e amplamente adaptada aos seus processos produtivos.

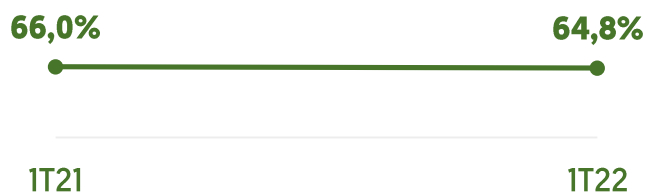
A previsibilidade dos planos de produção devido a robusta carteira de pedidos, ajudou a manter a eficiência produtiva nos níveis planejados apesar de ser observado a alta nos índices de absenteísmo nos meses de janeiro e fevereiro devido a chegada da variante Ômicron ao Brasil.

A continuidade da pressão nos custos devido ao impacto da alta nos preços de algumas matérias-primas ainda foi observada em mais esse 1º trimestre de 2022. A alta nos custos logísticos internacional também afetou os custos dos artigos importados para revenda, atingindo principalmente a categoria de vestuário e acessórios.

Nesse trimestre houve a inauguração de um novo pavilhão industrial no complexo do Ceará, com mais de 7 mil m² de área construída e totalmente climatizado, que abrigará a expansão do parque fabril de máquinas retilíneas destinado a produção de cabedais com a utilização da tecnologia “knit”.



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (% CPV/ROL)





LUCRO BRUTO

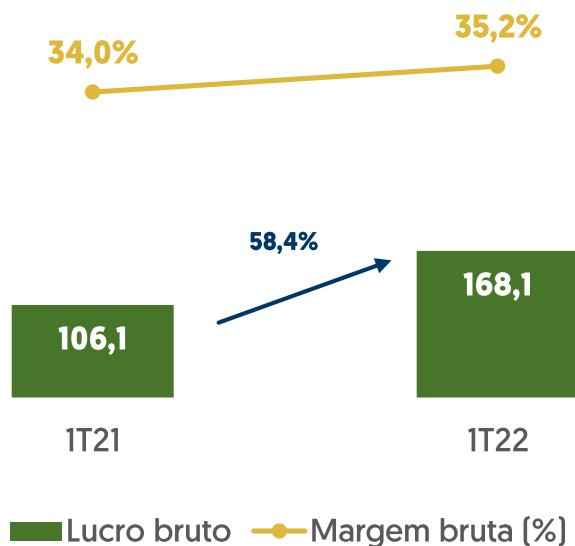
O lucro bruto do 1T22 foi de R\$ 168,1 milhões, aumento de 58,4% em relação aos R\$ 106,1 milhões registrados no 1T21. A margem bruta foi de 35,2% no 1T22, 1,2 p.p. acima dos 34,0% verificados no 1T21.

O impacto positivo trazido aos custos devido ao grande volume produzido e comercializado no 1T22, propiciou a melhora na margem bruta, mesmo com o impacto negativo nos custos devido à alta nos índices de absenteísmo e também nos preços de algumas matérias primas e produtos para revenda.

O crescimento de 1,2 p.p na margem bruta aferida no 1T22 em relação a mesma margem bruta obtida no 1T21, mesmo diante das dificuldades impostas pelo cenário desafiador desse 1º trimestre do ano, demonstra a consistência e a robustez do modelo de negócio da Companhia.

A composição de marcas da Companhia oferece soluções para todos os perfis de consumidor.

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



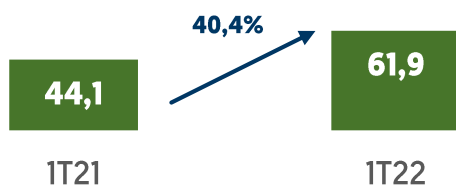
DESPESAS COM VENDAS E PROPAGANDA

As despesas com vendas e propaganda no 1T22 registraram um total de R\$ 79,1 milhões, aumento de 41,8% em comparação ao 1T21.

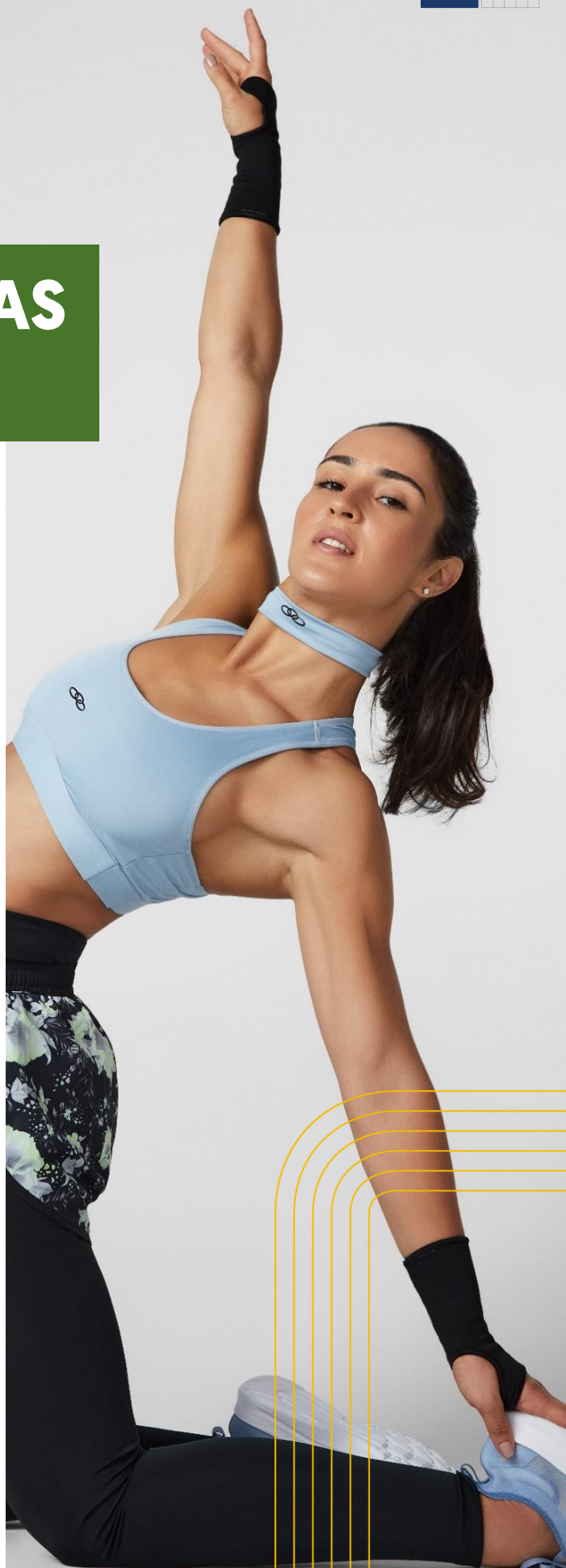
As despesas com vendas (ex-propaganda) apresentaram aumento de 40,4% no 1T22, sobre as despesas apresentadas no 1T21. Foram registrados R\$ 61,9 milhões no 1T22, versus R\$ 44,1 milhões do 1T21. Como participação da receita, as despesas com vendas (ex-propaganda) representaram 13,0% no 1T22, comparado aos 14,1% do 1T21, perfazendo um decréscimo de 1,1 p.p. sobre o mesmo período do ano anterior.

O comportamento das despesas variáveis se manteve dentro da normalidade apresentando crescimento nominal devido a expansão da receita, sendo a única exceção a rubrica de royalties que apresentou crescimento relativo devido ao aumento da participação das marcas licenciadas no total das receitas. Nas despesas comerciais fixas apesar do aumento nominal, houve a redução da participação relativa devido a captura das sinergias com o crescimento de todas as marcas.

DESPESAS COM VENDAS (Ex – propaganda)



■ Despesas com Vendas — % Receita líquida

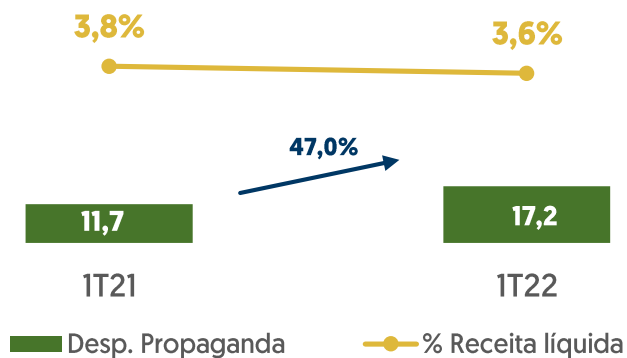




No 1T22, as despesas com propaganda e marketing somaram R\$ 17,2 milhões, com aumento de 47,0% sobre os R\$ 11,7 milhões do 1T21.

A participação das despesas com propaganda e marketing sobre a receita líquida representou 3,6% no 1T22, comparado aos 3,8% no 1T21. No 1T22, a Companhia seguiu intensificando as ações de campo que se concentraram no reforço dos materiais de ponto de venda para a melhor exposição dos produtos e, também, promovendo eventos como o lançamento oficial do Olympikus Corre Grafeno, que contou com 100 convidados, entre clientes, imprensa e influenciadores, para testarem o Corre Grafeno correndo em uma pista de aeroporto, no Campo de Marte, em São Paulo (SP).

DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING

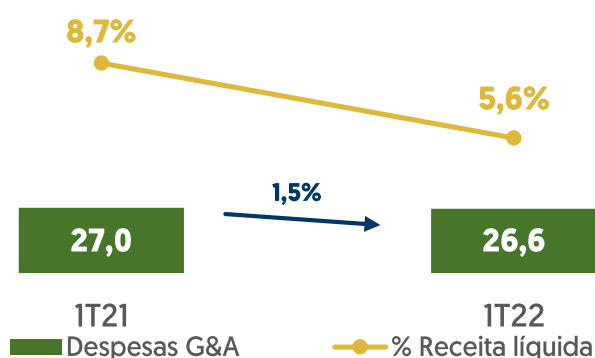


DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

As despesas gerais e administrativas foram de R\$ 26,6 milhões no 1T22 apresentando redução de 1,5% em comparação ao 1T21. Em percentual sobre a receita líquida, ocorreu redução de 3,1 p.p., saindo de 8,7% no 1T21 para 5,6% no 1T22.

No trimestre foi observado o equilíbrio das despesas administrativas. As despesas com pessoal e serviços de terceiros apresentaram reduções, que foram parcialmente compensados pelo incremento nos gastos de informática/telecomunicações.

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS



OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No 1T22, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas resultaram em uma receita de R\$ 2,0 milhões diante de uma despesa de R\$ 1,0 milhão registrada no 1T21.

OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

R\$ Milhões	1T22	1T21	Var. % 1T22/1T21
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	2,0	-1,0	-300,0%

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

O resultado financeiro líquido no 1T22 registrou uma despesa de R\$ 9,7 milhões, em comparação ao mesmo período de 2021, que foi de uma também despesa de R\$ 5,7 milhões. Na comparação do 1T22 versus 1T21 as principais variações foram observadas no aumento dos juros pagos, devido à alta nas taxas de juros ao longo dos últimos meses e, na variação cambial passiva devido à apreciação do Real ao longo desse trimestre.

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

R\$ Milhões	1T22	1T21	Var. % 1T22/1T21
Estrutura de capital	-10,4	-6,7	55,2%
Operacionais	-2,1	-1,7	23,5%
Cambiais	-8,8	-5,6	57,1%
Despesas Financeiras	-21,3	-14,0	52,1%
Estrutura de capital	4,0	1,2	233,3%
Operacionais	3,2	2,1	52,4%
Cambiais	4,4	5,0	-12,0%
Receitas Financeiras	11,6	8,3	39,8%
Resultado Financeiro Líquido	-9,7	-5,7	70,2%

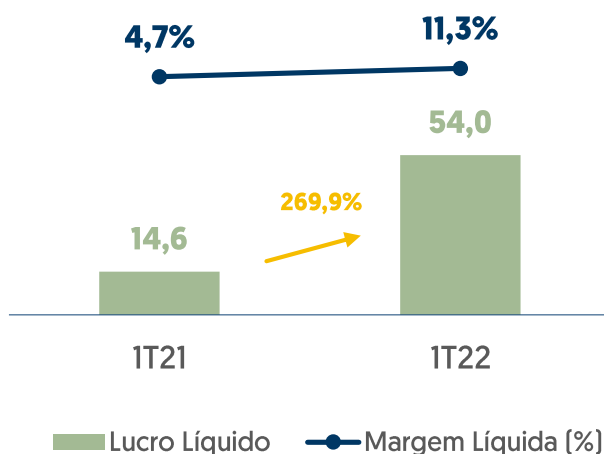
LUCRO LÍQUIDO



O lucro líquido do 1T22 foi de R\$ 54,0 milhões e representou um acréscimo de 269,9% sobre o resultado de R\$ 14,6 milhões no 1T21. A margem líquida atingiu 11,3% no 1T22, acréscimo de 6,6 p.p., em comparação aos 4,7% alcançados no 1T21.

A melhora na margem líquida se deve principalmente ao ganho apresentado no lucro bruto em virtude da melhor performance operacional e, também, pela maior diluição das despesas operacionais fixas devido ao expressivo crescimento das receitas e, que foram parcialmente ofuscados pela elevação das despesas financeiras.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

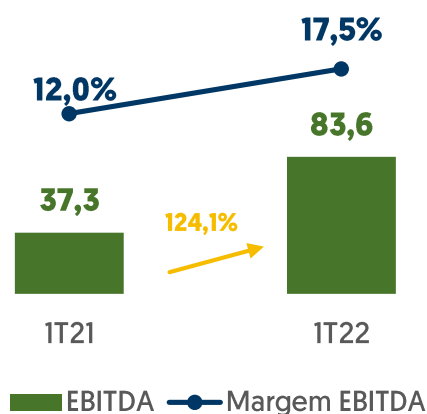


EBITDA

No 1T22, o EBITDA foi de R\$ 83,6 milhões, apresentando crescimento de 124,1%, em contraposição aos R\$ 37,3 milhões obtidos no 1T21. A margem EBITDA aumentou 5,5 p.p., atingindo 17,5% no 1T22, ante 12,0% do 1T21.

A robusta elevação das vendas, aliada a melhora das margens operacionais e o controle rígido das despesas fixas, resultaram na expressiva elevação do Ebitda.

EBITDA 1T2 vs. 1T21



ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)

O retorno sobre capital investido – ROIC¹ – anualizado atingiu 21,7% no 1T22 - LTM (últimos doze meses encerrados em 31/03/2022), o qual representa aumento de 0,3 p.p. sobre o resultado de 21,4% obtido em 31/12/2021.

ROIC	2019	2020	2021	1T22
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	143,1	31,6	313,8	353,2
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(5,1)	0,1	(12,5)	(8,5)
NOPAT	138,0	31,7	301,3	344,7
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	43,1	311,6	361,3	358,7
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(62,2)	(158,6)	(114,6)	(210,6)
(-) Aplicações Financeiras	(2,8)	(90,5)	(10,3)	(10,5)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	16,9	17,6	18,0	18,1
(+) Patrimônio Líquido	1.087,4	1.125,4	1.356,6	1.405,6
Total Capital Investido	1.082,4	1.205,5	1.611,0	1.561,3
Média de Capital Investido no período⁽¹⁾	1.014,5	1.144,0	1.408,2	1.586,1
ROIC anualizado⁽²⁾	13,6%	2,8%	21,4%	21,7%

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC-ajustado³) anualizado atingiu 25,8% no 1T22 - LTM (últimos doze meses encerrados em 31/03/2022), com redução de 0,2 p.p. sobre o resultado de 26,0% obtido em 31/12/2021.

ROIC AJUSTADO	2019	2020	2021	1T22
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	143,1	31,6	313,8	353,2
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(5,1)	0,1	(12,5)	(8,5)
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(0,3)	2,0	(3,1)	(4,2)
NOPAT (Ajustado)	137,7	33,7	298,2	340,5
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	43,1	311,6	361,3	358,7
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(62,2)	(158,6)	(114,6)	(210,6)
(-) Aplicações Financeiras	(2,8)	(90,5)	(10,3)	(10,5)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	16,9	17,6	18,0	18,1
(-) Ágio da Compra	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(62,0)	(60,0)	(69,4)	(70,0)
(+) Patrimônio Líquido	1.087,4	1.125,4	1.356,6	1.405,6
Total Capital Investido Ajustado	822,2	947,3	1.343,4	1.293,1
Média de Capital Investido no período⁽¹⁾	754,3	884,8	1.145,4	1.318,3
ROIC Ajustado anualizado⁽³⁾	18,2%	3,8%	26,0%	25,8%

ROIC: Return on invested capital. Em português, retorno sobre o capital investido.

[1] Média do capital investido do final deste período e do final do ano anterior.

[2] Cálculo ROIC: NOPAT dos últimos 12 meses dividido pelo capital investido médio.

[3] O ROIC Ajustado é uma medida não contábil calculada dividindo-se NOPAT Ajustado (definido como o lucro (prejuízo) líquido acrescido do resultado financeiro líquido deduzido da equivalência patrimonial e o resultado de operações descontinuadas), dividido pelo Capital Investido médio ajustado. O Capital Investido Ajustado é definido como a soma do capital próprio (patrimônio líquido) e a Dívida Líquida (conforme definido abaixo), deduzido do ágio registrado no intangível e o investimento em sociedades não controladas.





CAPEX

No 1T22, foram investidos R\$ 40,6 milhões em imobilizado e intangível. Em imobilizado foram investidos R\$ 39,8 milhões redução de 15,3% em relação ao valor investido no 1T21. O investimento no intangível do 1T22 foi de R\$ 0,8 milhão.

Os investimentos realizados neste trimestre se devem majoritariamente a expansão física no parque fabril do Ceará, com a construção de um novo pavilhão com mais de 7 mil m² para acomodar o aumento do parque de teares retilíneos destinados a confecção dos cabedais Knit.

ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

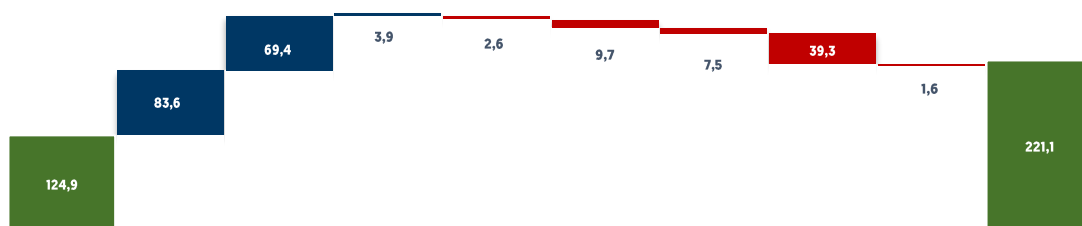
R\$ Milhões	1T22	1T21	Var. % 1T22/1T21
Moldes	7,0	13,0	-46,2%
Máquinas e Equipamentos	14,7	24,8	-40,7%
Instalações	1,7	3,1	-45,2%
Outros	16,4	6,1	168,9%
Imobilizado	39,8	47,0	-15,3%
Software	0,8	1,2	-33,3%
Cessão Direito	0,0	0,0	0,0%
Outros	0,0	0,0	0,0%
Intangível	0,8	1,2	-33,3%
Total Geral	40,6	48,2	-15,8%

FLUXO DE CAIXA

A variação de caixa no 1T22 foi positiva em R\$ 96,2 milhões. A variação apresentada foi constituída essencialmente pelos seguintes eventos:

- (i) EBITDA de R\$ 83,6 milhões;
- (ii) Diminuição no passivo bancário em R\$ 2,6 milhões;
- (iii) Variação entra Ativos/Passivos de Longo Prazo de R\$ 7,5 milhões,
- (iv) Investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 39,3 milhões,
- (v) Diminuição da necessidade de capital de giro de R\$ 69,4 milhões.

FLUXO DE CAIXA – 1T22



Caixa Inicial (+) Aplicações EBITDA Diminuição da necessidade de Capital de Giro Outras Receitas 1 Diminuição do Passivo Bancário Resultado Financeiro Variação entra Ativos/Passivos de Longo Prazo Investimentos em Imobilizado e Intangível Outras Despesas 2 Caixa Final (+) Aplicações

(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

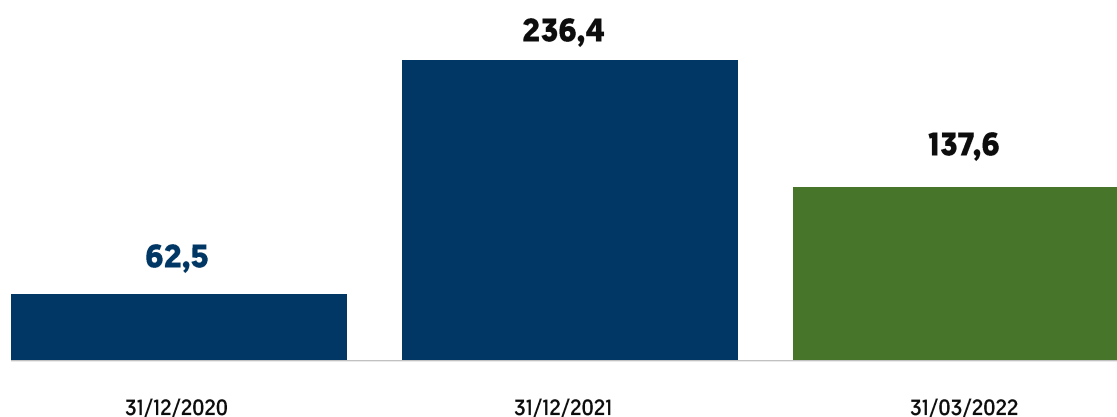
Em 31/03/2022, a Companhia apresentava dívida líquida de R\$ 137,6 milhões, sendo 41,8% inferior a observada no encerramento de 31/12/2021.

A diminuição do endividamento se deu pela geração de caixa em virtude da redução do capital circulante proporcionada pela redução das contas a receber de clientes e pela expansão dos fornecedores a pagar e, que tiveram como contraponto a elevação dos estoques devido principalmente ao reconhecimento contábil das mercadorias que já haviam sido faturadas e já despachadas no encerramento do trimestre, mas que ainda não haviam sido entregues aos respectivos clientes.

DÍVIDA LÍQUIDA

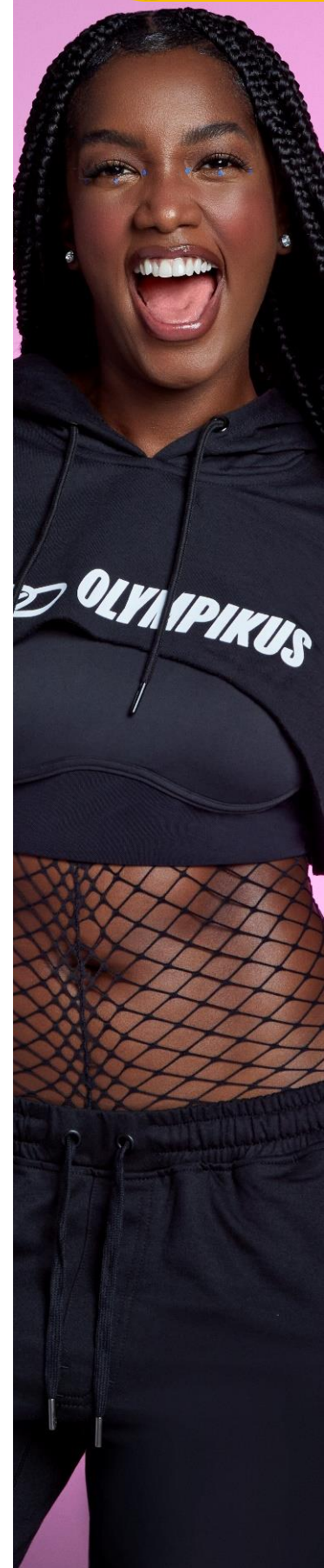
R\$ Milhões	31/12/2020	31/12/2021	31/03/2022	Var. % 31/03/2022 / 31/12/2021
Financiamentos e empréstimos	311,6	361,3	358,7	-0,7%
Caixa e equivalentes de caixa	158,6	114,6	210,6	83,8%
Aplicações financeiras	90,5	10,3	10,5	1,9%
Dívida Líquida	62,5	236,4	137,6	-41,8%

EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA



DÍVIDA BRUTA POR MOEDA

R\$ Milhões	31/12/2021	31/03/2022	Var. % 31/03/2022 / 31/12/2021
Moeda Nacional	353,2	348,9	-1,2%
Moeda Estrangeira	8,1	9,8	21,0%
Total Financiamentos e Empréstimos	361,3	358,7	-0,7%



GESTÃO DE MARCAS

Em 2021 a Vulcabras passou a focar no mercado de artigos esportivos, e com inclusão da Mizuno no portfólio de marcas da Companhia, que já contava com Olympikus e Under Armour, se tornou a maior gestora de marcas esportivas do Brasil.

Como resultado, a Companhia vem apresentando nos últimos trimestres resultados históricos com crescimento de todas as suas marcas em todos os canais, com cada marca seguindo sua estratégia de posicionamento no mercado nacional, com foco em consumidores complementares oferecendo um mix de sortimento que atende todos os perfis de atleta.

Neste primeiro trimestre, a Mizuno trouxe ao mercado nacional a primeira coleção de produtos criados e desenvolvidos pela Vulcabras, com destaque para o Mizuno Wave Mirai 4 e o Mizuno Cool Ride. Além disso, também lançou dois modelos da 11ª edição do Mizuno Wave Prophecy, o tênis mais icônico da marca.

Já a Olympikus firmou definitivamente sua consolidação e autoridade no mercado de corrida no País ao lançar o primeiro tênis de corrida do mundo com placa de grafeno, o Olympikus Corre Grafeno. Com feito inédito no mercado, a placa do tênis é feita com base no mineral grafeno, utilizado em diversas indústrias e considerado a matéria-prima do futuro. O lançamento do Corre Grafeno reforçou o posicionamento da Olympikus como uma marca brasileira que produz, lança e democratiza o acesso ao esporte e à tecnologia feita no Brasil.

A Under Armour marcou presença em diversas modalidades esportivas. A comunidade do basquete pôde ter acesso a mais uma nova cor da *collab* exclusiva com o jogador Stephen Curry, enquanto *training* e *running* também tiveram grandes novidades - UA HOVR Apex 3 e UA Flow Velociti SE, respectivamente.



1 ano de casa

Em fevereiro de 2022 a Mizuno completou 1 ano de Vulcabras. Tendo todo o know how da Vulcabras à sua disposição, a marca realizou algumas ações estratégicas no período como, por exemplo, trazer ao mercado brasileiro duas versões do modelo ícone da Mizuno, o Mizuno Wave Prophecy 11 e Mizuno Wave Prophecy 11S, além de trabalhar mais ativamente nas redes sociais da marca. A coleção de produtos nacionais desenvolvidos e produzidos pela Vulcabras, teve como destaque o Mizuno Wave Mirai 4 e Mizuno Cool Ride.

MIZUNO

Produção Nacional

O **Mizuno Wave Mirai 4** é um tênis de corrida que proporciona um ótimo equilíbrio entre amortecimento e estabilidade devido à tecnologia Mizuno Wave localizada na parte de trás da entressola que absorve e dispersa o choque de cada pisada. Nesta nova versão o cabedal é feito em Knit, o que melhora a sensação de conforto durante a sua corrida leve, caminhada ou na academia. Mizuno Wave: Placa WAVE em TPU que proporciona maior estabilidade e absorção de impacto. Valor de venda: R\$ 399,99



Já o **Mizuno Cool Ride**, também voltado para corrida, possui tecido do cabedal todo feito em KNIT, em formato SockFit para maior conforto e ajuste no calce. Logo emborrachado com acabamento metalizado fosco. Tira de puxador traseiro para facilitar o calce. Forro interno acolchoado e macio. Entressola de Eva, com pintura na região superior proporcionando mais conforto. Sola de borracha aplicada nas regiões da ponta do pé e do calcanhar, garantindo a aderência e durabilidade na entrada e na saída da pisada. Valor de venda: R\$ 329,99



Design Consagrado

Foi também no primeiro semestre de 2022 que a Mizuno trouxe ao mercado brasileiro um dos modelos mais queridos pelos admiradores da marca, o **Mizuno Wave Prophecy**, que chega à sua 11ª edição mantendo seu design exclusivo e que conquistou milhares de fãs. O tênis conta com tecnologias únicas da marca e busca se aproximar ainda mais do público exigente que procura, além do conforto, um produto que entregue altíssima qualidade e resistência para diversas ocasiões. A principal novidade está no cabedal mais leve e macio, tornando o legado do **Mizuno Wave Prophecy 11** mais duradouro. A placa INFINITY WAVE em toda a extensão da sola é outro diferencial que oferece ao mesmo tempo estabilidade e longa durabilidade.

O **Mizuno Wave Prophecy** chegou ao Brasil com diversas opções de cores pensadas exclusivamente para o público brasileiro e em duas versões: **Wave Prophecy 11** (valor de venda: R\$ 1.599,99) e **Wave Prophecy 11S** (valor de venda: R\$ 1.599,99). A principal diferença entre os modelos está no cabedal. Enquanto o 11 tem sua construção em monofilamento Mesh, que proporciona um visual moderno e maior conforto, o 11S conta com o cabedal feito em Air Mesh, com o visual inspirado nas primeiras edições do modelo, garantindo assim mais respirabilidade e durabilidade.



OLYMPIKUS



O primeiro trimestre de 2022 foi histórico para a Olympikus que consolidou a sua relevância na categoria de corrida ao lançar o Olympikus Corre Grafeno, o primeiro tênis de corrida do mundo com placa de grafeno. Além do Corre Grafeno que impressionou a comunidade corredora, a marca lançou o Olympikus Corre Vento, o tênis de corrida mais leve da marca, e o Olympikus Corre 2.

Já para o corre do dia a dia a Olympikus também fez história. Tendo a cantora Iza como fiel protagonista, a marca lançou o Olympikus Ultraleve, que garante a leveza para todos os momentos.

Primeiro tênis com placa de grafeno do mundo

Com o objetivo de democratizar o acesso a produtos de alta tecnologia, a Vulcabras trouxe ao mercado o **Corre Grafeno, da Olympikus – o primeiro tênis brasileiro para o corredor de alta performance desenvolvido com grafeno**, material que vem revolucionando a tecnologia. Modelo inédito no mundo com placa de propulsão à base de grafeno, o lançamento comprova o DNA de inovação da Vulcabras e foi desenvolvido no Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de Calçados Esportivos da Companhia, o maior da América Latina, em Parobé [RS].

Corre Grafeno chegou para revolucionar o mercado calçadista. Foram **18 meses** de pesquisa para proporcionar aos brasileiros um calçado de alta performance esportiva com placa de propulsão a preço democrático. Ao longo do processo, diversos materiais foram testados, mas foi o uso do grafeno que trouxe o diferencial buscado. A adição do grafeno proporciona ao tênis mais leveza, exigindo menos esforço do atleta. Também melhora a propulsão, pois ao receber o impacto da passada, transforma essa energia em impulso, diminuindo o tempo da corrida.



da marca em mais de **1.000 quilômetros** de corrida em diversos terrenos e condições climáticas, ao valor de R\$ 699,00 – diferentemente das marcas internacionais, que oferecem produtos com placa de propulsão de carbono por preços que chegam a R\$ 2.199,99.

“O conhecimento do time de Pesquisa e Desenvolvimento foi fundamental para trazer inovação ao processo e alta tecnologia a um custo mais acessível. Estávamos em busca de uma solução que viabilizasse nosso produto com placa e, após o contato com a Universidade de Caxias do Sul, uma de nossas parceiras de pesquisa, chegamos na possibilidade de usar grafeno na composição da placa. Entre o contato inicial e a primeira amostra do calçado em nossos laboratórios, foram apenas 40 dias, mostrando toda a agilidade e competência do nosso time, diz **Pedro Bartelle**.”

Além da aplicação na placa de propulsão, o grafeno também é aplicado no EVA interno, trazendo maior amortecimento e retorno a cada pisada; e na borracha do solado, reduzindo a abrasão e aumentando a durabilidade do calçado.

Com o maior Centro de Pesquisa e Desenvolvimento de calçados esportivos da América Latina, a Vulcabras possui dinamismo e tecnologia para criar soluções inovadoras. Pedro Bartelle, CEO da Vulcabras, destaca que a Companhia está trazendo para o mercado nacional um produto de alta tecnologia e valor agregado, porém democrático, testado pelos corredores



Eventos de lançamento

Por se tratar do primeiro tênis de corrida do mundo com placa de grafeno, a Olympikus preparou um planejamento prévio ao lançamento do Corre Grafeno que contou com a comunidade corredora. Assim, no mês de fevereiro (um mês antes do lançamento oficial do produto) os dez principais canais de corrida do Brasil no YouTube visitaram o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento da Vulcabras, em Parobé (RS), também chamado de **Oly Lab**, para conhecerem todos os processos de desenvolvimento do Corre Grafeno.

Os influenciadores puderam vivenciar todo o processo de criação de um tênis e terminaram o dia conhecendo em primeira mão os grandes lançamentos da Olympikus para a categoria de corrida. A ideia foi, a partir dessa visita, tornar tais influenciadores amplificadores genuínos da marca.

E para lançar oficialmente o Olympikus Corre Grafeno, a marca realizou um evento à altura da importância do tênis: levou **100 convidados**, entre clientes, imprensa e influenciadores, para testarem o Corre Grafeno correndo em uma pista de aeroporto, no Campo de Marte, em São Paulo (SP).



Leveza para a corrida

Ainda no final do primeiro trimestre, a Olympikus trouxe mais um grande lançamento para a categoria de corrida, o **Olympikus Corre Vento**. Com apenas **173g** (referente ao tamanho 40), este é o tênis mais leve da categoria, com *shape* anatômico e minimalista. A combinação das novas tecnologias resultaram em um produto extremamente leve, com equilíbrio entre responsividade e conforto, sendo ideal para quem busca alta performance em corridas diárias, treinos longos ou maratonas.

O solado foi desenhado com inspiração em linhas que remetem à leveza e velocidade. A entressola foi desenvolvida com a nova tecnologia **Eleva**, que explora o limite de expansão do EVA para alcançar máxima resposta, mantendo o conforto e a durabilidade. Esse EVA é leve e de baixa densidade, garantindo menor deformação. Também proporciona maior resiliência e mais impulsão. Possui borracha dianteira e traseira com a tecnologia **Gripper**, antiderrapante, de alta resistência à abrasão e com visual translúcido, que compõem a estética suave e minimalista do conjunto. Seu maior benefício é a aderência ao solo, dando mais segurança às passadas. O cabedal é desenvolvido em gáspea retilínea com a nova tecnologia **Oxitec**, que possui estrutura de monofilamento com elastano. Esta combinação proporciona leveza, respirabilidade e um maior conforto térmico para a corrida. Além disso, não absorve água, reduzindo o aumento de peso do calçado em dias de chuva e em contato com o suor.



Internamente possui uma estrutura que auxilia na estabilidade e que se torna visível pela transparência do tecido **Oxitec** superior. Conta com aplicação de laminado em TPU translúcido fusionado na região da vista e biqueira para suporte e estruturação. A aplicação do logo lateral em evidência intensifica a identidade coletiva da linha Corre. Possui ainda forro de tecido poliéster com espuma, atacador (utilizada para fechar e apertar as peças de calçado, ajustando-as ao pé do utilizador) em poliéster texturizado e puxador em fita na parte traseira para auxiliar o calce. Valor de venda: R\$399,99



Feito de Movimento

Além de toda essa revolução importante na corrida, a Olympikus lançou a campanha **“Feito de Movimento”**, que dá início a uma construção a longo prazo da categoria que mais representa a Olympikus, a do corre diário, e que por isso terá o foco total da marca nos próximos meses. Para marcar este momento e tendo a cantora **Iza** como protagonista, a Olympikus lançou o **Olympikus Ultraleve**, com apenas **155g** (o peso varia de acordo com a numeração).

É o tênis ideal para quem busca leveza nas atividades diárias. Seu cabedal é inspirado nos padrões gráficos das penas de pássaros, tem tecido knit bicolor com a tecnologia **Hypersox**, que proporciona melhor elasticidade, respirabilidade, conforto e leveza. O solado é inspirado em pássaros leves, com referências nas linhas fluídas das asas, a tecnologia **Evasense** que proporciona maior leveza, maciez e flexibilidade nas pisadas. Valor de venda: R\$229,99



UNDER ARMOUR

No primeiro trimestre de 2022 a Under Armour – marca global, referência em inovação e criação de vestuário, calçados e acessórios voltados para o esporte – trouxe para a comunidade do basquete mais uma nova cor da *collab* exclusiva com o jogador Stephen Curry, enquanto *training* e *running* também tiveram grandes novidades - UA HOVR Apex 3 e UA Flow Velociti SE, respectivamente.

Basquete

No início de janeiro a Under Armour trouxe ao mercado brasileiro a segunda cor do **Curry Flow 9**, a *collab* feita entre a **Curry Brand** - linha do astro de basquete **Stephen Curry** - e o clássico programa **Sesame Street**. Seguindo com a estratégia já adotada no lançamento, a marca usou como grande chamariz o **Drop Clock**, um cronômetro que ficou disponível tanto no digital quanto fisicamente dentro de lojas parceiras com uma contagem regressiva até a revelação da nova cor.

[Clique aqui e veja o vídeo](#)

O segundo *drop* foi lançado com exclusividade no site oficial da marca e na Sunikã, com positavações de Trade Marketing no local. O lançamento também foi trabalhado de forma intensa nas redes sociais com o influenciador sneakerhead **Fellipe Escudero**, que foi até a loja da Sunikã acompanhar a virada do dropclock (<https://www.instagram.com/p/CZXwyaluuui/>), além do envio do produto para nomes estratégicos para a marca. Valor de venda: R\$1099,99

Treino

Ainda em janeiro, a marca lançou no mercado a terceira versão do **UA HOVR Apex 3**, calçado da categoria de *training* que proporciona estabilidade e retorno de energia ideal para treinos de impacto. Conta com a união de duas grandes tecnologias: a UA TriBase, que maximiza o contato com o solo, promove o movimento natural e fornece flexibilidade durante os levantamentos, e a UA HOVR, que fornece 'sensação de gravidade zero' para manter o retorno de energia que ajuda a eliminar o impacto. Valor de venda: R\$ 899,99



Corrida

Já na categoria de *running*, a Under Armour lançou no período o **UA Flow Velociti SE**, que traz como diferencial ser ainda mais leve já que descartar a parte mais pesada dos tênis de corrida, a borracha. A parte superior do tênis é totalmente tricotada para um ajuste respirável e semelhante a compressão que oferece força direcional leve, além da entressola que oferece amortecimento responsivo e de longa duração. Valor de venda: R\$ 999,99



Coleções de vestuário

Ainda no trimestre foram lançadas três coleções cápsulas de vestuário que reforçam o posicionamento e superioridade de produto da Under Armour no segmento. Foram elas: **Run Weird, Evolution Pack e Fashion Woven**.

A Run Wierd foi feita especialmente para quem busca trazer estilo e performance para a sua corrida tendo assim, além de materiais tecnológicos e resistentes, uma estampa exclusiva. Já as coleções Evolution Pack e Fashion Woven foram desenvolvidas para a categoria de *training*, focando assim em peças confortáveis e resistentes.



ANEXOS



BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)					
R\$ milhares					
ATIVO	31/03/2022	31/12/2021	PASSIVO	31/03/2022	31/12/2021
Caixa e equivalentes de caixa	210.598	114.635	Fornecedores	95.844	78.006
Contas a receber de clientes	507.272	616.275	Financiamentos e empréstimos	296.410	291.497
Estoques	551.845	493.497	Impostos a recolher	10.636	8.944
Impostos a recuperar	42.684	46.852	Salários e férias a pagar	45.013	45.618
Imposto de renda e contribuição social	8.400	7.073	Provisões	20.975	22.488
Valores a receber por alienação de operação	2.990	3.850	Passivo de arrendamento	7.100	7.129
Outras contas a receber	21.108	17.115	Comissões a pagar	15.217	14.305
			Outras contas a pagar	26.431	24.337
			Dividendos e lucros a pagar	4	4
			Imposto de renda e contribuição social diferido	2.576	2.576
ATIVO CIRCULANTE	1.344.897	1.299.297	PASSIVO CIRCULANTE	520.206	494.904
Aplicações financeiras	10.511	10.312	Financiamentos e empréstimos	62.260	69.753
Contas a receber de clientes	7.047	3.631	Mútuo com partes relacionadas	18.141	18.041
Impostos a recuperar	62.997	63.099	Provisões	38.019	37.390
Impostos de renda e contribuição social diferidos	446	493	Impostos diferidos sobre reavaliação do imobilizado	2.241	2.272
Depósitos judiciais	16.358	16.005	Passivo de arrendamento	11.398	12.650
Valores a receber por alienação de operação	1.720	1.720	Outras contas a pagar	3.488	3.665
Outros contas a receber	2.225	2.208			
Bens destinados à venda	194	194			
REALIZAVEL A LONGO PRAZO	101.498	97.662	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	135.547	143.771
Investimentos	70.014	69.408			
Propriedade para investimento	4	5			
Direito de uso	16.770	17.442			
Imobilizado	319.049	302.337			
Intangível	209.118	209.086			
	614.955	598.278			
ATIVO NÃO CIRCULANTE	716.453	695.940	PASSIVO	655.753	638.675
			Capital social	1.106.717	1.106.717
			Reservas de reavaliação	4.349	4.410
			Reservas de capital	3.537	4.731
			Reserva legal	15.692	15.692
			Reservas de lucros a realizar	201.927	201.927
			Ajustes de avaliação patrimonial	19.036	22.744
			Lucros (prejuízos) acumulados	54.040	0
			Patrimônio líquido atribuível aos controladores	1.405.298	1.356.221
			Participações de não controladores	299	341
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.405.597	1.356.562
TOTAL DO ATIVO	2.061.350	1.995.237	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.061.350	1.995.237

As notas explicativas são parte integrante das informações contábeis intermediárias

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	1T22	1T21	VAR (%)
R\$ milhares			
Receita líquida de vendas	477.750	311.886	53,2%
Custo das vendas	-309.609	-205.754	50,5%
Lucro bruto	168.141	106.132	58,4%
Margem Bruta	35,2%	34,0%	1,2 p.p.
Despesas com vendas	-76.939	-54.275	41,8%
Perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-2.193	-1.479	48,3%
Despesas administrativas	-26.610	-27.000	-1,4%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	1.959	-1.023	-291,5%
Resultado da equivalência patrimonial	0	-1.137	-100,0%
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	64.358	21.218	203,3%
Receitas financeiras	11.644	8.337	39,7%
Despesas financeiras	-21.318	-14.040	51,8%
Resultado financeiro líquido	-9.674	-5.703	69,6%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	54.684	15.515	252,5%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-703	-913	-23,0%
Resultado líquido do período	53.981	14.602	269,7%
Margem Líquida	11,3%	4,7%	6,6 p.p.
Resultado atribuível aos:			
Acionistas controladores	53.979	14.608	
Acionistas não controladores	2	-6	
Resultado do período	53.981	14.602	
Resultado por ação			
Resultado por ação ordinária - básico	0,2196	0,0594	
Resultado por ação ordinária - diluído	0,2174	0,0589	
Quantidade de ações ao final do exercício			
Quantidade de ação ordinária - básico	245.756.244	245.756.346	
Quantidade de ação ordinária - diluído	248.321.244	248.016.346	

As notas explicativas são parte integrante das informações financeiras



DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

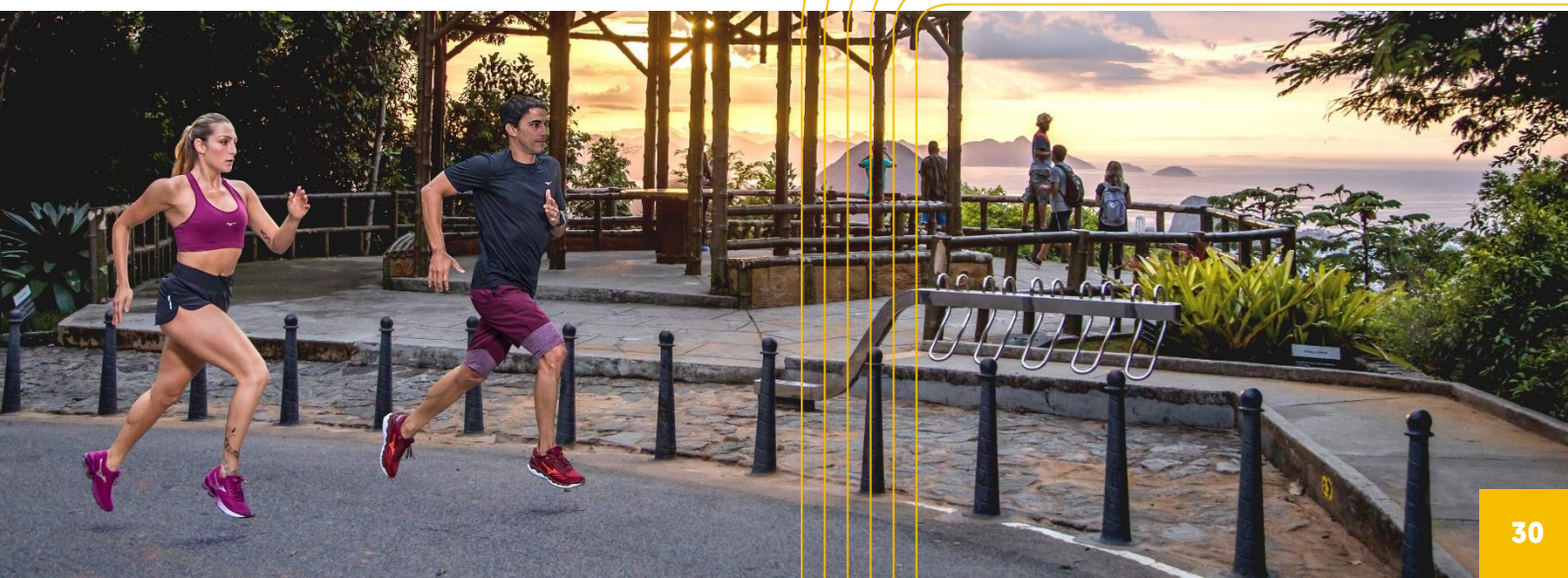
Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	1T22	1T21
RS Milhões		
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	53.981	14.602
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	19.223	16.081
Provisão para perdas por valor recuperável dos estoques	-3.209	1.604
Juros sobre arrendamentos provisionados	1.243	464
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	4.708	3.000
Rendimentos de aplicações financeiras	-235	-33
Provisão para contingências	254	2.478
Resultado da equivalência patrimonial	0	1.137
Transação com pagamento baseado em ações	-1.194	405
Perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	2.193	1.479
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	3.906	10.660
Imposto corrente	703	913
Impostos diferidos	0	-116
Participação de não controladores	-2	6
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-1.180	0
Ganho ou perda na rescisão de arrendamento	0	-3
Lucro líquido do período ajustado	80.391	52.677
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	102.077	94.976
Estoques	-55.139	-181.385
Impostos a recuperar	4.123	-6.813
Outras contas a receber	-4.010	3.429
Depósitos judiciais	-596	1.636
Fornecedores	18.158	23.291
Comissões a pagar	912	-1.930
Impostos e contribuições sociais	4.137	-11.595
Salários e férias a pagar	-605	9.345
Outras contas a pagar	1.875	3.459
Provisões realizadas	-895	-2.377
Valores a receber por alienação de operação	860	0
Impostos diferidos	16	0
	70.913	(67.964)
Juros pagos	-4.240	-4.544
Pagamento de Juros de arrendamento	-544	-327
Impostos pagos sobre o lucro	-2.963	-83
	(7.747)	(4.954)



DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	1T22	1T21
RS Milhões		
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	143.557	-20.241
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento		
Aquisições de imobilizado	-38.496	-45.939
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	36	1.192
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	429	848
Aquisições de intangível	-769	-1.221
Fluxo de caixa líquido utilizado (proveniente das) nas atividades de investimento	-38.800	-45.120
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	3.831	0
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-10.875	-21.047
Recebimento (Pagamentos) de empréstimos com partes relacionadas	0	85
Pagamento de passivos de arrendamentos financeiros	-2.642	-2.231
Fluxo de caixa líquido provenientes das atividades de financiamento	-9.686	-23.193
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	95.071	-88.554
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	114.635	158.552
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	892	-3.009
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	210.598	66.989
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	95.071	-88.554

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



INSTITUCIONAL

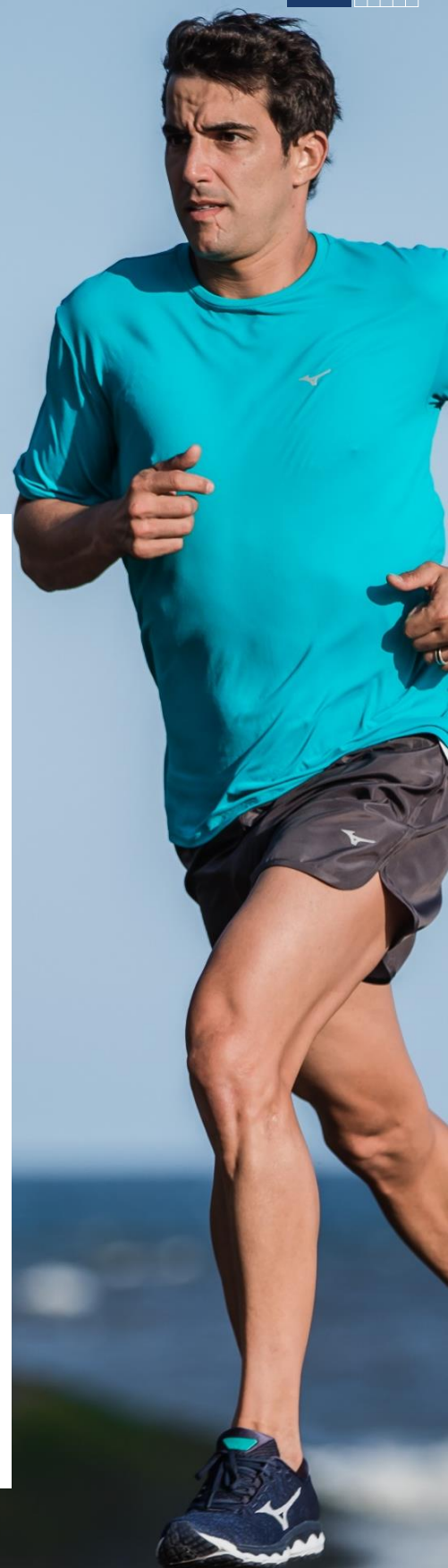
A Vulcabras atua há 70 anos no setor calçadista brasileiro e nesse período consolidou-se como a maior indústria do setor de calçados esportivos do País e se tornou gestora de marcas líderes em seus respectivos segmentos, como a Olympikus, campeã nacional em venda de tênis, Under Armour, uma das maiores marcas de confecções, calçados e acessórios esportivos do mundo, e a Mizuno, a marca 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, nos ecommerces 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. Estas cinco unidades no Brasil empregam, diretamente, mais de 16,2 mil trabalhadores. Há, ainda, uma filial com centro de distribuição no Peru.

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.

Os honorários aproximados para os serviços referentes à revisão de 31 de março de 2022 (1T22) são de R\$ 164,0 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 03/05/2022, declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis do 1º trimestre de 2022 da Vulcabras S.A. e com o relatório de revisão dos auditores independentes sobre as informações contábeis intermediárias 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
Octávio Ferreira de Magalhães	Conselheiro Independente

COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA

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



APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS

VULCABRAS
vivemos para o esporte