



RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

VULCABRAS

CONSTRUINDO
UM PAÍS MELHOR
A PARTIR DO ESPORTE.



> ELABORAÇÃO

Desenvolvimento, Redação e Edição.

Milena Pinheiro Bizerra

milena.bezerra@vulcabras.com.br

Luiz Otávio Goi Junior

luiz.junior@vulcabras.com.br

Revisão

Flávio de Carvalho Bento

flavio.bento@vulcabras.com.br



> APRESENTAÇÃO

GRI 102-46

Com nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade, elaborado de acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), apresentamos à sociedade os destaques de nossa atuação no ano de 2020 – um período no qual passamos por desafios, oportunidades e mudanças.

O Relatório resume informações sobre nosso perfil corporativo, desempenho financeiro e operacional, realizações e projetos mais importantes do ano. Além de temas como governança, estratégia, compromisso ambiental, recursos humanos, responsabilidade social, saúde e segurança.

Como líder brasileira no segmento de artigos esportivos, atuamos em todas as etapas do processo produtivo, da pesquisa e desenvolvimento à produção e do marketing e venda à distribuição aos varejos. Trabalhamos continuamente para trazer mais transparência à divulgação de resultados da nossa gestão. O lançamento desse Relatório de Sustentabilidade é mais um passo importante nesse processo de aproximação da Vulcabras com a sociedade.

Seguimos engajados em ratificar nossa responsabilidade com nossos stakeholders tornando nosso processo mais diverso, inclusivo, equitativo, colaborativo e regenerativo, atrelado ao potencial de retorno e ao desenvolvimento da indústria nacional.



Unidade fabril da Vulcabras em Horizonte (CE)

> MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA

GRI 102-14 | 102-15 | 102-16 | 201-1

A pandemia de COVID-19 nos trouxe grandes desafios e aprendizados durante 2020.

Mesmo diante de um cenário de incertezas, com serenidade, conseguimos analisar a situação e tomar decisões ágeis e corretas para moldar a empresa ao novo cenário. Trazer uma coleção de produtos ajustada à nova realidade, não desmobilizar a operação para ter capacidade de reagir à demanda quando ela voltasse e estar ao lado dos varejistas para suportá-los nesse momento, reforçou a Vulcabras como parceira estratégica do varejo e proporcionou o aumento da participação de mercado das nossas marcas.

Assim que foi possível retomar a produção em segurança, nos voltamos também à preservação da saúde de nossos colaboradores e stakeholders. Revisamos processos, procedimentos e, ainda, limitamos as operações à margem técnica nas nossas unidades para atuar com segurança e exercer os nossos valores. Ao mesmo tempo, ratificamos o comprometimento com nossa cadeia de fornecedores, que viabilizam com qualidade a prática esportiva para todos os brasileiros.

Na outra ponta da cadeia, lançamos projetos de apoio aos profissionais do esporte, para viabilizar renda e capacitação profissional diante das novas necessidades do mercado que impactou mais de 8.000 profissionais ao longo de 2020.

Ainda, mesmo diante do cenário pandêmico, mantivemos o nosso plano de reestruturação iniciado em 2018 com a compra da Under Armour, e adquirimos as operações da Mizuno no Brasil. Focamos 100% no esporte.

Também seguimos com os nossos investimentos em modernização das nossas fábricas e com os projetos de sustentabilidade como a reutilização de 100% dos resíduos da fábrica da Bahia e criação de uma área de preservação ambiental de 30 mil metros quadrados na mesma localidade.

Encerramos o ano de 2020 com números promissores. Reportamos um desempenho positivo nos últimos três meses do ano, com crescimento superior a 20% na maioria dos indicadores financeiros mostrando que nossas escolhas estratégicas, flexibilidade e eficiência operacional foram fundamentais para superar os desafios econômicos impostos no ano, mantendo o alto desempenho de nossos indicadores.

2021 ainda será um ano de grandes desafios, mas com calma e otimismo seguimos com o nosso propósito de construir um País melhor a partir do esporte.



Pedro Bartelle – Presidente da Vulcabras

> A VULCABRAS

QUEM SOMOS

GRI 102-1 | 102-2 | 102-6 | 102-7 | 102-10

A Vulcabras atua há mais de seis décadas no setor calçadista brasileiro. A Organização utiliza todo o conhecimento já adquirido aliado a constante busca pela inovação para levar ao consumidor brasileiro a melhor proposta de produtos sustentáveis e tecnologicamente desenvolvida para a prática esportiva. Desde 1952, inovamos na indústria nacional. Em 1973, iniciamos no esporte com a gestão de marcas esportivas internacionais.

Em 2020, licenciou o segmento feminino para a Grendene, consolidando-se como líder na indústria do setor de calçados esportivos do País e tornando-se a maior gestora de marcas em seus respectivos segmentos com a Olympikus, campeã nacional em venda de tênis, a Under Armour, terceira maior marca de artigos esportivos do mundo, e a Mizuno, com produtos de alta performance para todos os níveis de atletas.

Nosso modelo de negócio assegura significativa competitividade, resultando em melhores serviços aos clientes. Nossas marcas levam tecnologia para todo perfil de atleta, de todos os estados, de todas as performances. A partir da sintonia entre esses valores em seu cotidiano, trabalhamos com a estratégia de diversificação de portfólios e ampliação de base na América do Sul. Apesar de dominar o processo, acreditamos que se posicionar no mercado é necessário para a continuidade do negócio. Implantamos as melhores práticas socioambientais em nossas fábricas, reduzindo o impacto no meio ambiente e contribuindo para as cidades em que estamos presentes. Alinhamos tecnologia e inovação ao desenvolvimento sustentável.

1952

Vulcabras 752, o calçado que marcou o Brasil e o início da Vulcabras

1973

Início da gestão de marcas esportivas internacionais e produção de tênis de alta performance

1977

Abertura do capital social na BOVESPA – um novo ciclo de crescimento

1988

Os irmãos Pedro e Alexandre Grendene Barteles adquirem o controle da Vulcabras S.A.

2007

A Vulcabras S.A adquire a calçados Azaléia S/A

2008

Joint Ventur e marca Reebok com Adidas para o mercado nacional e argentino

2017

Re-IPO no novo mercado

2018

Licenciamento da Under Armour no Brasil

2020

Licenciamento do feminino e foco na gestão de marcas esportivas

2021

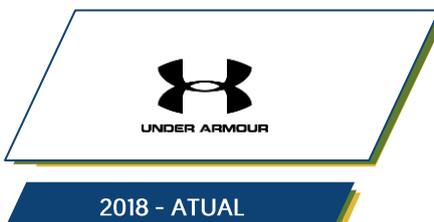
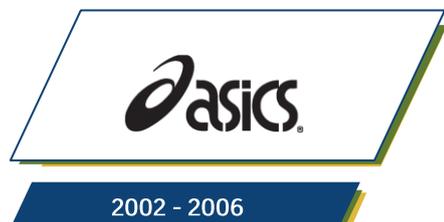
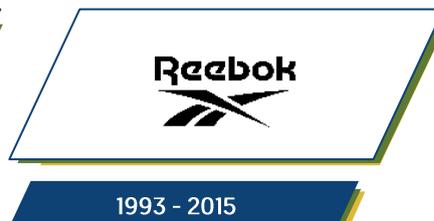
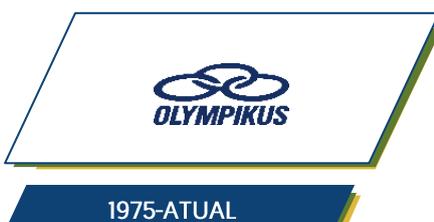
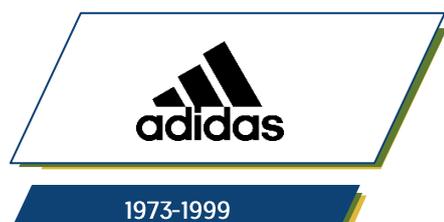
Licenciamento da Mizuno no Brasil

HISTÓRICO DE GESTÃO DAS MARCAS

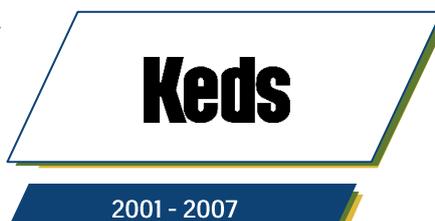
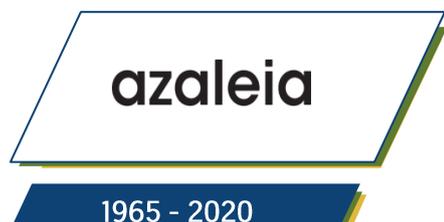
A história do esporte brasileiro é a nossa história. A maior desenvolvedora e fabricante também é a maior gestora de marcas esportivas do País.

SEGMENTO ESPORTIVO

Gestão Vulcabras



DEMAIS MARCAS



ONDE ESTAMOS

GRI 102-3|102-4 | 102-6 | 102-7

Estamos presentes em duas unidades produtivas localizadas no nordeste do país, Horizonte-CE e Itapetitinga-BA. Nosso centro de pesquisa e desenvolvimento calçadista - o maior da América Latina - está situado em Parobé-RS, originando inovação para os nossos produtos esportivos e desenvolvendo tecnologias industriais mais modernas para a nossa produção fabril. Temos um novo centro de distribuição localizado em Extrema-MG. Já os centros administrativos, por sua vez, estão estabelecidos em Jundiaí – SP e São Paulo – SP.

Atuamos, com o nosso portfólio de marcas, em mais de 19 mil pontos de venda no Brasil e em mais de 15 países, com presença mais forte na América Latina. Contamos ainda com 50 lojas próprias no Peru e Chile. Temos uma equipe comercial com mais de 330 vendedores em todo o Brasil e uma equipe de marketing, venda e categoria dedicada por marca. Ainda temos o nosso canal de DTC (direct to consumer), com os ecommerces próprios das três marcas: Mizuno, Olympikus e Under Armour para o mercado brasileiro e as lojas próprias das marcas.

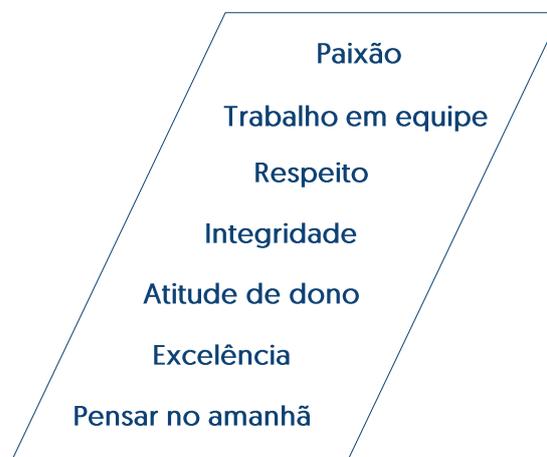


VALORES, PROPÓSITO E POSICIONAMENTO

GRI 102-16

Construímos e gerimos marcas esportivas, conhecendo o perfil de consumo do brasileiro. Temos como diferencial competitivo a tecnologia, a indústria e o maior centro de desenvolvimento calçadista da América Latina. Criamos, desenvolvemos, produzimos e distribuimos produtos inovadores, viabilizando a prática do esporte por todos no País.

Temos como propósito a construção de um país melhor a partir do esporte, apoiado nos seguintes valores:



NOSSOS PRINCÍPIOS NORTEADORES*

GRI 102-16

- Proteger o meio ambiente;
- Reduzir os índices de defeito;
- Aumentar o nível da qualidade dos produtos continuamente;
- Atender a plena satisfação dos clientes, funcionários e comunidade local;
- Melhorar continuamente o sistema de gestão em saúde e segurança;
- Estimular a participação de todos os colaboradores, parceiros, clientes e fornecedores;
- Desenvolver a cultura de prevenção quanto aos impactos ambientais gerados;
- Promover estratégias de trabalho focadas em sustentabilidade: questões culturais, sociais, ambientais e econômicas;
- Usar de forma consciente os recursos naturais e os serviços ecossistêmicos envolvidos;
- Prover os recursos necessários para os devidos cumprimentos;
- Garantir o devido envolvimento da alta administração para a melhoria contínua do sistema de gestão integrado.
- Estabelecer métodos de comunicação para garantir o correto entendimento e compreensão de toda a organização desses princípios;

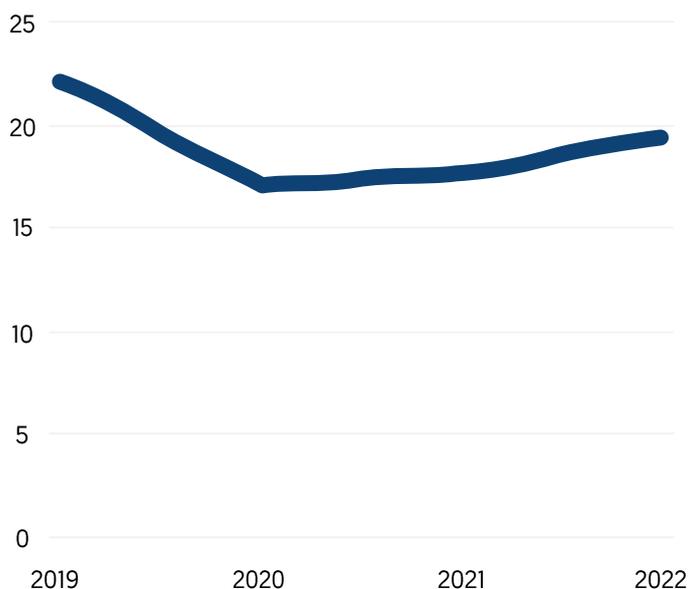
*Baseados na Política SGI da Vulcabras

O MERCADO DE CALÇADOS

GRI 102-16

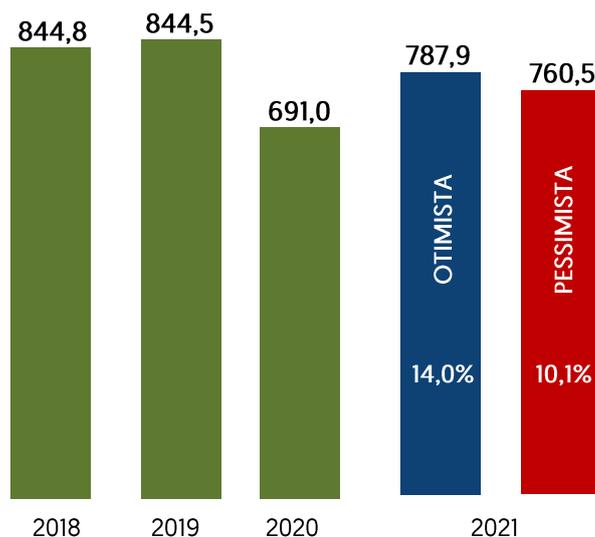
Brasil é o 5º maior produtor e consumidor mundial de calçados

CONSUMO MUNDIAL (BILHÕES POR PARES)



Fonte: worldfootwear.com

CONSUMO APARENTE BRASIL (MILHÕES POR PARES)



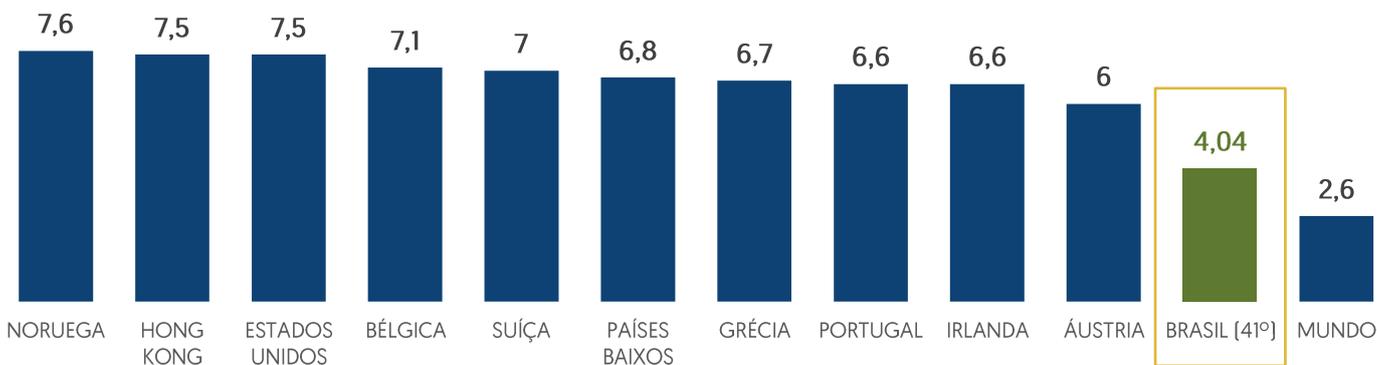
Fonte: Relatório Setorial Indústria de Calçados | Brasil 2021

PAÍSES COM O MAIOR CONSUMO PER CAPITA DE CALÇADOS EM 2019

O Brasil, com um consumo de 4,0 pares de calçados por habitante, no ano de 2019, é o 41º colocado no ranking mundial.

Estimativa do Relatório Setorial Indústria de Calçados | Brasil 2021

Pares/Habitantes



SEGMENTAÇÃO DA PRODUÇÃO BRASILEIRA DE CALÇADOS POR TIPO DE USO EM PARES EM 2020*

Considerando a participação em pares de calçados esportivos e de segurança, temos uma retração de 0,2% e um crescimento de 1,0%, respectivamente, ocasionado pela pandemia do covid-19.

Com o aquecimento da economia a partir do segundo semestre de 2020, há potencial de recuperação e crescimento no segmento esportivo para 2021.



*Milhões de pares

Participação em pares

TIPOS DE USO	2018	2019	2020
Chinelo	46,3%	45,6%	50,5%
Casual e Social	40,9%	40,8%	35,1%
Esportivo	8,7%	8,7%	8,5%
Segurança	3,7%	4,4%	5,4%
Ortopédico	0,4%	0,5%	0,4%
Total	100%	100%	100%

Estimativa do Relatório Setorial Indústria de Calçados | Brasil 2021

CRESCIMENTO DA PRÁTICA ESPORTIVA

Apenas 30,1% da população brasileira pratica alguma atividade física como lazer

Dados da PNS 2019, do IBGE, mostram crescimento da atividade física no país, como reflexo da busca por um estilo de vida mais saudável.

Crescimento de 22,7% para 30,1% entre 2013 e 2019.

68% de incremento nos participantes de maratona no Brasil nos últimos 5 anos*.

*Fonte: Blog Recorrido

Crescimento da atividade física no país, como reflexo da busca por um estilo de vida mais saudável.

NOSSO MODELO DE NEGÓCIO

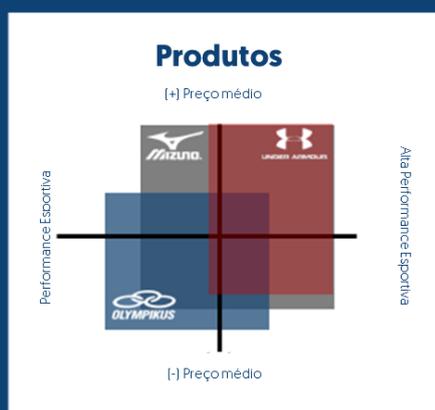
GRI 102-10 | 102-11 | 102-15

NOSSAS ESTRATÉGIAS ESTÃO ALINHADAS PARA ATENDER TODOS OS PERFIS DE ATLETA DE TODAS AS PERFORMANCES, COM FAIXAS DE PREÇOS AMPLAS PARA TODO PERFIL DE CONSUMO.

Com a conclusão da compra da operação da Mizuno no Brasil em janeiro de 2021 e a concentração dos negócios em marcas esportivas, a Vulcabras amplia os perfis de consumidores atendidos pelas marcas da Companhia.

Dos atletas de alta performance aos brasileiros do corre do dia a dia, o portfólio de produtos das marcas oferece a melhor performance para cada um. Cada marca possui seu posicionamento de preço, conforme perfil do consumidor.

PORTFÓLIO MULTIESPORTIVO



Produtos nacionais e importados garantem potencial de vendas em qualquer cenário cambial



Nossas marcas oferecem produtos para diversas práticas esportivas

PORTFÓLIO DE MARCAS COM PÚBLICOS E SEGMENTOS COMPLEMENTARES

Sortimento para cada ocasião de consumo

Lifestyle Esportivo



Alta performance esportiva

Nossa gestão de portfólio apresenta a melhor alocação de capital, indicando os movimentos necessários para reduzir nosso endividamento e gerar mais valor para o acionista. Buscamos a ampliação da participação de mercado das nossas marcas com incremento do faturamento e das margens operacionais, este último devido à maior eficiência do negócio. Assim, focamos na avaliação da eficiência dos ativos e na capacidade de geração de resultados, mesmo em um cenário de dificuldades vividas ao longo do ano.

A agilidade do modelo de negócio da Vulcabras e o conhecimento do mercado esportivo permitiram uma rápida resposta aos desafios impostos pela pandemia. Embora com a paralisação generalizada das atividades industriais e comerciais ao longo de todo o primeiro semestre do ano, em quase todos os países do mundo, como medida de combate a disseminação da pandemia de Covid-19, não desmobilizar nossas operações permitiu atender rapidamente a demanda do mercado.



Bruno Rezende - Capitão da Seleção Brasileira de Vôlei e embaixador da Olympikus

COMO GERAMOS VALOR

GRI 102-2|102-7|102-15|201-1

Em um contexto de negócios cada vez mais complexo, seletivo e competitivo, tendo como premissa a sustentabilidade, nos fortalecemos mediante a agilidade para adaptar nosso portfólio às demandas de mercado, uma estrutura de custos e investimentos eficiente e uma moderna estrutura de desenvolvimento, com implementação de tecnologia e inovação do centro de desenvolvimento de calçados da companhia e uma gestão independente por marca.

Ainda atuamos no varejo de forma direta, com a internalização da operação de ecommerce das marcas e lojas físicas para Under Armour .

Pesquisa e inovação

Temos o maior centro de Pesquisa & Desenvolvimento de calçados da América Latina, focado em trazer as melhores inovações e tecnologias para os atletas brasileiros.

- +600 pessoas dedicadas ao P&D
- +800 novos modelos esportivos por ano
- Produtos premiados e certificados pelos principais avaliadores do mercado e institutos avaliadores - Olympikus Corre 1
- Produção local das tecnologias globais das marcas como o UA Hovr (Under Armour)

Indústria com tecnologia de ponta

Conexão direta com as demandas do mercado

- Lead Time entre pedido e produção de apenas 5 semanas
- Parque industrial modernizado, com tecnologia de produção de nível mundial
- Produção concentrada em duas unidades – Horizonte/CE e Itapetininga/BA - possibilitando maior eficiência entre os processos
- +R\$ 300 mi CAPEX, investidos para modernização das fábricas nos últimos 3 anos

Múltiplos canais

Em diversos canais de distribuição, para chegar onde o consumidor estiver no Brasil.

- E-commerce
- Marketplace
- Lojas Próprias
- Varejo Multimarcas

Estrutura comercial ampla

Atendimento direto a mais de 10.000 clientes com monitoramento constante de sell-out para garantir a assertividade e velocidade da reposição

- 39 escritórios de representação
- 331 vendedores de todas as marcas
- 10.000 clientes atendidos
- Mapeamento de todas as portas, identificando perfil, sortimento oferecido, análise SWOT e desenho potencial de cada conta.

Atendimento capilarizado

Distribuição para todos os estados brasileiros

- +4725 NF's emitidas todos os dias
- 355 carretas por mês
- 19.000 PDV's ativos

Presença ativa no ponto de venda

Maior equipe de merchandising do mercado esportivo

- 19.000 pontos de venda suportados pela estrutura de trade
- 250.000 peças de merchandising produzidas anualmente
- 40.000 vendedores treinados em todas as marcas
- Cobertura nacional com equipe de promotores

Gestão de e-commerce

E-commerce com operação logística e equipe dedicada para expandir a presença digital das marcas

- + 141% de crescimento na receita líquida [2020 x 2019]
- 8.000 participantes no Programa de Afiliados
- Presença nos 15 maiores marketplaces do Brasil
- E-commerce das marcas Vulcabras entre os top 100 com maiores crescimentos de acesso durante a pandemia
- Operação logística dedicada para atender os e-commerces da companhia [Local: Extrema/MG]

Marketing dedicado por marca

Conquistamos no detalhe.

- 3 equipes exclusivas dedicada para cada marca
- 20 campanhas / anos - Always on na cabeça do consumidor
- 16,4 milhões de seguidores em nossas redes sociais
- Patrocínio de grandes eventos, clubes, confederações e atletas brasileiros

QUADRO COMPARATIVO

	Calçados nacionais das marcas Vulcabras	Calçados marcas Internacionais	Benefício para o mercado
Prazo para desenvolvimento até a entrega no mercado	4 meses	12 meses	Rápida identificação das últimas tendências do mercado e mínimo prazo para o lançamento do produto no ponto de venda
Prazo de atendimento	5 semanas	6 meses	Colocação do pedido próximo à venda aumenta a assertividade da compra e potencializa a venda
Grade de entrega	Flexível (6 pares ou mais)	Sem flexível (12 pares ou mais)	Flexibilidade para o lojista para ajustar pedido e reduzir sobra de pontas de grade
Risco de liquidação de estoque	Baixo	Alto	Maiores margens para o varejo
Aumento de negócios	Reposição imediata	Não há reposição em menos de 6 meses	Reposição orientada a partir do giro do produto

Social e Relacionamento

Mais do que inovação e tecnologia, temos o compromisso com a nossa gente.

- 15 mil colaboradores, com 93% localizados no Nordeste;
- 46,1% das mulheres integram o administrativo e 22,8% os cargos de gestão.
- Mais de 3,2 mil fornecedores no Brasil e no exterior;
- 45% da receita de compras distribuída aos fornecedores do Nordeste;
- Programa complementar de alfabetização em parceria com o Senai
- Programa de formação de menor aprendiz em parceria com o Sesi / Senai

Meio Ambiente

Nossas ações ratificam nosso valor de pensar no amanhã.

- 100% de água de reúso em Horizonte
- 40% de água de reúso em Extrema
- 100% reaproveitamento resíduos em Itapetinga/BA
- 80% de reaproveitamento dos resíduos em Horizonte/CE
- Energia eólica para todas as fábricas a partir de 2022
- Auditoria de fornecedores quanto a sustentabilidade
- Inventário de GEE

Financeiro

Compromisso com stakeholders no desenvolvimento da indústria nacional.

- Volume Bruto: 25,1 milhões de pares/peças.
- Receita Líquida: R\$ 1.179,2 milhões no ano.
- Lucro Bruto: R\$ 348,2 milhões.
- Margem Bruta: 29,5%.
- Resultado do Período: R\$ 31,5 milhões.
- R\$ 112,2 milhões de EBITDA
- Imposto de renda e contribuição social: R\$ 4,7 milhões.



A Companhia manteve os preços de seus produtos nas novas coleções comercializadas no segundo semestre do ano e também concedeu maiores prazos de pagamento a fim de apoiar os seus clientes no processo de retomada do varejo.

Produção de 25,1 milhões de pares/peças por ano.

> MARCAS

GRI 102-2

OLYMPIKUS

A marca do corre

Posicionamento

Democratizar o acesso à tecnologia e ao estilo de vida esportivo.



Como fazemos

Oferecemos tecnologia com o melhor custo benefício para aquele corre do dia a dia



Categorias foco

Corrida e lifestyle



Divisões

Calçados, Vestuário e Acessórios



LANÇAMENTOS

As novidades reiteram a força da marca e a sua preocupação em entregar sempre o melhor para o consumidor, sem deixar de lado o custo-benefício, o que posiciona a Olympikus como smart choice na hora da compra.

Olympikus Ultraleve

Características imprescindíveis para quem gosta de se vestir bem, sem abrir mão da versatilidade e do custo-benefício. Por isso, suas principais características são o estilo, conforto e leveza.

O modelo ainda conta com tecido em knit sem costuras com tecnologia Hypersox, que traz conforto e respirabilidade a quem usa. O solado é produzido com a EVASense, tecnologia da Olympikus em EVA para máxima maciez e conforto absoluto.



Corre 1

A Olympikus ampliou seu portfólio com as novas cores do Corre 1, azul royal, tropical e verde tropical, por meio de ativação na maratona virtual do Rio de Janeiro.

O modelo foi desenvolvido por brasileiros - engenheiros, designers, mestres em biomecânica e atletas profissionais e amadores - com tecnologia para proporcionar ainda mais performance na hora de correr.

Não importa se o percurso é plano ou elevado. O tênis Olympikus Corre 1 encara qualquer desafio. Confeccionado de tecido knit com a tecnologia Hypersox, o modelo se ajusta perfeitamente aos pés, proporcionando conforto, suporte e flexibilidade. As borrachas Gripper Plus e Gripper no solado são dois poderosos antiderrapantes ultrarresistentes à abrasão. Além disso, a tecnologia Duoflow garante o amortecimento e a propulsão necessários para você ir mais longe.



CATEGORIA CASUAL

Produtos desenvolvidos para ampliar as ocasiões de uso para além da prática esportiva.



CS Urbn

O tênis feito para o corre na cidade, com texturas que remetem a camurça e laminado sintético por todo o cabedal, materiais que promovem segurança e estilo único ao tênis. O tecido knit com tecnologia Hypersox auxilia no ajuste perfeito aos pés. Na traseira, a tecnologia Supporter proporciona estabilidade durante a passada. O solado une a combinação de Evasense, para maior leveza e flexibilidade, e a borracha Gripper para garantir melhor resistência à abrasão, além de ser antiderrapante.

Molécula

Possui visual único com cabedal em laminado suede que traz melhor estabilidade. Forro de tecido poliéster com espuma. Puxador em fita bicolor traseiro, ajudando no calce. Palmilha anatômica, composta por tecido poliéster e Eva. E solado em Evasense Plus, para maciez e amortecimento no corre diário.



CATEGORIA 24/07

Produtos desenvolvidos para acompanhar o brasileiro no corre do dia a dia, para aqueles que buscam um estilo de vida mais moderno e sofisticado.

Olympikus Holograma

Tecido knit bicolor, que garante uma melhor respirabilidade e conforto para os pés. O solado tem dupla camada de Evasense, que proporciona leveza e maciez. E mais: visual de bolha translúcida com tecnologia Zomax, garantindo design diferenciado e maior estabilidade para os pés.



Cristal

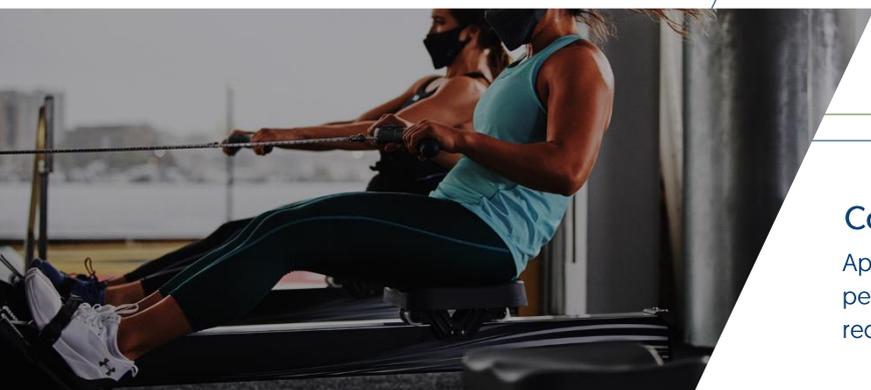
Voltado para as atividades diárias com mais conforto e tecnologia. Tem cabedal sintético em high frequency com aplicação gráfica. Seu tecido knit bicolor combinado com Hypersox, traz mais respirabilidade e leveza para os pés. Na parte traseira o reforço com tecnologia Supporter, dá mais estabilidade à pisada. Já o solado em Evasense com o visual de bolha translúcida Zomax+ oferece maior flexibilidade e leveza no corre diário.

UNDER ARMOUR

The human performance company

Posicionamento

Terceira maior marca multiesportiva do mundo que desenvolve um ecossistema de produtos esportivos para toda a jornada do atleta.



Como fazemos

Aplicativos, vestuários, acessórios e calçados para a performance esportiva durante o treino, competição e recuperação.

Categorias foco

Training, Running e Team Sports (Basquete, Futebol Americano, Golfe)



Divisões

Calçados, Vestuário e Acessórios

LANÇAMENTOS

Inspira você com soluções de performance que nunca soube que precisava, mas não consegue mais imaginar viver sem.

UA HOVR MACHINA

Calçado que alia a maciez de um tênis para longa distância com uma placa de propulsão de carbono que dá a velocidade e a leveza de uma sapatilha. Além da tecnologia de amortecimento HOVR, já consagrada nos principais modelos de corrida da marca nos últimos anos, o tênis vem com chip embutido e se conecta ao app Map My Run.

Com ele o consumidor tem um monitoramento completo durante a corrida e recebe dicas de treino em tempo real sem precisar do celular. Tudo para diminuir os riscos de lesões e melhorar a performance.



UA HOVR Sonic 3

Terceira edição do já consagrado modelo de corrida focado em corredores que buscam um tênis mais respirável para suas corridas longas, contando com toda a tecnologia da plataforma premium de amortecimento HOVR.



UA HOVR Velociti 3

Calçado para quem busca performance. Ideal para um treino de velocidade e corridas curtas e rápidas. O lançamento faz parte da linha de calçados de running da Under Armour, que oferecem conectividade com o app MapMyRun. O app dá dicas para melhorar o treino em tempo real, além de mapear os treinos sem a necessidade de GPS.

UA HOVR Summit Fat Tire

Edição especial e limitada do novo tênis da icônica linha Fat Tire da marca, destinada a corredores de trilha e focada em botas de caminhada. O calçado oferece tecnologia e performance para a transição entre a vida urbana e a prática de exercícios outdoor, atendendo à tendência de evolução do atleta moderno.

A equipe de design global da marca aprimorou a nova edição com a tecnologia UA HOVR, plataforma de amortecimento proprietária projetada para fornecer a combinação ideal de amortecimento e retorno de energia. Em seu solado, o calçado conta ainda com 360 graus de espuma UA HOVR encapsulada pela malha Energy Web, uma camada extra de espuma e uma sola de borracha Michelin® redesenhada com nós esculpidos para maior tração e elasticidade.

A Under Armour produziu no Brasil conteúdos exclusivos para apoiar o lançamento. Para isso, selecionou quatro modelos e atletas amadores e desafiou-os a encarar a Trilha da Pedra Grande, em São Paulo.



UA Tribase Reign 2

Calçado de training da marca, ideal para os consumidores que gostam de treinar pesado, em modalidades como o cross training –difundido em boxes e academias de todo o país.

MIZUNO

Reach Beyond

A Vulcabras iniciou a gestão e operação da marca japonesa Mizuno em 2021. Com foco 100% no segmento esportivo, nos tornamos a maior gestora de marcas esportivas do País, transição que se iniciou em 2018, com a aquisição da Under Armour. Nos próximos ciclos do Relatório de Sustentabilidade, as ações da marca Mizuno serão relatadas.



> ESTRUTURA E GOVERNANÇA

GRI 102-5 | 102-18 | 102-22 | 102-23 | 102-24 | 102-26 |

A estrutura organizacional da empresa foi criada conforme necessidade de cada passo do processo. Visamos à sinergia entre os processos ao definir os responsáveis por cada atividade, mostrando no descritivo de cargos procedimentos e instruções de trabalho.

Companhia é denominada “Vulcabras Azaleia S.A.”, sendo uma sociedade anônima, regida pelo Estatuto Social e pelas disposições legais aplicáveis, incluindo a Lei nº. 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada [“Lei das Sociedades por Ações”]. Está sujeita à regulação da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) por ser uma companhia de capital aberto com ações ordinárias negociadas na B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão [B3].

Tem por objeto a indústria, o comércio, a importação e a exportação em geral, notadamente de calçados, roupas e acessórios do vestuário, de uso comum, de uso profissional, para a prática de esportes, destinados à correção, proteção e segurança, e descartáveis em geral e a participação em outras sociedades, civis ou comerciais, como sócia ou acionista, através de recursos próprios ou provenientes de incentivos fiscais.

Com o ingresso no Novo Mercado da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão [“B3”], sujeitam-se a Companhia, seus acionistas, incluindo acionistas controladores, administradores e membros do Conselho Fiscal, quando instalado, sujeitam-se às disposições do Regulamento do Novo Mercado da B3 [o “Regulamento do Novo Mercado”].

A administração é exercida por um Conselho de Administração, com funções deliberativas, e por uma Diretoria, com funções representativas e executivas, com os poderes conferidos pela lei aplicável e de acordo com o Estatuto Social.

O Conselho de Administração é composto por cinco membros todos eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral, com mandato unificado de dois anos, admitida a reeleição. Dos membros do Conselho de Administração, no mínimo, dois ou 20%, o que for maior, deverão ser conselheiros independentes, conforme a definição do artigo 15 do Regulamento do Novo Mercado.

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Compete ao Conselho de Administração fixar a orientação geral dos negócios da Companhia, examinar e aprovar o planejamento, investimento e orçamento elaborados pela Diretoria. Os membros do Conselho de Administração deverão exercer suas funções respeitando os deveres de lealdade e diligência prescritos por lei, dentro dos limites legais, contribuindo para a defesa dos interesses da Companhia e suas sociedades controladas, coligadas e/ou interligadas e de todos os acionistas, indistintamente, bem como evitando quaisquer situações de conflito que possam afetar os interesses da Companhia e suas sociedades controladas, coligadas e/ou interligadas.

O Conselho de Administração, para melhor desempenho de suas funções, poderá criar comitês ou grupos de trabalho com objetivos definidos, sempre no intuito de assessorar o Conselho de Administração, sendo integrados por pessoas por ele designadas dentre os membros da administração e/ou outras pessoas ligadas, direta ou indiretamente, à Companhia. Os Comitês serão compostos por três membros, todos indicados e previamente aprovados pelo próprio Conselho de Administração.



COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA

A Diretoria é composta por sete membros, acionista ou não, residente no país, eleitos anualmente pelo Conselho de Administração, por maioria de votos, para um mandato unificado de dois anos, admitida a reeleição, sendo um Diretor Presidente, um Diretor de Relações com Investidores e os demais Diretores sem designação específica. O cargo de Diretor de Relações com Investidores poderá ser exercido de forma cumulativa com o exercício de outro cargo de Diretor por um único Diretor.

Compete ao Diretor Presidente, além de coordenar a ação dos Diretores e de dirigir a execução das atividades relacionadas com o planejamento geral da Companhia planejar, coordenar, organizar, supervisionar e dirigir as atividades da Companhia tem a função também de executar e fazer executar o Estatuto Social, as deliberações da Assembleia Geral e do Conselho de Administração.

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 Piazzer

Diretor de Supply Chain

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO FISCAL

O Conselho Fiscal terá caráter não permanente e será composto por três membros, e suplentes em igual número, acionistas ou não, eleitos nos exercícios em que for instalado a pedido de acionistas reunidos em Assembleia Geral.

Compete ao Conselho Fiscal fiscalizar as práticas da administração e pela emissão das demonstrações financeiras da Vulcabras, sendo formado por membros que não fazem parte da Diretoria e do Conselho de Administração.

**Benedito Alfredo
Baddini Blanc**

Conselheiro

Célio de Melo Almada Neto

Conselheiro

Marcelo Joaquim Pacheco

Presidente do Conselho Fiscal

PRÁTICAS DE REMUNERAÇÃO

GRI 102-35

A Companhia tem uma cultura corporativa sólida e uma gestão voltada ao cumprimento das boas práticas de governança. Em sintonia com esta filosofia, os objetivos dos programas de remuneração são os de atrair e reter os profissionais com as competências e valores requeridos pela Companhia, e motivá-los a atingir resultados e criar valor para os acionistas. Desta forma, os programas buscam reconhecer e recompensar os desempenhos individuais relacionados aos resultados da Companhia, em níveis competitivos aos de mercado.

A remuneração da Companhia é baseada nas seguintes premissas:

-  interesses dos acionistas na criação de valor sustentável e de longo prazo.
-  metas e estratégias de negócios.
-  melhores práticas de mercado.
-  missão, cultura e valores da Companhia.

Cabe ao Conselho de Administração efetuar a distribuição da verba global anual entre os Conselheiros e Diretores. É prerrogativa do Conselho de Administração, assim como de definir o conteúdo de qualquer contrato a ser celebrado entre a Companhia e qualquer Diretor que poderá conter o pagamento de valores, inclusive o pagamento de valores a título de indenização, em razão do desligamento voluntário ou involuntário do Diretor, de mudança de Controle ou de qualquer outro evento similar.

A remuneração do Conselho de Administração é composta de:

-  Remuneração fixa: que é balizada nas práticas de mercado e visa reconhecer a participação e o valor dos Conselheiros interna e externamente

Além da remuneração descrita anteriormente os membros do Conselho de Administração, conforme previsto no Regimento Interno do Conselho de Administração da Companhia, também são reembolsados, pela Companhia, de todas as despesas de locomoção e estada necessárias ao desempenho de suas funções.

A remuneração total da Diretoria é composta por quatro elementos:

-  Remuneração Fixa: Tem por objetivo reconhecer e refletir o valor do cargo internamente e externamente, bem como o desempenho individual, experiência, formação e conhecimento do executivo.
-  Benefícios: Que visem complementar benefícios da assistência social pública e dar segurança aos diretores e seus familiares dentro das práticas usuais do mercado, assegurando as perfeitas condições para o desempenho do cargo.
-  Remuneração Variável: Premiar o atingimento e superação de metas da Companhia e individuais, alinhadas ao orçamento, planejamento estratégico e mercado.
-  Plano de Opções de Compra de Ações (Stock Options): Reforçar a retenção dos executivos chave, atração de talentos e alinhar seus interesses com os dos acionistas, na criação de valor para o negócio de forma sustentável e no longo prazo. Os planos de opções de compra de ações tem suas características, tais como preço de exercício, prazo de exercício, condições e prazo de outorga, definidos em Assembleia Geral de acionistas.

A remuneração dos membros do Conselho Fiscal, quando em funcionamento, é fixada pela Assembleia Geral que os eleger, e não poderá ser inferior, para cada membro em exercício, a um décimo da que, em média, for atribuída a cada Diretor, não computada a participação nos lucros ou bônus de desempenho.

Os níveis de remuneração são balizados na prática de mercado e devem refletir uma combinação das seguintes características:

-  Porte similar ao da Vulcabras, em termos de faturamento.
-  Similaridade do setor de atuação.
-  Concorrentes em recursos humanos.
-  Filosofias de remuneração consistentes e similares.

OBJETIVOS E METAS

Os objetivos e metas da Vulcabras relacionados aos temas materiais são definidos a partir da política do SGI e são atualizados sempre que julgado necessário. As metas são estabelecidas no desenvolvimento anual de orçamento empresarial, no qual são criados objetivos mensais e estes repassados por intermédio da alta administração.

Todos os objetivos e metas estabelecidos são direcionados através do controle de metas e avaliação individual que permeia os índices do Sistema de Gestão Integrado e geram os resultados baseados no Book SGI mensal.



As metas são estabelecidas no desenvolvimento anual.

ÉTICA E ANTICORRUPÇÃO

GRI 102-16 | 102-17

Em suas atividades, a Vulcabras atua com total transparência e respeito às leis e normas que lhe são aplicáveis, e não tolera e repudia quaisquer práticas ilegais ou antiéticas. Nosso Código de Ética e Conduta reflete os valores da Empresa e seu compromisso com o atendimento integral da legislação aplicável e a postura ética nos negócios, e formaliza os padrões de conduta que devem ser adotados por seus colaboradores e terceiros.

O Código aplica-se a todos os conselheiros, diretores e funcionários da Vulcabras, e a todos que possuam cargo, função, posição, ou relação societária, empregatícia, comercial, profissional, contratual ou de confiança com a Vulcabras, incluindo, sem limitação, fornecedores, representantes, procuradores, intermediários, consultores, agentes, despachantes, colaboradores externos e/ou quaisquer outros terceiros que atuem para ou em nome da Vulcabras, em especial perante agentes públicos ou entidades governamentais.

A violação dos princípios e condutas descritas em nosso Código, cometida por qualquer Colaborador da Vulcabras, estará sujeita às seguintes medidas disciplinares, conforme aplicável:

- (i) advertência oral e por escrito;
- (ii) suspensão;
- (iii) demissão;
- (iv) medidas legais relacionadas à ressarcimento dos danos; e
- (v) comunicação dos fatos às autoridades competentes.

Todos os colaboradores, no primeiro dia de suas atividades, realizam o processo de integração, onde recebem o treinamento sobre nossos valores, princípios, normas e códigos de conduta. O Departamento Jurídico poderá, dependendo da natureza e gravidade dos fatos ou das medidas disciplinares a serem aplicadas, submeter à questão diretamente ao Conselho de Administração da Vulcabras para definição das decisões a serem tomadas.



A Vulcabras atua com respeito às leis e normas.

CONFLITO DE INTERESSES

GRI 102-25

O conflito de interesses ocorre quando existe a possibilidade de confronto direto ou indireto entre os interesses pessoais dos Colaboradores e os da Vulcabras, que possam comprometer ou influenciar de maneira indevida o desempenho de suas atribuições e responsabilidades, e se caracteriza por toda e qualquer vantagem material em favor do próprio colaborador e/ou de terceiros, com os quais houve relação comercial, pessoal ou política.

Também se entende por conflito de interesse a utilização de cargo, função ou informações confidenciais sobre negócios e/ou assuntos da Vulcabras para influenciar decisões que venham favorecer interesses particulares próprios ou de terceiros, o que é expressamente vedado pela Vulcabras. É nosso dever agir com integridade, evitando, no exercício de suas atribuições, conflitos de interesse, potenciais, reais ou aparentes, em seus relacionamentos pessoais e profissionais. Ocorrendo situações de conflitos de interesse, estas são prontamente comunicadas ao Departamento Jurídico, para que este tome a decisão cabível.

RISCOS FINANCEIROS

GRI 102-11 | 102-29 | 102-30 | 201-2

Os principais riscos financeiros que atualmente afetam adversamente a Vulcabras estão agrupados em quatro categorias: Taxa de Juros, Taxa de Câmbio, Barreiras Comerciais e Risco de Crédito.

- **Taxa de Juros:** Elevação de nosso custo de financiamento com a alta nas taxas de juros variáveis no mercado interno e no mercado externo.
- **Taxa de Câmbio:** Parcela de nossa receita líquida de vendas é oriunda da venda de produtos no mercado externo e, portanto, denominada em dólares.
- **Barreiras comerciais:** Barreiras mais rígidas em mercados externos os quais exportamos nossos produtos.
- **Risco de Crédito:** Risco de prejuízo financeiro caso um cliente ou contraparte em um instrumento financeiro falhe em cumprir com suas obrigações contratuais, que surgem principalmente dos recebíveis da Companhia de clientes e em títulos de investimento.

Riscos adicionais podem afetar adversamente a Companhia. A disciplina financeira da empresa busca gerenciar esses riscos em nossos indicadores econômicos frente às flutuações do mercado.

Nosso Relatório de Risco está em andamento, e até a data de publicação do Relatório de Sustentabilidade não havia sido publicado.



A disciplina financeira da empresa gerencia os riscos frente às flutuações do mercado.

GESTÃO DE FORNECEDORES

GRI 102-9 | 102-16 | 102-29 | 102-43

Em 2021, a Vulcabras passou a integrar no escopo do SGI a metodologia de auditoria aos Fornecedores com o objetivo de avaliá-los quanto aos princípios da sustentabilidade e da qualidade.

A Gestão dos Fornecedores é parte integrante da garantia dos resultados de sustentabilidade da Vulcabras e por isso, está a cada ano se aprimorando para obter melhores resultados ligados a sua cadeia de fornecimento.

Em relação à matriz de materialidade, citada ao final desse relatório, nossos fornecedores são parte integrante dos stakeholders estratégicos na sua definição.

SGI

GRI 102-15|102-16| 102-29|416-1

O processo estratégico da Vulcabras, fundamentado em sua política de SGI, no mercado no qual está inserida, nas legislações ambientais e trabalhistas vigentes e no atendimento da satisfação dos clientes, busca garantir o funcionamento do sistema de gestão, bem como o bom desempenho da empresa no mercado.

A alta administração da Vulcabras está comprometida em garantir o correto funcionamento do SGI apoiando todas as ações necessárias quanto a sua implementação, manutenção e melhoria contínua através de:

- Envolvimento de todos os colaboradores com o SGI.
- Garantia dos recursos necessários para obtenção de maior eficácia do SGI.
- Cumprimento dos requisitos legais, normas regulamentadoras e outras regras e normas que abrangem o negócio ao qual a empresa está envolvida.
- Relação de parceria com os envolvidos em seu negócio como clientes, fornecedores, acionistas e outros stakeholders estratégicos.
- Promoção e fomento das culturas de preservação do meio ambiente, prevenção de acidentes e melhoria da saúde e segurança dos seus colaboradores.

Além dos indicadores citados acima, são desenvolvidos os indicadores de IGP (índice global de performance) para atendimento fabril e IDF (índice de desempenho de fornecedores).



Linha de produção na unidade de Horizonte-CE.

Para o atendimento das metodologias citadas a Vulcabras desenvolveu grupos específicos de atividades com foco na melhoria contínua do SGI e de seu desempenho, sendo estes o Comitê de análise crítica inicial (FMEA), o Grupo gestor de QSMS, a Auditoria interna QSMS, a Equipe de melhoria contínua, a Equipe do SGQ e, ainda, a realização de eventos de melhoria de comunicação e desenvolvimento de motivação aos envolvidos com o SGI.

Os recursos necessários para a manutenção do SGI são definidos no CAPEX de investimentos, momento no qual a empresa mobiliza sua alta administração para definir os investimentos a serem realizados. Além disso, em situações pontuais não verificadas anteriormente, nas análises de riscos de novos produtos, são definidos novos investimentos com responsável e prazo.



Centro de Tecnologia e Desenvolvimento em Parobé-RS.

GESTÃO DE PROCESSOS

Os processos que garantem a manutenção do SGI e a satisfação do cliente são divididos em três:

1. Processos estratégicos: Processos que envolvem a estratégia da empresa e permeia as necessidades iniciais [FMEA – Análise de riscos de produtos, PDCA – Processo de validação de produtos pré-produção].
2. Processos operacionais: Processos que são realizados operacionalmente [APR – Análise preliminar de riscos, Revisão de produto, AQL – Análise de produto acabado para faturamento, indicadores de controle].
3. Processos de suporte: Processos que suportam as atividades através de análise de desvios [Análises ergonômicas do trabalho, FSP – Folhas de solução de problemas, Auditorias de QSMS, Auditorias de 5s].

Para garantia do correto funcionamento, a Vulcabras verifica os processos que envolvem o SGI, define a sequência a ser realizada, determina os métodos, critérios e controles a serem implementados nos processos, disponibiliza os recursos necessários, monitora, analisa e implementa as ações para atender os resultados e melhoria contínua.



Com o SGI em pleno funcionamento, a análise crítica é realizada na implementação de novos produtos, máquinas ou tecnologias. Essa análise é realizada por intermédio da avaliação FMEA [para novos produtos] e por meio de Check lists de implementação.

A empresa estruturou o seu sistema de gestão baseada nos requisitos necessários estabelecidos pelas normas de referência estruturada em níveis.



CONTROLE DE NÃO CONFORMIDADES, AÇÃO CORRETIVA E PREVENTIVA

A Vulcabras tem diversas formas de identificar e controlar suas não conformidades em processos e produtos, sendo suas principais fontes de controle:

- Registro de devoluções [Não conformidade do cliente].
- Registro de não conformidades em auditorias.
- Indicadores de não conformidades detectados nos registros gerais [Book SGI].

Essas são efetuadas a partir da verificação de não conformidades reais ou potenciais detectadas. Essas medidas são tomadas a partir da FSP [Folha de solução de problemas] e suas ações acompanhadas semanalmente.

AUDITORIA INTERNA

As auditorias internas de QSMS ocorrem com periodicidade pré-estabelecida, baseada no plano de auditorias que segue o procedimento padrão de auditoria interna e cada não conformidade ou oportunidade de melhoria detectada são direcionados para as áreas responsáveis que realizam a gestão e correção destas, seguindo os parâmetros pré-estabelecidos.

PROCESSOS DE SUPORTE

Os processos de suporte da Vulcabras têm como prioridade a avaliação de seus fornecedores e também a avaliação da manutenção.

COMUNICAÇÃO

A Vulcabras tem procedimento específico para garantir a comunicação interna e externa quanto a quaisquer necessidades, sendo principalmente Recall.

A Vulcabras promove auditorias internas recorrentes a fim de corrigir e aprimorar processos existentes.

GESTÃO DE LOGÍSTICA

GRI 102-29| 102-43|

O processo logístico da Vulcabras segue o princípio de firmar parcerias com empresas de posicionamento estratégico voltado a sustentabilidade. Dessa forma, colaboramos com a Patrus Transportes, referência no serviço logístico no país e empresa de transporte de carga fracionada mais sustentável do Brasil, segundo o Prêmio Exame de Sustentabilidade 2019 e a B Corp.

A Patrus segue o manual operacional de carregamento de distribuição interno para definir a sistemática de carregamento e transferência das mercadorias para as filiais de destino, assegurando sua disponibilidade, rastreabilidade, qualidade e resultados sustentáveis.

Com o software Roadnet, a Companhia realiza a gestão do sequenciamento das entregas e otimização de territórios. O sistema otimiza rotas para atender com mais agilidade os pontos de venda, reduzir custos e conter a emissão de gases poluentes, com menor tempo de circulação dos caminhões.

Os motoristas têm acesso ao Sistema de Distribuição de Coletas e Entregas (SYNC) para o envio online das informações, que permite as baixas dos eventos em tempo real, gerando velocidade na transmissão de dados. Além disso, eles são assistidos pelo programa de direção consciente e com reuniões matinais no Power Apps na temática de operações, perdas, danos e prestação de contas.

No processo de melhoria contínua, a Empresa realiza a separação por final de notas, pautados pelos padrões de excelência Lean Patrus, a fim de agilizar o carregamento ao fornecer maior assertividade para localizar a carga dentro da praça de determinada rota, e a elaboração de planilhas para controle, com gestão de custos de rotas para visualizar o backlog da distribuição, tendo o controle de cada rota por entrega, frete e peso, o que auxilia também no processo de roteirização.

Por meio da sustentabilidade presente em seus três pilares - ambiental, social e econômico, a Patrus Transportes publica anualmente seu Relatório de Sustentabilidade e assume o compromisso com a melhoria contínua na prestação dos serviços, bem como na gestão dos recursos de forma sustentável e na preservação do meio ambiente para as gerações futuras. Dessa forma, a Vulcabras preserva essa parceria e incentiva outras transportadoras a seguir pelos princípios da sustentabilidade.



A Vulcabras é parceira da Patrus Transportes, empresa de transporte de carga fracionada mais sustentável do Brasil.

PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES

GRI 102-12| 102-13|

Vulcabras tem o propósito de construir um país melhor a partir do esporte. Buscamos fortalecer nossas redes, uma vez que estamos inseridos em um ecossistema, disseminando a ideia de colaboração.

As trocas de experiências ajudam a alcançarmos nosso propósito. A Vulcabras está presente na Abicalçados – Associação Brasileira das Indústrias de Calçados.

RELACIONAMENTO COM SINDICATO DOS TRABALHADORES

GRI 102-41| 102-43|

Buscamos constantemente estreitar o relacionamento com as entidades sindicais, representantes legais dos colaboradores, e manter o diálogo para a solução de conflitos de natureza trabalhista ou sindical.

RELACIONAMENTO COM COLABORADOR

GRI 102-8| 102-43|

A Vulcabras está comprometida com um diálogo transparente e ético com seus colaboradores, utilizando-se da imparcialidade e do profissionalismo nas relações profissionais e proibindo terminantemente quaisquer atitudes de preconceito em razão de etnia, gênero, orientação sexual, religião, idade, origem étnica e geográfica.

A Vulcabras incentiva o desenvolvimento profissional e a qualidade de vida de seus colaboradores, com condições de trabalho seguro e sadio, livre de ameaças, atos de violência e assédio moral e sexual.

Condutas que afetem o bem-estar do nosso colaborador são comunicadas ao Departamento Jurídico. São confidenciais e, se desejado, poderão ser realizadas de forma anônima. A Vulcabras protege de qualquer tipo de represália à pessoa que relatar de boa-fé, qualquer transgressão ao Departamento Jurídico



A Vulcabras conta com mais de 15 mil colaboradores em suas seis unidades.

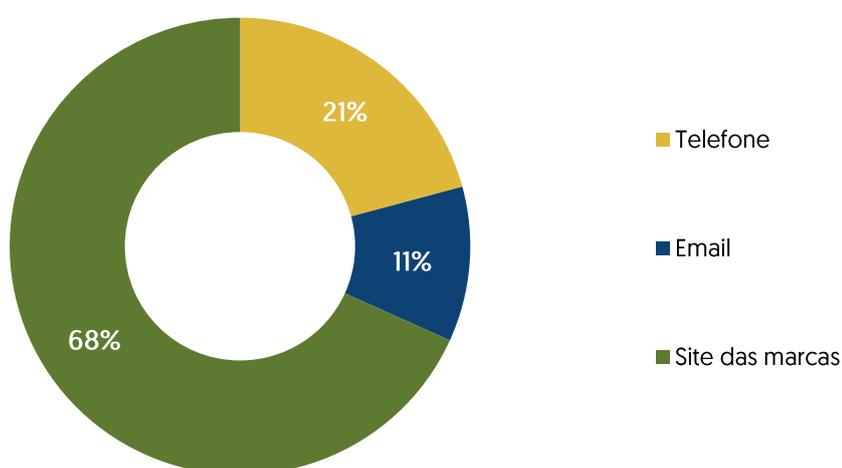
RELACIONAMENTO COM CLIENTES

GRI 102-2| 102-43|

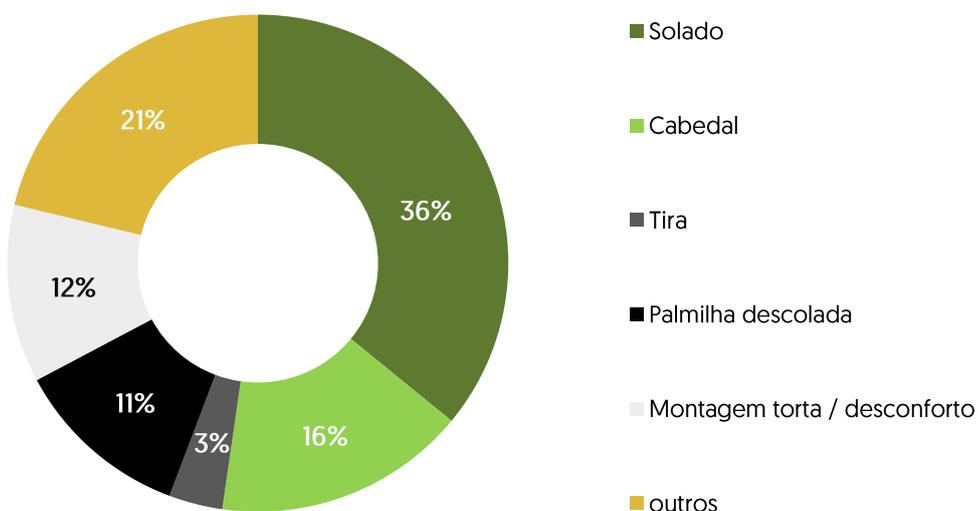
É nossa responsabilidade zelarmos pela cordialidade, agilidade, eficiência, respeito e padrões éticos, fornecendo informações claras e precisas às solicitações ou reclamações realizadas pelos clientes da Vulcabras, as quais devem ser analisadas e respondidas dentro de prazo compatível com cada caso, expectativas e necessidades.

Em 2020, foram 11.253 consumidores atendidos no SAC por telefone, email e site das marcas. Desses, 959 pares foram analisados.

CONSUMIDORES ATENDIDOS PELO SAC

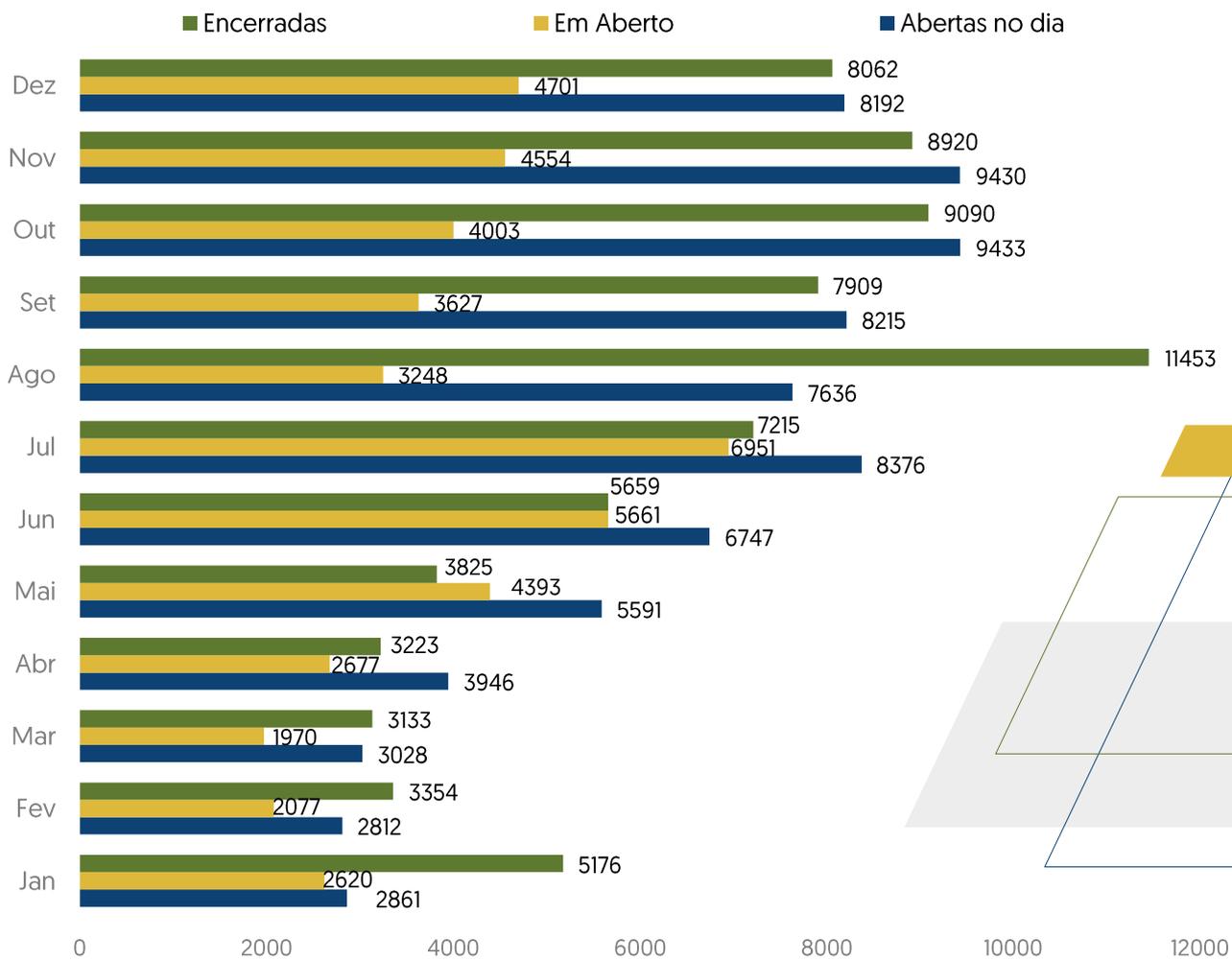


DEFEITOS CONSTATADOS

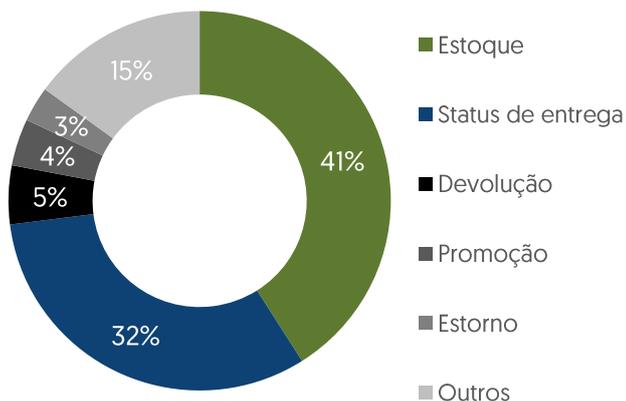


MOTIVOS DE RECLAMAÇÕES ABERTAS E CANAIS

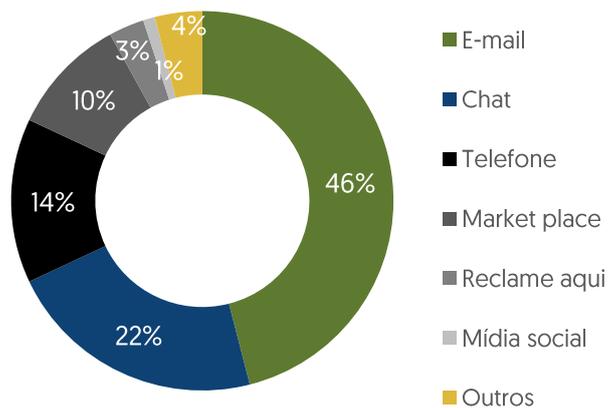
MANIFESTAÇÃO



PRINCIPAIS MOTIVOS DE RECLAMAÇÕES

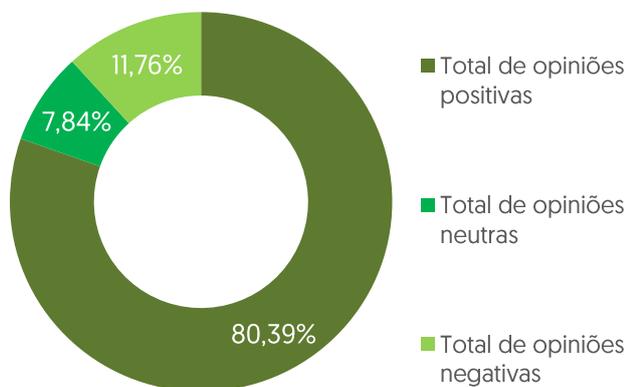


PRINCIPAIS CANAIS DE ORIGEM DAS RECLAMAÇÕES

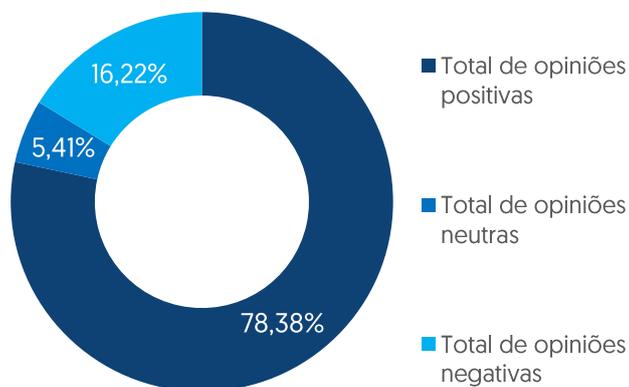


DADOS REFERENTES A AVALIAÇÕES RECEBIDAS SOBRE A EMPRESA E PRODUTOS – UNDER ARMOUR

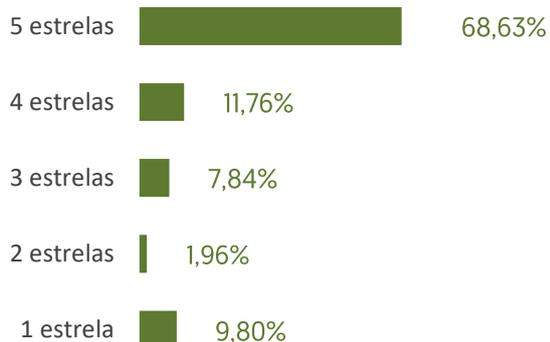
TOTAL DE OPINIÕES DE PRODUTOS GERAL



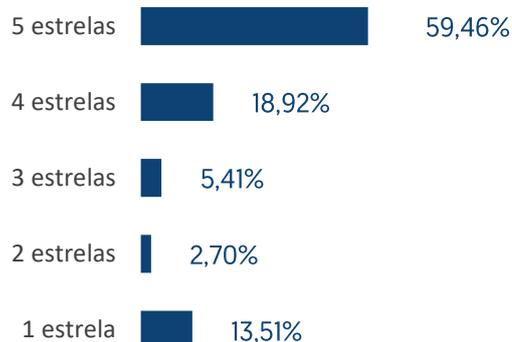
TOTAL DE OPINIÕES SOBRE A EMPRESA GERAL



NOTA MÉDIA DE PRODUTOS – 4,27



NOTA MÉDIA DA EMPRESA – 4,08



*Total de Pesquisas enviadas: 227

DADOS RELACIONADOS AOS PRODUTOS – FEV 21

Conversão total de respostas no período	51	22,47%
Total de opiniões positivas	41	
Total de opiniões neutras	4	
Total de opiniões negativas	6	

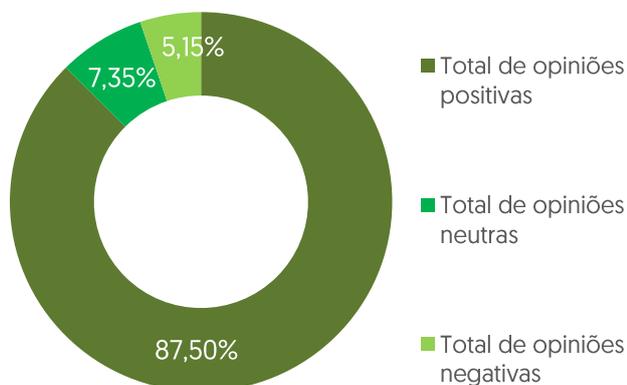
DADOS RELACIONADOS À EMPRESA – FEV 21

Total de opiniões sobre a empresa geral	37	16,30%
Total de opiniões positivas	29	
Total de opiniões neutras	2	
Total de opiniões negativas	6	

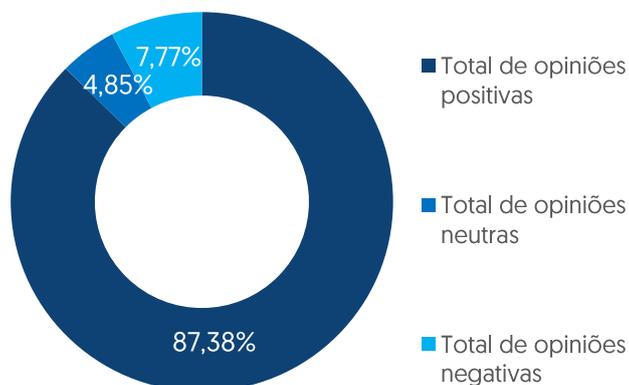
*Avaliações reais, auditadas por trutvox

DADOS REFERENTES A AVALIAÇÕES RECEBIDAS SOBRE A EMPRESA E PRODUTOS – OLYMPIKUS

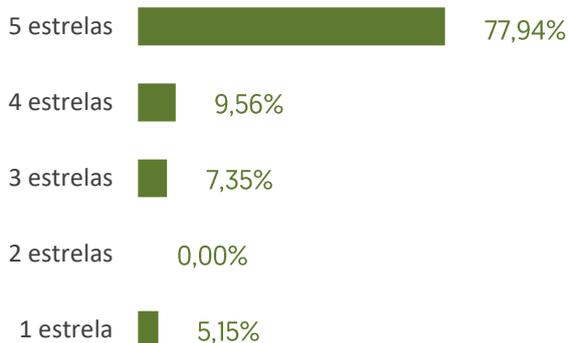
TOTAL DE OPINIÕES DE PRODUTOS GERAL



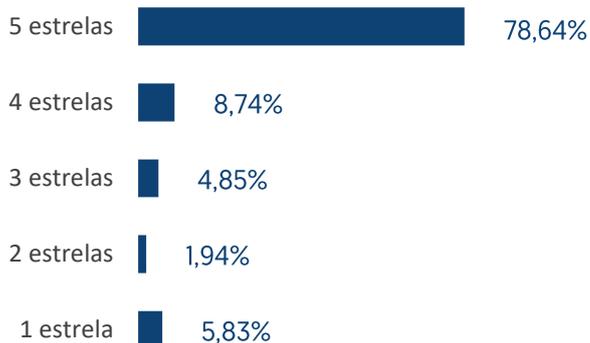
TOTAL DE OPINIÕES SOBRE A EMPRESA GERAL



NOTA MÉDIA DE PRODUTOS – 4,55



NOTA MÉDIA DA EMPRESA – 4,52



*Total de Pesquisas enviadas: 259

DADOS RELACIONADOS AOS PRODUTOS – FEV 21

Conversão total de respostas no período	100	39%
Total de opiniões positivas	85	
Total de opiniões neutras	8	
Total de opiniões negativas	7	

DADOS RELACIONADOS À EMPRESA – FEV 21

Total de opiniões sobre a empresa geral	46	18%
Total de opiniões positivas	44	
Total de opiniões neutras	2	
Total de opiniões negativas	0	

*Avaliações reais, auditadas por trutvox

A Vulcabras realiza também o Net Promote Score (NPS), com o objetivo de analisar o atendimento e melhorar a experiência.

CANAIS DE ATENDIMENTO

Olympikus

Chat no rodapé do site
0800 722 9444
(11) 2161-2928
loja@olympikus.com.br

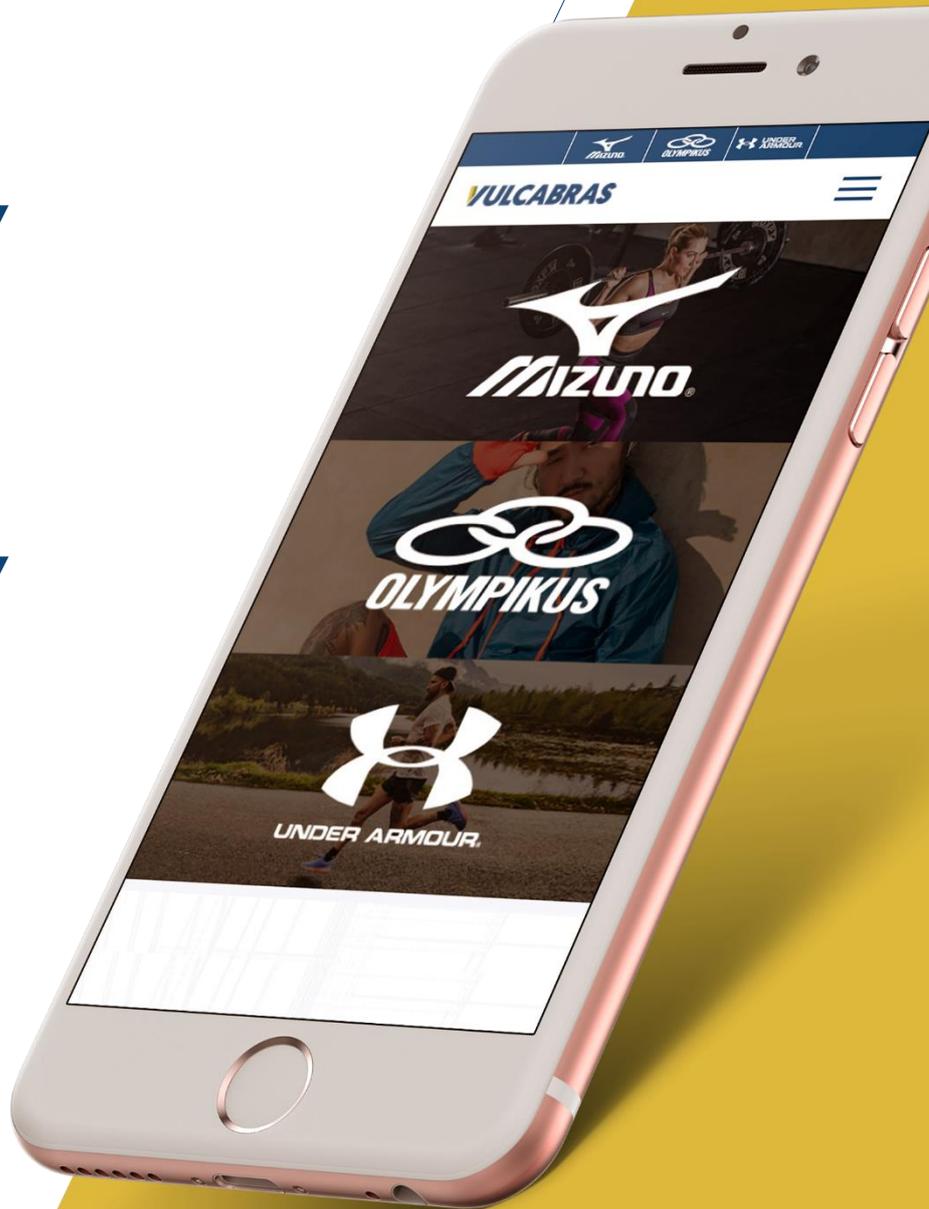
Under Armour

Chat no rodapé do site
0800-701-0620
(11) 2161-2997
contato@vulcabras.com

Mizuno

Chat no rodapé do site
0800 724 0004
(11) 2161-2866
sacmizuno@vulcabras.com

Compras em loja física
ou em site varejistas
sac@olympikus.com.br
0800 728 2010



RELACIONAMENTO COM INVESTIDORES

GRI 102-33| 102-43|

A Vulcabras busca agregar valor aos seus investidores, por meio da combinação de crescimento e rentabilidade a responsabilidade social e ambiental em seus negócios. Dessa forma, o relacionamento da Vulcabras com a comunidade financeira e com os seus investidores é pautado na divulgação tempestiva de informações com transparência e equidade, com respeito aos princípios legais e éticos, buscando consolidar e manter a sua imagem junto ao mercado. Divulgamos através do site da CVM [<http://sistemas.cvm.gov.br/>] e de nosso site de RI [<http://www.vulcabrasri.com.br/>] todas as informações relativas ao andamento de nossos negócios.

PROTEÇÃO DE DADOS

GRI 102-29

A Vulcabras reúne um grande volume de dados pessoais, entre funcionários, parceiros comerciais, clientes e consumidores. Nossa política está em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

As políticas corporativas da Vulcabras não se limitam apenas a proteção contra o uso indevido, mas disciplinam o tratamento das informações confidenciais e privilegiadas para utilizá-las somente para o desempenho de seus deveres profissionais.

Nosso programa de conscientização é a garantia que todos na empresa tenham um nível adequado de conhecimento sobre proteção de dados, além de um senso apropriado de responsabilidade. O objetivo do plano de conscientização é proteger o ativo de informações da empresa para garantir a continuidade dos negócios, minimizar os danos e reduzir eventuais prejuízos financeiros, bem como gerar um ambiente de privacidade e de respeito aos dados pessoais dos cidadãos.



O site www.vulcabrasri.com contém informações específicas sobre o tema.

Todos os nossos colaboradores recebem conteúdos e informações semanalmente sobre os cuidados necessários com os dados e a responsabilidade legal da companhia e do funcionário. O Comitê de LGPD reúne-se quinzenalmente para discutir pontos relacionados à Lei junto ao nosso Data Protection Officer (DPO).

A conscientização dos nossos colaboradores é a chave para garantir segurança da informação e privacidade dos dados. A LGPD dispõe sobre o tratamento de dados pessoais no ambiente físico e digital, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger e garantir o exercício dos direitos fundamentais de liberdade e privacidade e também o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.



A Vulcabras promove entre os seus colaboradores a conscientização sobre a LGPD.

> SUSTENTABILIDADE COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO

O ano de 2020 marcou a consolidação da Vulcabras como líder no segmento de calçados esportivos, sobre cinco pilares: Redução de Carbono, Energia Limpa, Economia Circular, Responsabilidade Social e Impacto nas Comunidades.

REÚSO DE ÁGUA



ENERGIA LIMPA E REDUÇÃO DE CO2

- Energia eólica para todas as fábricas a partir de 2022
- Inventário de GEE



ECONOMIA CIRCULAR



BIODIVERSIDADE

Gestão de área de preservação de 30 mil m² em Itapetinga-BA.

USO DE INSUMOS RECICLÁVEIS

Uso de insumos reciclados em nossos produtos

- Plástico – Reúso de resíduos de sacos que seriam descartados na produção do contraforte dos calçados somam mais de 127 toneladas por ano.

- Reciclagem de EVA – Reciclagem de mais de 161 toneladas por ano.
- Componente de TPU – Reciclagem de mais de 35 toneladas por ano

CAPACITAÇÃO



Mais de **43.600** horas de treinamentos para formação do colaborador



Mais de **40.900** horas investidas em cursos sobre segurança do trabalho e saúde

PROGRAMA DE ALFABETIZAÇÃO EM PARCERIA COM O SESI E SENAI

10 anos de parceria para o complemento de alfabetização dos nossos colaboradores

DESENVOLVIMENTO LOCAL

270 milhões distribuídos aos fornecedores do Nordeste, o equivalente a 45% da nossa receita de fornecedores do Brasil.



A Vulcabras promove mais de 43 mil horas de treinamentos para colaboradores.

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND CORPORATE GOVERNANCE (ESG)

GRI 102-15 | 102-18 | 102-19 | 102-20 | 102-26 | 102-27 | 102-28 | 102-31 | 102-32

Ao longo dos anos expandimos nosso alicerce com a inclusão do tema na tomada de decisões estratégicas. Em 2020, avançamos com a criação de uma área exclusiva de sustentabilidade na estrutura do Sistema de Gestão Integrado (SGI) e com a estruturação da direção corporativa com a nomeação de Thaiany Assad à diretora de ESG.

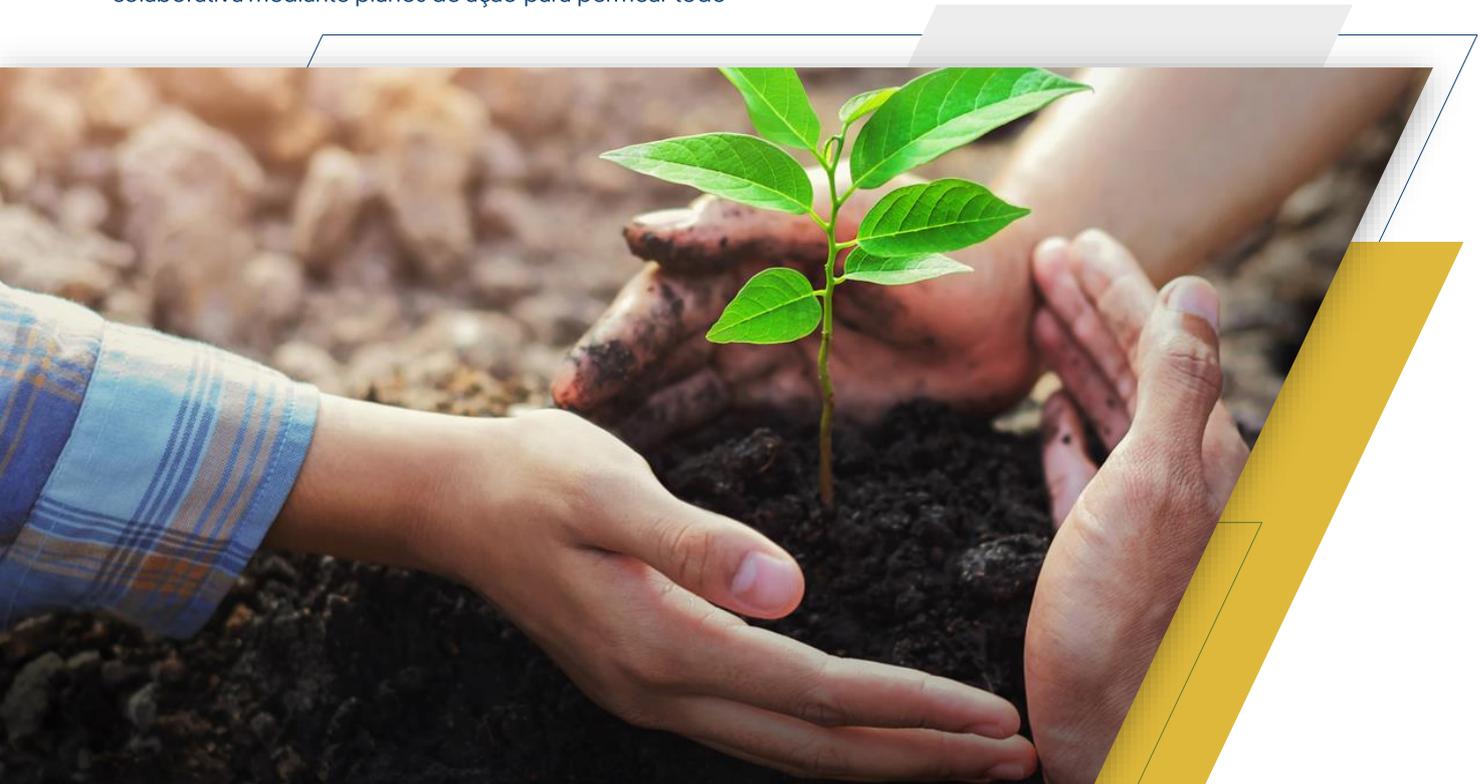
A gerência do tema adquiriu mais solidez com o estabelecimento da área exclusiva de sustentabilidade. Seu propósito é sugerir e analisar previamente temas correlatos à sustentabilidade para posterior validação junto à alta administração. Esta última, formada pelos diretores estatutários da empresa, que tem o papel de definir diretrizes, ponderar investimentos e priorizar ações.

A sustentabilidade aplicada desde o topo da cadeia hierárquica possibilita que todos os stakeholders sejam envolvidos em uma atuação voltada a grandes objetivos. Com uma gestão responsável e engajada, direcionamos nossos esforços a criação contínua de valor para o equilíbrio entre as esferas econômica, social e ambiental.

Nos próximos anos, atuaremos de forma ainda mais colaborativa mediante planos de ação para permear todo

o negócio, com objetivos de curto, médio e longo prazo, que irão organizar e orientar nossos marcos e progressos para Meio Ambiente, Sociedade e Governança Corporativa. Daremos continuidade com a melhoria contínua dos temas materiais prioritários para a empresa, aderidos ao nosso planejamento estratégico, para garantir a entrega de valores, de investimento atrelado ao impacto e do nosso produto sustentável à sociedade.

Esporte gera valor, emprego, renda e bem-estar. Quanto mais acesso e de melhor qualidade, maior é o retorno oferecido à sociedade. O esporte está no nosso DNA e é a partir dele que construímos um país melhor.



A sustentabilidade é um dos pilares da Vulcabras.

> DESEMPENHO ECONÔMICO

GRI 102-5 | 102-45 | 201-1

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 (IFRS). Em conformidade com a Instrução CVM nº 381/03, desde 01/01/2017, a “KPMG Auditores Independentes” realiza a auditoria das nossas demonstrações financeiras individuais e consolidadas.

Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho de 2020, exceto quando especificado de forma diversa. Em um período em que o varejo ainda buscava estabilidade e recuperação de vendas, a Companhia reportou um desempenho positivo nos últimos três meses do ano, com crescimento superior a 20% na maioria de seus indicadores financeiros.

HIGHLIGHTS FINANCEIROS

A Vulcabras apresenta robusta situação financeira com forte geração de caixa e excelente liquidez e um dos melhores desempenhos econômicos do setor.

Volume Bruto

25,1 milhões de pares/peças em 2020

Receita Líquida

R\$ 1.179,2 milhões no ano de 2020

Lucro Bruto

R\$ 348,2 milhões em 2020

Margem Bruta

29,5% no ano de 2020

Resultado do Período

R\$ 31,5 milhões no ano de 2020

EBITDA

R\$ 112,2 milhões no ano de 2020

Cotação VULC3 (30/12/2020)

R\$ 7,99

Quantidade de Ações

Ordinárias: 245.756.346

Valor de Mercado

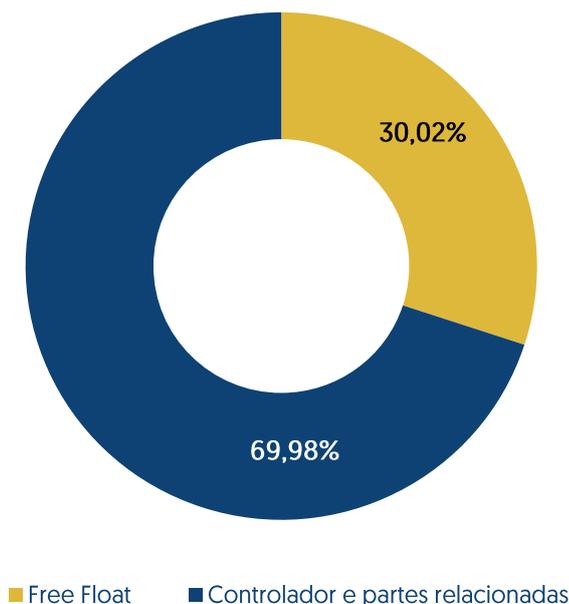
R\$ 2,0 bilhões

CAPITAL E AÇÕES

O estatuto social da Vulcabras prevê um capital social de R\$ 1.140.910.332,50 (um bilhão, cento e quarenta milhões, novecentos e dez mil, trezentos e trinta e dois reais e cinquenta centavos), totalmente subscrito e integralizado, representado por 245.756.346 (duzentas e quarenta e cinco milhões, setecentos e cinquenta e seis mil, trezentos e quarenta e seis) ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal. O capital social é representado exclusivamente por ações ordinárias e a cada ação corresponderá o direito a um voto nas deliberações da Assembleia Geral.

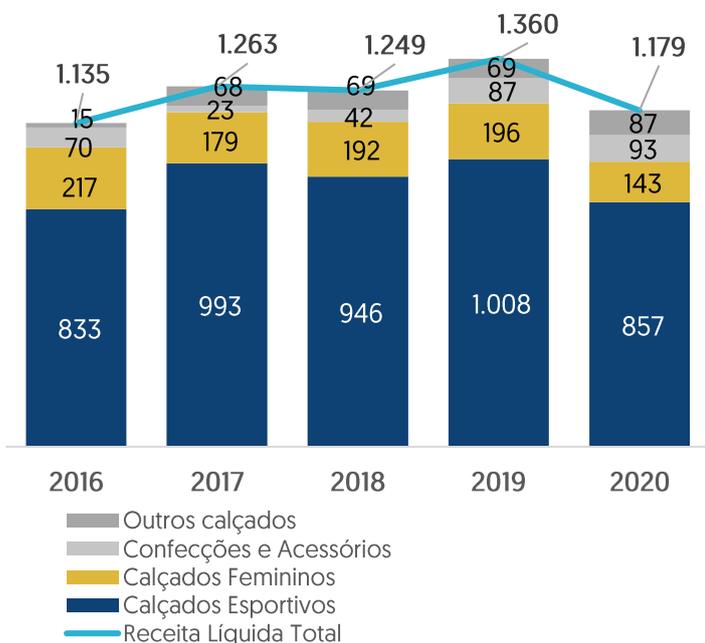
Fica vedada a emissão pela Companhia de ações preferenciais ou partes beneficiárias. A Vulcabras, mediante deliberação de seu Conselho de Administração, está autorizada a aumentar o capital social, independentemente de reforma estatutária, até o limite de R\$ 2.000.000.000,00 (dois bilhões de reais).

QUADRO ACIONÁRIO



VOLUME BRUTO

No ano de 2020 o volume bruto das receitas totalizou 25,1 milhões de pares/peças. Crescimento de vestuário nos últimos anos, com a chegada de UA e novas coleções Olympikus.



Calçados esportivos mantém a sua participação no ROL em aproximadamente 73%

Crescimento de vestuário nos últimos 4 anos [2% para 8% do ROL]

A redução observada no ano de 2020 se deve a paralisação generalizada das atividades industriais e comerciais ao longo de todo o primeiro semestre do ano em quase todos os países do mundo como medida de combate a disseminação da pandemia de Covid-19.

Em contrapartida, finalizamos o último trimestre do ano em crescimento em quase todas as categorias, tendo como a única exceção a categoria de calçados femininos

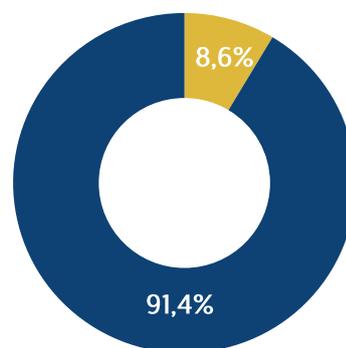
que apresentou retração devido ao licenciamento da marca Azaleia à Grendene e consequente phase out da produção própria no decorrer do trimestre. A capacidade de produção liberada pela diminuição dos calçados femininos foi totalmente ocupada pela produção de calçados esportivos que apresentou crescimento de 24,6% nas vendas do último trimestre em relação do mesmo período de 2019.

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

MERCADO

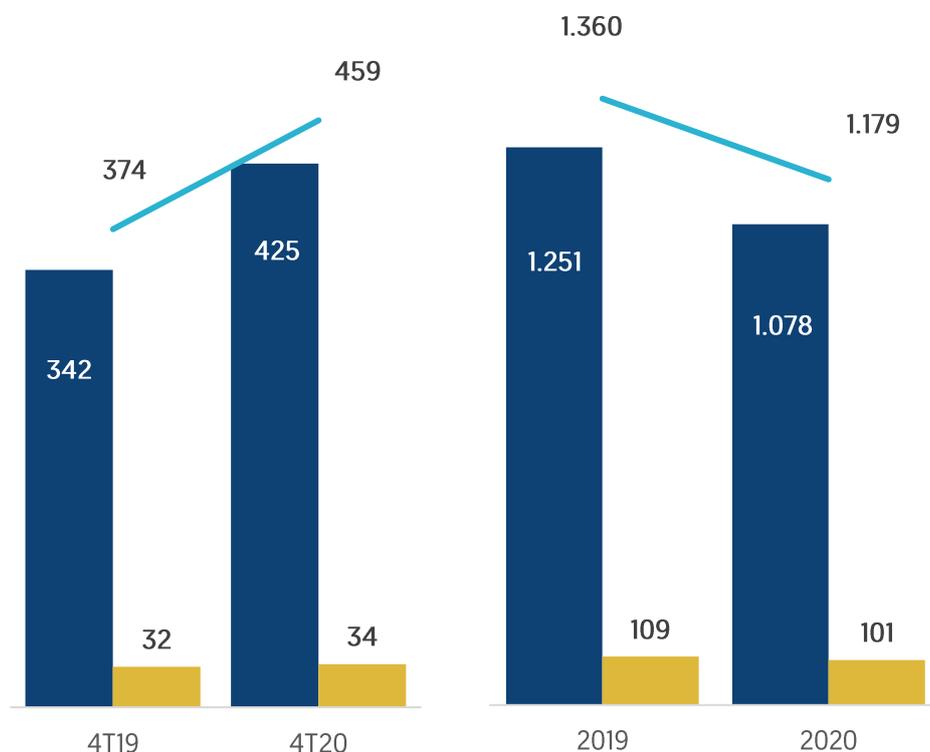
No ano de 2020, o mercado interno totalizou R\$ 1.078,1 milhões. Com a reabertura das lojas físicas, mesmo que ainda com algumas restrições de acesso e horário de funcionamento, o faturamento ao varejo voltou a ter o protagonismo de nossas receitas. Já no mercado externo, a receita líquida do ano de 2020 foi de R\$ 101,1 milhões. Houve um crescimento dos negócios com a Argentina, mesmo diante das dificuldades impostas pelo país.

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO - 2020



■ Mercado Interno ■ Mercado Externo

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO (R\$ MIL)



Crescimento de Exportação no último trimestre, puxado pela Argentina, com exportação de produtos desmontados

■ Mercado Interno ■ Mercado Externo — Receita Líquida Total

> EBITDA

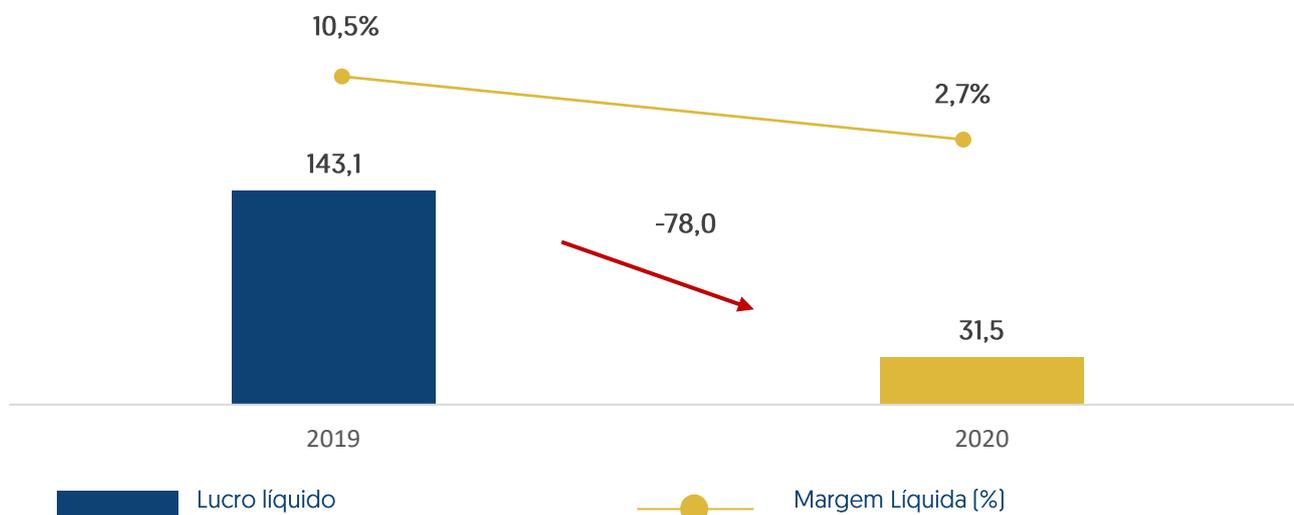
No ano de 2020, o EBITDA foi de R\$112,2 milhões. A margem EBITDA apresentou queda de 6,9 p.p. alcançando 9,5% em 2020. No 2020, o EBITDA foi impactado pela adoção da norma IFRS 16 / CPC 06 em R\$ 10,1 milhões, em comparação aos R\$ 12,6 milhões registrados no ano de 2019.



LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

A margem líquida na comparação dos doze meses foi reduzida em 7.8 p.p., de 10,5% no ano de 2019 para 2,7% em 2020.

Apesar do difícil primeiro semestre de 2020 vivenciado pela Companhia, a rápida retomada dos negócios e a recuperação vertiginosa observada no decorrer do 2º semestre de 2020, foram determinantes para a reversão dos resultados negativos e o encerramento do ano com lucro.



> E-COMMERCE

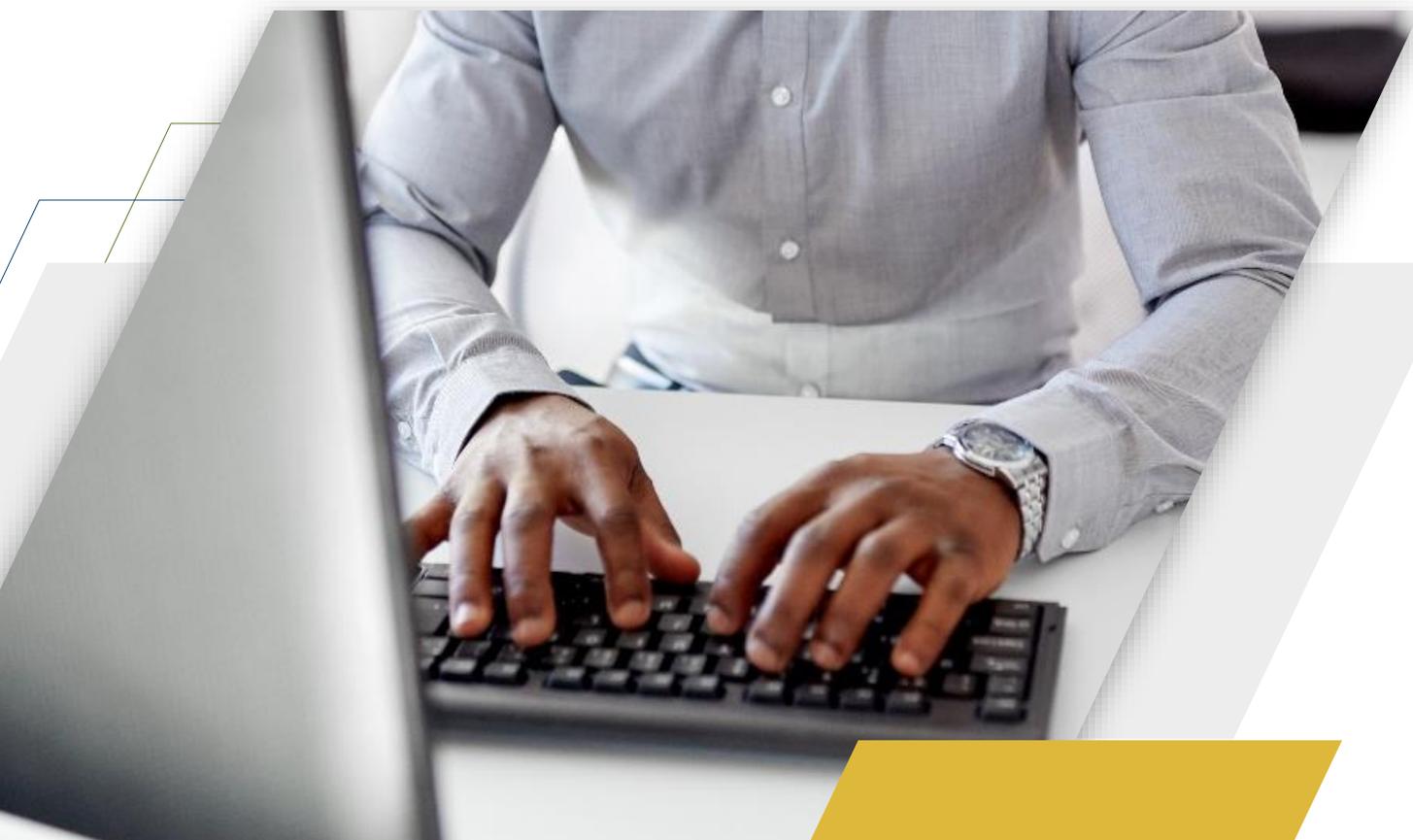
Apesar de ainda possuir pequena representatividade na receita total da Companhia, 4,1% no ano de 2020, o crescimento desse canal e suas potencialidades representam uma grande alavanca de expansão.

No ano de 2020, a receita do e-commerce totalizou R\$ 48,7 milhões, apresentando aumento de 141,1% em relação ao ano de 2019, cuja receita líquida foi de R\$ 20,2 milhões.

R\$ Milhões	2020	2019	Var. % 2020/2019
Receita Líquida Total	48,7	20,2	141,10%
Participação ROL %	4,10%	1,50%	2,6 p.p

A Companhia acredita no potencial deste canal e vem fazendo robustos investimentos para a sua expansão. Atenta ao momento vivido com a crescente busca pelas vendas on-line a Companhia fez mais um importante movimento para alicerçar as bases para o crescimento deste canal.

Ainda em 2020, a Companhia deu início ao projeto de transferência do CD logístico do e-commerce para a cidade de Extrema-MG.



No ano de 2020, a receita do e-commerce teve aumento de 141,1%

> CAPEX

Destacamos o último trimestre com investimentos realizados no novo CD logístico destinado ao e-commerce localizado em Extrema – MG, e as adequações na fábrica do Ceará para receber a produção dos calçados Mizuno.

Os investimentos feitos na operação, ao longo dos últimos três anos, permitiram que ampliássemos a nossa produção ao longo do 2º semestre apenas com investimentos marginais em CAPEX. No ano de 2020, o valor investido em imobilizado totalizou R\$ 85,1 milhões. Em ativos intangíveis, o valor investido no ano totalizou R\$ 2,6 milhões, com foco total em novos softwares.

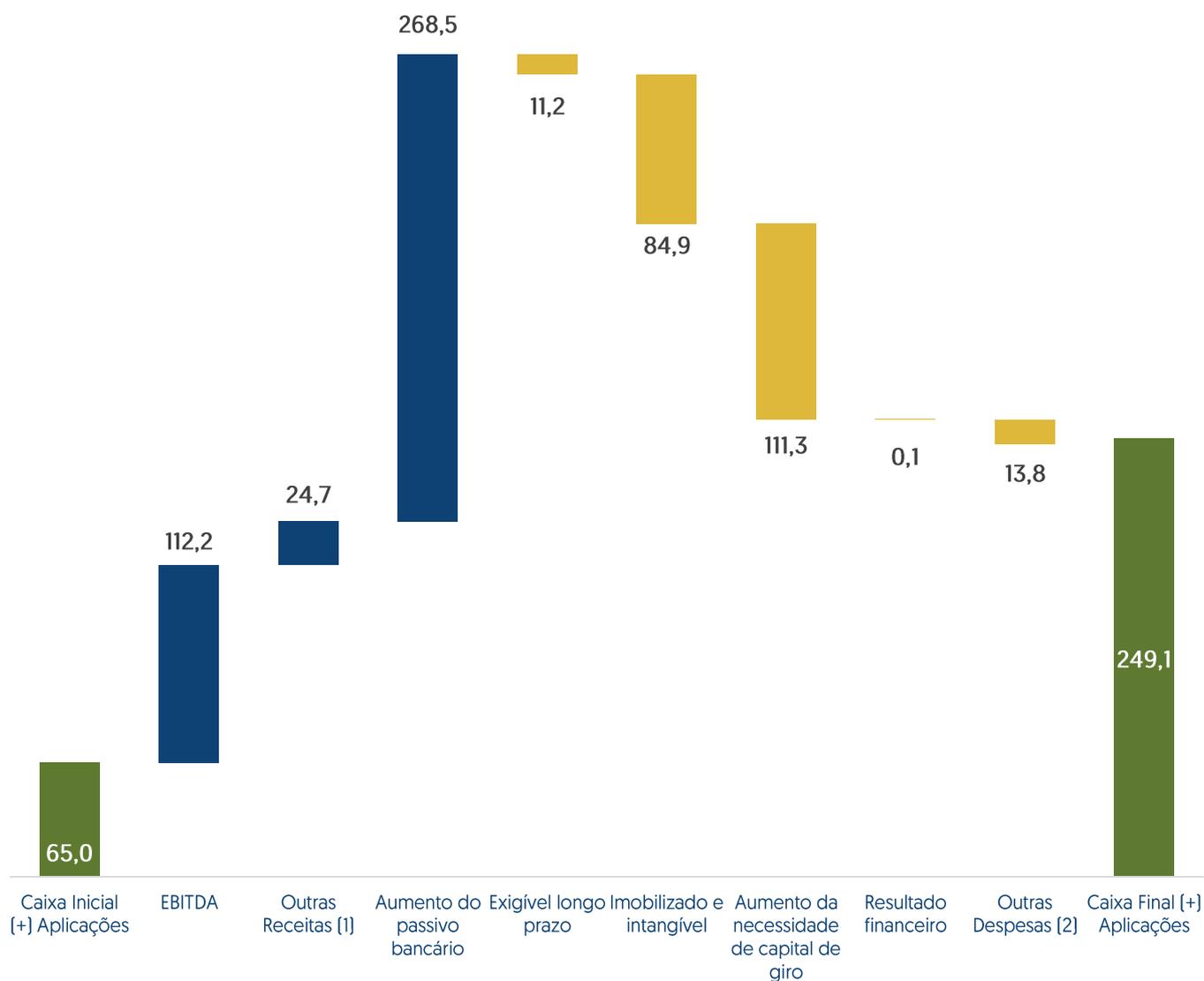
R\$ Milhões	2020
Moldes	23,5
Máquinas e Equipamentos	35,0
Instalações	18,1
Outros	8,5
Imobilizado	85,1
Software	2,6
Cessão Direito	0,0
Outros	0,0
Intangível	3,5
Total Geral	87,7

> ROIC

O retorno sobre o capital investido LTM (últimos doze meses encerrados em 2020) foi de 2,8% e representou uma queda de 10,8 pp sobre 2019. A redução se deve a queda no resultado operacional da Companhia devido às dificuldades macroeconômicas deste atípico ano de 2020.

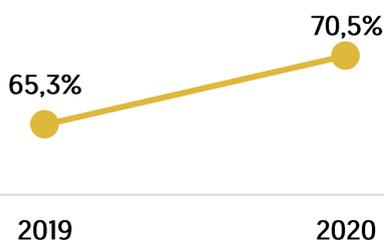
FLUXO DE CAIXA

A variação de caixa no ano 2020 foi de R\$ 184,1 milhões. A variação apresentada foi constituída essencialmente pelos eventos de EBITDA de R\$ 112,2 milhões, aumento no passivo bancário em R\$ 268,5 milhões, crescimento no exigível em longo prazo de R\$ 11,2 milhões, investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 84,9 milhões e aumento da necessidade de capital de giro de R\$ 111,3 milhões.



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS

Como percentual da receita líquida de vendas, o custo das vendas representou 70,5%. Em 2020, em especial no primeiro semestre do ano, a paralisação generalizada em virtude do combate à pandemia de Covid-19, impactou de maneira negativa no fluxo produtivo das fábricas.



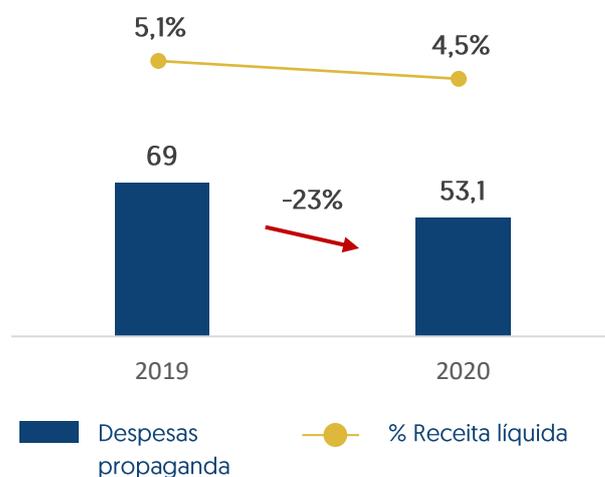
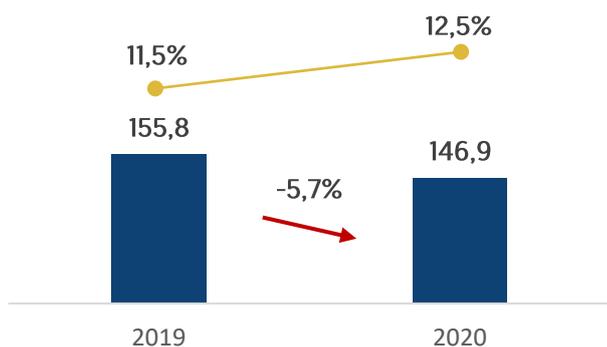
No decorrer do segundo semestre, apesar da retomada do ritmo da produção, os aumentos de preços nas matérias primas, os problemas com o abastecimento e a alta no absenteísmo, acabaram por elevar o custo dos produtos produzidos. No ano de 2020, houve o reconhecimento de maneira direta no CPV de custos de produção no montante de R\$ 36,4 milhões, relativos ao período em que as unidades fabris foram fechadas devido às restrições governamentais como medida de combate a pandemia de Covid-19.



DESPESAS COM VENDAS E PROPAGANDAS

No ano de 2020, registrou-se despesa com vendas de R\$ 146,9 milhões. Sua participação sobre a receita líquida apresentou aumento de 1,0 p.p. na comparação do 2019 com o 2020, de 11,5% para 12,5%, devido à queda de receita observada no ano em virtude da redução ao longo de todo o primeiro semestre de 2020, que proporciona uma maior participação relativo dos custos fixos, e ao aumento observado no custo dos fretes dos produtos em parte pelo aumento da participação das vendas on-line, que apresentam custos mais elevados de entrega e, em parte por aumentos nos custos dos transportes que foram absorvidos ao longo do ano.

As despesas com propaganda e marketing totalizaram R\$ 53,1 milhões, decréscimo de 23,0% se comparadas ao ano de 2019, que somaram R\$ 69,0 milhões. A participação das despesas com propaganda e marketing sobre a receita líquida representou 4,5% no ano de 2020, ante 5,1% do ano de 2019, uma redução de 0,6 p.p.



■ Despesas com vendas ● % Receita líquida

■ Despesas propaganda ● % Receita líquida

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

No ano de 2020, em relação ao mesmo período de 2019, ocorreu aumento de 0,9% das despesas gerais e administrativas, passando de R\$ 109,6 milhões para R\$ 110,6 milhões. Ao comparar o percentual sobre a receita líquida, observa-se crescimento no ano de 2020 de 1,3 p.p. em relação ao equivalente período do ano anterior.



OUTRAS DESPESAS OPERACIONAIS LÍQUIDAS

No ano de 2020, o valor originou uma receita R\$ 0,8 milhão perante uma receita de R\$ 4,1 milhões no ano de 2019.

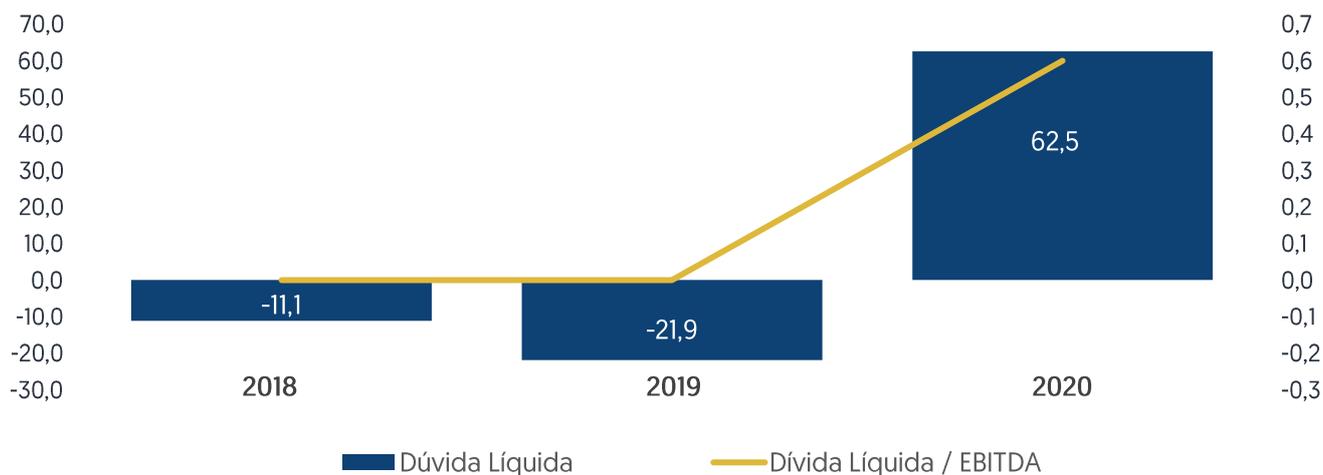
R\$ Milhões	2020	2019
Outras receitas [despesas] operacionais líquidas	0,8	4,1

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO

A Vulcabras apresenta sólida situação financeira com R\$ 250 milhões em disponibilidades no encerramento de 2020.

CALÇADOS, VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS ESPORTIVOS

[lucro operacional R\$ mi e margem %]



Desde os primeiros impactos da pandemia, a Companhia manteve sua disciplina financeira e buscou reforçar o caixa com aportes realizados junto a linhas de créditos, as quais se encontravam pré-aprovadas, priorizando operações incentivadas e com prazos alongados.

IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

Imposto de renda e contribuição social apresentaram ligeira elevação no exercício social ao final de 2020. O valor apurado no exercício social encerrado em 2019 foi de R\$ 3,8 milhões, representando uma alíquota efetiva de 2,6%. No exercício social encerrado em 2020, o valor foi de R\$ 4,7 milhões, com alíquota efetiva de 12,9%. Esta variação se deve principalmente ao reconhecimento de resultado positivo nas subsidiárias da Bahia e Vulcabras Distribuidora no exercício de 2020. Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos representou 0,4% e 0,3% da receita líquida de vendas nos exercícios sociais findos em 31 de dezembro de 2020 e 2019, respectivamente.

EXERCÍCIO SOCIAL E DEMONSTRAÇÕES DE FINANCEIRAS

O exercício social tem início em 1º de janeiro e se encerra em 31 de dezembro de cada ano. Ao final de cada exercício, a Diretoria providencia a elaboração das demonstrações financeiras previstas na legislação brasileira, de acordo as normas internacionais de contabilidade promulgadas pelo International Financial Reporting Standards (“IFRS”) e/ou com as normas de contabilidade utilizadas pelos Estados Unidos da América conhecidas como “United States Generally Accepted Accounting Principles” (“US GAAP”). Todas as informações e demonstrações financeiras estão disponíveis no site de RI [<http://www.vulcabrasri.com.br/>] na aba Central de Resultados com balanços trimestrais e anuais.

DESENVOLVIMENTO EM DESTAQUE

>

GRI 102-2 | 102-10 | 102-15 | 102-16

Em 2020, ampliamos nossa atuação em pesquisa, desenvolvimento e inovação no maior Centro de Desenvolvimento e Tecnologia de calçados da América Latina com o objetivo de avançar na execução de produtos cada vez mais sustentáveis para atender às demandas do consumo consciente. Para mais, em busca de expandir nossas fronteiras, iniciamos o projeto de transferência do CD logístico do e-commerce para a cidade de Extrema-MG, que dará a Vulcabras mais eficiência e competitividade aos negócios.

PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

Com o objetivo de trazer mais inovação para seus produtos e fornecer as melhores tecnologia para todo perfil de atletas, a Vulcabras possui em Parobé, o maior Centro de Desenvolvimento e Pesquisa Calçadista da América Latina. Com uma equipe especializada, o Centro possui mais de 600 profissionais dedicados à pesquisa e desenvolvimento, que com maquinários e tecnologias de ponta, são responsáveis por trazer a inovação aos produtos da Vulcabras.

Realidade virtual, centro de usinagem para matrizes e impressão 3D de solados, além de uma equipe altamente qualificada, faz do Centro de P&D da Vulcabras referência no setor calçadista.

FÁBRICAS

Além da inovação no desenvolvimento, a Vulcabras conta com modernos equipamentos que possibilitam produzir as mais avançadas tecnologias mundiais de calçados. Ao todo foram mais de R\$ 300 milhões investidos para modernização do parque fabril nos últimos três anos que levam produtos inovadores para a prática esportiva.



Linha de produção Vulcabras.

LOGÍSTICA

No segundo semestre de 2020, iniciamos o projeto de transferência do CD logístico do e-commerce para a cidade de Extrema-MG, que conta com o triplo da área do anterior, modernas estruturas, operações automatizadas e sob gestão própria.



Novo Centro de Distribuição da Vulcabras em Extrema (MG).

Operação dedicada ao E-commerce

Capacidade para 7 milhões de peças

+ 11.500m² de área

+65.000 endereços de armazenagens

120 colaboradores diretos para operação de Extrema/MG

A escolha pela localização de Extrema- MG se deve ao fato de que a região está se transformando em um grande polo logístico de distribuição e que oferece importantes vantagens competitivas, tais como, proximidade dos maiores mercados consumidores, facilitadores logísticos, relevantes incentivos fiscais e mão de obra e serviços especializados.

Este novo centro de distribuição contará com uma operação logística dedicada ao e-commerce de todas as marcas e também com a operação de distribuição de produtos acabados comprados de terceiros (importados e nacionais).

> COMPROMISSO AMBIENTAL

O planejamento estratégico da Vulcabras é desenvolvido de forma a internalizar as externalidades. Nosso objetivo é fazer a sustentabilidade permear todas as operações de negócio, desenvolvendo práticas ambientais de implementação, adoção e supervisão.

Temos o propósito de aprimorar treinamentos, sistemas de informação e processos produtivos para a redução do uso dos recursos naturais. Já faz parte do nosso dia a dia a gestão de água potável e efluentes, a segregação na fonte da geração dos resíduos e a distribuição dos nossos produtos. Priorizamos também, a emissão das licenças e demais autorizações legais referentes ao meio ambiente.

Alinhamos nossa cultura organizacional a esse modelo de gestão ambiental eficiente, para não só atender à legislação ambiental, mas garantir um ambiente regenerativo.

A área de sustentabilidade na estrutura do Sistema de Gestão Integrado (SGI) direciona periodicamente práticas sustentáveis, visando à melhoria contínua.

GESTÃO HÍDRICA

GRI 102-11 | 303-1 | 303-2 | 303-5

A nossa visão de sustentabilidade em relação à água apoia-se no pilar de consumo consciente e tratamento eficiente.

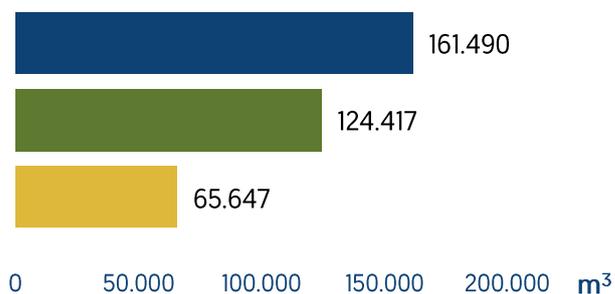
Todas as nossas unidades operacionais desenvolvem boas práticas para a gestão da água, o que inclui equipamentos sanitários com caixa acoplada, monitoramento de vazamentos, acompanhamento diário de hidrômetros e placas e campanhas educativas de forma a evitar o desperdício ou qualquer impacto negativo sobre o ecossistema.

No Ceará, unidade de Horizonte, efetuamos a compra de água bruta. Internamente, realizamos o tratamento físico-químico em nossa Estação de Tratamento de Água (ETA). Diariamente realizamos o acompanhamento para garantir a eficiência do sistema e mensalmente laboratórios externos realizam análises para assegurar a potabilidade.



A Vulcabras tem como missão construir um País melhor a partir do esporte.

2020



- CONSUMO DE ÁGUA
- TRATAMENTO DE EFLUENTE
- DESCARTE DE EFLUENTE



Tratamos 100% do efluente gerado na matriz produtiva de Horizonte. Focamos na reutilização de 100% do efluente tratado pela empresa e estamos desenvolvendo metodologias para reduzir o seu descarte na rede.

O efluente tratado é captado em cisternas e direcionado a poços artesianos com ligações que se distribuem pela fábrica para o reaproveitamento em sanitários, irrigação por aspersão e serviços de limpeza em geral. Diariamente, realizamos o acompanhamento para garantir a eficiência do sistema e mensalmente laboratórios externos realizam análises para assegurar os parâmetros de reúso.

Com o sistema, no qual foram investidos R\$ 2 milhões, a Vulcabras tem uma economia de 50 milhões de litros de água por ano e uma redução da compra de água tratada em 95% que, somada à implementação de medidas educativas, resultaram na queda da geração de efluentes em 25%. Com a ação, a empresa prevê um retorno de R\$ 1,2 milhão ao ano.



Na unidade de Horizonte-CE a Vulcabras possui uma estação de tratamento de efluentes.

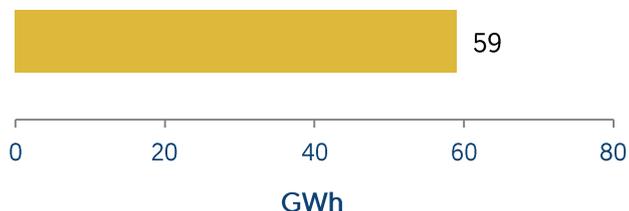
GESTÃO ENERGÉTICA

GRI 302-1

A gestão energética é um dos aspectos relevante para a Vulcabras. Desenvolvemos ações voltadas ao consumo consciente, como investimento, nos últimos três anos, em maquinário moderno pensado no consumo energético, emissão de ruído, geração de calor e geração de resíduos. Além disso, desenvolvemos espaços industriais ergonomicamente trabalhados com ventilação natural, respeitando as normas brasileiras de ruído e calor. Soma-se ainda, distribuição de sinalizações para o desligamento de todos os aparelhos, máquinas e luzes, em turnos que não estão sendo utilizados.

CONSUMO TOTAL DE ENERGIA

2020



EMISSÕES

GRI 201-2 | 305-1 | 305-2 | 305-3

Em 2020, iniciamos a mensuração das nossas emissões no Inventário de GEE e assinamos o contrato de compra de energia eólica com a Casa dos Ventos, uma das principais companhias de energia eólica do país.

Com contrato de R\$ 150 milhões por um prazo de até 13 anos, a empresa fornecerá a totalidade do consumo da Vulcabras, possibilitando que toda a produção e a distribuição sejam feitas 100% com energia limpa, evitando o lançamento de 27 mil toneladas de CO₂ na atmosfera.

O negócio, que terá início em 2022, envolve o parque dos Ventos de São Mizaél, que faz parte do complexo Rio dos Ventos, no Rio Grande do Norte. Além da redução drástica no impacto ambiental, ao todo, a empresa ainda terá uma economia de 25% em comparação ao gasto de 2019 com energia.

A fim de realizar o mapeamento das fontes que contribuem sobre os passivos ambientais, a Vulcabras, em parceria com a Iniciativa Verde, realizou o primeiro Inventário de Emissões dos Gases do Efeito Estufa de suas atividades.

O levantamento permite, no contexto do planejamento estratégico da empresa, traçar metas de redução, compensação e adaptação para a transição econômica de baixo carbono.

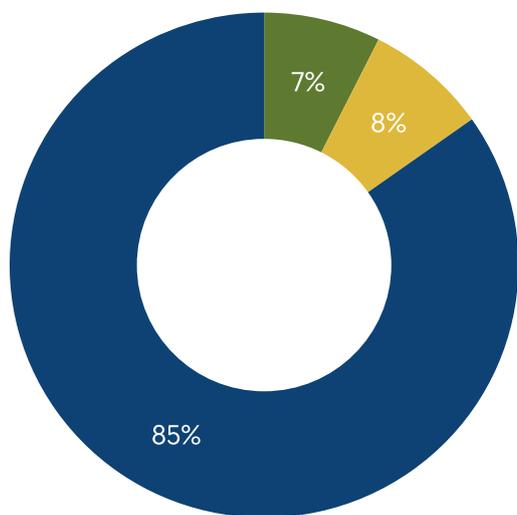
O inventário seguiu o padrão do GHG Protocol, desenvolvido pelo World Resources Institute (WRI) em associação com o World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Esta metodologia é reconhecida e utilizada em todo o mundo, sendo compatível com as normas da International Organization for Standardization (ISO). Em conjunto com o GHG Protocol, foram utilizados metodologias e fatores de emissão desenvolvidos pelo IPCC [2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories] e pelo Ministério da Ciência e Tecnologia (MCTIC).

Os seguintes gases fazem parte do inventário de emissões: CO₂, SF₆, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs e NF₃.

Em 2020, foram emitidas cerca de 7,2 mil tCO₂e, somando-se as emissões de Escopo 1 (diretas) e Escopo 2 (indiretas). Considerando as emissões indiretas por fontes não controladas [Escopo 3] no cálculo anterior, o total emitido foi 47 mil tCO₂e.

EMISSÕES DE TCO₂ e

2020

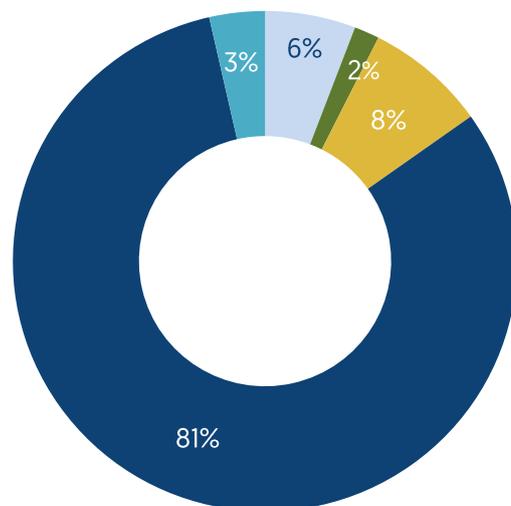


■ Escopo 1 ■ Escopo 2 ■ Escopo 3

As maiores emissões de 2020 estão relacionadas ao escopo 3 – transporte e distribuição upstream, e são relativas aos transportes de matéria prima e de produto acabado, compreendendo 81% do total. Em segundo lugar, com 8% estão as emissões por consumo de energia [escopo 2]. No escopo 1, o destaque fica para as emissões de combustão estacionária, com 6% do total.

EMISSÕES DE TCO₂ e POR FONTE DE EMISSÃO

2020



- Combustão Estacionária
- Emissões Fugitivas
- Eletricidade (abordagem escolha de compra)
- Transporte e Distribuição (upstream)
- Deslocamento de Funcionários (casa-trabalho)

GESTÃO DE MATERIAIS E RESÍDUOS

GRI 301-1 | 301-2 | 306-1 | 306-2 | 306-3 | 306-4 | 306-5

Em 2016, com o objetivo de alinhar o nosso processo produtivo aos princípios da sustentabilidade, iniciamos um movimento com a economia circular e, a partir de 2020, a política dos 5 Rs [Repensar, Reduzir, Reutilizar, Reciclar e Recusar].

- Repensar de processos produtivos a hábitos e atitudes dos colaboradores
- Reduzir a geração e o descarte de resíduos
- Reutilizar nossos produtos ao garantir o padrão de qualidade para o consumo consciente
- Reciclar os resíduos gerados ao reinseri-los na nossa cadeia de produção ou na cadeia de parcerias estratégicas
- Recusar matérias-primas que agridam a saúde e ao meio ambiente

Projetamos uma área de preservação ambiental em Itapetinga, que era utilizada para descarte de resíduos, de 30 mil metros quadrados com duas mil mudas de espécies de árvores, como o Ipê. Contratamos e capacitamos 44 moradores da região em situação de vulnerabilidade socioeconômica para auxiliar na construção do espaço. A área, cedida pelo município, é gerida pela Vulcabras, que faz a manutenção e preservação do local.

Hoje, 100% dos resíduos gerados na unidade de Itapetinga abastecem a economia circular. Na unidade de Horizonte, que também possui essa iniciativa, 80% dos resíduos reciclados são reutilizados na produção dos nossos calçados. Por exemplo, reutilizamos mais de 127 toneladas de resíduos plástico oriundo da reciclagem na produção do contraforte, localizada no interior do calçado, que dar formato ao calcanhar do sapato. Além disso, reciclamos de mais de 35 toneladas por ano de componente de TPU em nossos produtos. A meta é aumentar ainda mais esse processo.

A reciclagem é feita com materiais presentes nos produtos até embalagens plásticas utilizadas em processos indiretos e uniformes.

Listagem dos materiais utilizados pela Vulcabras em toneladas

Material	Descrição	2020
Recicláveis	Embalagens diversas - [CCF/COL/EOL/EUA]	56.499
	Atacador - [ATA]	79
	Borrachas diversas - [BN/BS]	14
	Compostos diversos - [PVC/TPE/TPU/TRC]	765
	Cordão diversos - [COD]	10.086*
	Elásticos diversos - [ELA]	34.843*
	Espuma - [LPE]	6.873
	Etiqueta bordada - [EBR]	0,04
	Etiqueta de borracha - [ETB]	0,02
	Etiqueta diversas - [ETQ]	1.309
	Etiqueta transfer - [ETR]	42.490
	Fitas diversas - [FPS/FIT]	5.082.297*
	Laminado de PU - [LPU]	45
	Laminado sintético - [LPV]	425
	Linhas diversas - [FIO/LBD/LNY/LPS]	35
	Palmilhas diversas - [PAO]	4.252
	Tecido forro - [TFR]	15
	Tecido não tecido - [TNT]	101
	Tecido nylon - [TNY]	0,8
Tecido poliamida - [TPD]	0,3	
Tecido poliéster - [TPS]	256	
Solventes diversos - [AR/SO/SOL]	37	
Total	-	5.127.226*
Não Recicláveis	Resina diversas - [RE/RES]	2.824
	Couro napa - [NAP]	0,1
	Couro raspa - [RAS]	0,3
	Tintas diversas	22
Total	-	2.846

* Megatonelada

O EVA descartado, material usado na produção de calçados, internamente passa por processo de trituração, assim como outros resíduos, e retorna ao processo produtivo. Reciclamos mais de 161 toneladas por ano em nossos produtos. O excedente torna-se matéria-prima para a produção de outras empresas, como na produção de tapetes e tatames.

Em relação aos tecidos e uniformes, internamente reutilizamos nas áreas de limpeza, e o excedente abastece a indústria de movelaria para a produção de sofás e outros produtos. A ação tem como objetivo a redução de 48% da compra desse material.

Os resíduos líquidos perigosos passam por processos de reciclagem, já os resíduos sólidos perigosos e os materiais contaminados são armazenados e incinerados, virando combustível para empresas de fabricação de cimento.

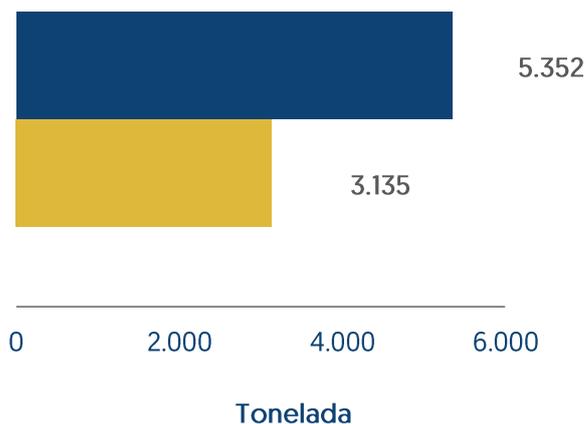
A Vulcabras possui mais de 20 parceiros estratégicos que utilizam nossos resíduos recicláveis como matéria-prima. Todos esses são destinados a empresas locais, onde geram renda e empregabilidade.

Tudo que passa pelo processo da empresa seja área produtiva seja administrativa tem uma destinação antes da decisão de realizar a sua correta disposição final.



A Vulcabras possui parceiros para a reciclagem dos resíduos.

2020



Os resíduos descartados compreendem predominantemente varrição e orgânicos.

Ratificamos nossa responsabilidade ambiental ao monitorar toda a cadeia de geração de resíduos e desenvolver parcerias estratégicas para venda de nossos resíduos recicláveis excedentes, agregando valor a esses que passam a ser insumo para outras empresas.



Responsabilidade ambiental faz parte da rotina da Vulcabras.

> GENTE E SOCIEDADE

A Vulcabras agrega valor aos colaboradores e as comunidades nos arredores das unidades. A Intencionalidade no desenvolvimento das suas habilidades e competências gerou um modelo de negócios pensado nas pessoas.

Fazer a diferença, não apenas nos aspectos profissional e financeiro, oferecendo a população local uma trilha de carreira cada vez mais consistente, mas também disponibilizando recursos e instrumentos capazes de impactar positivamente suas trajetórias de vida e as de seus familiares.

Fortalecer relações e apostar no seu desenvolvimento. Com objetivo de potencializar esse impacto, especialmente por meio de apoio à educação, à geração de renda e à diversidade.

Pessoas são nosso grande patrimônio. Se a empresa sonha grande, com ambição e ousadia, é porque nossos colaboradores abraçam essa ideia e trabalham diariamente para manter a qualidade de nossos processos e produtos e atender nossos clientes e consumidores.

15 mil profissionais apaixonados pela profissão. A Vulcabras orgulha-se de ter um time focado em fazer sempre o melhor ao acreditar em um mundo justo. Seus líderes alimentam esse espírito, com um forte trabalho de desenvolvimento de pessoas e valorizando a inclusão e a diversidade.



INCLUSÃO E DIVERSIDADE

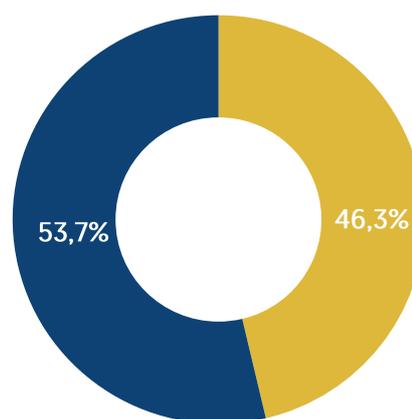
GRI 102-7 | 102-8 | 102-10 | 102-16 | 401-1 | 405-1

Diversidade e inclusão são temas relevantes na Vulcabras.

Sabemos que o nosso país é diverso, tornando-o único. Acreditamos na diferença. Ao nos abstermos de estereótipos, alavancamos na capacidade criativa dos candidatos, promovendo atração e retenção desses talentos.

Estamos trabalhando para garantir na nossa dinâmica de trabalho e de recrutamento um ambiente inclusivo e equitativo.

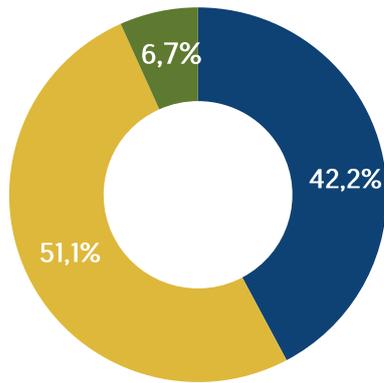
COLABORADORES POR GÊNERO



■ Mulheres

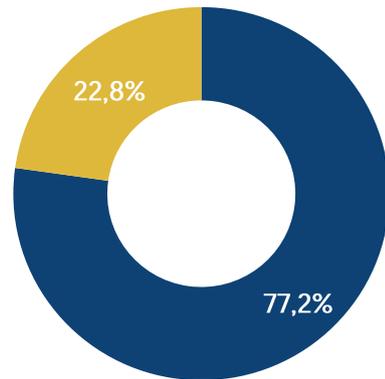
■ Homens

COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA



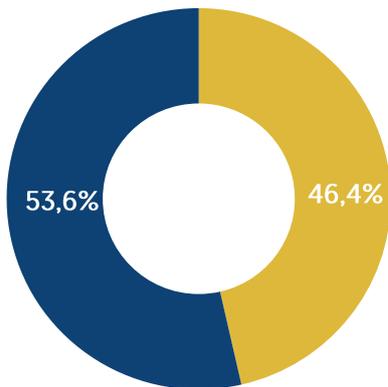
■ De 18 a 30 anos ■ De 31 a 50 anos ■ Acima de 51 anos

COLABORADORES QUE INTEGRAM CARGOS DE GESTÃO POR GÊNERO



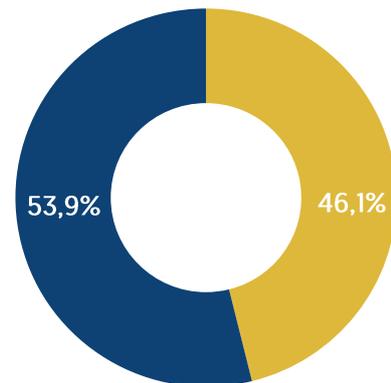
■ Homens ■ Mulheres

COLABORADORES QUE INTEGRAM OPERACIONAL POR GÊNERO



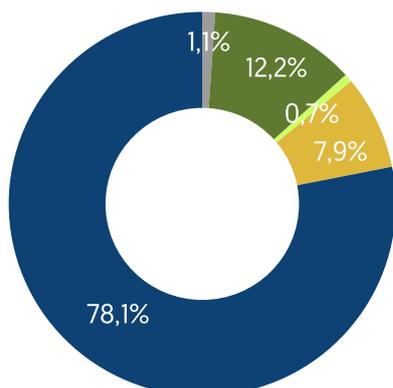
■ Mulheres ■ Homens

COLABORADORES QUE INTEGRAM ÓRGÃO ADMINISTRATIVO POR GÊNERO



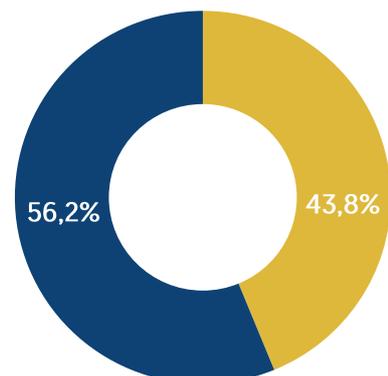
■ Mulheres ■ Homens

COLABORADORES POR ETNIA



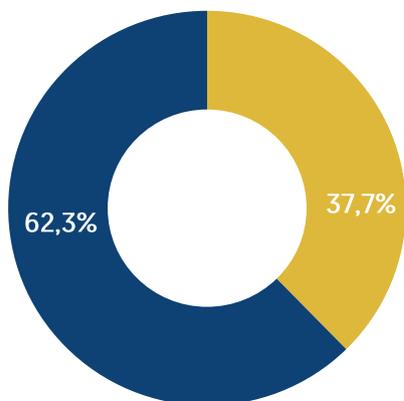
■ Amarela ■ Branca ■ Indígena ■ Negra ■ Parda

COLABORADORES APRENDIZES POR GÊNERO



■ Mulheres ■ Homens

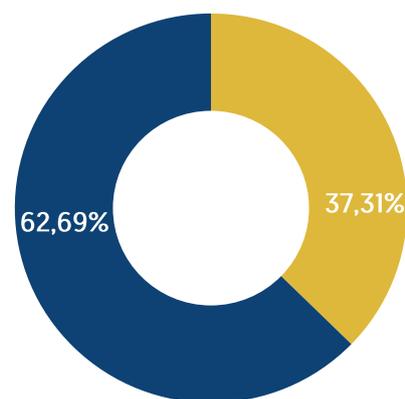
COLABORADORES COM DEFICIÊNCIA POR GÊNERO



■ Mulheres ■ Homens



ROTATIVIDADE POR GÊNERO

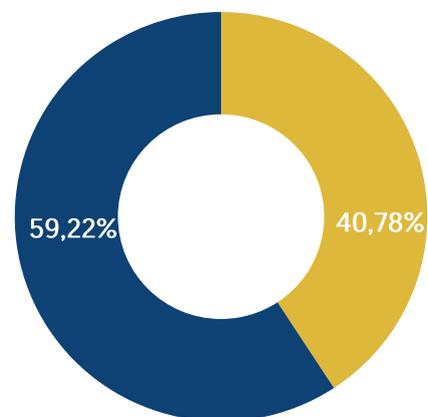


■ Mulheres ■ Homens

Fazemos parte da sociedade. A Vulcabras reconhece que há diferenças sensíveis entre os gêneros e as etnias em termos de aspiração de carreira na Companhia. Dessa forma, promover iniciativas sociais para incluir grupos invisíveis que são majoritários na sociedade, seja por gênero ou etnias, de forma homogênea em todos os cargos e unidades, tornou-se meta.

Em 2020, a quantidade de contratações foi superior à de desligamentos na Vulcabras. Entretanto nosso indicador de rotatividade manteve-se em 18%. O movimento indica maior renovação do quadro de pessoal e movimentação do negócio, reforçado pela estruturação dos programas de aprendizes e expansão das nossas unidades fabris.

CONTRATAÇÕES POR GÊNERO



■ Mulheres ■ Homens



DESENVOLVIMENTO E QUALIFICAÇÃO

GRI 404-1 | 413-1

Os colaboradores ao iniciarem suas atividades na Vulcabras participam de integrações voltadas a Cultura Organizacional, Política SGI e ao Protocolo de Contingência – COVID 19, e ainda treinamento operacionais, que competem ao cargo exercido. As lideranças têm participação ativa ao demonstrarem aos funcionários suas atividades e ao cultivarem seu engajamento.

Quem ocupa cargos estratégicos ou de liderança também recebe treinamento e participa de reuniões semanais com a gerência.

Em 2020, foram 43.659 horas de treinamento realizadas pelo time de Recursos Humanos das unidades, totalizando 3,1 horas por colaborador.

A Vulcabras acredita no desenvolvimento e qualificação dos seus colaboradores não só a fim disseminar nossa cultura corporativa, mas para agregar valor à sua carreira profissional.

Para 2021, com a inclusão de 2.707 colaboradores em 2020, realizaremos planos de ação específicos por área com objetivo de qualificá-los e incluí-los dentro da perspectiva da sustentabilidade.

SESI e SENAI

A Vulcabras figura entre as parceiras do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e do Serviço Social da Indústria (Sesi) há mais de 10 anos. Em 2020, foram impactados 525 participantes. Dentre os programas atendidos, destacam-se a Educação do Trabalhador, Jovem Aprendiz e cursos de qualificação direcionados as funções exercidas na empresa.



Sesi e Senai são parceiros da Vulcabras em cursos profissionalizantes

> MOBILIZAÇÃO SOCIAL

GRI 102-12 | 413-1

OLYMPIKUS

A Olympikus, maior marca esportiva do Brasil, com 46 anos de tradição, realizou em 2020 ações e campanhas que impactaram, direta ou indiretamente, a vida de milhões de brasileiras e brasileiros. O propósito da marca de democratizar o acesso à tecnologia e ao estilo de vida esportivo foi o pano de fundo para as campanhas da marca em 2020, com destaque para a sua atuação perante a situação sensível que todo o País enfrentou e ainda enfrenta por conta da pandemia de COVID-19. Estas ações reforçam que a Olympikus fez muito mais que produzir artigos esportivos e contribuiu para o propósito da Vulcabras de construir um país melhor a partir do esporte.

PROGRAMA CORRE JUNTO BRASIL

A marca lançou no mês de maio o programa Corre Junto Brasil com o objetivo de apoiar os brasileiros a obterem uma renda extra e movimentar a economia, ajudando a comunidade de profissionais do esporte e incentivando a venda de produtos nacionais.

O Programa permite que qualquer profissional, do segmento esportivo ou não, obtenha renda extra com a venda de produtos Olympikus pelo site e se torne um empreendedor digital. Ao se cadastrar no programa - www.olympikus.com.br/correjuntobrasil - o profissional, além de garantir 10% de comissão a cada venda realizada, também pode oferecer um cupom de desconto de 20% no site da marca para seus alunos ou rede de relacionamento. Desde seu lançamento, em Dezembro de 2020, a plataforma já contava com mais de oito mil usuários inscritos.

O lançamento do projeto aconteceu por meio de um encontro virtual onde estiveram presentes o time Olympikus, parceiros da marca e mais de 150 influenciadores. Com o encontro e a campanha de mídia ativa, a Olympikus impactou cerca de 23 milhões de usuários nas redes sociais.



ESCOLA DO CORRE

Dando sequência à sua estratégia de apoiar a comunidade esportiva, a Olympikus lançou a Escola do Corre, uma plataforma digital criada para gerar um conhecimento mais aprofundado sobre empreendedorismo digital. Com acesso gratuito, a plataforma disponibiliza aos usuários conteúdos produzidos por experts em empreendedorismo digital, para capacitar e ampliar o potencial de faturamento desses profissionais com iniciativas de vendas online.

Na página www.olympikus.com.br/escoladocorre é possível encontrar uma grade completa, desde cursos básicos de como ter uma presença digital até aulas mais específicas para quem quer promover posts e investir nas vendas online. A plataforma visa instrumentalizar qualquer pessoa que queira adquirir algum conhecimento no universo de vendas online e, assim, garantir uma renda extra.

BOTA PRA CORRER

Genuinamente brasileira, a Olympikus tem como foco a categoria de corrida e para ativar essa comunidade, em meados de 2019 a marca lançou a plataforma Bota pra Correr, um projeto que inclui iniciativas como um circuito de corridas em lugares inéditos pelo Brasil, teste de produtos e treinos com especialistas que tem por objetivo democratizar a corrida no país, atrelado aos pilares de pessoas, produtos e experiências.

A primeira edição aconteceu no Jalapão, no Tocantins, e na sequência no Pantanal, em Goiás, e em Alter do Chão, no Pará. Nas três edições a marca contratou mão-de-obra local para trabalhar nas frentes de apoio e atendimento aos corredores, gerando assim uma movimentação das economias locais.

ACREDITA NO CORRE

Protagonizada pela cantora Iza, que se juntou ao time de Olympikus para reforçar a campanha Feita por Brasileiros, a campanha Acredita no Corre ressalta e amplifica a força e a representatividade da mulher brasileira. A campanha destacou a importância do conforto e do respeito ao corpo feminino no que tange atividades físicas. A parceria também trouxe um olhar feminino para as coleções por meio de lançamentos como os modelos OLY 001 e CSI, da categoria de casual.



FEITO POR BRASILEIROS

Valorizar a produção nacional, a economia nacional e, principalmente, os brasileiros e brasileiras que se dedicam à marca. Foi pensando nisso que a Olympikus criou a campanha Feito por Brasileiros voltado a enaltecer o consumo consciente de produtos brasileiros para fortalecer a economia nacional.

A campanha revelou alguns dos 15 mil colaboradores por trás da criação dos calçados da marca, a fim de mostrar às pessoas os responsáveis pelos produtos que consomem. A ideia central da ação é revelar as mãos que produzem a melhor tecnologia de corrida do Brasil e que calçam os pés de milhões de brasileiros.

Nas redes sociais da marca e nas caixas dos tênis, foi possível conhecer sobre os colaboradores Vulcabras responsáveis pela produção de cada produto. Uma maneira direta e transparente de valorizar a mão de obra nacional.



A cantora IZA é embaixadora da Olympikus.

UNDER ARMOUR

A Under Armour, terceira maior marca multiesportiva do mundo, à parte das campanhas de produto, realizou em 2020 projetos que apoiaram a comunidade esportiva durante os meses críticos da pandemia e reforçam a importância da prática esportiva para saúde e bem-estar seja na pandemia ou para a prevenção de doenças, como o câncer.

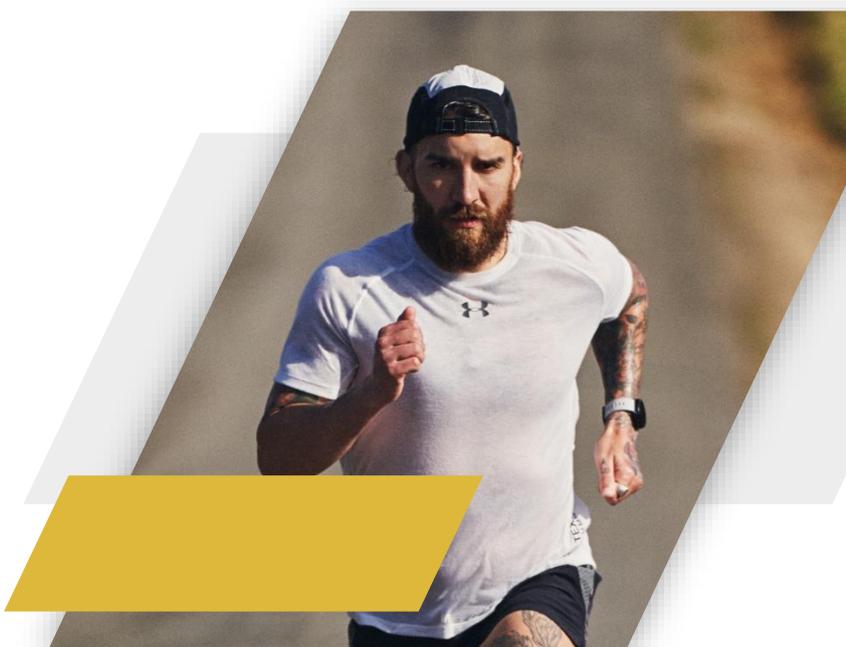
MOVIMENTO PELO ESPORTE

Com as academias e parques fechados em praticamente todos os estados brasileiros e as recomendações de isolamento social, mais de 500 mil educadores físicos e personal trainers viram suas rendas extremamente impactadas. Pensando neles, a marca lançou no início de maio de 2020 o projeto Movimento Pelo Esporte.

Realizado em parceria com o Core 360º, plataforma que conecta alunos e professores de todo o Brasil, a iniciativa teve como objetivo incentivar a prática esportiva, respeitando o distanciamento social, e auxiliar tanto professores quanto alunos. Por meio do site – www.movimentopeloporte.com.br – os praticantes de esportes de todos os níveis puderam encontrar professores e personal trainers de todo o Brasil e adquirir planos de treinos online de 15 ou 30 dias para se manterem ativos mesmo em quarentena.

Para auxiliar na divulgação do projeto e agregar ainda mais valor para o seu público, a Under Armour produziu uma série de conteúdos em suas redes sociais para ressaltar a importância desses profissionais e fomentar a prática de atividades físicas mesmo dentro de casa. Foram realizadas diversas lives no perfil da Under Armour Brasil no Instagram (@underarmourbrasil), contando com a participação de influenciadores parceiros e atletas embaixadores da marca, como os campeões olímpicos Wallace Souza, Bruno Schmidt e Alison Mamute.

A primeira fase do Movimento Pelo Esporte contou com a participação de mais de dois mil profissionais e conseguiu mais de nove mil aulas vendidas por meio do projeto, ajudando esses profissionais durante o período de quarentena. A Under Armour, visando ajudar ainda mais esses profissionais, dobrou o valor investido e o período de atendimento dos planos adquiridos no período.



Em agosto, momento em que amantes do esporte estavam retomando a rotina de treinos, o Movimento estreou a sua segunda fase com foco em capacitar profissionais do esporte. Nessa fase, atletas, fisioterapeutas, profissionais de educação física e do esporte puderam acessar o site do projeto e ter acesso a uma plataforma de aprendizado completa com assuntos e temas mais relevantes relacionados a treinamento, tecnologia, inovação e liderança.

ENCARE ESSA CONVERSA

Em parceria com a FEMAMA [Federação Brasileira de Instituições Filantrópicas de Apoio à Saúde da Mama], a Under Armour se uniu às discussões do Outubro Rosa com a campanha Encare Essa Conversa. Além de gerar conteúdo sobre o tema e reforçar a importância do esporte no combate à doença, ao longo do mês de outubro, a Under Armour usou o alcance de suas redes sociais para compartilhar conteúdos sobre o tema, e realizar lives com a participação de médicos especialistas no assunto e atletas amadoras que venceram o câncer de mama com a ajuda do esporte.

Além da geração de conversa e conscientização sobre o tema, a Under Armour também realizou uma ação de doação. A cada unidade vendida do novo TOP Infinity Bras no mês de outubro, a marca doou R\$10 à FEMAMA para auxiliar no trabalho realizado pela instituição no acesso ágil e adequado ao diagnóstico e ao tratamento do câncer de mama.

DESENVOLVIMENTO LOCAL

GRI 102-9 | 203-2 | 204-1 | 413-1

Seguimos engajados em gerar impacto social positivo nas comunidades onde estão instaladas nossas principais operações – o território prioritário é a Região Nordeste, que abriga nossas unidades produtivas em Horizonte/CE e Itapetinga/BA.

MUNICÍPIOS QUE MAIS EMPREGARAM DA INDÚSTRIA CALÇADISTA BRASILEIRA EM 2020

RANKING	MUNICÍPIOS	POSTOS DE TRABALHO [MIL]	PARTICIPAÇÃO
1º	Sobral / CE	14,2	5,7%
2º	Nova Serrana / MG	11,9	4,8
3º	Campina Grande / PB	10,6	4,3
4º	Franca / SP	10,3	4,1
5º	Horizonte / CE	9,4	3,8
6º	Sapiranga / RS	9,2	3,7
7º	Birigui / SP	6,9	2,8
8º	Parobé / RS	6,0	2,4
9º	Novo Hamburgo / RS	6,0	2,4
10º	Campo Bom / RS	5,6	2,2
11º	Nova Hartz / RS	4,8	1,9
12º	Itapetinga / BA	4,5	1,8
13º	Quixeramobim / CE	4,3	1,8
14º	Igrejinha / RS	4,0	1,6
15º	Três Coroas / RS	3,7	1,5
16º	Santo Estevão / BA	3,7	1,5
17º	São João Batista / SC	3,6	1,5
18º	Rolante / RS	3,4	1,4
19º	Morada Nova / CE	3,3	1,3
20º	Itapipoca / CE	3,2	1,3
-	Outros	118,8	48,0
-	BRASIL	247,4	100,0

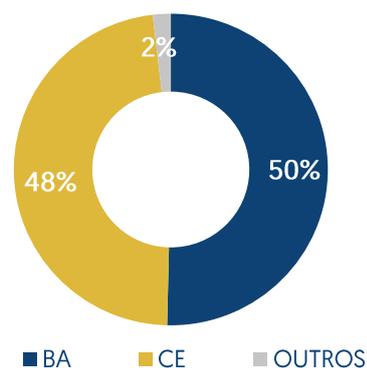
*Fonte: Relatório Setorial Indústria de Calçados | Brasil 2021
Nota: Dados da pesquisa foram coletados em março/2021

Assistimos à geração de trabalho e renda, com a contratação de colaboradores do entorno, e também aos empregos indiretos, com empresas que de alguma maneira se relacionam com o negócio. Além da responsabilidade de ser um dos principais empregadores privado nos municípios que estamos presentes, fomentamos a economia local priorizando contratos com fornecedores desses territórios.

Em 2020, aplicamos R\$ 270 milhões, o equivalente a 45% do total da receita de compras de materiais no Brasil utilizados pela Companhia, na receita dos fornecedores do Nordeste, região onde estão localizadas nossas unidades produtivas.

RECEITA FORNECEDORES - NORDESTE

R\$ 270 milhões



Ao negociarmos com fornecedores locais, indiretamente, atraímos investimentos adicionais ao município e influenciamos o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH).

Em 1996, quando a Vulcabras chegou à Horizonte, o IDH da cidade era 0,311, considerado baixo pela ONU, registro que saltou para 0,658, considerado médio/alto, em 2010 [último dado disponibilizado pelo IBGE]. Já em Itapetinga, o salto foi de 0,529, considerado baixo, quando a empresa chegou nos anos 2000, para 0,667, considerado médio-alto em 2010. Esse modelo de negócio é nossa estratégia de assegurar o fornecimento, apoiar a estabilidade da economia local, desenvolver a comunidade do entorno e manter relações com ela.

Ratificamos nossa responsabilidade social ao desenvolvermos parcerias intersetoriais com governos, entidades da sociedade civil e outras empresas para atuarem junto às localidades. Atendemos nossos princípios e valores ao impulsionar o desenvolvimento humano e social com iniciativas educacionais e de empreendedorismo.

Para 2021, com a necessidade de construir relacionamentos ainda mais sólidos com fornecedores e prestadores de serviço para garantir que a nossa cadeia não seja ecologicamente comprometida, realizaremos planos de ação específicos por área com instruções e treinamentos com objetivo de capacitar todas as partes interessadas com conhecimento em sustentabilidade.



Crescimento do IDH de Horizonte-CE.

GESTÃO DE SAÚDE E SEGURANÇA

GRI 403-1 | 403-3 | 403-4 | 403-5 | 403-7

Dentro do escopo do SGI, a Vulcabras tem a equipe de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho que atua em garantir melhores condições para seus colaboradores em conformidade com as legislações pertinentes, assim como as normas internas da empresa. A gestão de Saúde e Segurança na Vulcabras é realizada com foco na prevenção de acidentes e doenças ocupacionais.

As estratégias são baseadas nas avaliações de riscos ocupacionais realizadas por Profissionais competentes e de grande conhecimento no Mercado.

A Vulcabras oferece aos colaboradores, em seu ambulatório, serviços de saúde no local de trabalho e em clínicas médicas externas, durante o expediente, com a finalidade de manter uma cultura prevencionista. Realizamos os exames previstos no Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional - PCMSO, avaliamos os princípios da patologia ocupacional, suas causas, ambientes, condições de trabalho e os riscos que estão expostos a cada trabalhador, assim como emitimos relatórios mensais e/ou anuais de avaliações dos exames realizados.

É promovida a participação dos trabalhadores no processo de melhoria contínua das atividades, por meio de consultas em caixas de sugestão, informativos em murais, emails de comunicação interna, reuniões e atuação dos membros da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes - CIPA.

A empresa forma e mantém atualizadas anualmente a CIPA e a Brigada de Incêndio. A CIPA realiza inspeções diárias com preenchimento do Formulário de Identificação de Desvios – FID, blitz mensais nas entradas dos galpões com intuito de orientar o uso do EPI, apoio diário no controle e organização de filas no refeitório, e ainda auxilia na divulgação de comunicados. A Brigada de Incêndio atua, se necessário, nas frentes de combate à incêndio, de resgate e salvamento e de abandono de área.

Em 2020, foram 40.900 horas de capacitações e treinamentos que variam de acordo com a função exercida do funcionário e as legislações pertinentes.

Mantemos uma política de treinamento voltada ao envolvimento e melhoria do conhecimento dos trabalhadores sobre técnicas preventivas e ações que reduzam as situações de acidentes e doenças ocupacionais.

Descrição	Participantes	Frequência	Avaliações
Integração de Segurança	Todos os funcionários	Admissional	-
Treinamento Operacional – NR – 12 (Específico de acordo com setor)	Auxiliar de Produção; Operador de Máquina; Operador Líder; Supervisor de Produção; Programador; Instrutor de Treinamento;	Admissional Periódico Eventual	Prova objetiva com média mínima de 7,0
Operacional Veículo Rebocador	Operador designado a operação de rebocador	Admissional Periódico Eventual	Avaliação prática
Treinamento de NR – 20	Funcionários expostos a produtos líquidos e inflamáveis	Admissional Periódico Eventual	Prova objetiva com média mínima de 7,0
Diálogo de Segurança – DS	Todos os funcionários	Eventual	-
Treinamento Operador de Empilhadeira	Operador de Empilhadeira	Periódico Eventual	Prova objetiva e prática com média mínima de 7,0
Treinamento Operador de Empilhadeira	Funcionário eleitos e indicados	Anual	-
Treinamento de Formação e reciclagem da Brigada de incêndio	Funcionários indicados	Bienal	Prova objetiva e prática com média mínima de 7,0
Treinamento Transpaleteira elétrica	Operador designado a operação de transpaleteira	Admissional Periódico Eventual	Prova objetiva e prática com média mínima de 7,0

Nossa cultura busca a prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculado com as nossas relações de negócios. Dessa forma, realizamos a entrega de Equipamento de Proteção Individual – EPI, exames, treinamentos, eventos, campanhas educativas, DDS's, inspeções e auditorias, Interdições de máquinas, sanções disciplinares de segurança, sinalização de segurança, adequações de ferramentas operacionais, Instalações de proteções de máquinas e equipamentos, avaliações de postos de trabalho, mudanças de funções e elaborações de análises de riscos, permissões de trabalho e procedimentos.

Além disso, temos um Comitê de Ergonomia (Coergo) composto por funcionários designados de vários setores. Esse reúne-se mensalmente, discute temas e planeja ações relacionadas à ergonomia. O foco principal é a melhoria dos postos de trabalho.

Pessoas são nosso grande patrimônio. Cuidamos diariamente de **15 mil profissionais**. É nosso compromisso manter sempre a qualidade de nossos processos na gestão de saúde e segurança dos nossos colaboradores.

COMBATE AO COVID-19

A estratégia predominante no plano de Saúde e Segurança no ano de 2020, foi a pandemia do Sars_COV2 (Covid 19).

Dentro desse plano, a Vulcabras desenvolveu um projeto de trabalho, criou um comitê de crise, que posteriormente passou a ser de oportunidades, e produziu um protocolo de contingência robusto para garantir a saúde e segurança de todos os envolvidos com as operações da empresa.



Vulcabras aposta em medidas preventivas contra o COVID-19

O protocolo tem por objetivo:

Definir estratégia de atuação da Vulcabras para o enfrentamento da pandemia do novo Coronavírus [Sars-Cov2] em alinhamento com as definições do Ministério da Saúde, Ministério da Economia por intermédio da Secretaria especial do trabalho e da Organização mundial da Saúde.

Estabelecer procedimentos para a manutenção das atividades da empresa através de embasamento técnico, visando contribuir para o achatamento da curva de infecção do Covid-19.

Desenvolver atividades de contingenciamento e comunicação para os stakeholders da empresa, bem como atuar positivamente na orientação de seus colaboradores.

Criar planos de trabalho padronizados para todas as unidades de atuação da empresa visando atualização constante das medidas de contenção e melhoria contínua do processo de enfrentamento.

Estabelecer as diretrizes de retomada das atividades empresariais através de atividades de garantia da saúde e segurança de todos os colaboradores.

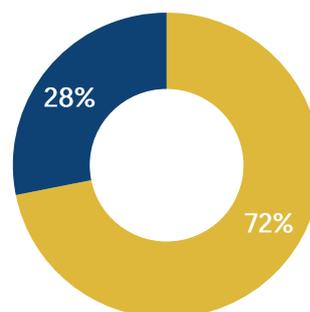
Nosso plano serviu de referência para vários parceiros e municípios, como projeto positivo de combate ao novo coronavírus.

Nas nossas unidades operacionais foi realizada a conscientização constante para prevenção das medidas preventivas contra o Coronavírus, por meio de DDS's, placas de sinalização, dispositivos sonoros, adequação de layout da fábrica para garantir o distanciamento, implantação de barreiras físicas, aferição de temperatura nas portarias, sinalização de espaçamento em filas e áreas comuns, entrega de máscaras aos colaboradores, disponibilização de álcool em gel e álcool líquido, sanitização de veículos na portaria, sanitização de materiais no almoxarifado, sanitização diária das áreas de produção e circulação de pessoas, implantação de tapetes sanitizantes, instalação de pias em áreas de grande circulação, além de outras ações.

Durante todo o período foi realizado teleatendimento aos colaboradores suspeitos de COVID 19. Também foram realizadas visitas domiciliares aos colaboradores com suspeitas e realizado orientação pelo Whatsapp do ambulatório sobre diagnóstico precoce e prevenção ao COVID.

Em 2020, foram afastados 263 colaboradores do grupo de risco sem que esses sofressem qualquer redução de salário ou de benefícios, sendo esses: todas as gestantes e pessoas com idade superior a 60 anos ou com comorbidade existente.

COLABORADORES AFASTADOS DO GRUPO DE RISCO



■ Mulheres ■ Homens

Além das atividades de proteção aos colaboradores e parceiros, a Vulcabras investiu fortemente no Trabalho social de apoio aos stakeholders das regiões onde tem unidades, preparando seus parques fabris no momento mais difícil da pandemia para produzir equipamentos de Proteção e doar para as instituições de saúde, equipando assim os profissionais de saúde de linha de frente das regiões onde a empresa está inserida.

No total, foram doados:

600.000 unidades de máscaras descartáveis

6.000 unidades de calçados de uso ocupacional

400 pares de calçados para Profissionais de outras ocupações expostas

60.000 máscaras laváveis

6.000 protetores faciais do tipo "Face Shield"

Com isso, a Vulcabras reforçou seu compromisso em atuar com segurança e em exercer os seus valores, auxiliando stakeholders no combate à pandemia.



COMPROMISSOS E METAS

GRI 102-15

A Vulcabras tem como objetivo sempre aprimorar suas atividades para garantir um futuro melhor através do esporte e sabemos que a base de tudo isso é a partir de medidas sustentáveis que possam tornar o processo da empresa ambiental correto, socialmente justo, culturalmente aceita e economicamente viável.



Pensando nisso a empresa estabeleceu frentes de trabalho com objetivos específicos para os próximos anos, visando evoluir os temas materiais abaixo.

Aprimorar a educação ambiental de seus colaboradores

Atuar constantemente na busca da redução das emissões dos GEE (Gases de efeito estufa).

Aprimorar o uso consciente de materiais através da política dos 5R.

Minimizar seus impactos ambientais através do uso consciente de recursos como água e energia.

Ampliar os conceitos sociais e ambientais para suas unidades não produtivas.

Buscar continuamente a evolução da equidade e trabalho justo.

> PROCESSO DE RELATO

GRI 102-47 | 102-50 | 102-51 | 102-52 | 102-54

Este é o 1º Relatório de Sustentabilidade da Vulcabras. Essa edição abrange os principais informes no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2020 e, por ventura, de 2021. A partir dessa data, sua publicação será anual. Com o propósito de firmar nossa responsabilidade com a sociedade sendo transparente em relação à governança corporativa e aos nossos impactos econômicos, ambientais e sociais, o relatório traz a gestão dos temas materiais para a Vulcabras e seus stakeholders no período.

Acionistas, parceiros de negócios, fornecedores, colaboradores, clientes e todas as comunidades são nossos públicos-alvo para conhecer e compreender nossa cultura organizacional.

O relato foi estruturado conforme os itens do GRI Standards: Opção Essencial.



Pensar no amanhã é um dos valores da Vulcabras.

COMO O CONTEÚDO ESTÁ ORGANIZADO

GRI 102-45 | 102-47 | 102-56 | 103-2 | 103-3

Como o objetivo principal de mensurar nosso impacto e firmar nossa responsabilidade com a sociedade, direcionamos o conteúdo deste relatório a partir dos resultados obtidos no processo de engajamento, que foi adotado pela Vulcabras, de maneira coerente aos temas materiais apontados como relevantes pelos nossos stakeholders.

As iniciativas, avaliação e abordagem da gestão e os itens do GRI relacionados estão descritos ao longo do relato.

Fomentaram o conteúdo desse relato, reuniões de diretoria, pesquisas com os stakeholders, apresentações institucionais, notícias e pesquisa externas sobre o mercado, bem como os temas materiais, os indicadores das unidades e a matriz de materialidade.



As demonstrações financeiras, auditadas pela KPMG Auditores Independentes, seguem os padrões brasileiros e as normas do International Financial Reporting Standards (IFRS). Os indicadores sociais e ambientais deram-se por meio da coleta de dados dos registros internos de nossas unidades administrativas e operacionais no Brasil. As técnicas de medição sucederam com dados absolutos do período do relato para permitir análises na mudança de desempenho da Vulcabras com a publicação dos próximos Relatórios de Sustentabilidade, e de forma a subsidiar análises relacionada a outras empresas.

Organizamos e discriminamos, de maneira integrada aos itens do GRI, destaques do ano, contexto e posicionamento de mercado, transparência na estrutura e gestão, estratégias, forma de atuação, produtos e serviços, iniciativas, processo de criação de valor aos stakeholders e compromissos e metas. Utilizamos essas informações para realizar análises críticas e desenvolver planos de ação.

Os dez Princípios do Relato foram compreendidos e implementados para a definição de conteúdo e qualidade do relatório.

A versão PDF está disponível no site da Vulcabras em: <http://www.vulcabrasazaleiari.com.br/>.



> PROCESSO DE ENGAJAMENTO

GRI 102-21|102-40|102-42|102-43|

Durante o último trimestre do ano, a Área de Sustentabilidade, junto à diretoria, selecionou fornecedores, comissões de trabalhadores, sindicatos e clientes que são significativamente afetados por nossas atividades, produtos e serviços. Ao final dessa etapa, a Diretoria e seus stakeholders definiram a materialidade dos temas materiais.

Dentre os mecanismos adotados para a escuta dos interesses e expectativas dos stakeholders, foram utilizadas pesquisa de materialidade com os stakeholders, pesquisa com clientes para medir a satisfação em relação à organização e aos nossos produtos, solicitação de informações de parcerias estratégicas para compreender nossos impactos indiretos e reuniões com a Direção para alinhar os interesses e expectativas aos temas materiais.

Adequamos o planejamento estratégico da Organização, respeitando o nosso propósito de construir um País melhor a partir do esporte, para equilibrar os diferentes interesses e expectativas dos stakeholders.

O envolvimento dos stakeholders na elaboração do relato e no andamento da Companhia se dá ao DTC [Direct to Consumer] realizar pesquisas de satisfação da organização e dos nossos produtos e aplicar NPS mensais para ajudar no posicionamento da marca e no aumento de vendas, a Qualidade compreender e mitigar os impactos da nossa cadeia de fornecedores, os Recursos Humanos ao treinar, recrutar e buscar desenvolver nossos colaboradores de forma inclusiva e equitativa, ao SESMT treinar nossa gente e prevenir acidentes e doenças ocupacionais, o Meio Ambiente executar processos para a gestão de impactos ambientais, o Financeiro relatar nossas demonstrações financeiras trimestrais e anuais e o SGI gerir as ferramentas de melhoria contínua ao tratar das relações com esses setores. A Direção valida todas as ações e a área de sustentabilidade, integrada ao SGI, desenvolve o relato.

O principal desafio, durante o processo, foi letrar as partes envolvidas sobre a importância da sustentabilidade para a longevidade do negócio.



Na Vulcabras os treinamentos são constantes.

> PROCESSO DE DEFINIÇÃO DOS TEMAS MATERIAIS

GRI 102-46

O levantamento dos tópicos materiais ocorreu no decorrer de 2020. 46 itens foram levantados inicialmente. Ao fim da etapa de materialização dos temas, listaram os sete itens e a matriz de materialidade, que foram usados para o mapeamento do relato.

Durante o levantamento, que foram priorizados a partir do plano estratégico da Vulcabras, avaliamos aspectos impactados pelo nosso modelo de negócio.



O Centro de Tecnologia e Desenvolvimento Calçadista da Vulcabras é o maior da América Latina.

TEMAS MATERIAIS

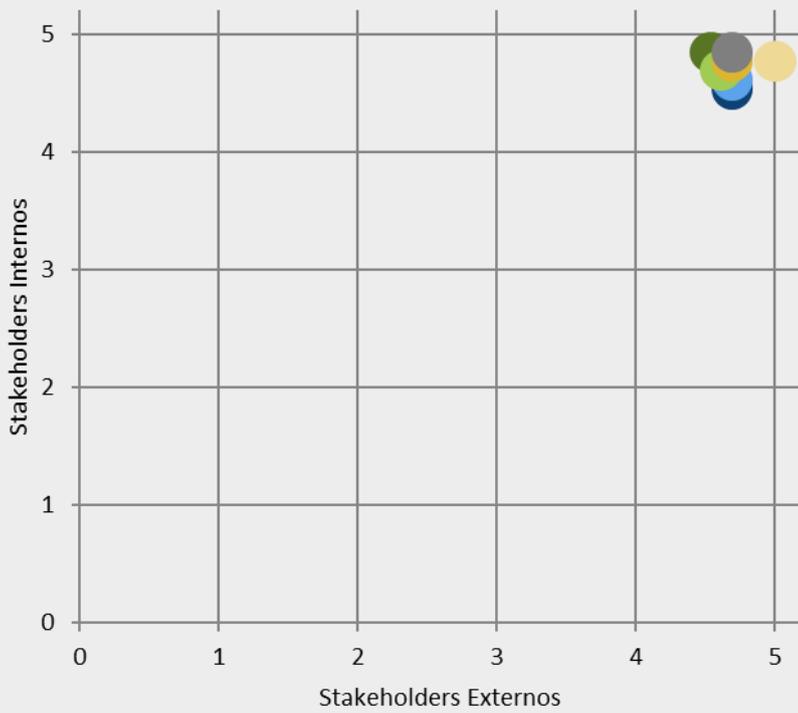
GRI 102-15|102-44| 102-47|103-1

Tema Material (GRI 103-1)	Caracterização (103-1)	Onde ocorre	Aspectos e divulgações relacionadas
			GRI Relacionados
Temas Ambientais			
Água	Reposição hídrica viabilizada pelo sistema de tratamento de efluente e reúso nas unidades localizadas em pontos com estresse hídrico.	Unidades operacionais, Recurso hídrico, Stakeholders.	Impacto Ambiental 103-2 103-3 303-1 303-2 303-5
Economia Circular	Relacionamento com mais de 20 parceiros estratégicos que utilizam nossos resíduos recicláveis como matéria-prima. Todos esses são destinados a empresas locais, onde geram renda e empregabilidade.	Unidades operacionais, Parceiros econômicos, Fornecedores, Meio ambiente.	Materiais 103-2 103-3 301-1 301-2 306-1 306-2 306-3 306-4 306-5
Energia renovável	Recente compra de energia eólica com a Casa do Ventos para uso nas unidades.	Unidades operacionais, Meio ambiente.	Mudanças Climáticas 103-2 103-3 201-2 302-1 305-1 305-2 305-3
Temas Econômico			
Desempenho econômico	Capacidade de investimento atrelado ao impacto direto e indireto, garantia da continuidade do imperativo de negócio e desenvolvimento econômico de áreas estratégicas de forma intencional e genuína.	Gestão corporativa, Acionistas, Colaboradores, Stakeholders	Desempenho Econômico e Financeiro 102-5 102-18 102-29 103-2 103-3 201-1
Impacto econômico indireto	Atuação no desempenho do IDM dos municípios onde as unidades da empresa estão localizadas, uma vez que há influência na empregabilidade e no crescimento profissional, incremento no nível de renda da população, estímulos à expansão do setor de serviços, das atividades comerciais e maior formalização da economia.	Colaboradores, Sociedade em geral	Geração de Trabalho e Renda 102-8 103-2 103-3 203-2 204-1 413-1
Temas Sociais			
Impacto na sociedade e fornecedor gerado pela empresa	Intencionalidade no desenvolvimento das habilidades e competência para contratação da população local. Eclosão de fornecedores locais e desenvolvimento econômico regional.	Sociedade em geral, Fornecedor, Municípios das unidades	Condição de Trabalho 102-8 103-2 103-3 203-2 204-1 401-1 403-1 403-3 403-4 403-5 403-7 405-1
Uso de produtos seguros	Avaliar os impactos dos produtos e serviços e ser transparente em relação a eles ratifica a relevância da Vulcabras no mercado em termos de consumo responsável.	Cadeia de fornecedores, Parceiros econômicos, Consumidor, Meio ambiente	Cadeia de Fornecimento 102-9 103-2 103-3 416-1

> MATERIALIDADE

GRI 102-43 | 102-44 | 102-46

MATRIZ DE MATERIALIDADE



- Água
- Economia Circular
- Impacto econômico indireto
- Energia renovável
- Impacto na sociedade e fornecedor gerado pela empresa
- Uso de produtos seguros
- Desempenho econômico



> PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

GRI 102-15



PRÊMIO DIREÇÕES ABICALÇADOS 2019 – MELHOR CASE EM SISTEMA DE GESTÃO INDUSTRIAL

Prêmio concedido pela intensa evolução realizada pela empresa em seus parques fabris em tecnologia, mas principalmente na implementação de medidas sustentáveis como reuso de água, economia de energia, uso de lâmpadas 100% led e gestão eficiente de resíduos. Na foto, Luiz Otávio Goi Júnior, gerente de SGI da Vulcabras, recebe o prêmio.

PRÊMIO FIEC DE DESEMPENHO AMBIENTAL 2019 – MELHOR CASE EM ECONOMIA E REUSO DE ÁGUA

Por seu projeto REÚSO E ECONOMIA DE ÁGUA em indústria de grande porte da Federação das Associações do Comércio, Indústria, Serviços e Agropecuária do Ceará (FIEC). O prêmio tem como objetivo reconhecer empresas industriais que se destacam na conservação do meio ambiente e implementam atividades que resultam na melhoria da qualidade ambiental.



PRÊMIO PROTEÇÃO 2020 – MELHOR CASE EM SAÚDE E SEGURANÇA DO NORDESTE



Diante do sucesso do projeto de Higiene Ocupacional, a proteção Brasil condecorou a Vulcabras com o Capacete de Ouro, quanto ao melhor case em Saúde e Segurança do trabalho de todo o Nordeste. O prêmio foi concedido entre todas as categorias existentes.

> PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

GRI 102-15



PRÊMIO PROTEÇÃO 2020 – MELHOR CASE EM HIGIENE OCUPACIONAL BRASIL

A Vulcabras foi premiada pela PROTEÇÃO BRASIL em 2020 com o melhor case [OURO] em Higiene ocupacional no Brasil. No total, foram inscritos mais de 155 projetos e a empresa foi premiada pela implementação do projeto de conforto térmico implementado em sua unidade em Horizonte no Ceará.

CERTIFICAÇÃO ORIGEM SUSTENTÁVEL OURO – ABICALÇADOS, LABORATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DA USP E ASSINTECAL

Desenvolvida pelo Laboratório de Sustentabilidade da Universidade de São Paulo [USP] em conjunto com a Associação Brasileira de Empresas de Componentes de Couro, Calçados e Artefatos [Assintecal] e a Associação Brasileira da Indústria de Calçados [Abicalçados], a certificação rotula empresas com desempenho sustentável baseado nos pilares econômicos Ambiental, Social e Cultural.

A Certificação é reconhecida pelo World Congress on Sustainable Technologies, na Universidade de Cambridge, como case de sucesso e exemplo de sustentabilidade. Em auditoria feita na Fábrica de Horizonte/CE por uma empresa de certificação com reconhecimento mundial, a empresa cumpriu 100% dos requisitos importantes, garantindo a certificação **Selo Ouro**, a maior possível para uma empresa com menos de dois anos de certificação.

A Vulcabras – CE se torna assim a **primeira indústria de calçados esportivos** a obter a certificação, além de ser a primeira indústria de calçados certificada com Selo Ouro fora do Rio Grande do Sul.



> VISÃO DE FUTURO

GRI 102-15 | 102-52

Esse caminho, que é longo, está no ponto de visão da Vulcabras, que vem fazendo a sua parte a cada dia, ouvindo seus stakeholders e buscando conscientizar todos os envolvidos em seus processos na busca de um resultado conjunto mais sustentável.

Considerando todo o cenário geral, a empresa compreende sua responsabilidade e compromisso diante das dificuldades presentes no mercado nacional e mundial e tem como principal objetivo

otimizar continuamente seus resultados no âmbito social, ambiental e econômico, criando assim projetos de alta performance, desenvolvendo continuamente as pessoas e tecnologias e ainda minimizando as flutuações econômicas das incertezas do mercado através da solidificação de seus programas, marcas e projetos, gerando valor a todos os seus stakeholders de forma direta ou indireta.



> SUMÁRIO DO GRI

GRI 102-55

GRI - GLOBAL REPORTING INITIATIVE [2020]

Macro	Conteúdos Gerais	Item	Página	Omissão de informações	ODS
PERFIL DA ORGANIZAÇÃO	GRI 102 Divulgação Geral 2016	102.1: Nome da Organização	5		-
		102.2: Atividades, Marcas, Produtos e Serviços	5,13,16,34,52		-
		102.3: Localização da Sede	7		-
		102.4: Localização das operações	7		-
		102.5: Controle acionário e forma jurídica	24,43		-
		102.6: Mercados de atuação	5,7		9, 12
		102.7: Porte da Organização	5,7,13,59		9
		102.8: Informações sobre empregados e outras atividades	33,59		5, 8, 10
		102.9: Cadeia de fornecimento	29,66		8, 12
		102.10: Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	5,11,52,59		8,12
		102.11: Abordagem do princípio da precaução	11,28,54		8, 16
		102.12: Iniciativas desenvolvidas externamente	33,63		17
		102.13: Participação em associações	33		17
ESTRATÉGIA	GRI 102 Divulgação Geral 2016	102.14: Declaração do presidente	4		12
		102.15: Principais impactos, riscos e oportunidades	4,11,13,29,42,52,70,75,77,78,79		12
ÉTICA E INTEGRIDADE	GRI 102 Divulgação Geral 2016	102.16: Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	4,8,9,27,29,52,59		16
		102.17: Mecanismos de aconselhamento e preocupações sobre ética	27		16

> SUMÁRIO DO GRI

GRI 102-55

GRI - GLOBAL REPORTING INITIATIVE (2020)

Macro	Conteúdos Gerais	Item	Página	Omissão de informações	ODS
GOVERNANÇA	GRI 102 Divulgação Geral 2016	102.18: Estrutura de governança	24,42		16
		102.19: Delegação de autoridade	42		-
		102.20: Nível executivo como responsável pelos tópicos econômicos, sociais e ambientais	42		-
		102.21: Consulta aos stakeholders nos temas econômicos, sociais e ambientais	73		16
		102.22: Composição do mais alto órgão de governança e de seus comitês	24		16
		102.23: Presidente do mais alto órgão de governança	24		16
		102.24: Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	24		-
		102.25: Conflito de interesse	28		16
		102.26: Papel do mais alto órgão de governança na definição de valores, propósito e estratégia	24,42		-
		102.27: Conhecimento coletivo do mais órgão de governança	42		-
		102.28: Avaliação de desempenho dos membros do mais alto órgão de governança	42		-
		102.29: Identificação e gerenciamento dos impactos econômicos, sociais e ambientais	28,29,32,39		12, 16
		102.30: Eficácia dos processos de gerenciamento de riscos	28		-
		102.31: Revisão dos temas econômicos, sociais e ambientais	42		-
		102.32: Papel do maior órgão de governança no relatório de sustentabilidade	42		-
		102.33: Comunicação de assuntos críticos	39		-
102.35: Políticas de remuneração	26		-		

> SUMÁRIO DO GRI

GRI 102-55

Macro	Conteúdos Gerais	Item	Página	Omissão de informações	ODS
ENGAJAMENTO DE PARTES INTERESSADAS	GRI 102 Divulgação Geral 2016	102.40: Lista de grupo de stakeholders	73		17
		102.41: Acordos de negociação coletiva	33		-
		102.42: Identificação e seleção de stakeholders	73		8, 17
		102.43: Abordagem adotada pela organização para envolver os stakeholders	29,32,33,34,39,73,76		17
		102.44: Principais tópicos e preocupações levantadas	75,76		9, 12, 17
PRÁTICAS DO RELATO	GRI 102 Divulgação Geral 2016	102.45: Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	43,72		-
		102.46: Definição do conteúdo do relatório e limites dos temas materiais	3,74,76		12
		102.47: Lista dos temas materiais	71,72,75		12
		102.48: Reformulação de informações	-	Não aplicável. Primeiro relato de sustentabilidade, logo não houve reformulação de informações.	-
		102.49: Alterações no relatório	-	Não aplicável. Primeiro relato de sustentabilidade, logo não houve alterações no relato.	-
		102.50: Período do relatório	71		-
		102.51: Data do relatório anterior mais recente	71		-
		102.52: Ciclo do relato do relatório	71,79		-
		102.53: Contato para perguntas sobre o relatório	86		-
		102.54: Abordagem do relato de acordo com os padrões GRI	71		-
		102.55: Sumário do conteúdo GRI	80,81,82,83,84,85		-
		102.56: Verificação externa	72		-

> SUMÁRIO DO GRI

GRI 102-55

Macro	Conteúdos Gerais	Item	Página	Omissão de informações	ODS
DESEMPENHO ECONÔMICO	GRI 103 Abordagem de Gestão 2016	103.1: Explicação da materialidade e seu limite	75		-
		103.2: Abordagem de gestão e seus componentes	72		-
		103.3: Avaliação da abordagem de gestão	72		-
	GRI 201 Desempenho Econômico 2016	201.1: Valor econômico direto gerado e distribuído	4,13,43		8
		201.2: Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades relacionados a mudanças climáticas	28,55		8, 13
DESEMPENHO SOCIAL [EMPREGO]	GRI 103 Abordagem de Gestão 2016	103.1: Explicação da materialidade e seu limite	75		-
		103.2: Abordagem de gestão e seus componentes	72		-
		103.3: Avaliação da abordagem de gestão	72		-
	GRI 203 Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-2: Impactos econômicos indiretos significativos	66		8, 9, 12
	GRI 204 Práticas de Compra 2016	204.1: Proporção de gastos com fornecedores locais	66		8, 9, 12
	GRI 401 Emprego 2016	401.1: Novas contratações de colaboradores e rotatividade	59		8
	GRI 413 Comunidades Locais 2016	413.1: Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	62,63,66		9, 16

> SUMÁRIO DO GRI

GRI 102-55

Macro	Conteúdos Gerais	Item	Página	Omissão de informações	ODS
DESEMPENHO AMBIENTAL	GRI 103 Abordagem de Gestão 2016	103.1: Explicação da materialidade e seu limite	75		-
		103.2: Abordagem de gestão e seus componentes	72		-
		103.3: Avaliação da abordagem de gestão	72		-
	GRI 301 Materiais 2016	301.1: Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	57		11, 12
		301.2: Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	57		11, 12
	GRI 302 Energia 2016	302.1: Consumo de energia dentro da organização	55		7, 12
	GRI 303 Água e Efluentes 2018	303.1: Interações com a água como um recurso compartilhado	54		6, 12
		303.2: Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	54		7, 12
		303.5: Consumo de água	54		-
	GRI 305 Emissões 2016	305.1: Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	55		13, 12
		305.2: Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	55		13, 12
		305.3: Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	55		13, 12
	GRI 306 Resíduos 2020	306.1: Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	57		6, 12
		306.2: Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	57		6, 12
		306.3: Resíduos gerados	57		6, 12
		306.4: Resíduos não destinados para disposição final	57		6, 12
		306.5: Resíduos destinados para disposição final	57		6, 12

> SUMÁRIO DO GRI

GRI 102-55

Macro	Conteúdos Gerais	Item	Página	Omissão de informações	ODS
SAÚDE E SEGURANÇA	GRI 103 Abordagem de Gestão 2016	103.1: Explicação da materialidade e seu limite	75		-
		103.2: Abordagem de gestão e seus componentes	72		-
		103.3: Avaliação da abordagem de gestão	72		-
	GRI 403 Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403.1: Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	67		3, 8
		403.3: Serviços de saúde do trabalho	67		3, 8
		403.4: Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	67		3, 8
		403.5: Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	67		3, 8
		403.7 : Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculado com relações de negócios	67		3, 8
	GRI 416 Saúde e Segurança do Consumidor 2016	416.1: Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	29		3, 8, 12
TREINAMENTO E EDUCAÇÃO	GRI 103 Abordagem de Gestão 2016	103.1: Explicação da materialidade e seu limite	75		-
		103.2: Abordagem de gestão e seus componentes	72		-
		103.3: Avaliação da abordagem de gestão	72		-
	GRI 404 Capacitação e Educação 2016	404.1: Número médio de horas de treinamento por ano por empregado	62		4, 8, 12
DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES	GRI 103 Abordagem de Gestão 2016	103.1: Explicação da materialidade e seu limite	75		-
		103.2: Abordagem de gestão e seus componentes	72		-
		103.3: Avaliação da abordagem de gestão	72		-
	GRI 405 Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405.1: Diversidade dos grupos responsáveis pela governança e entre os colaboradores	59		5, 8, 10

SUA OPINIÃO É IMPORTANTE PARA A VULCABRAS

GRI 102-53

Temos o compromisso de aperfeiçoar continuamente nosso processo de relato.

Reportar nossos indicadores econômicos, sociais e ambientais configura não só transparência ao prestar contas com a sociedade, mas também disseminar nossa cultura organizacional e responsabilidade corporativa frente às boas práticas.

Dessa forma, faça parte desse processo ao enviar seu feedback, comentário, dúvida ou solicitação de esclarecimento sobre o relatório para as nossas áreas de sustentabilidade e relacionamento com investidores.

milena.bezerra@vulcabras.com.br

luiz.junior@vulcabras.com.br

Unidade fabril da Vulcabras em Itapetininga (BA)

