

APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS



VULCABRAS
vivemos para o esporte

Jundiaí, 01 de novembro de 2022 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do terceiro trimestre de 2022 (3T22). As informações operacionais e financeiras da Companhia são apresentadas com base em números consolidados e em milhões de reais, elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com os padrões contábeis internacionais (CPC21 e IAS 34). Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do terceiro trimestre de 2022, comparado ao mesmo período de 2021, exceto quando especificado de forma diversa.

DESTAQUES

VOLUME BRUTO

8,3 milhões de pares/peças no 3T22, aumento de 10,3% em relação ao 3T21 e, 23,1 milhões de pares/peças no 9M22, aumento de 26,0% comparado aos 9M21.

RECEITA LÍQUIDA

R\$ 663,5 milhões no 3T22, aumento de 23,8% em relação ao 3T21, R\$ 1.798,1 milhões no 9M22, aumento de 44,2% em comparação ao apresentado nos 9M21.

LUCRO BRUTO

R\$ 250,3 milhões no 3T22, aumento de 29,6% em contraste com o 3T21 e, R\$ 654,6 milhões nos 9M22, aumento de 50,3% em relação ao valor registrado nos 9M21.

MARGEM BRUTA

37,7% no 3T22, aumento de 1,6 p.p. quando comparado ao 3T21 e, 36,4% nos 9M22, aumento de 1,5 p.p. em referência à margem obtida nos 9M21.

RESULTADO RECORRENTE DO PERÍODO

R\$ 99,9 milhões no 3T22, aumento de 35,7% em relação ao resultado do 3T21 e, R\$ 248,8 milhões nos 9M22 com aumento de 108,9% em comparação ao resultado apresentado nos 9M21.

EBITDA E MARGEM EBITDA RECORRENTE

R\$ 134,2 milhões no 3T22, crescimento de 31,1% na comparação com o resultado do 3T21, apresentando 20,2% de Margem EBITDA (1,1 p.p. superior ao 3T21) e, R\$ 342,4 milhões nos 9M22 aumento de 65,3% comparado aos 9M21, registrando 19,0% de Margem Ebitda (2,4 p.p. superior aos 9M21).

Cotação VULC3 (30/09/2022)
R\$ 14,73

Quantidade de ações
Ordinárias:
245.756.244

Valor de mercado
R\$ 3,6 bilhões

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

Videoconferência
03/11/2022 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

A Vulcabras reporta mais um trimestre de resultados recordes mantendo a consistência de crescimento dos últimos nove trimestres. A receita líquida no trimestre de R\$ 663,5 milhões, o melhor trimestre da história da Companhia, cresce 23,8% em relação ao 3T21 com uma margem bruta de 37,7%, que evolui 1,6 pontos percentuais em relação ao mesmo período de 2021. O resultado reflete a expansão de vendas de todas as marcas e divisões do portfólio e a maior eficiência das fábricas. O ganho de sinergia da operação entre as 3 marcas traz uma margem Ebitda recorrente de 20,2% e uma margem líquida recorrente de 15,1%.

Além dos ótimos resultados, a Vulcabras anuncia também o pagamento de dividendos intercalares no valor de R\$ 90,9 milhões.

Com uma receita de R\$ 553,5 milhões (18,4% superior ao 3T21) a divisão de calçados segue com crescimento acelerado e reforça a expertise da Vulcabras em desenvolver coleções pensadas para o consumidor de cada uma das marcas e para o mercado nacional. A ampliação de atuação em novos segmentos, como a alta performance na Olympikus e treino e basquete para Under Armour, trouxeram novos consumidores para as marcas e ganho de participação nas vendas nos principais varejos do país.

A Olympikus, que já é líder em volume de vendas no Brasil, segue crescendo a sua participação no mercado de corrida de alta performance com produtos democráticos desenhados e criados em parceria com laboratórios de biomecânica da USP como o Corre 2 e com a Universidade Caxias do Sul, como foi o Corre Grafeno.

A Mizuno por sua vez, vem crescendo rapidamente a sua participação no mercado de corrida de alta performance, com produtos desenvolvidos e produzido pela Vulcabras somados aos produtos globais da marca.

Em Under Armour, os resultados estão ligados ao reforço da sua presença no treino e no basquete, duas fortalezas globais da marca, com campanhas de atletas icônicos como **"The Rock"** e Stephen Curry, somado às coleções de produtos desenvolvidos localmente.

E-commerce, vestuário e acessórios: avenidas de crescimento

Os investimentos feitos nos últimos anos para fortalecer a atuação das marcas do grupo no e-commerce e na divisão de vestuário e acessórios, vem trazendo resultados positivos.

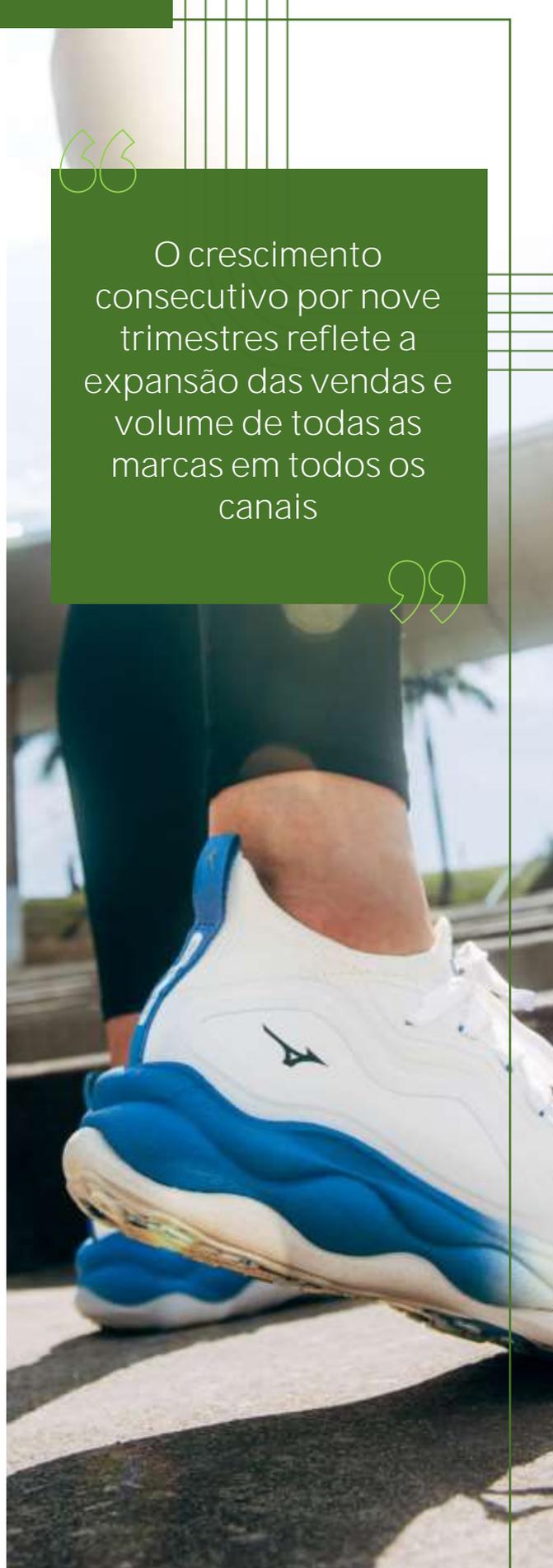
O canal de E-commerce manteve a sua curva de crescimento acelerado e por mais um trimestre mais que dobrou o seu faturamento versus o 3T21 com receita de R\$ 38,4 milhões e crescimento de 128,6%.

Outro destaque do 3T22 foi a divisão de vestuário e acessórios, com crescimento de 88,4% em faturamento comparado com o 3T21 e 57% de aumento no preço médio, reforçando a divisão como uma nova avenida de crescimento para o grupo.

Com o aumento da prática esportiva nos últimos anos e o avanço da compra de produtos esportivos para o dia a dia dos consumidores, a Vulcabras mostra-se cada vez mais competitiva, com sinergias e avenidas de crescimento ainda a serem exploradas.

Seguimos assim convictos da consistência dos nossos planos de crescimento e da continuidade da consolidação da Vulcabras como a maior gestora de marcas esportivas do Brasil.

O crescimento consecutivo por nove trimestres reflete a expansão das vendas e volume de todas as marcas em todos os canais



DESEMPENHO CONSOLIDADO

R\$ milhões	3T22	3T21	VAR 3T22 vs 3T21	9M22	9M21	VAR. 9M22 vs 9M21
Volume (milhões pares/peças)	8,3	7,5	10,3%	23,1	18,3	26,0%
Receita Operacional Bruta	764,7	633,5	20,7%	2.073,8	1.480,7	40,1%
Receita Líquida	663,5	535,9	23,8%	1.798,1	1.247,2	44,2%
Mercado Interno	621,8	498,0	24,9%	1.619,6	1.143,7	41,6%
Mercado Externo	41,7	37,9	10,0%	178,5	103,5	72,5%
Lucro Bruto	250,3	193,2	29,6%	654,6	435,6	50,3%
Margem Bruta	37,7%	36,1%	1,6 p.p.	36,4%	34,9%	1,5 p.p.
Despesas Operacionais SG&A	-138,1	-108,3	27,5%	-375,6	-280,9	33,7%
Outras Receitas (despesas) Operacionais	-3,3	32,4	-110,2%	6,6	69,3	-90,5%
EBITDA societário	132,2	138,9	-4,8%	349,2	279,0	25,2%
Margem EBITDA	19,9%	25,9%	-6,0 p.p.	19,4%	22,4%	-3,0 p.p.
EBITDA Recorrente	134,2	102,4	31,1%	342,4	207,1	65,3%
Margem EBITDA recorrente	20,2%	19,1%	1,1 p.p.	19,0%	16,6%	2,4 p.p.
Lucro Líquido societário	97,9	126,5	-22,6%	255,6	232,6	9,9%
Lucro Líquido recorrente	99,9	73,6	35,7%	248,8	119,1	108,9%

VOLUME BRUTO

No 3T22, o volume bruto faturado totalizou 8,3 milhões de pares/peças, aumento de 10,3%, comparado aos 7,5 milhões de pares/peças do 3T21.

Todas as categorias seguiram apresentando ótimo desempenho no 3T22 e exibiram 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 5,4% no 3T22 versus o volume comercializado no 3T21. O destaque foi o expressivo crescimento registrado com a marca Mizuno que segue em ritmo acelerado de expansão, mesmo com a elevação da base de comparação dos volumes comercializados no 3T21, quando a marca já ocupava lugar de destaque nos volumes comercializados pela Companhia
- (ii) Em Confeccões e Acessórios houve aumento de 20,0% devido à forte expansão registrada na comercialização com as marcas Under Armour e Mizuno.
- (iii) Em Outros Calçados e Outros foi registrado aumento de 19,6% com crescimento em todas as subcategorias (chinelos, botas e calçados femininos).

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL – 3T22 VS 3T21

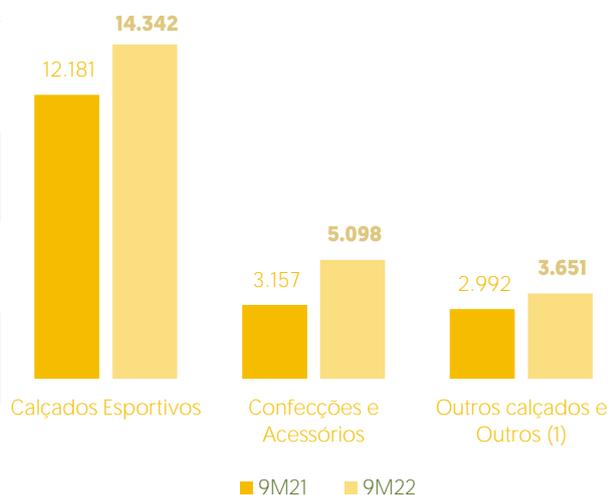
Pares e Peças (Mil)	3T22	Partic. %	3T21	Partic. %	Var. % 3T22/3T21
Calçados Esportivos	5.245	63,3%	4.978	66,2%	5,4%
Confeccões e Acessórios	1.761	21,3%	1.467	19,5%	20,0%
Outros calçados e Outros (1)	1.280	15,4%	1.070	14,3%	19,6%
Total	8.286	100,0%	7.515	100,0%	10,3%



Nos nove meses de 2022, o volume bruto faturado somou 23,1 milhões de pares/peças com aumento de 26,0% em contraposição ao volume dos nove meses 2021, que foi de 18,3 milhões de pares/peças.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL – 9M22 VS 9M21

Pares e Peças (Mil)	9M22	Partic. %	9M21	Partic. %	Var. % 9M22/9M21
Calçados Esportivos	14.342	62,1%	12.181	66,5%	17,7%
Confeccões e Acessórios	5.098	22,1%	3.157	17,2%	61,5%
Outros calçados e Outros (1)	3.651	15,8%	2.992	16,3%	22,0%
Total	23.091	100,0%	18.330	100,0%	26,0%



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

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA: CATEGORIA

No 3T22, a receita líquida foi de R\$ 663,5 milhões com aumento de 23,8% sobre os R\$ 535,9 milhões do 3T21, sendo o novo recorde de receita líquida da Companhia em um único trimestre.

Em mais um trimestre de desempenho positivo a Companhia manteve o forte ritmo de crescimento observado nos trimestres anteriores com todas as suas marcas sendo altamente demandadas. As vendas no varejo se mantiveram com desempenho positivo no decorrer de todo esse trimestre, com destaque especial para as boas vendas na principal data comemorativa do período que foi o “**dia dos pais**”.

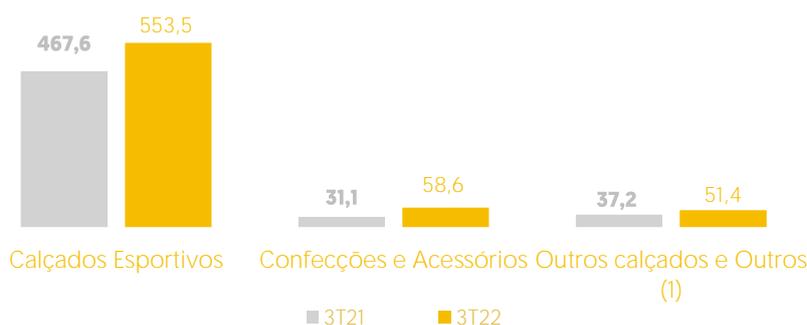
A receita de Calçados Esportivos no 3T22 apresentou aumento de 18,4% sobre o mesmo período de 2021. O incremento da receita no 3T22 na comparação com o 3T21 se deve ao crescimento observado em todas as marcas, com destaque para os tênis Mizuno e Under Armour que seguem apresentando ritmo acelerado de crescimento.

A categoria de Confeccões e Acessórios apresentou aumento de 88,4% em relação ao 3T21 com todas as marcas apresentando expressivo crescimento. A categoria de vestuários e acessórios segue apresentando crescimento acima da média das demais categorias e, assim, ganhando cada vez mais relevância dentro do portfólio de produtos da Companhia.

A categoria de outros calçados e outros apresentou aumento de 38,2% em relação ao 3T21. O crescimento de receita dessa categoria se deve a performance positiva em todas as subcategorias desse grupo.

RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 3T22 VS 3T21

R\$ Milhões	3T22	Partic. %	3T21	Partic. %	Var. % 3T22/3T21
Calçados Esportivos	553,5	83,4%	467,6	87,3%	18,4%
Confeccões e Acessórios	58,6	8,8%	31,1	5,8%	88,4%
Outros calçados e Outros (1)	51,4	7,8%	37,2	6,9%	38,2%
Receita Líquida Total	663,5	100,0%	535,9	100,0%	23,8%

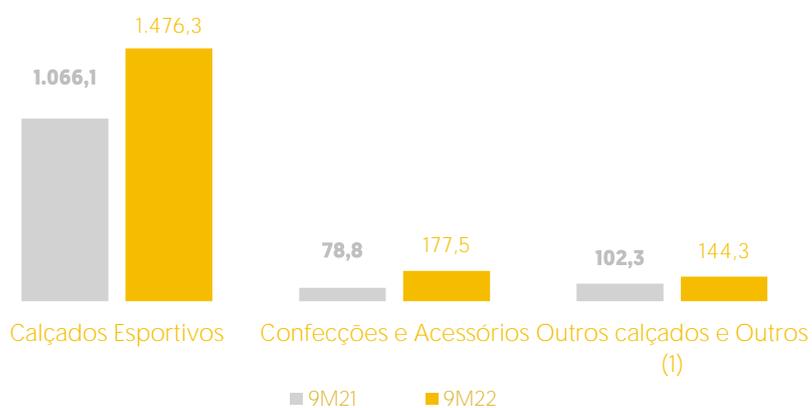


¹Chinelos, botas, calçados femininos e componentes para calçados.

Nos nove meses de 2022, a receita líquida resultou em R\$ 1.798,1 milhões, 44,2% superior à dos nove meses de 2021, quando a mesma foi R\$ 1.247,2 milhões.

RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 9M22 VS 9M21

R\$ Milhões	9M22	Partic. %	9M21	Partic. %	Var. % 9M22/9M21
Calçados Esportivos	1.476,3	82,1%	1.066,1	85,5%	38,5%
Confecções e Acessórios	177,5	9,9%	78,8	6,3%	125,3%
Outros calçados e Outros (1)	144,3	8,0%	102,3	8,2%	41,1%
Receita Líquida Total	1.798,1	100,0%	1.247,2	100,0%	44,2%



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



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA: MERCADOS

A receita líquida do 3T22 no mercado interno totalizou R\$ 621,8 milhões, com aumento de 24,9% em relação ao 3T21, quando foi de R\$ 498,0 milhões. No mercado externo, a receita líquida no 3T22 resultou em R\$ 41,7 milhões, apresentando aumento de 10,0% sobre os R\$ 37,9 milhões registrados no 3T21.

No 3T22, as receitas no mercado interno representaram 93,7% versus 92,9% do 3T21, já no mercado externo as receitas no 3T22 representaram 6,3% ante 7,1% registrado no 3T21.

No mercado interno, quando comparado ao 3T21, o acréscimo se deve principalmente ao aumento nas categorias de calçados, confecções e acessórios esportivos tendo como destaque o robusto crescimento da marca Mizuno.

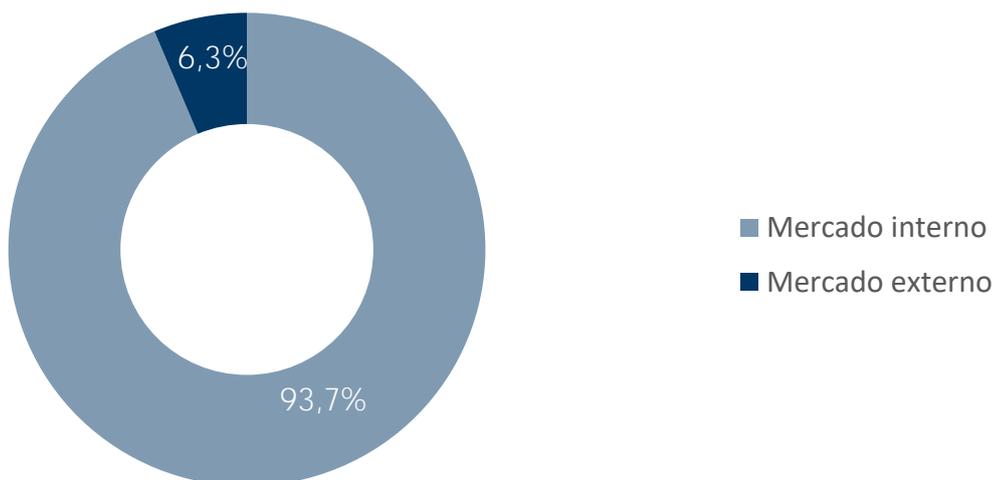
As vendas diretas ao mercado externo apresentaram tímido crescimento quando comparadas ao 3T21. Mais uma vez isso se deve aos problemas econômicos enfrentados pelo mercado Argentino que resultou na postergação de embarques que estavam planejados para o decorrer desse trimestre. Para os demais países os embarques seguem sendo realizados dentro do acordado, apesar dos custos logísticos que seguem em patamares acima da normalidade. As categorias de calçados esportivos e chinelos com a marca Olympikus foram as mais afetadas pelas restrições do mercado argentino.

Nas vendas da filial do Peru também foi observado crescimento na receita em relação ao mesmo período do ano anterior. O bom desempenho da filial do Peru se dá mesmo diante dos problemas políticos persistentes daquele país, que acabam por afetar a economia e ocasionam a retração do consumo.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 3T22 VS 3T21

R\$ Milhões	3T22	Partic. %	3T21	Partic. %	Var. % 3T22/3T21
Mercado Interno	621,8	93,7%	498,0	92,9%	24,9%
Mercado Externo	41,7	6,3%	37,9	7,1%	10,0%
Receita Líquida Total	663,5	100,0%	535,9	100,0%	23,8%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 3T22



Nos nove meses de 2022, o mercado interno totalizou R\$ 1.619,6 milhões, apresentando aumento de 41,6% em relação aos nove meses de 2021, quando a receita líquida foi de R\$ 1.143,7 milhões.

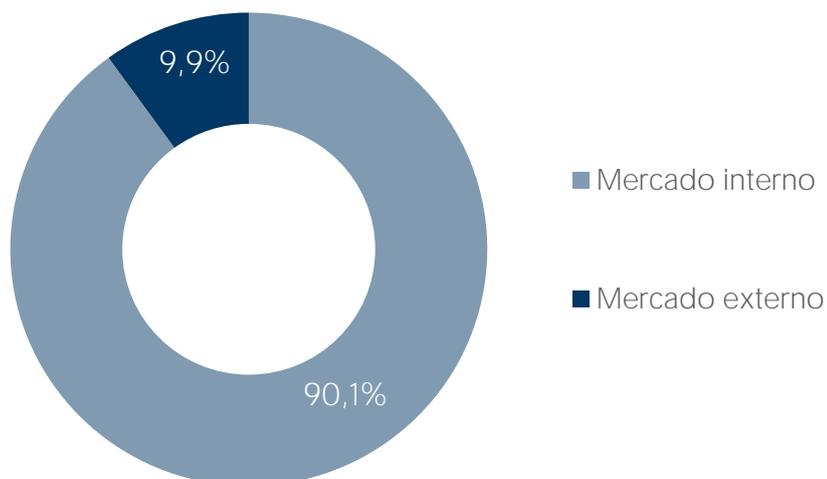
Já no mercado externo, a receita líquida nos nove meses de 2022 foi de R\$ 178,5 milhões, 72,5% maior frente aos R\$ 103,5 milhões obtidos no mesmo período do ano anterior.

Nos 9M22, as receitas no mercado interno representaram 90,1% versus 91,7% dos 9M21, já no mercado externo as receitas dos 9M22 representaram 9,9% ante 8,3% registrado nos 9M21.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 9M22 VS 9M21

R\$ Milhões	9M22	Partic. %	9M21	Partic. %	Var. % 9M22/9M21
Mercado Interno	1.619,6	90,1%	1.143,7	91,7%	41,6%
Mercado Externo	178,5	9,9%	103,5	8,3%	72,5%
Receita Líquida Total	1.798,1	100,0%	1.247,2	100,0%	44,2%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 9M22





E-commerce

No 3T22, o e-commerce das marcas da Companhia manteve a tendência de expansão e apresentou crescimento de 128,6% em relação ao mesmo período do ano anterior.

O robusto crescimento desse canal se deve a forte expansão nas vendas das três marcas operadas pela Companhia. Como participação da receita, o e-commerce representou 5,8% no 3T22, aumento de 2,7 p.p. na comparação com os 3,1% do 3T21.

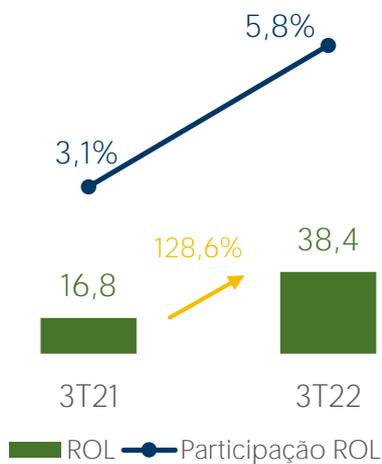
Nos nove meses de 2022, o e-commerce apresentou crescimento de 148,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. Como participação da receita, representou 5,0% nos nove meses de 2022, aumento de 2,1 p.p. na comparação com os 2,9% dos nove meses de 2021.

Os investimentos feitos para a construção do centro de distribuição dedicado à operação de venda direta ao consumidor além de suportar o crescimento das vendas, trouxeram mais eficiência, agilidade e um melhor nível de serviço para o canal. Em outubro, o e-commerce da Mizuno foi reconhecido com o selo RA1000, que reconhece o e-commerce da marca com o nível máximo de excelência no atendimento ao cliente no Reclame Aqui e o coloca com a melhor nota do mercado esportivo nacional.

O e-commerce manteve a tendência de expansão e apresentou crescimento de 128,6%

RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	3T22	3T21	Var. % 3T22/3T21	9M22	9M21	Var. % 9M22/9M21
Receita Líquida e-commerce	38,4	16,8	128,6%	89,4	36,0	148,3%
Participação ROL %	5,8%	3,1%	2,7 p.p.	5,0%	2,9%	2,1 p.p.



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

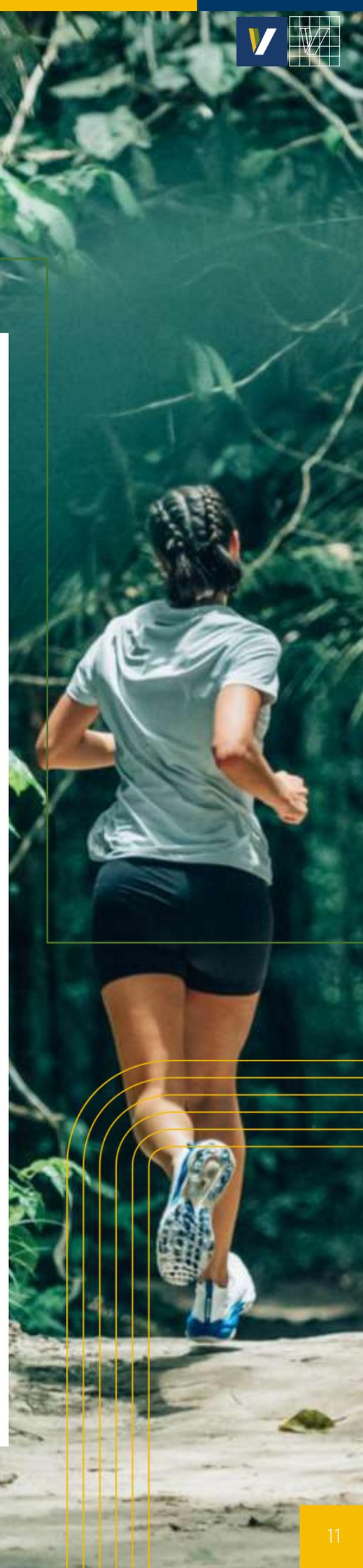
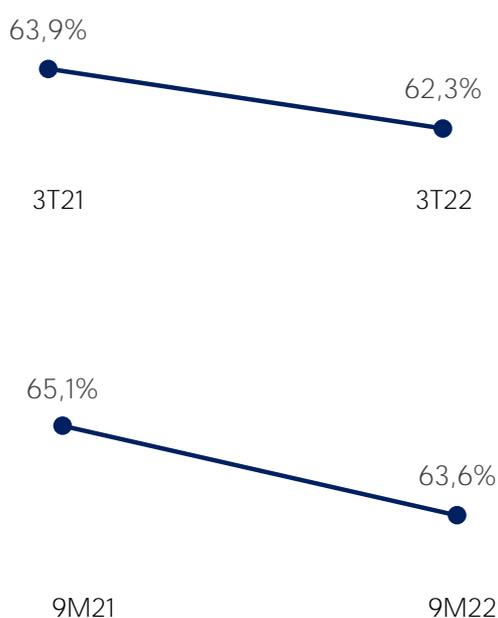
No 3T22, como percentual da receita líquida de vendas o custo dos produtos vendidos representou 62,3%, frente aos 63,9% registrados no mesmo período de 2021.

Durante todo o terceiro trimestre de 2022 as fábricas da Companhia operaram com sua ocupação plena. A entrada sincronizada das novas coleções desenvolvidas para a execução do 2º semestre de 2022, totalmente adequadas aos processos industriais das plantas fabris e, aliada aos altos volumes produzidos, proporcionaram o atingimento da eficiência produtiva dentro dos níveis planejados e consequente obtenção de melhores custos dos produtos produzidos.

No 3T22 foi observado o arrefecimento na pressão nos custos devido ao menor impacto da alta dos índices de inflação que nos trimestres anteriores afetaram principalmente os custos de mão de obra e, de algumas matérias-primas. Porém, a persistência na alta dos custos logísticos internacional segue afetando os custos dos artigos importados para revenda, atingindo principalmente a categoria de vestuário e acessórios.

Nos nove meses de 2022, como percentual da receita líquida de vendas, o custo das vendas representou 63,6%, frente aos 65,1% apresentado no mesmo período do ano de 2021.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (% CPV/ROL)





LUCRO BRUTO

O lucro bruto do 3T22 foi de R\$ 250,3 milhões, aumento de 29,6% em relação aos R\$ 193,2 milhões registrados no 3T21. A margem bruta atingiu 37,7% no 3T22, sendo 1,6 p.p. superior aos 36,1% verificados no 3T21.

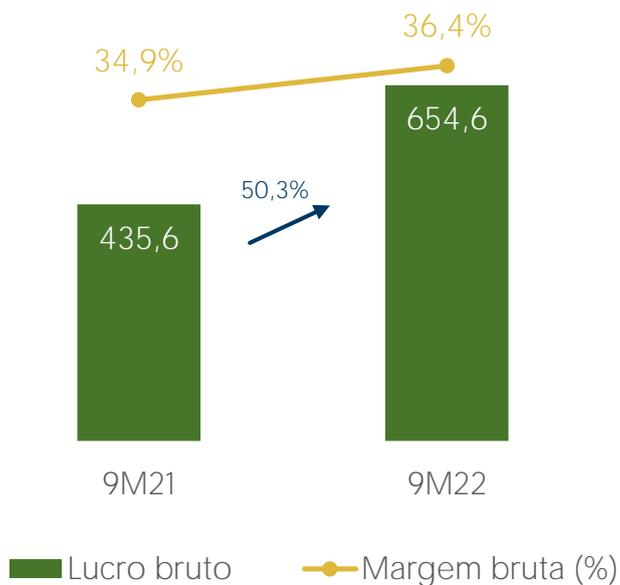
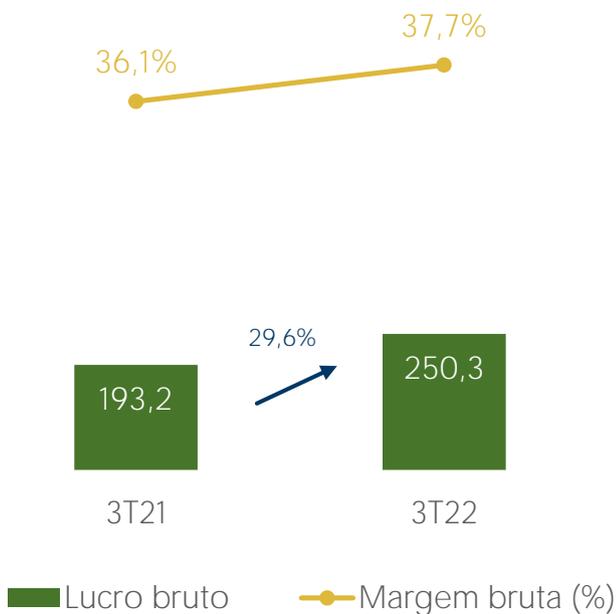
O impacto positivo trazido aos custos devido ao grande volume produzido no 3T22, aliado a alta demanda pelos produtos das novas coleções de tênis das três marcas, propiciaram ganhos de eficiência produtiva e a captura de sinergias operacionais que resultaram na melhora da margem bruta.

Pelo sétimo trimestre consecutivo a Companhia reporta evolução na margem bruta. O ganho de 1,6 p.p na margem bruta aferida no 3T22 em relação a margem obtida no 3T21, evidencia a consistência e a robustez do modelo de negócio da Companhia que consegue responder muito rapidamente as mudanças do mercado e no comportamento do consumidor.

Nos nove meses de 2022, o lucro bruto foi de R\$ 654,6 milhões, com aumento de 50,3% sobre os R\$ 435,6 milhões obtidos nos nove meses de 2021. A margem nos nove meses de 2022 foi de 36,4 %, sendo 1,5 p.p. superior à obtida nos nove meses de 2021, quando foi obtido 34,9%.

Pelo sétimo trimestre consecutivo a Companhia reporta evolução na margem bruta

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



DESPESAS COM VENDAS, PROPAGANDA E PECLD

As despesas com vendas, propaganda e PECLD no 3T22 registraram um total de R\$ 105,5 milhões, aumento de 32,2% em comparação ao 3T21.

As despesas com vendas e PECLD (ex-propaganda) apresentaram aumento de 32,3% no 3T22, sobre as despesas apresentadas no 3T21. Foram registrados R\$ 79,8 milhões no 3T22, versus R\$ 60,3 milhões do 3T21. Como participação da receita, as despesas com vendas (ex-propaganda) representaram 12,0% no 3T22, comparado aos 11,3% do 3T21, perfazendo um acréscimo de 0.7 p.p. sobre o mesmo período do ano anterior.

O comportamento da maior parte das despesas variáveis se manteve dentro da normalidade e apresentando crescimento nominal devido a expansão da receita, a exceção se deu nas despesas com fretes que nesse trimestre apresentou leve aumento devido aos repasses dos aumentos nos combustíveis observados nos últimos meses. 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.

Nos nove meses de 2022, registrou-se despesa com vendas e PECLD (ex-propaganda) de R\$ 217,3 milhões, um acréscimo de 44,0% em comparação aos R\$ 150,9 milhões dos 9M21. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida atingiu 12,1% mantendo a mesma participação apresentada nos nove meses de 2021.

DESPESAS COM VENDAS E PECLD (Ex – propaganda)



■ Despesas com Vendas e PECLD ● % Receita líquida

No 3T22, as despesas com propaganda e marketing somaram R\$ 25,7 milhões, com aumento de 31,8% sobre os R\$ 19,5 milhões do 3T21. A participação das despesas com propaganda e marketing sobre a receita líquida representou 3,9% no 3T22, comparado aos 3,6% no 3T21.

No terceiro trimestre de 2022 as marcas presentes no portfólio da Vulcabras deram sequência ao ótimo desempenho alcançado nos dois primeiros trimestres do ano e seguiram consolidando suas estratégias de marketing. A Mizuno realizou ações focadas em seu público alvo, além de uma experiência de produto no coração da Amazônia com a corrida “Consciente”, que lançou mundialmente a Neo Collection, a linha de tênis de alta performance mais sustentável já desenvolvida pela marca. A Olympikus voltou em grande estilo ao calendário oficial dos eventos esportivos nacionais com o “Bota pra Correr”, a prova aconteceu na Chapada dos Veadeiros, em Goiás. A Under Armour no terceiro trimestre de 2022, deu continuidade a construção da sua presença no basquete brasileiro, com ativação no principal campeonato de basquete amador do Brasil, o “Stretopia Open”.

Nos nove meses de 2022, registrou-se despesas de propaganda de R\$ 67,1 milhões, um acréscimo de 44,9% em comparação aos R\$ 46,3 milhões dos 9M21. A participação das despesas com propaganda sobre a receita líquida atingiu 3,7% nos 9M22, mantendo a mesma participação apresentada nos nove meses de 2021.

DESpesas COM PROPAGANDA E MARKETING



DESpesas GERAIS E ADMINISTRATIVAS

As despesas gerais e administrativas foram de R\$ 32,5 milhões no 3T22 apresentando aumento de 14,0% em comparação ao 3T21. Em percentual sobre a receita líquida, ocorreu redução de 0,4 p.p., saindo de 5,3% no 3T21 para 4,9% no 3T22.

No trimestre foi observado o aumento nominal das despesas administrativas em todas as subseções desse agrupamento, isso se deve a correção proporcionada pela escalada inflacionária, bem como, a incrementos pontuais devido ao maior volume de produtos comercializados. As despesas com pessoal, serviços de terceiros e informática foram as que apresentaram maiores variações.

Nos nove meses de 2022, em relação ao mesmo período de 2021, ocorreu aumento de 9,0% das despesas gerais e administrativas, passando de R\$ 83,7 milhões nos 9M21 para R\$ 91,2 milhões no 9M22. Ao se comparar o percentual sobre a receita líquida, observa-se redução nos nove meses de 2022 de 1,6 p.p. em relação ao equivalente período de 2021.

DESpesas GERAIS E ADMINISTRATIVAS



OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No 3T22, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas resultaram em uma despesa de R\$ 3,3 milhões diante de uma receita de R\$ 32,4 milhões registrada no 3T21.

Nos nove meses de 2022, em relação ao mesmo período de 2021, houve uma redução de 90,5%, resultando em uma receita R\$ 6,6 milhões em 2022, ante a receita de R\$ 69,3 milhões de 2021.

Ressaltamos que tanto no 3T21 como no 3T22 houve o reconhecimento de créditos/despesas não recorrentes. No 3T21 houve o reconhecimento de crédito “**não recorrente**” oriundo de ação judicial de Pis/Cofins, no montante de R\$ 36,5 milhões e, no 3T22 houve o reconhecimento de R\$ 2,0 milhões de recolhimento espontâneo de ICMS do exercício anterior, o que acaba por distorcer a comparação com o trimestre atual.

OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

R\$ Milhões	3T22	3T21	Var. % 3T22/3T21	9M22	9M21	Var. % 9M22/9M21
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	-3,3	32,4	-110,2%	6,6	69,3	-90,5%

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

O resultado financeiro líquido no 3T22 registrou uma despesa de R\$ 6,5 milhões, em comparação ao mesmo período de 2021, que foi de uma receita de R\$ 11,1 milhões.

Na comparação do 3T22 versus 3T21 as principais variações foram observadas no aumento dos juros pagos, e, nas receitas de aplicações devido ao aumento nas disponibilidades.

Na comparação dos nove meses, o resultado financeiro foi de uma receita financeira equivalente a R\$ 23,0 milhões nos nove meses de 2021, para uma despesa de R\$ 24,5 milhões nos nove meses de 2022.

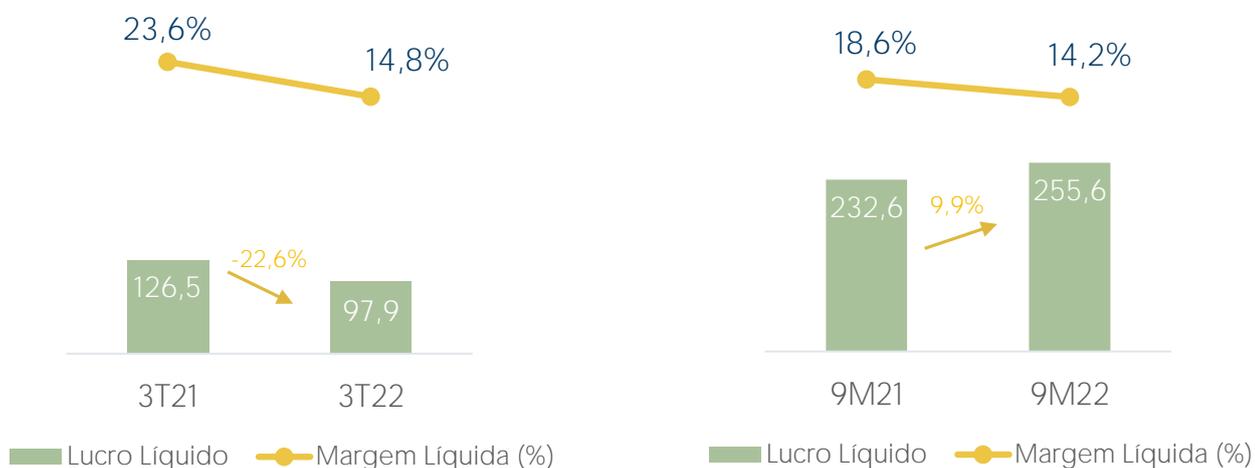
RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

R\$ Milhões	3T22	3T21	Var. % 3T22/3T21	9M22	9M21	Var. % 9M22/9M21
Estrutura de capital	-10,4	-8,5	22,4%	-34,9	-22,8	53,1%
Operacionais	-3,1	-5,0	-38,0%	-8,3	-17,6	-52,8%
Cambiais	-3,8	-5,4	-29,6%	-22,3	-18,8	18,6%
Despesas Financeiras	-17,3	-18,9	-8,5%	-65,5	-59,2	10,6%
Estrutura de capital	4,1	2,5	64,0%	13,9	4,8	189,6%
Operacionais	3,1	23,3	-86,7%	9,1	65,5	-86,1%
Cambiais	3,6	4,2	-14,3%	18,0	11,9	51,3%
Receitas Financeiras	10,8	30,0	-64,0%	41,0	82,2	-50,1%
Resultado Financeiro	-6,5	11,1	-158,6%	-24,5	23,0	-206,4%

LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido do 3T22 foi de R\$ 97,9 milhões apresentando queda de 22,6% sobre o resultado de R\$ 126,5 milhões apresentados no 3T21. A margem líquida atingiu 14,8% no 3T22, decréscimo de 8,8 p.p., em comparação aos 23,6% alcançados no 3T21.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA



Convém ressaltar que no 3T22 e no 3T21, alguns eventos “**não recorrentes**” influenciaram o Lucro Líquido da Companhia. Na comparação do Lucro Líquido Recorrente, no 3T22 foi obtido o resultado de R\$ 99,9 milhões com crescimento de 35,7%, quando comparado aos R\$ 73,6 milhões obtidos no 3T21. A Margem Líquida Recorrente atingiu 15,1% no 3T22, com acréscimo de 1,4 p.p., em comparação aos 13,7% alcançados no 3T21.

Para melhor entendimento, seguem demonstrados abaixo os valores dos respectivos efeitos de cada um desses eventos no Lucro Líquido do trimestre e do acumulado no período.

R\$ Milhões	3T22	3T21	Var. % 3T22 / 3T21	9M22	9M21	Var. % 9M22/9M21
Lucro Líquido	97,9	126,5	-22,6%	255,6	232,6	9,9%
(-) Crédito de Pis/Cofins principal	0,0	-37,4	N/A	0,0	-66,0	N/A
(-) Crédito de Pis/Cofins atualização	0,0	-18,7	N/A	0,0	-57,6	N/A
(-) Pis/Cofins/IRPJ / CSLL sobre atualização de credito de Pis/Cofins	0,0	0,9	N/A	0,0	2,7	N/A
(-) IRPJ / CSLL sobre atualização de credito de Pis/Cofins reconhecidos	0,0	2,3	N/A	0,0	7,4	N/A
(-) Indébito de IR/CSLL sobre créditos de tributários reconhecidos	0,0	0,0	N/A	-8,8	0,0	N/A
(-) Recolhimento espontâneo de ICMS de exercícios anterior	2,0	0,0	N/A	2,0	0,0	N/A
Lucro Líquido Recorrente	99,9	73,6	35,7%	248,8	119,1	108,9%
Margem Líquida Recorrente	15,1%	13,7%	1,4 p.p.	13,8%	9,5%	4,3 p.p.

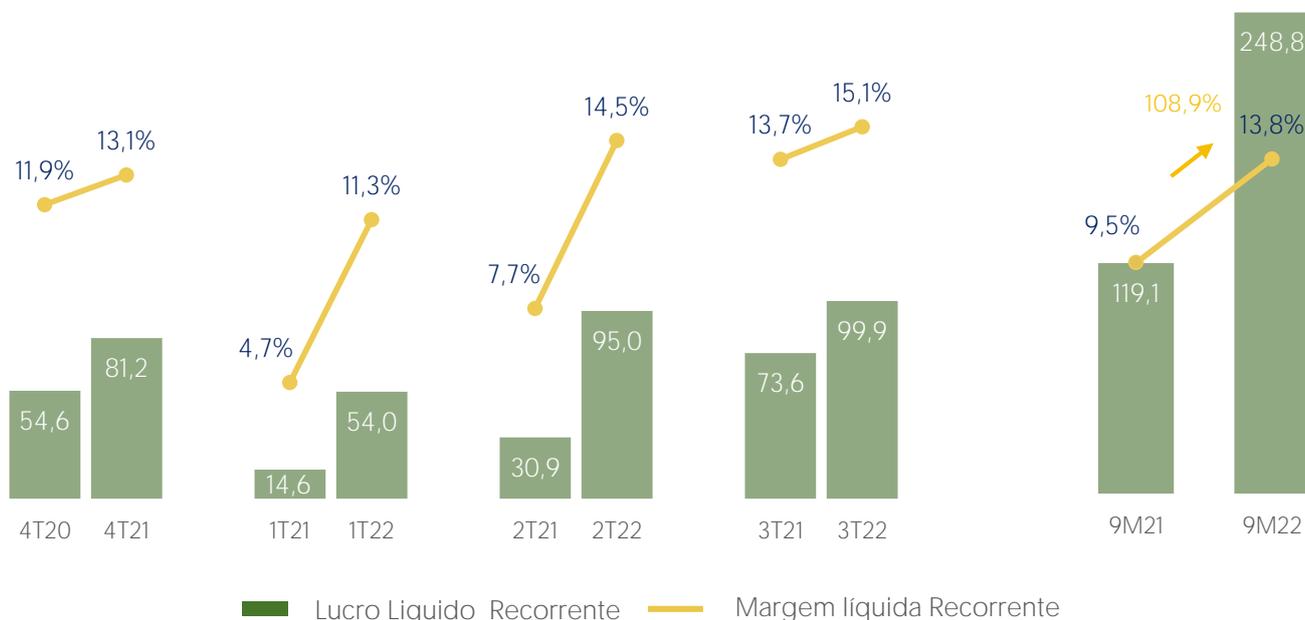
A melhora na margem líquida do 3T22 se deve ao ganho apresentado no lucro bruto em virtude da melhor performance operacional e, também, pela maior diluição das despesas operacionais devido ao expressivo crescimento das receitas.



O lucro líquido do 9M22 foi de R\$ 255,6 milhões sendo 9,9% superior ao resultado aferido no mesmo período do ano anterior. A margem líquida na comparação dos 9M22 versus 9M21 foi reduzida em 4,4 p.p., de 18,6% nos nove meses de 2021 para 14,2% em 2022.

Na comparação do Lucro Líquido Recorrente, o resultado aferido de R\$ 248,8 milhões representa crescimento de 108,9% nos 9M22 quando comparado ao resultado ajustado obtido nos 9M21 que foi de R\$ 119,1 milhões. A Margem Líquida Recorrente atingiu 13,8% nos 9M22, com acréscimo de 4,3 p.p., em comparação aos 9,5% alcançados nos 9M21.

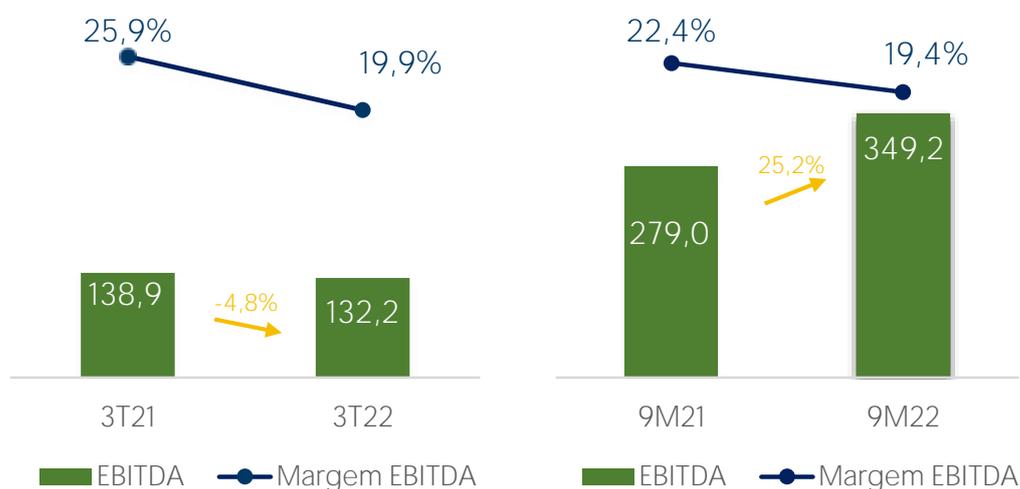
LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE



EBITDA

No 3T22 o EBITDA foi de R\$ 132,2 milhões, apresentando decréscimo de 4,8%, em relação aos R\$ 138,9 milhões obtidos no 3T21. A Margem EBITDA apresentou redução de 6,0 p.p., atingindo 19,9% no 3T22, ante 25,9% do 3T21.

EBITDA E MARGEM EBITDA



Convém ressaltar que no 3T22 e no 3T21, alguns eventos “**não recorrentes**” influenciaram o EBITDA da Companhia. Na comparação do EBITDA Recorrente, o resultado obtido no 3T22 foi de R\$ 134,2 milhões e apresentou crescimento de 31,1% quando comparado com os R\$ 102,4 milhões obtidos no 3T21. A margem Ebitda Recorrente atingiu 20,2% no 3T22, com acréscimo de 1,1 p.p., em comparação aos 19,1% alcançados no 3T21.

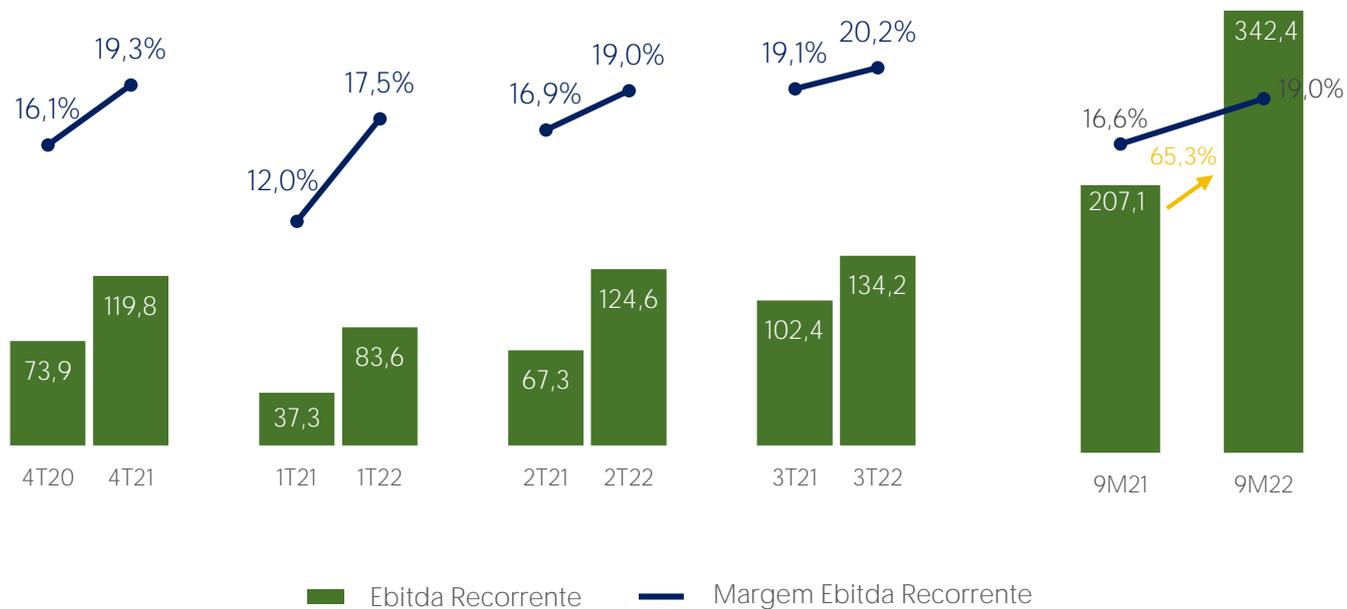
Para melhor entendimento, seguem demonstrados abaixo os valores e os respectivos efeitos de cada um desses eventos no EBITDA do trimestre e do acumulado no período.

R\$ Milhões	3T22	3T21	Var. % 3T22/3T21	9M22	9M21	Var. % 9M22/9M21
EBITDA Contábil	132,2	138,9	-4,8%	349,2	279,0	25,2%
(-) Crédito de Pis/Cofins principal	0,0	-37,4	N/A	0,0	-66,0	N/A
(-) Pis/Cofins sobre atualização de Crédito Pis/Cofins	0,0	0,9	N/A	0,0	2,7	N/A
(-) Reversão de PECLD	0,0	0,0	N/A	0,0	-8,6	N/A
(-) Indébito de IR/CSLL sobre créditos de tributários reconhecidos	0,0	0,0	N/A	-8,8	0,0	N/A
(-) Recolhimento espontâneo de ICMS de exercícios anterior	2,0	0,0	N/A	2,0	0,0	N/A
Ebitda Recorrente	134,2	102,4	31,1%	342,4	207,1	65,3%
Margem EBITDA Recorrente	20,2%	19,1%	1,1 p.p.	19,0%	16,6%	2,4 p.p.

O EBITDA do 9M22 foi de R\$ 349,2 milhões sendo 25,2% superior ao resultado aferido no mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA na comparação do 9M22 versus 9M21 foi reduzida em 3,0 p.p., de 22,4% nos nove meses de 2021 para 19,4% em 2022.

Na comparação do EBITDA Recorrente, o resultado obtido no 9M22 foi de R\$ 342,4 milhões, com crescimento de 65,3% quando comparado ao EBITDA Recorrente obtido nos 9M21 que foi de R\$ 207,1 milhões. A Margem EBITDA Recorrente na comparação do 9M22 versus 9M21 foi ampliada em 2,4 p.p., de 16,6% nos nove meses de 2021 para 19,0% em 2022.

EBITDA E MARGEM EBITDA RECORRENTE



ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)

O retorno sobre capital investido – ROIC1– anualizado atingiu 22,0% no 3T22-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/09/2022), o qual representa aumento de 0,6 p.p. sobre o resultado de 21,4% obtido em 31/12/2021.

ROIC	2019	2020	2021	3T22
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	143,1	31,5	313,8	336,9
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(5,1)	0,1	(12,5)	35,0
NOPAT	138,0	31,6	301,3	371,9
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	43,1	311,6	361,3	361,0
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(62,2)	(158,6)	(114,6)	(212,0)
(-) Aplicações Financeiras	(2,8)	(90,5)	(10,3)	(8,3)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	16,9	17,6	18,0	18,3
(+) Patrimônio Líquido	1.087,4	1.125,4	1.356,6	1.611,1
Total Capital Investido	1.082,4	1.205,5	1.611,0	1.770,1
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.014,6	1.144,0	1.408,2	1.690,6
ROIC anualizado⁽²⁾	13,6%	2,8%	21,4%	22,0%

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC-ajustado3) anualizado atingiu 25,8% no 3T22-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/09/2022), com redução de 0,2 p.p. sobre o resultado de 26,0% obtido em 31/12/2021.

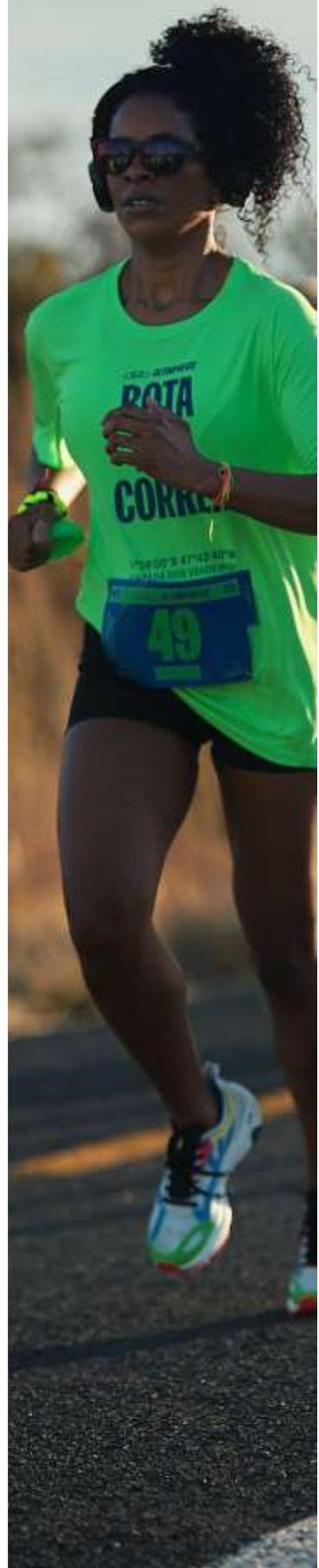
ROIC AJUSTADO	2019	2020	2021	3T22
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	143,1	31,5	313,8	336,9
(+) Resultado Financeiro (LTM)	(5,1)	0,1	(12,5)	35,0
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(0,3)	2,0	(3,1)	(5,1)
NOPAT (Ajustado)	137,7	33,6	298,2	366,8
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	43,1	311,6	361,3	361,0
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(62,2)	(158,6)	(114,6)	(212,0)
(-) Aplicações Financeiras	(2,8)	(90,5)	(10,3)	(8,3)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	16,9	17,6	18,0	18,3
(-) Ágio da Compra	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(62,0)	(60,0)	(69,4)	(74,1)
(+) Patrimônio Líquido	1.087,4	1.125,4	1.356,6	1.611,1
Total Capital Investido Ajustado	822,2	947,3	1.343,4	1.497,8
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	754,5	884,8	1.145,4	1.420,6
ROIC Ajustado anualizado⁽³⁾	18,3%	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 média do 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 3T22, foram investidos R\$ 44,9 milhões em imobilizado e intangível. Em imobilizado foram investidos R\$ 44,4 milhões aumento de 83,5% em relação ao valor investido no 3T21. O investimento no intangível do 3T22 foi de R\$ 0,5 milhão.

Nesse trimestre a Companhia seguiu investindo na ampliação e modernização de seu parque fabril. Os investimentos realizados neste trimestre se devem a expansão física no parque fabril do Ceará em 4 mil m² para melhor acomodar as áreas de apoio a produção devido ao crescimento de volume produzido e, em novos equipamentos, principalmente em teares retilíneos destinados a confecção dos cabedais Knit.

Nos 9T22, foram investidos R\$ 117,0 milhões em imobilizado e intangível. Em imobilizado foram investidos R\$ 115,1 milhões aumento de 29,3% em relação ao valor investido nos 9M21.

ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

R\$ Milhões	3T22	3T21	Var. % 3T22/3T21	9M22	9M21	Var. % 9M22/9M21
Moldes	8,9	6,4	39,1%	24,9	28,4	-12,3%
Máquinas e Equipamentos	22,6	13,4	68,7%	44,5	41,3	7,7%
Instalações	8,9	3,1	187,1%	17,2	7,3	135,6%
Outros	4,0	1,3	207,7%	28,5	12,0	137,5%
Imobilizado	44,4	24,2	83,5%	115,1	89,0	29,3%
Software	0,5	0,2	150,0%	1,9	2,2	-13,6%
Intangível	0,5	0,2	150,0%	1,9	2,2	-13,6%
Total Geral	44,9	24,4	84,0%	117,0	91,2	28,3%

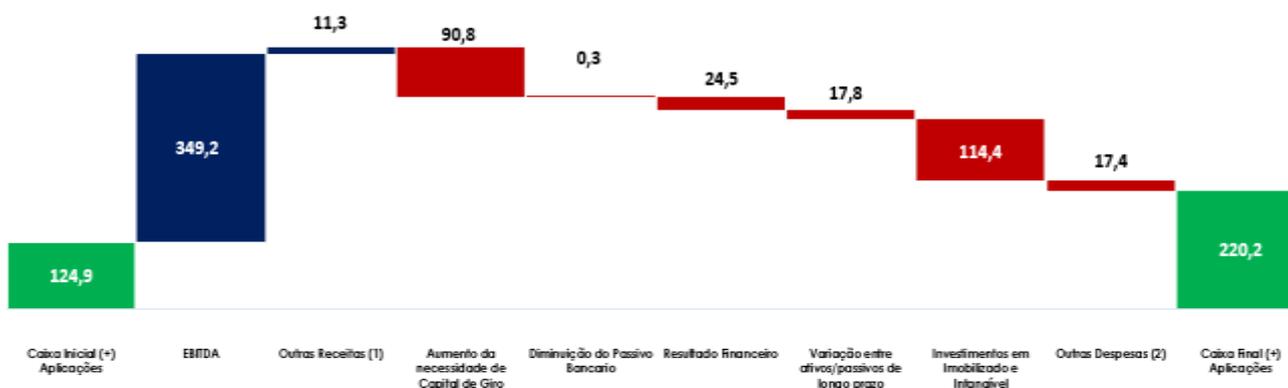


GERAÇÃO DE CAIXA

A variação de caixa nos 9M22 foi de R\$ 95,3 milhões. A variação apresentada foi constituída essencialmente pelos seguintes eventos:

- (i) EBITDA de R\$ 349,2 milhões;
- (ii) Aumento da necessidade de capital de giro de R\$ 90,8 milhões;
- (iii) Diminuição no passivo bancário em R\$ 0,3 milhão;
- (iv) Variação entra Ativos/Passivos de Longo Prazo de R\$ 17,8 milhões;
- (v) Investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 114,4 milhões.

FLUXO DE CAIXA – 9M22



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

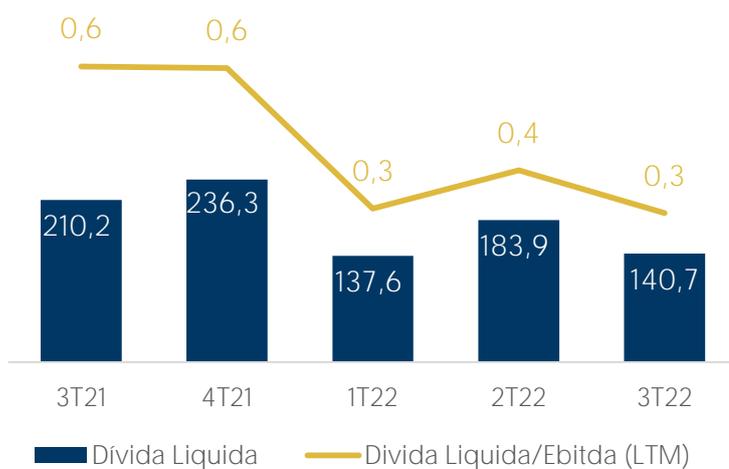
Em 30/09/2022, a Companhia apresentava dívida líquida de R\$ 140,7 milhões, sendo 40,5% inferior a observada no encerramento de 31/12/2021.

A diminuição do endividamento se deu pela geração de caixa em virtude do expressivo resultado registrado nos nove meses de 2022.

DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ Milhões	31/12/2020	31/12/2021	30/09/2022	Var. % 30/09/2022 / 31/12/2021
Financiamentos e empréstimos	311,6	361,3	361,0	-0,1%
Caixa e equivalentes de caixa	158,6	114,6	212,0	85,0%
Aplicações financeiras	90,5	10,3	8,3	-19,4%
Dívida Líquida	62,5	236,4	140,7	-40,5%

EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E ALVANCAGEM



CAPITAL DE GIRO E CICLO FINANCEIRO



SUSTENTABILIDADE

A Vulcabras tem como uma de suas premissas criar impacto positivo para todos os seus stakeholders. E neste trimestre, dando continuidade à transparência e compromisso com o propósito de construir um país melhor a partir do esporte, a Companhia divulgou o segundo relatório de sustentabilidade e junto publicou as suas ambições para 2030.

O material foi publicado no mês de julho e traz os avanços da Vulcabras na agenda ESG ao longo de 2021. Nele também é possível conferir o [Esporte pelo Brasil 2030](#), plano de ação focado em construir um país melhor e mais sustentável com ambições a serem trabalhadas pela Vulcabras até 2030.

Confira abaixo mais detalhes das cinco frentes de trabalho do Esporte pelo Brasil 2030:

Mais KM, Menos Lixo

Baseado nas premissas de circularidade, a Companhia tem a ambição de zerar a disposição de resíduos industriais em aterro sanitário, além de reduzir sua geração em 10% nas unidades. A Vulcabras já reutiliza 100% dos resíduos na unidade de Itapetinga (BA), e 80% na unidade de Horizonte (CE). Nos solados das marcas utiliza até 20% de EVA reciclado nos calçados Olympikus, e 30% de PVC reciclado nas botas Vulcabras, divisão da Companhia voltada para a produção de botas de segurança. Além disso, 100% das embalagens dos calçados são totalmente recicláveis, e possuem até 20% de papel reciclado.

Diversidade & Inclusão

Para seguir democratizando o esporte a Vulcabras também almeja democratizar o seu ecossistema, tendo assim uma gestão mais representativa. Atualmente, a Companhia possui 23% de representatividade feminina em cargos de liderança (11% diretoria e 25% gerencial), e para 2030 espera alcançar o patamar de 30%. A diversidade étnica e racial também é ponto de atenção neste plano, que espera sair dos 19% atuais e chegar em 35% até 2030.

Maratona CO2

A Vulcabras utiliza energia eólica na produção de 100% de seus calçados, é especialista em maratonas de corrida, e até 2030 tem como ambição entrar na corrida mais importante de todas – a corrida contra a emissão de carbono. A Maratona de CO2 propõe reduzir as emissões diretas da Companhia e, em parceria com os fornecedores, reduzir a emissão da cadeia de suprimentos.

De Brasileiro para Brasileiro

A Vulcabras é uma Companhia 100% brasileira e alinhada ao seu propósito de construir um País melhor a partir do esporte, promove a indústria nacional em todas as suas etapas de negócio, contribuindo com a geração de trabalho, renda e investimento, e para o crescimento econômico das regiões em que atua. Na cadeia de fornecedores são priorizadas empresas nacionais e dado a localização das fábricas no Nordeste esta região concentra o maior volume de compras.

Para 2030, a Companhia quer ampliar ainda mais a compra de insumos e serviços de empresas nacionais, tendo, além de mais vestuário nacional para todas as marcas, um aumento de 10% de compra de fornecedores nacionais.

Esporte para Todos

A partir do esporte a Vulcabras tem como ambição oferecer inclusão para jovens e adultos com o apoio a projetos que incentivem e promovam a prática esportiva em grupos de maior vulnerabilidade. A ideia é que até 2030 a Companhia amplie sua participação em projetos de inclusão esportiva, chegando assim até mil pessoas impactadas anualmente pela Vulcabras e suas marcas.

A inclusão no esporte é também foco da Vulcabras para o seu público interno, e por isso possui desde 2021 uma parceria com a GymPass, uma plataforma de bem-estar corporativo que oferece acesso a mais de 50 mil academias e estúdios, mais de 700 atividades e aos melhores aplicativos de bem-estar.

A Companhia aderiu ao programa para incentivar o esporte, gerar bem-estar aos seus colaboradores e dependentes e assim fomentar o desempenho econômico do ecossistema de esporte nas cidades em que atua. No ano de 2021 foram mais de 4.100 treinos mensais nas academias parceiras e atualmente a parceria beneficia 65 mil pessoas entre colaboradores e seus familiares.

Selos e reconhecimentos

Em setembro, a Vulcabras foi a primeira Empresa no estado do Ceará a receber o Selo ESG-FIEC, certificação fornecida pela Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC). O Selo é uma avaliação e uma validação das práticas ESG das indústrias cearenses, além de guiar as indústrias cearenses rumo à sustentabilidade, em alinhamento com as melhores práticas globais. A Vulcabras se destacou por sua atuação no estado cearense, em especial pelo desenvolvimento gerado na região de Horizonte, onde está localizada uma de suas fábricas



A Maratona de CO2 propõe reduzir as emissões diretas da Companhia e, em parceria com os fornecedores, reduzir a emissão da cadeia de suprimentos



GESTÃO DE MARCAS

As marcas da Vulcabras seguem crescendo significativamente no mercado nacional. Com campanhas que constroem relevância para seus respectivos públicos, suportadas por coleções que trazem cada vez mais inovações para os atletas e para os brasileiros, a Companhia ampliou sua participação no mercado.

A Mizuno seguiu com sua retomada no mercado nacional, trazendo histórias e momentos de engajamento com o público de corrida de performance. No principal lançamento do trimestre, a marca trouxe a linha Neo Collection, com dois modelos que unem performance e sustentabilidade combinando as mais recentes tecnologias da Mizuno com os materiais mais sustentáveis já desenvolvidos pela marca, proporcionando assim uma sensação de corrida premium e gerando menos impacto ambiental no planeta.

Em Olympikus, a marca seguiu crescendo a sua presença na democratização da corrida de performance, com ativações para a comunidade de corrida, e com produtos que levam tecnologias de performance a preços mais acessíveis aos brasileiros, reforçando o seu posicionamento de democratizar o corre. Após lançar no primeiro semestre a Família Corre - que tem como destaque o Corre Grafeno, primeiro tênis com placa de propulsão à base grafeno do mundo; o Corre 2, desenvolvido em parceria com o laboratório de biomecânica da USP; e o Corre Vento, calçado de apenas 173 gramas, que une conforto e leveza em um só produto – a Olympikus seguiu com a sua plataforma Bota Pra Correr, que convida o brasileiro a explorar o Brasil correndo.

A Under Armour reforçou sua estratégia na categoria de treino e de basquete, ancoradas na fortaleza global da marca e seus atletas como o Dwayne Johnson **“The Rock”** para o treino e Stephen Curry no basquete. Como reforço nacional, a marca participou de campeonatos de basquete independente para posicionar o seu produto Buzzer, desenvolvido e produzido 100% pela Vulcabras que teve grande aceitação no mercado.



MIZUNO

Durante o terceiro trimestre a Mizuno realizou ações focadas em seu público alvo. Reforçou ícones globais, que trazem o DNA de inovação da marca com coleções assinadas, além de uma experiência de produto no coração da Amazônia.

Corrida Consciente

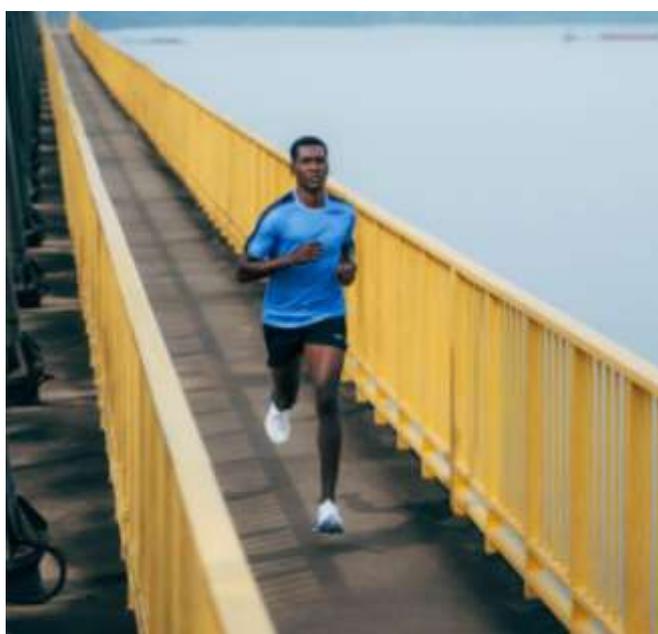
Mizuno Wave Neo Ultra e Mizuno Wave Neo Wind são os dois modelos da Neo Collection, a coleção global que combina alta performance com materiais sustentáveis e processos produtivos de baixo impacto ambiental.

Nos dois modelos o tecido do cabedal é feito com materiais recicláveis e não leva tingimento, reduzindo em 100% o uso de água durante o processo de coloração. Além disso, os dois tênis possuem na entressola a espuma Mizuno Enerzy Lite, feita à base de óleo extraído de sementes de mamona, e a espuma Mizuno Enerzy, feita a partir de algas marinhas.

Para promover mais segurança ao corredor, ambos os

modelos possuem a tecnologia Mizuno Wave, uma estrutura de solado que aumenta o índice de amortecimento e estabilidade.

Eles atendem diferentes necessidades dos consumidores. O Mizuno Wave Neo Ultra é um tênis focado em amortecimento e maciez. O modelo traz pela primeira vez o triplo combo da tecnologia Enerzy, com Mizuno Enerzy Core, Mizuno Enerzy Lite e Mizuno Enerzy, proporcionando assim uma sensação de corrida com muito amortecimento, ótimo retorno de energia e maciez sem prejudicar a estabilidade. No solado, a tecnologia G3 é responsável por garantir maior tração e menor peso. Valor: R\$ 1.499,99.



Mizuno Wave Neo Ultra



Já o Mizuno Wave Neo Wind é para quem busca máxima propulsão durante a corrida. Voltado para treinos de velocidade, o modelo tem também no solado a tecnologia G3, porém com um design que aumenta ainda mais a tração. Além disso, possui placa Wave, também sustentável, com o combo de tecnologias Mizuno Enerzy Lite, Mizuno Wave e Mizuno Enerzy. Valor: R\$1.299,00.

Mizuno Wave Neo Wind

Mizuno Neo Project

No Brasil, para marcar o lançamento da Neo Collection, 20 corredores profissionais e amadores foram convidados pela marca para testarem os novos produtos da coleção às margens do Rio Negro em um treino de 8,5km pela Floresta Amazônica.





Mizuno Wave Rider 10 Footpatrol



Lifestyle

No início de agosto a Mizuno trouxe ao Brasil o **Mizuno Wave Rider 10 Footpatrol**. Desenvolvido em parceria com a Footpatrol, uma das mais conhecidas varejistas de tênis do mundo sediada em Londres, o modelo é para uso casual, e tem suas cores inspiradas em processos naturais, como a erosão, e tem como tema os esportes de aventura, como hiking e trekking, e os ambientes outdoor. Seu design tem como ideia refletir a ação do tempo e de outros elementos, como água, sal e plantas, sobre a terra, representando processos naturais que acontecem o tempo todo no planeta. Valor: R\$1099,99.



Já em setembro desembarcaram no mercado nacional dois modelos da coleção "Desert Meditation" - **Mizuno Wave Prophecy LS** (valor: R\$ 1799,99) e o **Mizuno Wave Mujin TL** (valor: R\$ 999,99). Inspirado pelos desertos e seus oásis, o pack traz modelos desenvolvidos com materiais nobres, como couro, camurça e mesh presentes principalmente no cabedal.

Mizuno Wave Prophecy LS

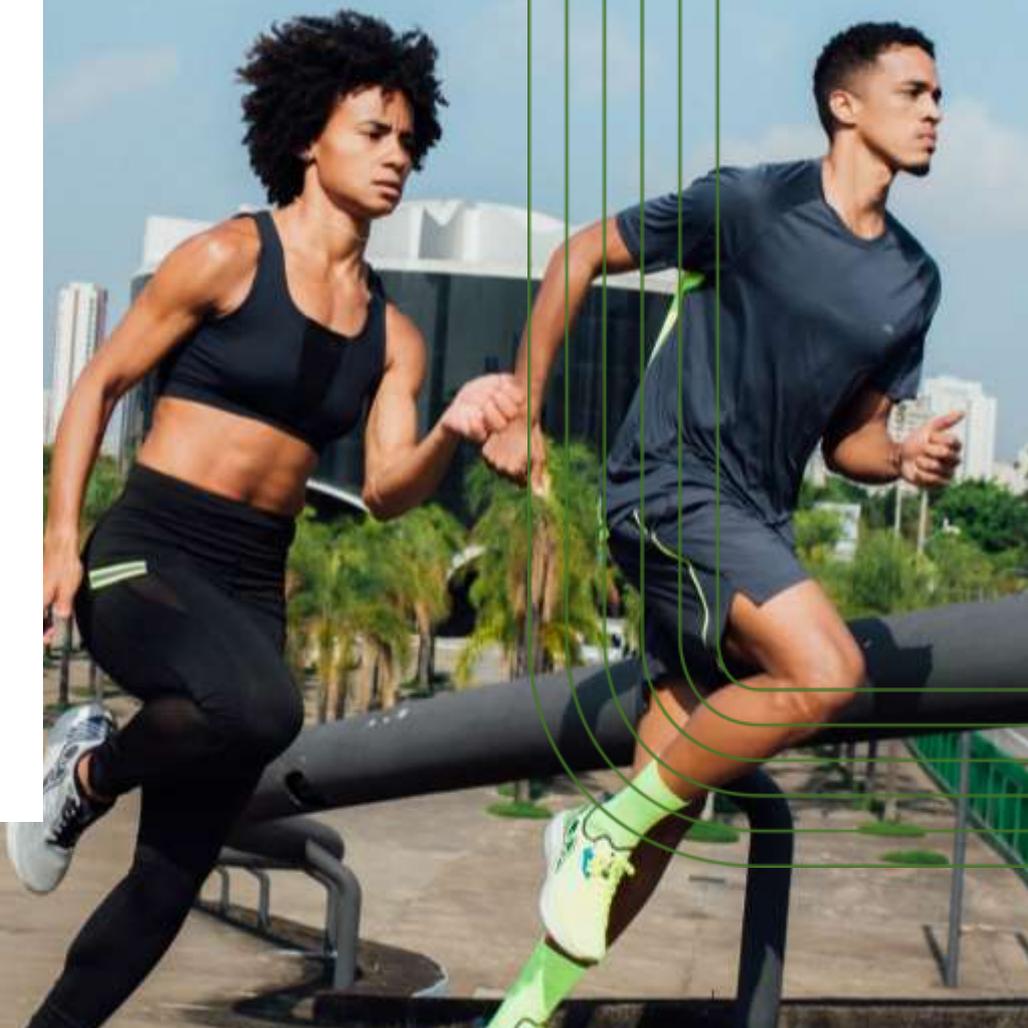
Mizuno Wave Mujin TL



OLYMPIKUS

A Olympikus seguiu com a construção da marca com o público de corrida de performance, elevando o valor da marca e expandindo a sua atuação além do corre democrático do dia a dia. Desde 2011 com o início do patrocínio da Maratona Internacional do Rio de Janeiro e em 2018 com o lançamento da linha Corre a marca vem se consolidando no mercado nacional oferecendo produtos que dão acesso à tecnologia de performance aos brasileiros.

Como resultado disso, a Olympikus se destacou como a 4ª marca mais lembrada e preferida em tênis de corrida na pesquisa da Tickets Sports divulgada em agosto e feita com corredores de todo o País.



Bota Pra Correr

Em agosto deste ano o Bota Pra Correr (BPC) – circuito proprietário de corridas da Olympikus – voltou ao calendário oficial dos eventos esportivos nacionais. Após dois anos de pausa, por conta da pandemia de COVID-19, a primeira prova do circuito 2022 aconteceu na Chapada dos Veadeiros, em Goiás. Mais de 400 pessoas, entre corredores amadores e profissionais, participaram da retomada do movimento que convida os participantes a conhecerem o Brasil correndo.

Lançado em 2019, o Bota Pra Correr é a consolidação do propósito da Olympikus na corrida. É a partir dele que a marca iniciou uma conversa consistente com a comunidade corredora ao proporcionar experiências para conhecer as belezas naturais do Brasil e seus cartões postais através da corrida.



O Bota Pra Correr Chapada dos Veadeiros teve duas opções de distâncias, 10km e 21km, com percurso 100% no asfalto e ofereceu aos participantes cenários exuberantes envoltos por chapadões, serras, paredões, cânions e estradas. A prova recebeu atletas do Brasil inteiro e também contou com a presença do campeão olímpico de vôlei Bruninho. Corredores profissionais patrocinados pela Olympikus como Daniel Chaves, Wellington Cipó, Jéssica Ladeira, Raisa Marcellino e os treinadores Chico Salgado e Ademir Paulino, também marcaram presença no evento.

O evento contou com uma cobertura jornalística especializada. A dupla de apresentadores Lucas Gutierrez e Carol Barcellos, do programa Esporte Espetacular, da Rede Globo, participou do BPC correndo 21km, o que resultou em uma matéria de 11 minutos exibida na grade do programa. Mais de 9 milhões de pessoas foram alcançadas no momento da exibição, e 5,8 milhões específicas do target (ABC +18) foram impactadas.

Além disso, durante a exibição da reportagem a Olympikus disponibilizou um QR code - que direcionava o interessado à página especial do Bota Pra Correr. Ele teve mais de mil acessos.

Clique aqui e confira a matéria exibida no Esporte Espetacular

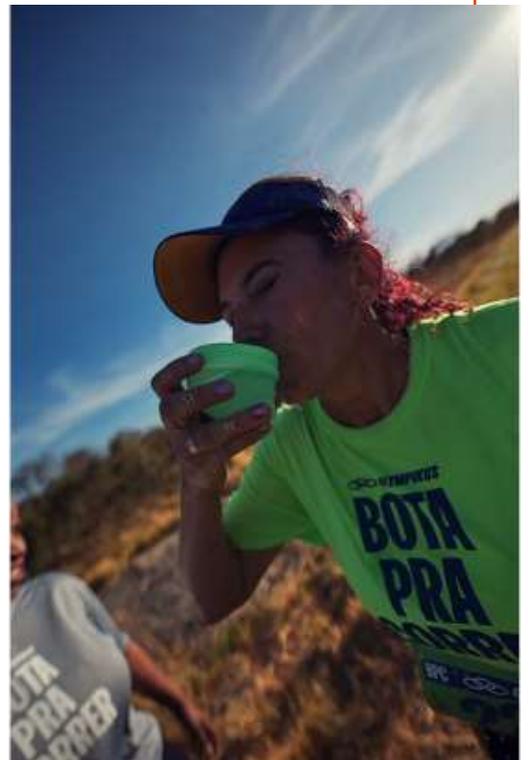




BPC e Sustentabilidade

Entre as iniciativas de sustentabilidade do evento, além dos tênis fabricados com 100% de energia limpa, a tradicional reciclagem de resíduos foi feita através da cooperativa local Recicle Alto, somando mais de 80kg de materiais. A marca permanece com a prática de contribuir de maneira positiva para o meio ambiente. Para isso, todos os inscritos para o Bota Pra Correr Chapada dos Veadeiros receberam no kit de inscrição copos de silicone para serem utilizados nos postos de hidratação, diminuindo a produção de lixo e evitando o uso de plástico.

A partir da premissa de priorizar a região e a comunidade, na etapa da Chapada a Olympikus fez uma doação para o projeto regional Turma Que Faz, iniciativa de arte-educação de Doroty Marques e Casa de Cultura Cavaleiro de Jorge, que envolve cerca de 50 crianças e adolescentes. A marca doou tênis e vestuário com o objetivo de incentivar as crianças do projeto a darem início à sua história na corrida e usarem o esporte como ferramenta de transformação.



Para o corre do dia a dia

Dando continuidade à estratégia de transformar a tecnologia de performance em tecnologia de conforto para o dia a dia dos brasileiros, a Olympikus seguiu com um plano de sustentação para a divulgação da Eleva +, a tecnologia exclusiva de conforto desenvolvida pela marca. Em agosto foi feito um trabalho estratégico de mídia externa com foco no tênis Reverso (lançado no final de junho e que, claro, possui a tecnologia em questão) nas principais capitais brasileiras: São Paulo, Porto Alegre, Curitiba, Belo Horizonte, Goiânia e Fortaleza. Parte da estratégia também foi produzir, junto com a cantora Iza, conteúdos para as redes sociais.

Clique aqui e veja o post no
instagram da Iza



A tecnologia Eleva + também apareceu no Olympikus Reverb, lançado pela marca no terceiro trimestre. Ele alia design esportivo, tecnologia de amortecimento e conforto no cabedal para levar ao consumidor um calçado versátil para diversas ocasiões. O cabedal é feito em tecido knit bicolor com a tecnologia Hypersox, que proporciona respirabilidade, conforto, flexibilidade, leveza e conta com um design exclusivo. Possui ainda detalhes sem costura, que proporcionam maior conforto. Sua palmilha é anatômica, composta por tecido poliéster e EVA, com aplicação gráfica. Valor: R\$249,99

Olympikus Reverb



UNDER ARMOUR

No terceiro trimestre de 2022, a marca deu continuidade a construção da sua presença no basquete brasileiro, com ativação no principal campeonato de basquete independente do Brasil, o Streetopia Open.

Basquete

Em julho, a marca lançou o UA Buzzer, desenvolvido e produzido no Brasil pela Vulcabras o produto traz a tecnologia e estilo da marca para as quadras nacionais. Valor: R\$ 449,99

E para marcar o lançamento do produto, e ampliar a conversa com a comunidade do basquete, Under Armour patrocinou o Streetopia Open, um dos movimentos mais relevantes do basquete independente nacional, como parte da estratégia de lançamento do Under Armour Buzzer, a marca promoveu o jogo exibição entre os times "Amigos do Ninja" x "Amigos do Fê Medeiros", que precedeu as grandes finais (feminina e masculina) do torneio.



Under Armour Buzzer



Com o ginásio lotado com um público de mais de 300 pessoas o evento foi um grande sucesso tanto para os espectadores locais quanto para quem acompanhou através das redes sociais onde mais de 4 milhões de pessoas foram impactadas. Além da ação, a marca teve um plano robusto de conteúdos nas redes sociais da marca, banners no site e seeding de produtos para influenciadores do mundo do basquete.

Curry Flow 9

Outro momento importante para o basquete no período foi a chegada ao mercado brasileiro da quarta e última cor do **Under Armour 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. Valor de venda: R\$1099,99.



Under Armour Curry Flow 9



Além da venda exclusiva da nova cor no site da marca, ela esteve à venda em um parceiro selecionado, e foi destaque em ações específicas com influenciadores.

Corrida

Já na categoria de running a marca trouxe ao mercado o Under Armour Flow Velociti Wind 2. O modelo é voltado para treinos de velocidade e tem na entressola a tecnologia Flow, que proporciona amortecimento responsivo, além de permitir respirabilidade máxima. Na parte superior a tecnologia Warp otimiza a contenção com travamento leve e também ajuda na circulação do ar no pé. Valor: R\$1099,99.



Flow Velociti Wind 2



ANEXOS

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)

R\$ milhares

ATIVO	30/09/2022	31/12/2021	PASSIVO	30/09/2022	31/12/2021
Caixa e equivalentes de caixa	211.959	114.635	Fornecedores	141.100	78.006
Contas a receber de clientes	709.342	616.275	Financiamentos e empréstimos	277.377	291.497
Estoques	634.225	493.497	Impostos a recolher	18.237	8.944
Impostos a recuperar	20.126	46.852	Salários e férias a pagar	82.065	45.618
Imposto de renda e contribuição social	12.107	7.073	Provisões	21.984	22.488
Valores a receber por alienação de operação	2.990	3.850	Passivo de arrendamento	8.126	7.129
Outras contas a receber	18.887	17.115	Comissões a pagar	19.405	14.305
			Outras contas a pagar	35.686	24.337
			Dividendos e lucros a pagar	0	4
			Imposto de renda e contribuição social diferido	2.576	2.576
ATIVO CIRCULANTE	1.609.636	1.299.297	PASSIVO CIRCULANTE	606.556	494.904
Aplicações financeiras	8.279	10.312	Financiamentos e empréstimos	83.612	69.753
Contas a receber de clientes	5.168	3.631	Mútuo com partes relacionadas	18.345	18.041
Impostos a recuperar	72.850	63.099	Provisões	37.598	37.390
Impostos de renda e contribuição social diferidos	473	493	Impostos diferidos sobre reavaliação do imobilizado	2.179	2.272
Depósitos judiciais	18.804	16.005	Passivo de arrendamento	12.112	12.650
Valores a receber por alienação de operação	0	1.720	Outras contas a pagar	3.134	3.665
Outros contas a receber	2.035	2.208			
Bens destinados à venda	194	194			
REALIZAVEL A LONGO PRAZO	107.803	97.662	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	156.980	143.771
Investimentos	74.006	69.408			
Propriedade para investimento	4	5			
Direito de uso	18.131	17.442			
Imobilizado	355.906	302.337			
Intangível	209.114	209.086			
	657.221	598.278			
ATIVO NÃO CIRCULANTE	765.024	695.940	PASSIVO	763.536	638.675
			Capital social	1.106.717	1.106.717
			Reservas de reavaliação	4.230	4.410
			Reservas de capital	4.529	4.731
			Reserva legal	15.692	15.692
			Reservas de lucros a realizar	0	201.927
			Reserva estatutária	201.927	0
			Ajustes de avaliação patrimonial	21.889	22.744
			Lucros (prejuízos) acumulados	255.792	0
			Patrimônio líquido atribuível aos controladores	1.610.776	1.356.221
			Participações de não controladores	348	341
			PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.611.124	1.356.562
TOTAL DO ATIVO	2.374.660	1.995.237	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.374.660	1.995.237

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	3T22	3T21	VAR (%)	9M22	9M21	VAR (%)
R\$ milhares						
Receita líquida de vendas	663.535	535.873	23,8%	1.798.093	1.247.171	44,2%
Custo das vendas	-413.258	-342.663	20,6%	-1.143.507	-811.593	40,9%
Lucro bruto	250.277	193.210	29,5%	654.586	435.578	50,3%
Margem Bruta	37,7%	36,1	1,6 p.p	36,4%	34,9%	1,5 p.p.
Despesas com vendas	-101.482	-84.368	20,3%	-276.180	-209.742	31,7%
Perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-4.028	4.564	-188,3%	-8.192	12.506	-165,5%
Despesas administrativas	-32.501	-28.451	14,2%	-91.199	-83.658	9,0%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	-3.268	32.399	-110,1%	6.636	69.290	-90,4%
Resultado da equivalência patrimonial	2.500	2.990	-16,4%	3.922	1.908	105,6%
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	111.498	120.344	-7,4%	289.573	225.882	28,2%
Receitas financeiras	10.819	29.989	-63,9%	41.011	82.272	-50,2%
Despesas financeiras	-17.354	-18.944	-8,4%	-65.504	-59.280	10,5%
Resultado financeiro líquido	-6.535	11.045	-159,2%	-24.493	22.992	-206,5%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	104.963	131.389	-20,1%	265.080	248.874	6,5%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-7.072	-4.877	45,0%	-9.450	-16.255	-41,9%
Resultado líquido do período	97.891	126.512	-22,6%	255.630	232.619	9,9%
Margem Líquida	14,8%	23,6%	-8,8 p.p.	14,2%	18,7%	-4,5 p.p
Resultado atribuível aos:						
Acionistas controladores	97.890	126.522		255.612	232.630	
Acionistas não controladores	1	-10		18	-11	
Resultado do período	97.891	126.512		255.630	232.619	
Resultado por ação						
Resultado por ação ordinária - básico	0,3983	0,5148		1,0401	0,9466	
Resultado por ação ordinária - diluído	0,3971	0,5082		1,0369	0,9343	
Quantidade de ações ao final do exercício						
Quantidade de ação ordinária - básico	245.756.244	245.756.244		245.756.244	245.756.244	
Quantidade de ação ordinária - diluído	246.513.543	248.986.244		246.513.543	248.986.244	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	9M22	9M21
R\$ Milhares		
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	255.630	232.619
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	59.611	53.095
Varição na provisão para perdas por valor recuperável no estoque	17.563	4.467
Juros s/ arrendamentos provisionados	2.611	1.287
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	9.677	9.262
Rendimentos de aplicações financeiras	-722	-2.421
Varição na provisão para perdas com contingências	4.465	9.932
Resultado da equivalência patrimonial	-3.922	-1.908
Transação com pagamento baseado em ações	-202	1.254
Perda estimada com crédito de liquidação duvidosa	8.192	-12.506
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	27.119	21.859
Imposto corrente	9.450	16.255
Participação de minoritário	-18	11
Ganho ou perda na rescisão de arrendamento	0	-14
Ganho na liquidação de relação pré existente	0	-13.980
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-4.015	-123.650
Indébito tributário - SELIC	-8.792	0
Lucro líquido do período ajustado	376.647	195.562
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	-101.016	-3.506
Estoques	-158.291	-316.457
Impostos a recuperar	24.748	4.070
Outras contas a receber	-1.599	2.851
Depósitos judiciais	-4.493	1.972
Fornecedores	59.008	126.526
Comissões a pagar	5.100	-1.810
Impostos e contribuições sociais	12.002	-2.590
Salários e férias a pagar	36.447	32.270
Outras contas a pagar	10.825	-9.900
Provisões	-3.067	-5.937
Valores a receber por alienação de operação	2.580	2.580
Impostos diferidos	-73	11
Variações nos ativos e passivos	-117.829	-169.920
Caixa proveniente das (utilizada nas) atividades operacionais	258.818	25.642
Juros pagos	-29.198	-16.807
Pagamento de Juros de arrendamento	-1.688	-1.571
Impostos pagos sobre o lucro	-11.348	-14.359
	-42.234	-32.737

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	9M22	9M21
R\$ Milhares		
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	216.584	-7.095
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento		
Aquisições de imobilizado	-112.539	-87.864
Recebimento de dividendos	134	0
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	2.755	4.596
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	919	1.152
Aquisições de intangível	-1.883	-2.208
Pagamento por aquisição de controlada	0	-43.610
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimento	-110.614	-127.934
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	278.831	190.000
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-279.482	-133.950
Recebimento (Pagamentos) de empréstimos com partes relacionadas	0	300
Pagamento de passivos de arrendamentos financeiros	-8.726	-7.206
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	-4	0
Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado) nas Atividades de Financiamento	-9.381	49.144
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	96.589	-85.885
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	114.635	158.552
Varição cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	735	-914
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	211.959	71.753
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	96.589	-85.885

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 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 trabalhadores.

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 30 de setembro de 2022 (3T22) 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 01/11/2022, declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis da Vulcabras S.A. do 3º trimestre de 2022 e com o relatório de revisão dos auditores independentes sobre as informações financeiras trimestrais individuais e consolidadas.

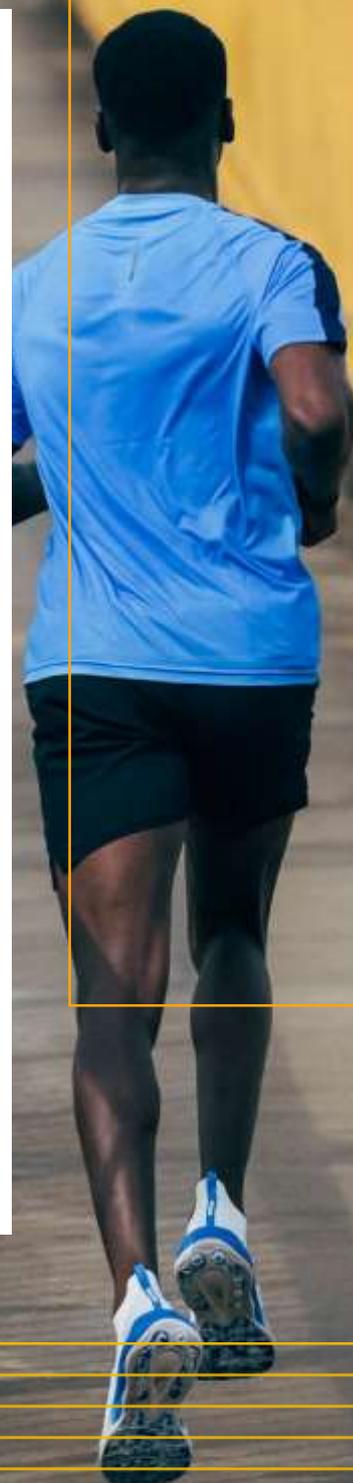
ADMINISTRAÇÃO

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
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