

2T26

APRESENTAÇÃO
DE RESULTADO



VULCABRAS
vivemos para o esporte



Jundiaí, 04 de agosto de 2026 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do segundo trimestre de 2026 [2T26]. As informações operacionais e financeiras da Vulcabras S.A. ["Companhia"] são apresentadas com base em números consolidados e em milhões de reais, elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com os padrões contábeis internacionais. Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do segundo trimestre de 2026, comparado ao mesmo período de 2025, exceto quando especificado de forma diversa.

DESTAQUES

VOLUME BRUTO

8,8 milhões

de pares/peças no 2T26, registrando um crescimento de 3,7% em relação ao 2T25. No acumulado do ano, o volume atingiu 16,4 milhões de pares/peças no 6M26, expansão de 5,1% frente ao 6M25.

RECEITA LÍQUIDA

R\$ 994,8 milhões

no 2T26, representando um aumento de 11,2% em relação ao 2T25. No acumulado do semestre o valor alcançou R\$ 1.771,2 milhões no 6M26, crescimento de 11,0% frente ao mesmo período do ano anterior.

LUCRO BRUTO

R\$ 402,3 milhões

no 2T26, apresentando crescimento de 10,1% em relação ao valor registrado no 2T25. No acumulado do semestre o montante alcançou R\$ 715,8 milhões no 6M26, o que representa uma alta de 10,6% frente ao mesmo período do ano anterior.

MARGEM BRUTA

40,4%

no 2T26, registrando retração tanto no 2T26 quanto no 6M26. Em relação aos períodos comparáveis do ano anterior, a Companhia registrou uma redução de 0,4 p.p. comparado com o 2T25 e de 0,2 p.p. comparado ao 6M25.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE DO PERÍODO

R\$ 143,7 milhões

no 2T26, representando uma redução de 0,8% em comparação ao 2T25, com Margem Líquida recorrente de 14,4%, 1,8 p.p. abaixo do mesmo período do ano anterior. No acumulado do semestre o lucro líquido recorrente atingiu R\$ 229,9 milhões no 6M26, redução de 8,4% frente ao 6M25, com Margem Líquida recorrente de 13,0% redução de 2,7 p.p. em relação ao 6M25.

EBITDA RECORRENTE E MARGEM EBITDA RECORRENTE DO PERÍODO

R\$ 208,6 milhões

no 2T26, registrando um crescimento de 9,3% sobre o 2T25, com Margem EBITDA recorrente de 21,0%, redução de 0,3 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. No 6M26, o Ebitda recorrente alcançou R\$ 365,6 milhões, alta de 10,4% ante o 6M25, com Margem EBITDA recorrente de 20,6%, 0,2 p.p. abaixo do registrado no 6M25.

COTAÇÃO VULC3 [30/06/2026] R\$ 14,14	VALOR DE MERCADO R\$ 4,5 bilhões	QUANTIDADE DE AÇÕES ORDINÁRIAS: 317.982.170	RELAÇÃO COM INVESTIDORES Wagner Dantas da Silva CFO e DRI
SITE RI VULCABRAS vulcabrasri.com E-MAIL RI dri@vulcabras.com	TELEFONE RI +55 (11) 4532-1068	VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS 05/08/2026 às 10h00 (Brasília) <u>Acesse em Português</u>	

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A Vulcabras (VULC3) encerrou o segundo trimestre de 2026 registrando o seu 24º trimestre consecutivo de crescimento. Mais do que um marco financeiro, esse resultado reafirma a consistência de um modelo de negócios construído para evoluir de forma sustentável, apoiado em uma operação verticalizada, marcas fortes, inovação e disciplina na execução.

No trimestre, o volume bruto foi de 8,8 milhões de pares e peças, crescimento de 3,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. A receita líquida atingiu R\$ 994,8 milhões, avanço de 11,2% na comparação com o 2T25. O resultado reflete a combinação entre expansão de volume, evolução do mix de produtos e maior participação de itens de maior valor agregado, sustentados pelo fortalecimento das marcas e pela disciplina comercial.

O lucro bruto totalizou R\$ 402,3 milhões, crescimento de 10,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, enquanto a margem bruta foi de 40,4%. O lucro líquido recorrente atingiu R\$ 143,7 milhões no trimestre, redução de 0,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. O EBITDA recorrente alcançou R\$ 208,6 milhões, crescimento de 9,3%, com margem de 21,0%, evidenciando a robustez da operação, a eficiência da gestão e a capacidade da Companhia de transformar crescimento em geração consistente de resultados.

Em um mercado cada vez mais dinâmico, nossa estrutura integrada nos permite responder com agilidade às mudanças de comportamento do consumidor, ajustar rapidamente estratégias comerciais, desenvolver produtos alinhados às tendências e capturar oportunidades de crescimento preservando a eficiência operacional.

Calçados esportivos seguem impulsionando a expansão

A divisão de calçados manteve trajetória consistente de crescimento, impulsionada pela combinação entre desenvolvimento de produtos, fortalecimento das marcas e maior conexão com os consumidores. A categoria registrou crescimento de 13,0% em valor e de 5,7% em volume, demonstrando a capacidade da Companhia de ampliar sua presença no mercado ao mesmo tempo em que qualifica seu portfólio. Entre os destaques está a linha de corrida da Olympikus, que tem como protagonista a família Corre, com atributos de inovação, tecnologia e desempenho que também se estendem a outros modelos da categoria.

Cada uma de nossas marcas seguiu avançando em seus respectivos territórios estratégicos. A Olympikus consolidou sua liderança na corrida, foi campeã da Maratona de São Paulo e Porto Alegre com o Corre Pace, lançou novos modelos da família Corre e fortaleceu ainda mais sua presença junto à comunidade de corredores. A Mizuno manteve sua atuação multiesportiva com as categorias como corrida, futebol e sportstyle. Já a Under Armour segue sua retomada estratégica na categoria de running de performance no Brasil ao longo do 2T26, com novos lançamentos, ampliando sua conexão com atletas em diferentes etapas de sua jornada de treinamento.

E-commerce fortalece relacionamento e geração de valor

O canal de e-commerce registrou crescimento de 16,1% em relação ao segundo trimestre de 2025, reforçando seu papel estratégico na construção das marcas e na jornada do consumidor. O ambiente digital amplia nossa capacidade de relacionamento direto com consumidores, gera conhecimento sobre comportamento de compra e fortalece a integração entre as estratégias física e digital.

Em um cenário mais complexo, os resultados apresentados neste trimestre reforçam nossa confiança na trajetória da Companhia e evidenciam que os 24 trimestres consecutivos de crescimento são resultado de um modelo operacional resiliente, verticalizado e disciplinado, capaz de transformar adaptação em vantagem competitiva.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Seguimos apoiados por uma base operacional sólida, capacidade produtiva equilibrada, gestão eficiente dos estoques e uma estrutura preparada para responder rapidamente às transformações do mercado.

A Vulcabras segue confiante em sua capacidade de crescer de forma sustentável, gerando valor para consumidores, clientes, colaboradores, parceiros e acionistas. Permanecemos focados na execução disciplinada de nossa estratégia de longo prazo, no fortalecimento de nossas marcas e na inovação contínua do portfólio, contribuindo para o desenvolvimento do mercado brasileiro de artigos esportivos.



DESEMPENHO CONSOLIDADO

R\$ milhões	2T26	2T25	Var. % 2T26/2T25	6M26	6M25	Var. % 6M26/6M25
Volume (milhões pares/peças)	8,8	8,5	3,7%	16,4	15,6	5,1%
Receita Operacional Bruta	1.167,0	1.043,4	11,8%	2.090,1	1.869,7	11,8%
Receita Líquida	994,8	894,8	11,2%	1.771,2	1.596,0	11,0%
Mercado Interno	975,5	861,2	13,3%	1.731,1	1.532,5	13,0%
Mercado Externo	19,3	33,6	-42,6%	40,1	63,5	-36,9%
Lucro Bruto	402,3	365,4	10,1%	715,8	647,3	10,6%
Margem bruta	40,4%	40,8%	-0,4 p.p.	40,4%	40,6%	-0,2 p.p.
Despesas Operacionais SG&A	-231,9	-216,8	7,0%	-427,9	-394,8	8,4%
Outras receitas (despesas) operacionais	3,3	115,8	-97,2%	1,7	120,7	-98,6%
EBITDA societário	208,6	296,4	-29,6%	359,6	436,8	-17,7%
Margem EBITDA	21,0%	33,1%	-12,1 p.p.	20,3%	27,4%	-7,1 p.p.
EBITDA recorrente	208,6	190,8	9,3%	365,6	331,2	10,4%
Margem EBITDA recorrente	21,0%	21,3%	-0,3 p.p.	20,6%	20,8%	-0,2 p.p.
Lucro Líquido societário	143,7	353,3	-59,3%	223,9	459,3	-51,3%
Margem Líquida	14,4%	39,5%	-25,1 p.p.	12,6%	28,8%	-16,2 p.p.
Lucro Líquido recorrente	143,7	144,9	-0,8%	229,9	250,9	-8,4%
Margem Líquida recorrente	14,4%	16,2%	-1,8 p.p.	13,0%	15,7%	-2,7 p.p.

VOLUME BRUTO

No 2T26, a Companhia operou em um ambiente desafiador de varejo, caracterizado pela manutenção de uma concorrência acirrada nos canais físico e digital. Esse cenário foi intensificado pela redução do fluxo de consumidores nos dias de jogos da Seleção Brasileira durante a Copa do Mundo de Futebol, fator que afetou a dinâmica do varejo principalmente ao longo do mês de junho.

Mesmo diante desse cenário mais complexo, o volume faturado da Companhia manteve trajetória de crescimento no 2T26, refletindo a consistente execução da estratégia comercial e a boa aceitação do portfólio de produtos.

No 2T26, foram faturados 8,8 milhões de pares e peças, avanço de 3,7% em relação aos 8,5 milhões registrados no 2T25. O crescimento foi impulsionado pelo desempenho das categorias de Calçados Esportivos e Outros Calçados e Outros, que mais do que compensou a redução observada em Vestuário e Acessórios.

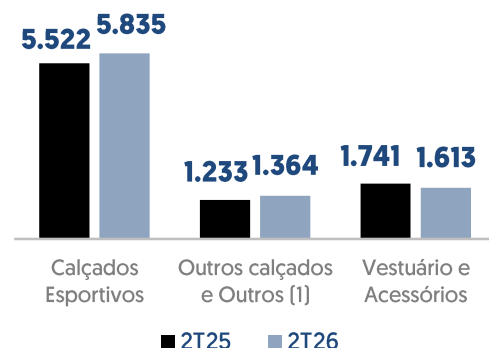
VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL - 2T26 vs 2T25

Pares e Peças (Mil)	2T26	Partic.	2T25	Partic.	Var. % 2T26/2T25
Calçados Esportivos	5.835	66,2%	5.522	65,0%	5,7%
Outros Calçados e Outros [1]	1.364	15,5%	1.233	14,5%	10,6%
Vestuário e Acessórios	1.613	18,3%	1.741	20,5%	-7,4%
Total	8.812	100,0%	8.496	100,0%	3,7%

A categoria de Calçados Esportivos faturou 5,8 milhões de pares no 2T26, representando um crescimento de 5,7% em relação aos 5,5 milhões de pares registrados no mesmo período do ano anterior. O desempenho foi sustentado pelo robusto crescimento do mercado interno, que mais do que compensou a retração observada no mercado externo. O resultado refletiu a sólida demanda pelas marcas da Companhia e reforçou a relevância da categoria na composição do volume faturado.

A categoria de Outros Calçados e Outros registrou faturamento de 1,4 milhão de pares no 2T26, crescimento de 10,6% em relação ao 2T25. O crescimento foi liderado pelo desempenho das categorias de chinelos e botas de uso profissional.

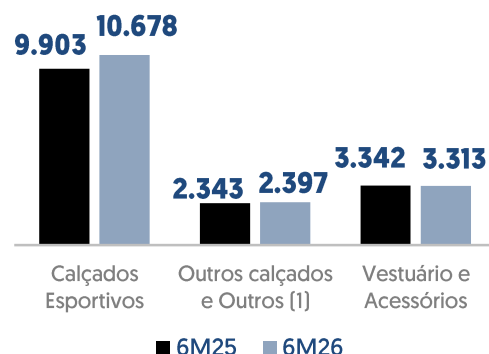
Por sua vez, a categoria de Vestuário e Acessórios foi a mais afetada pelo ambiente de consumo mais fraco observado no período, registrando faturamento de 1,6 milhão de peças no 2T26, volume 7,4% inferior ao registrado no mesmo período do ano anterior, quando totalizou 1,7 milhão de peças.



No acumulado do semestre o volume bruto faturado somou 16,4 milhões de pares/peças no 6M26, registrando crescimento de 5,1% em relação ao registrado no mesmo período do ano anterior.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL - 6M26 vs 6M25

Pares e Peças (Mil)	6M26	Partic.	6M25	Partic.	Var. % 6M26/6M25
Calçados Esportivos	10.678	65,2%	9.903	63,5%	7,8%
Outros Calçados e Outros [1]	2.397	14,6%	2.343	15,0%	2,3%
Vestuário e Acessórios	3.313	20,2%	3.342	21,5%	-0,9%
Total	16.388	100,0%	15.588	100,0%	5,1%



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

CATEGORIAS

A receita líquida da Companhia manteve trajetória de crescimento no 2T26, mesmo diante de um ambiente desafiador de varejo, caracterizado pela manutenção de uma concorrência acirrada nos canais físico e digital. Esse desempenho refletiu a evolução do volume faturado, a consistente execução da estratégia comercial e a contínua valorização do portfólio de marcas.

No 2T26, a Receita Líquida totalizou R\$ 994,8 milhões, crescimento de 11,2% em relação aos R\$ 894,8 milhões registrados no 2T25. O crescimento da receita em ritmo superior ao avanço do volume evidenciou a capacidade da Companhia de capturar maior valor em suas vendas, reforçando a qualidade do crescimento, a força de suas marcas e a resiliência de seu modelo de negócios.

Desempenho por categorias

A categoria de Calçados Esportivos registrou crescimento de 13,0% em relação ao 2T25. O desempenho foi impulsionado pela evolução das marcas e pelo fortalecimento do mix de produtos. A Olympikus manteve desempenho expressivo, com destaque para a nova coleção de corrida de performance, lançada no início do trimestre, que continuou apresentando elevada demanda ao longo do período. O resultado também foi favorecido pelo desempenho positivo das marcas Under Armour e Mizuno, reforçando a consistência do portfólio da Companhia.

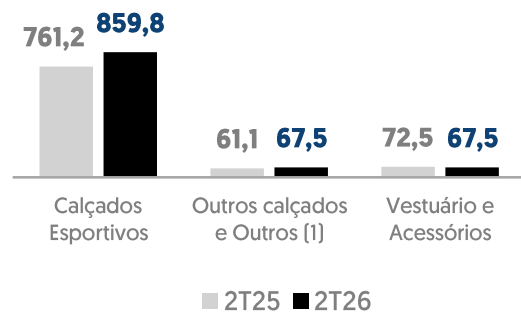
A categoria de Outros Calçados e Outros apresentou crescimento de 10,5% na receita em relação ao 2T25, refletindo o bom desempenho dos chinelos esportivos e reforçada pelo crescimento na receita de botas de uso profissional.

A categoria de Vestuário e Acessórios apresentou queda de 6,9% no 2T26, reflexo do consumo mais fraco e da concorrência mais acirrada observada ao longo de todo esse trimestre.

No 6M26, a receita líquida resultou em R\$ 1.771,2 milhões, 11,0% superior à do 6M25, quando a mesma foi R\$ 1.596,0 milhões.

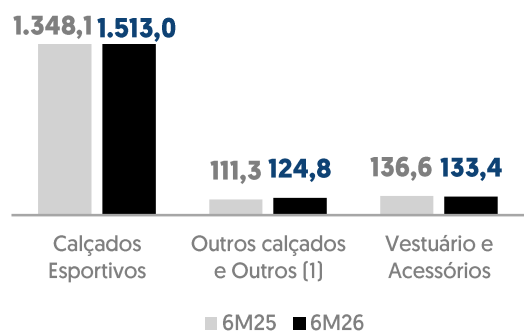
RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 2T26 vs 2T25

R\$ Milhões	2T26	Partic.	2T25	Partic.	Var. % 2T26/ 2T25
Calçados Esportivos	859,8	86,4%	761,2	85,1%	13,0%
Outros Calçados e Outros (1)	67,5	6,8%	61,1	6,8%	10,5%
Vestuário e Acessórios	67,5	6,8%	72,5	8,1%	-6,9%
Receita Líquida Total	994,8	100,0%	894,8	100,0%	11,2%



RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 6M26 vs 6M25

R\$ Milhões	6M26	Partic. %	6M25	Partic. %	Var. % 6M26/ 6M25
Calçados Esportivos	1.513,0	85,4%	1.348,1	84,5%	12,2%
Outros Calçados e Outros (1)	124,8	7,0%	111,3	6,9%	12,1%
Vestuário e Acessórios	133,4	7,6%	136,6	8,6%	-2,3%
Receita Líquida Total	1.771,2	100,0%	1.596,0	100,0%	11,0%



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

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA MERCADOS

MERCADO INTERNO

A Receita Operacional Líquida no mercado interno atingiu R\$ 975,5 milhões no 2T26, crescimento de 13,3% em relação ao 2T25.

Esse desempenho reflete a manutenção do sólido ritmo de crescimento observado nos últimos trimestres, sustentado pela consistente execução da estratégia comercial e pelo contínuo fortalecimento de suas marcas. A expansão da categoria de Calçados Esportivos, que permaneceu como o principal vetor de crescimento das vendas, destacou-se mais uma vez no período, reforçando a capacidade da Companhia de capturar oportunidades mesmo em um ambiente de concorrência acirrada e desafios no consumo.

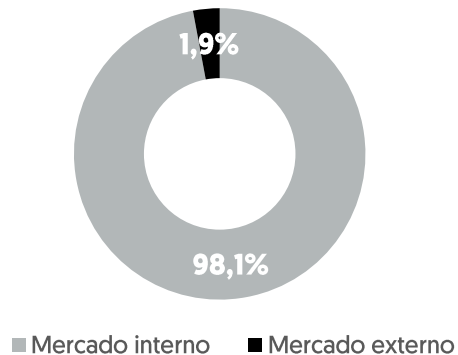
RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 2T26 vs 2T25

R\$ Milhões	2T26	Partic. %	2T25	Partic. %	Var. % 2T26/2T25
Mercado Interno	975,5	98,1%	861,2	96,2%	13,3%
Mercado Externo	19,3	1,9%	33,6	3,8%	-42,6%
Receita Líquida Total	994,8	100,0%	894,8	100,0%	11,2%

MERCADO EXTERNO

No mercado externo, a Receita Líquida totalizou R\$ 19,3 milhões no 2T26, representando uma redução de 42,6% em relação ao 2T25 e passando a corresponder a 1,9% da receita líquida consolidada da Companhia. A retração refletiu, principalmente, a menor demanda do mercado argentino, que permaneceu impactado por um ambiente macroeconômico desafiador e pela desaceleração do consumo, fatores que reduziram o volume de exportações da Companhia no período.

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 2T26



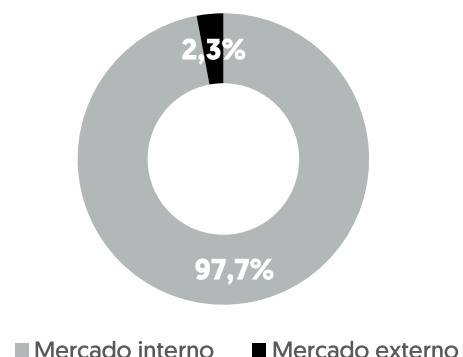
No 6M26, o mercado interno totalizou R\$ 1.731,1 milhões, apresentando aumento de 13,0% em relação ao 6M25, quando a receita líquida foi de R\$ 1.532,5 milhões. Já no mercado externo, a

receita líquida no 6M26 foi de R\$ 40,1 milhões, representando uma redução de 36,9% em comparação aos R\$ 63,5 milhões obtidos no mesmo período do ano anterior.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO – 6M26 vs 6M25

R\$ Milhões	6M26	Partic. %	6M25	Partic. %	Var. % 6M26/6M25
Mercado Interno	1.731,1	97,7%	1.532,5	96,0%	13,0%
Mercado Externo	40,1	2,3%	63,5	4,0%	-36,9%
Receita Líquida Total	1.771,2	100,0%	1.596,0	100,0%	11,0%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 6M26



E-COMMERCE

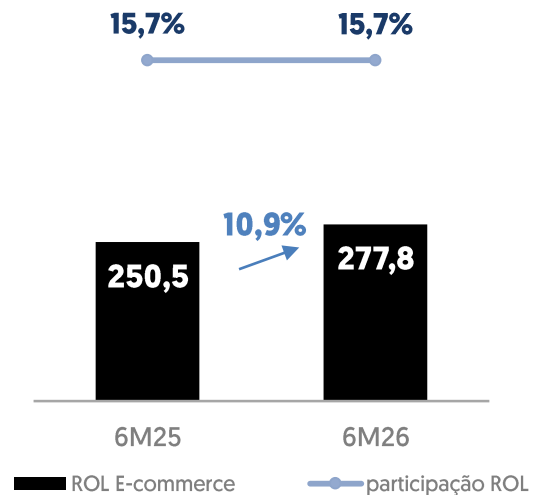
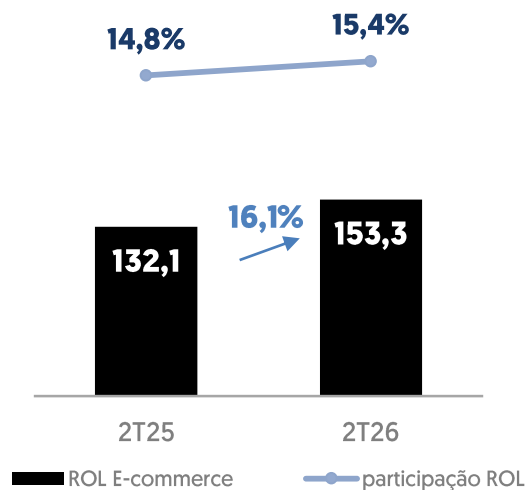
As vendas por meio do canal de e-commerce mantiveram trajetória de crescimento no segundo trimestre de 2026, refletindo a evolução consistente da estratégia digital da Companhia e o fortalecimento da presença de suas marcas nos canais próprios e parceiros.

A Receita Líquida do canal atingiu R\$ 153,3 milhões, crescimento de 16,1% em relação ao 2T25. Com esse desempenho, a participação do e-commerce na Receita Líquida consolidada alcançou 15,4%, avanço de 0,6 p.p. frente ao mesmo período do ano anterior.

No acumulado dos seis primeiros meses de 2026, a Receita Líquida do e-commerce totalizou R\$ 277,8 milhões, representando crescimento de 10,9% em relação ao 6M25. O canal manteve participação de 15,7% na Receita Líquida consolidada, em linha com o observado no mesmo período do ano anterior, evidenciando o fortalecimento da estratégia digital da Companhia e a crescente relevância dos canais de e-commerce para a geração de receita.

RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	2T26	2T25	Var. % 2T26/2T25	6M26	6M25	Var. % 6M26/6M25
Receita Líquida e-commerce	153,3	132,1	16,1%	277,8	250,5	10,9%
Participação ROL %	15,4%	14,8%	0,6 p.p.	15,7%	15,7%	0,0 p.p.



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)

Ao longo do segundo trimestre de 2026, a Companhia enfrentou pressões relevantes sobre sua estrutura de custos. O custo da mão de obra operacional foi impactado pela piora dos índices de absenteísmo, especialmente durante o mês de junho, influenciado pela realização das festas juninas e pelos jogos da Copa do Mundo de Futebol.

No que se refere aos insumos utilizados na produção, a intensificação dos conflitos no Oriente Médio, especialmente entre Irã e Estados Unidos, provocou elevação nos preços dos derivados de petróleo, refletindo-se no aumento dos custos das matérias-primas e dos materiais de embalagem diretamente vinculados a essa cadeia produtiva, com impactos mais relevantes ao longo do mês de junho. Mesmo diante desse cenário desafiador e dos ganhos obtidos com iniciativas de produtividade industrial e da disciplina na gestão

de custos implementadas ao longo do trimestre, o custo dos produtos vendidos apresentou elevação, pressionando a margem bruta do período.

No 2T26, o CPV representou 59,6% da receita líquida de vendas, aumento de 0,4 ponto percentual em relação ao 2T25.

A Companhia permaneceu focada na implementação de iniciativas voltadas à ampliação da eficiência operacional e à captura de ganhos de escala, com o objetivo de mitigar pressões externas e preservar sua rentabilidade, mesmo em um ambiente macroeconômico desafiador.

No acumulado do primeiro semestre de 2026, o custo das vendas representou 59,6% da receita líquida, alta de 0,2 ponto percentual em relação aos 59,4% apurados no mesmo intervalo de 2025.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS [% CPV/ROL]



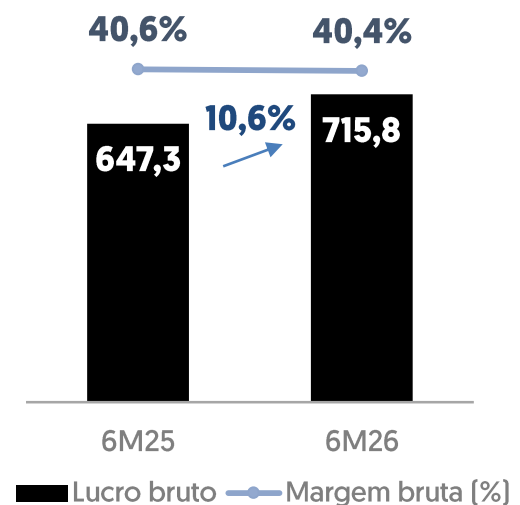
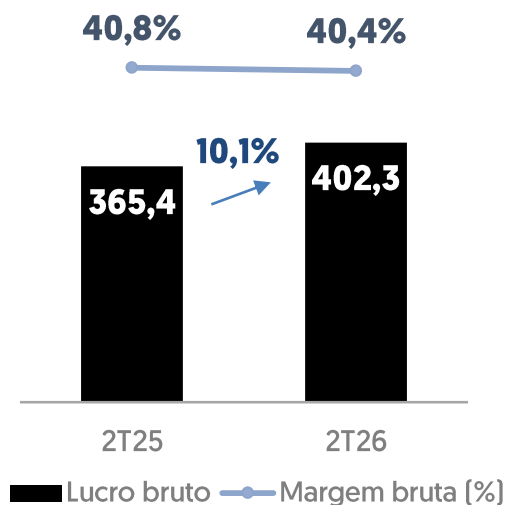
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

No 2T26, a Companhia apurou lucro bruto de R\$ 402,3 milhões, representando um crescimento de 10,1% em relação aos R\$ 365,4 milhões registrados no mesmo período do ano anterior. A margem bruta consolidada atingiu 40,4%, retração de 0,4 ponto percentual na comparação com o 2T25.

Embora a margem bruta tenha apresentado uma leve redução em relação ao 2T25, permaneceu estável quando comparada ao 1T26. Esse desempenho evidenciou a evolução da eficiência operacional da Companhia, cujos ganhos

mitigaram os impactos decorrentes da elevação dos custos das matérias-primas e dos desafios relacionados ao aumento do absenteísmo ao longo do trimestre.

No acumulado do ano (6M26), o lucro bruto foi de R\$ 715,8 milhões, aumento de 10,6% sobre os R\$ 647,3 milhões obtidos no 6M25. A Margem bruta no 6M26 foi de 40,4% sendo 0,2 p.p. inferior à obtida no mesmo período de 2025.



DESPESAS COM VENDAS E PECLD

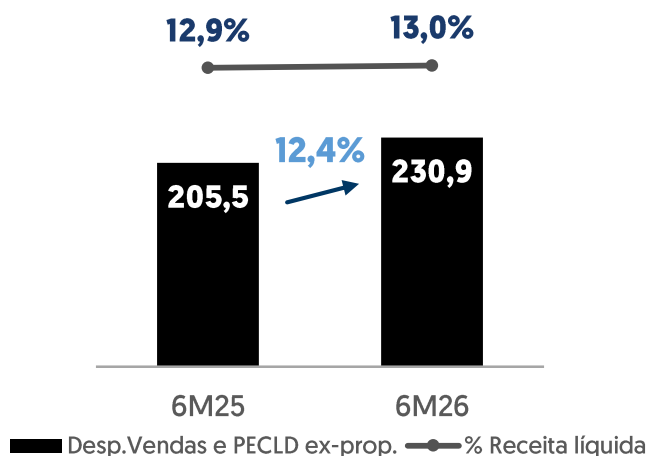
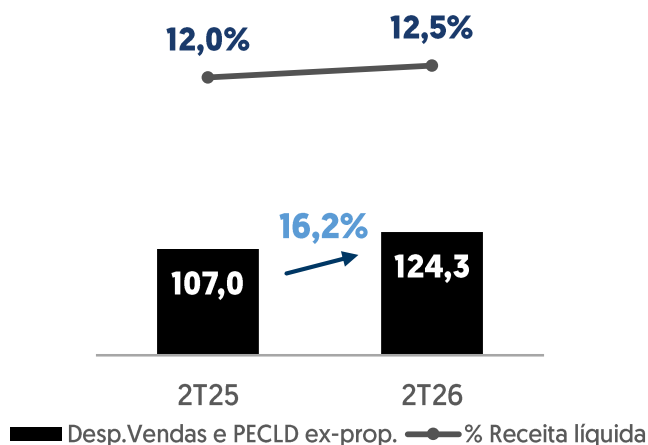


No 2T26, as despesas relacionadas a vendas, propaganda e às Perdas Estimadas em Créditos de Liquidação Duvidosa (PECLD) totalizaram R\$ 176,7 milhões, o que representou um crescimento de 12,8% em relação ao mesmo período de 2025.

As despesas diretas associadas a vendas e PECLD, desconsiderando os investimentos em propaganda, somaram R\$ 124,3 milhões no 2T26, o que correspondeu a um crescimento de 16,2% frente aos R\$ 107,0 milhões registrados no 2T25. Quando comparadas à receita líquida, essas despesas representaram 12,5%, um aumento de 0,5 p.p. em relação aos 12,0% observados no mesmo trimestre do ano anterior.

As despesas que mais pressionaram esse resultado foram os fretes de entrega dos produtos, fortemente impactados pela alta dos preços dos combustíveis, e os gastos adicionais com mão de obra terceirizada, contratada para compensar o aumento do absenteísmo registrado no centro de distribuição da Companhia.

No 6M26, registrou-se uma despesa com vendas (ex-propaganda) de R\$ 230,9 milhões, um acréscimo de 12,4% em comparação aos R\$ 205,5 milhões do 6M25. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida atingiu 13,0%, um incremento de 0,1 p.p. em relação a apresentada no 6M25.



DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING

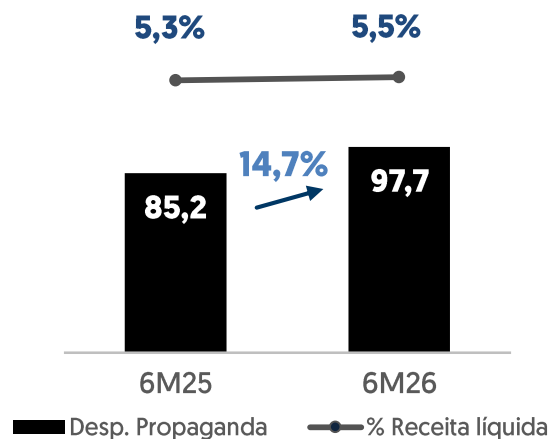
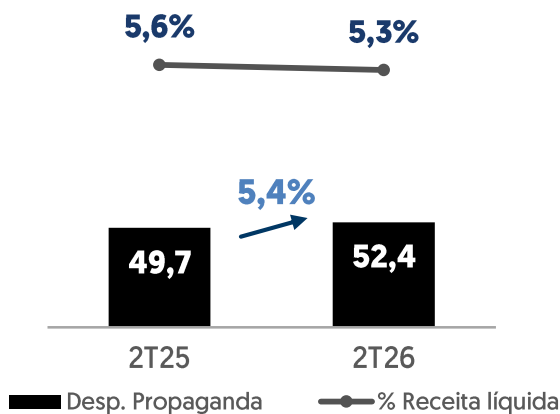
No 2T26, os investimentos em propaganda e marketing somaram R\$ 52,4 milhões, um crescimento de 5,4% em relação aos R\$ 49,7 milhões registrados no mesmo período de 2025. Esse aumento reflete a intensificação das ações de comunicação e posicionamento de marca ao longo do trimestre.

Em relação à receita líquida, as despesas com propaganda e marketing representaram 5,3%, uma retração de 0,3 p.p. frente à participação de 5,6% observada no 2T25.

Os investimentos em marketing realizados no trimestre refletem a estratégia da Companhia de fortalecer suas marcas por meio de inovação, lançamentos de produtos, patrocínios esportivos e iniciativas de aproximação com os consumidores. A Olympikus reforçou sua liderança no universo da corrida com o lançamento do Corre 5, além da presença nas principais maratonas do país, onde registrou recordes, conquistas esportivas e encerrou o projeto "50 Corridas", em celebração

aos 50 anos da marca. A Mizuno ampliou sua atuação como marca multiesportiva com lançamentos na categoria de running, expansão de sua presença no voleibol e ativações nos segmentos de sportstyle e futebol, enquanto a Under Armour fortaleceu seu posicionamento no running com o lançamento de novos modelos, experiências proprietárias e ações voltadas ao engajamento da comunidade corredora e ao fortalecimento de sua presença digital. Em conjunto, essas iniciativas contribuíram para ampliar a relevância, a visibilidade e a conexão das marcas da Companhia com seus consumidores, sustentando sua estratégia de construção de valor de longo prazo.

No 6M26, registrou-se despesa com propaganda de R\$ 97,7 milhões, um acréscimo de 14,7% em comparação aos R\$ 85,2 milhões do 6M25. A participação das despesas com propaganda e marketing sobre a receita líquida atingiu 5,5%, um aumento 0,2 p.p em relação a apresentada no 6M25.



DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

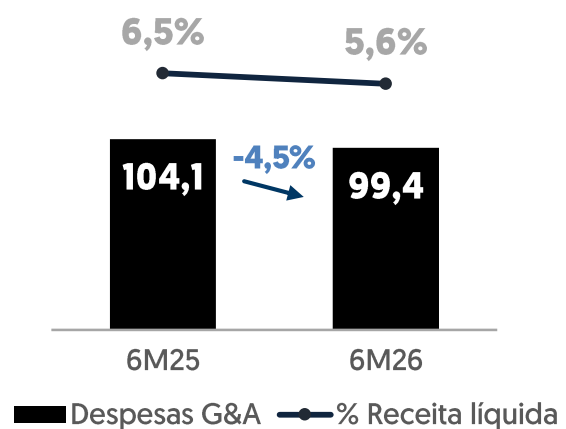
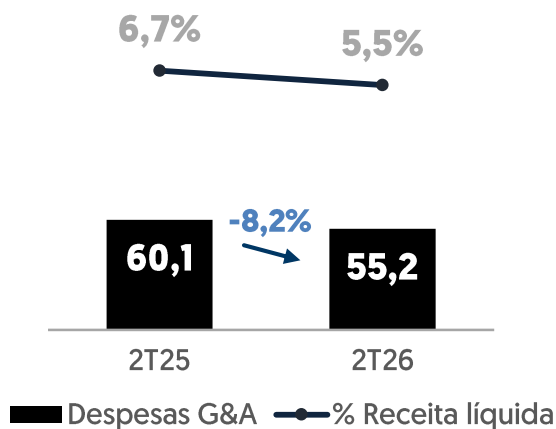
No 2T26, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$55,2 milhões, representando uma redução de 8,2% em relação ao mesmo período do ano anterior.

A fim de tornar a comparação mais adequada, convém destacar que, no 2T25, foram reconhecidos eventos não recorrentes relacionados ao êxito em ações judiciais referentes a créditos de PIS/COFINS apurados em controladas. Esses eventos impactaram negativamente as despesas gerais e

administrativas, elevando o montante contabilizado no período.

Por se tratar de um efeito extraordinário e não recorrente, esse aumento não reflete a tendência operacional da Companhia. Dessa forma, é importante considerar esse fator para uma análise mais apropriada da evolução das despesas.

Para melhor interpretação apresentamos a demonstração do impacto do evento não recorrente nas Despesas Gerais e Administrativas.



EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	2T26	2T25	Var. % 2T26/2T25	6M26	6M25	Var. % 6M26/6M25
Despesas Gerais e Administrativas	55,2	60,1	-8,2%	99,4	104,1	-4,5%
(-) Honorários sobre ações de PIS/COFINS aferidos em Controladas	0,0	9,3	N/A	0,0	9,3	N/A
Despesas Gerais e Administrativas Recorrente	55,2	50,8	8,7%	99,4	94,8	4,9%
% Receita líquida	5,5%	5,7%	-0,2 p.p.	5,6%	5,9%	-0,3 p.p.

Desconsiderado o evento não recorrente reconhecido no 2T25, as despesas gerais e administrativas registraram o valor de R\$ 55,2 milhões no 2T26, apresentando crescimento de 8,7% frente aos R\$ 50,8 milhões registrados no 2T25.

Quando analisadas em proporção à receita líquida, as despesas gerais e administrativas recorrentes alcançaram 5,5% no trimestre, redução de 0,2 p.p. em relação a participação reportada no 2T25.

Além do evento não recorrente mencionado anteriormente, as principais variações observadas

no período concentraram-se nas despesas com aluguéis, energia elétrica e serviços de limpeza, impulsionadas pela expansão da rede de lojas, em decorrência dos novos pontos de venda inaugurados entre os períodos comparados.

No 6M26, as despesas gerais e administrativas recorrentes totalizaram R\$ 99,4 milhões, representando um acréscimo de 4,9% em relação aos R\$ 94,8 milhões registrados no mesmo período de 2025. Em proporção à receita líquida, representaram uma redução de 0,3 ponto percentual frente ao 6M25.

OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

Outras receitas (despesas) operacionais líquidas totalizaram R\$ 3,3 milhões no 2T26, em comparação a R\$ 115,8 milhões registrados no 2T25, representando uma redução de 97,2%. A variação é explicada, principalmente, pelo reconhecimento de eventos não recorrentes que impactaram os resultados do 2º trimestre de 2025.

No 2T25, foi reconhecido um efeito não recorrente de R\$ 114,9 milhões, referente ao valor principal de ações judiciais de PIS/COFINS em controladas.

EVENTOS NÃO RECORRENTE

Desconsiderando esse evento não recorrente, as outras receitas (despesas) operacionais líquidas recorrentes somaram R\$ 3,3 milhões no 2T26, frente a R\$ 0,9 milhão no 2T25, representando um crescimento de 266,7%.

No 6M26, as outras receitas (despesas) operacionais recorrentes totalizaram uma receita de R\$ 7,7 milhões, apresentando um aumento de 32,8% em relação ao valor recorrente de R\$ 5,8 milhões registrado nos 6M25.

R\$ Milhões	2T26	2T25	Var. % 2T26/ 2T25	6M26	6M25	Var. % 6M26/ 6M25
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	3,3	115,8	-97,2%	1,7	120,7	-98,6%
(+) Baixa de ativo intangível relativo a softwares das plataformas do e-commerce	0,0	0,0	N/A	6,0	0,0	N/A
(+) Valor principal em ações de PIS/COFINS aferidos em Controladas PIS/COFINS sobre outras receitas	0,0	-114,9	N/A	0,0	-114,9	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes em Outras Receitas	0,0	-114,9	N/A	6,0	-114,9	-105,2%
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas Recorrente	3,3	0,9	266,7%	7,7	5,8	32,8%



RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

O resultado financeiro líquido no 2T26 resultou em uma despesa de R\$ 22,8 milhões, em comparação a uma receita financeira de R\$ 119,3 milhões registrada no 2T25. Essa variação decorre, principalmente, da elevada base de comparação do período anterior, impactada pelo reconhecimento de uma receita não recorrente de R\$ 122,9 milhões, referente à atualização monetária de créditos de PIS/COFINS decorrentes do êxito em ações judiciais movidas por controladas.

Desconsiderando esse efeito extraordinário, o resultado financeiro líquido recorrente foi uma despesa de R\$ 22,8 milhões no 2T26, frente a uma despesa de R\$ 3,6 milhões no 2T25. O aumento das despesas financeiras está relacionado,

principalmente, à elevação do passivo financeiro em decorrência do novo perfil de endividamento adotado ao final de 2025.

A Companhia iniciou o exercício de 2026 com uma dívida líquida de R\$ 769,4 milhões. Entretanto, ao final do 2T26, esse endividamento já havia sido reduzido em R\$ 192,0 milhões, refletindo a forte geração de caixa operacional no período.

No acumulado dos seis primeiros meses de 2026 o resultado financeiro líquido recorrente totalizou uma despesa de R\$ 50,6 milhões, frente a uma despesa de R\$ 1,2 milhão registrada no mesmo período de 2025.

R\$ Milhões	2T26	2T25	Var. % 2T26/2T25	6M26	6M25	Var. % 6M26/6M25
Estrutura de capital	-33,5	-16,6	101,8%	-69,8	-28,4	145,8%
Operacionais	-3,4	-3,2	6,3%	-6,1	-5,8	5,2%
Cambiais	-4,8	-6,9	-30,4%	-16,0	-19,4	-17,5%
Despesas Financeiras	-41,7	-26,7	56,2%	-91,9	-53,6	71,5%
Estrutura de capital	10,0	7,7	29,9%	19,0	16,4	15,9%
Operacionais	4,6	133,6	-96,6%	8,4	138,4	-93,9%
Cambiais	4,3	4,7	-8,5%	13,9	20,5	-32,2%
Receitas Financeiras	18,9	146,0	-87,1%	41,3	175,3	-76,4%
Resultado Financeiro Líquido	-22,8	119,3	-119,1%	-50,6	121,7	-141,6%

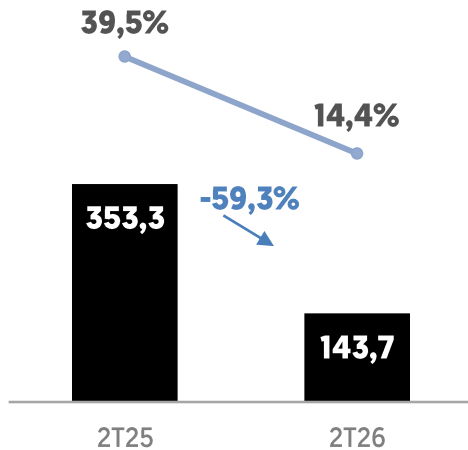
EVENTO NÃO RECORRENTE

R\$ Milhões	2T26	2T25	Var. % 2T26/2T25	6M26	6M25	Var. % 6M26/6M25
Resultado Financeiro Líquido	-22,8	119,3	-119,1%	-50,6	121,7	-141,6%
[+] Valor da Correção em Ações de PIS/COFINS aferidos em Controladas	0,0	-122,9	N/A	0,0	-122,9	N/A
Resultado financeiro Líquido Recorrente	-22,8	-3,6	536,1%	-50,6	-1,2	4.116,7%

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

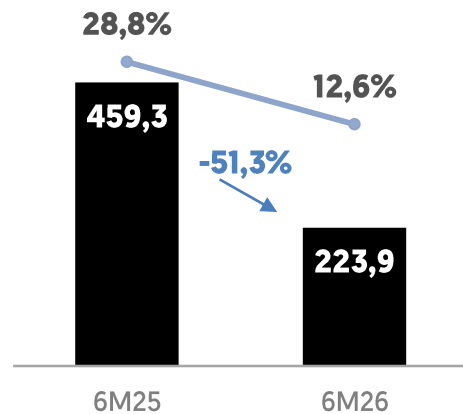
No 2T26, a Companhia registrou lucro líquido de R\$ 143,7 milhões, o que representou uma redução de 59,3% em relação ao mesmo período do ano anterior, quando o lucro líquido totalizou R\$ 353,3 milhões.

A margem líquida do trimestre alcançou 14,4%, refletindo uma redução de 25,1 p.p em comparação aos 39,5% observados no 2T25.



■ Lucro Líquido ● Margem Líquida [%]

A variação é explicada, principalmente, pela elevada base de comparação do segundo trimestre de 2025, beneficiada pelo reconhecimento de efeitos não recorrentes positivos líquidos de R\$ 208,4 milhões, relacionados ao êxito em ações judiciais referentes



■ Lucro Líquido ● Margem Líquida [%]

a créditos de PIS/COFINS apurados em controladas.

Para melhor interpretação apresentamos a demonstração do impacto dos eventos não recorrentes sobre o lucro líquido.

EVENTOS NÃO RECORRENTES

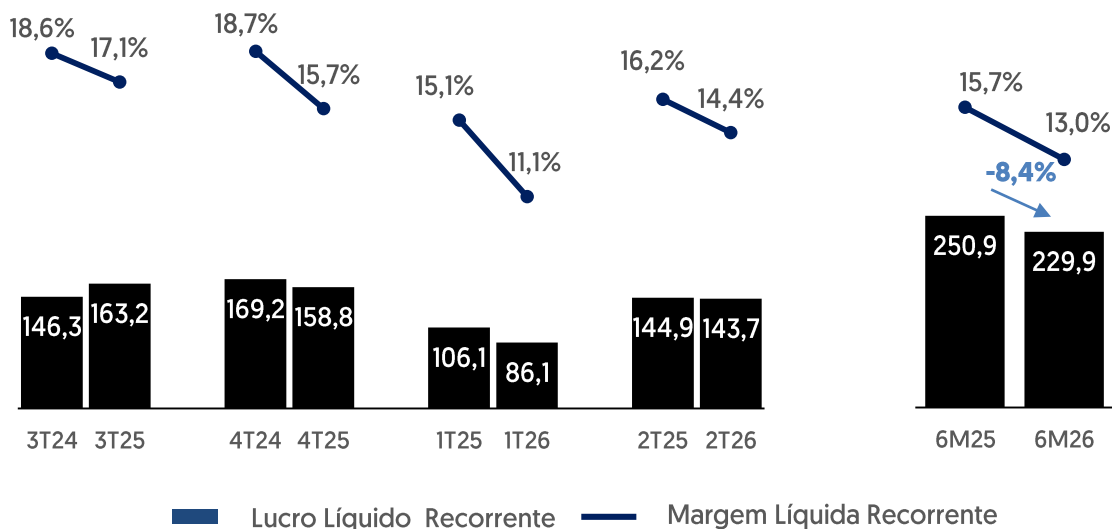
R\$ Milhões	2T26	2T25	Var. % 2T26 / 2T25	6M26	6M25	Var. % 6M26 / 6M25
Lucro Líquido	143,7	353,3	-59,3%	223,9	459,3	-51,3%
(+) Valor Principal em Ações de PIS/COFINS aferido em Controladas PIS/COFINS sobre outras receitas	0,0	-114,9	N/A	0,0	-114,9	N/A
(+) Baixa de ativo intangível relativo a softwares das plataformas do e-commerce	0,0	0,0	N/A	6,0	0,0	N/A
(+) Juros sobre a Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	0,0	-122,9	N/A	0,0	-122,9	N/A
(+) Honorários sobre Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	0,0	9,3	N/A	0,0	9,3	N/A
(-) IRPJ/CSLL sobre a Ação de PIS/COFINS aferido em Controladas	0,0	20,1	N/A	0,0	20,1	N/A
Total do Impacto dos efeitos não recorrentes no Lucro Líquido	0,0	-208,4	N/A	6,0	-208,4	-102,9%
Lucro Líquido Recorrente	143,7	144,9	-0,8%	229,9	250,9	-8,4%
Margem Líquida Recorrente	14,4%	16,2%	-1,8 p.p.	13,0%	15,7%	-2,7 p.p.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

Excluindo os efeitos extraordinários, o lucro líquido recorrente totalizou R\$ 143,7 milhões no 2T26, permanecendo praticamente estável em relação aos R\$ 144,9 milhões registrados no 2T25. Esse desempenho evidencia a resiliência operacional da Companhia e sua capacidade de preservar a rentabilidade, mesmo diante da pressão sobre as margens operacionais e do aumento das despesas financeiras decorrente do novo perfil de endividamento.

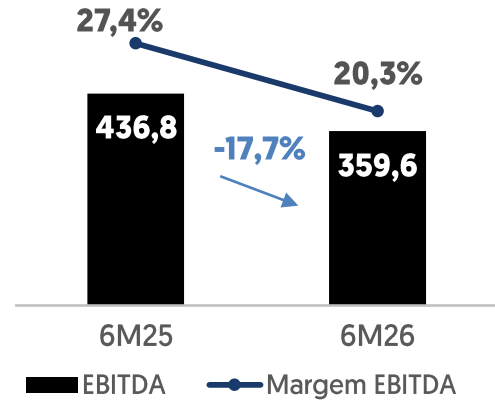
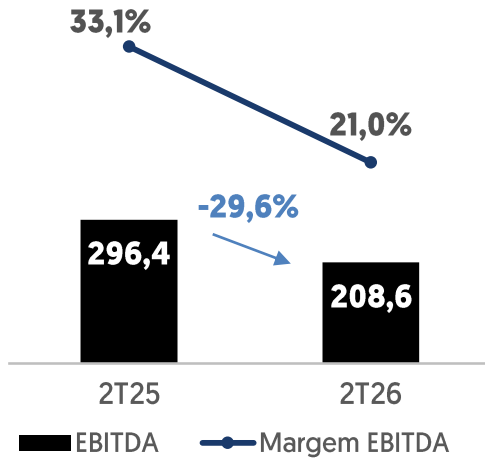
No acumulado do semestre, o lucro líquido recorrente atingiu R\$ 229,9 milhões no 6M26, representando uma redução de 8,4% em relação ao resultado apurado no mesmo período de 2025. A margem líquida recorrente foi reduzida em 2,7 pontos percentuais na comparação entre os semestres, passando de 15,7% no 6M25 para 13,0% no 6M26.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE



EBITDA E MARGEM EBITDA

No 2T26, o EBITDA da Companhia totalizou R\$ 208,6 milhões, representando uma redução de 29,6% em relação aos R\$ 296,4 milhões registrados no mesmo período de 2025. A margem Ebitda reduziu 12,1 pontos percentuais na comparação entre os trimestres, passando de 33,1% no 2T25 para 21,0% no 2T26.



A variação do EBITDA é explicada, principalmente, pela elevada base de comparação do segundo trimestre de 2025, beneficiada pelo reconhecimento de efeitos não recorrentes positivos líquidos de R\$ 105,6 milhões, decorrentes do êxito em ações judiciais referentes a créditos de PIS/COFINS apurados em controladas.

Desconsiderando esses efeitos extraordinários, o EBITDA recorrente alcançou R\$ 208,6 milhões no 2º trimestre de 2026, crescimento de 9,3% em relação aos R\$ 190,8 milhões registrados no 2T25, refletindo a evolução do desempenho operacional da Companhia. A margem EBITDA recorrente

atingiu 21,0% no 2T26, redução de 0,3 p.p. em relação aos 21,3% registrados no mesmo período do ano anterior.

A manutenção da margem EBITDA em patamar elevado, evidencia a resiliência operacional da Companhia e sua capacidade de sustentar a expansão dos resultados, mesmo em um cenário de pressão sobre as margens decorrente do aumento dos custos.

Para melhor interpretação apresentamos a demonstração do impacto dos eventos não recorrentes sobre o EBITDA.

EVENTOS NÃO RECORRENTES

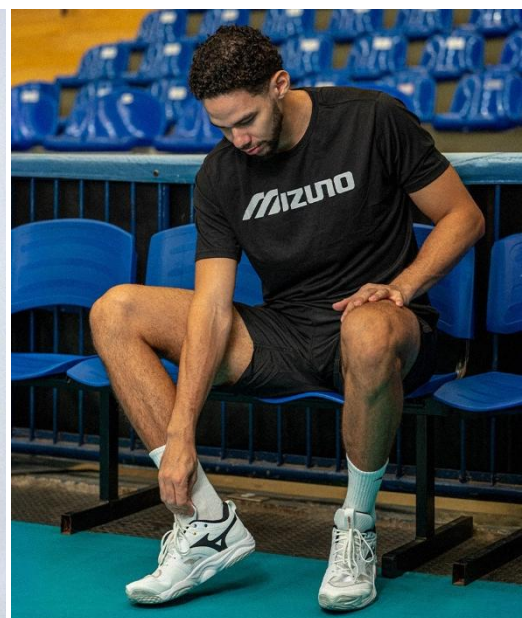
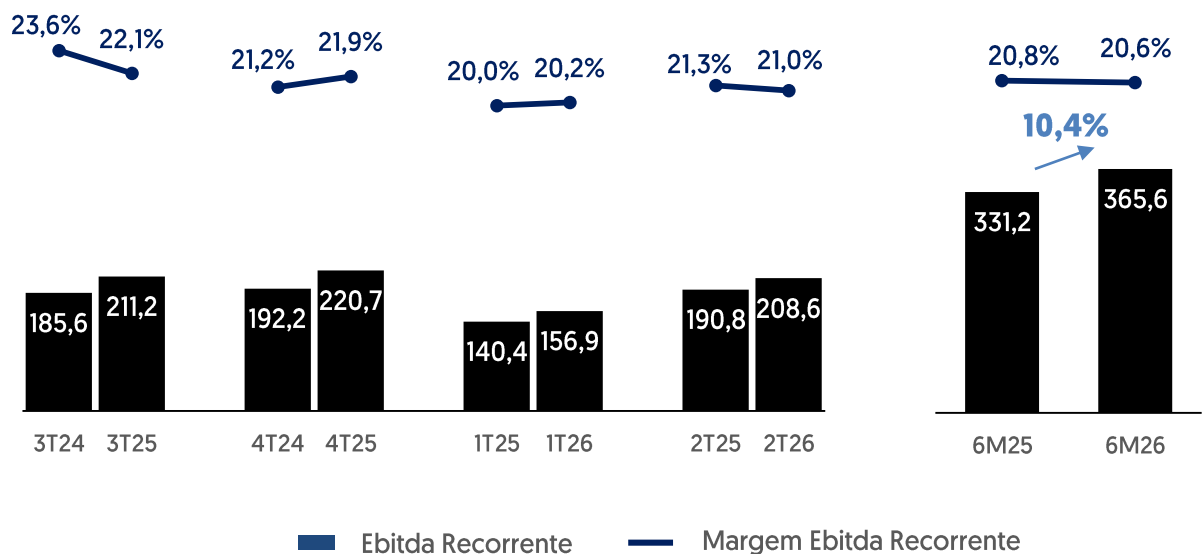
R\$ Milhões	2T26	2T25	Var.% 2T26/2T25	6M26	6M25	Var.% 6M26/6M25
EBITDA Contábil	208,6	296,4	-29,6%	359,6	436,8	-17,7%
(+) Valor Principal em ações de PIS/COFINS aferido em Controladas PIS/COFINS sobre outras receitas	0,0	-114,9	N/A	0,0	-114,9	N/A
(+) Baixa de ativo intangível relativo a softwares das plataformas do e-commerce	0,0	0,0	N/A	6,0	0,0	N/A
(-) Honorários sobre ações de PIS/COFINS aferido em controladas	0,0	9,3	N/A	0,0	9,3	N/A
Total do impacto dos efeitos não recorrentes no EBITDA	0,0	-105,6	N/A	6,0	-105,6	-105,8%
Ebitda Recorrente	208,6	190,8	9,3%	365,6	331,2	10,4%
Margem Ebitda Recorrente	21,0%	21,3%	-0,3 p.p.	20,6%	20,8%	-0,2 p.p.

EBITDA E MARGEM EBITDA

No acumulado do ano, o EBITDA totalizou R\$ 359,6 milhões no 6M26, representando uma redução de 17,7% em relação ao mesmo período de 2025.

Na comparação do EBITDA recorrente, desconsiderando os efeitos extraordinários acima descritos, o resultado alcançou R\$ 365,6 milhões no 6M26, crescimento de 10,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, evidenciando a evolução operacional da Companhia. A margem EBITDA recorrente atingiu 20,6%, redução de 0,2 p.p. frente ao 6M25.

EBITDA RECORRENTE E MARGEM EBITDA RECORRENTE



ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)

O retorno sobre capital investido – ROIC² – anualizado atingiu 31,2 % no 2T26-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/06/2026).

ROIC	2023	2024	2025	2T26 LTM
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	494,9	569,9	1.165,3	929,8
(+) Resultado Financeiro (LTM)	4,8	(22,6)	(101,1)	71,2
NOPAT	499,7	547,3	1.064,2	1.001,0
Capital Investido				
Financiamentos, Empréstimos e Debêntures	437,8	336,9	976,3	935,3
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(361,0)	(307,7)	(204,0)	(355,6)
(-) Aplicações Financeiras	(13,4)	(6,6)	(2,9)	(3,1)
(+) Patrimônio Líquido	1.995,3	2.110,3	2.427,3	2.652,4
Total Capital Investido	2.058,7	2.132,9	3.196,7	3.229,0
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.999,9	2.095,8	2.664,9	3.212,9
ROIC anualizado ⁽²⁾	25,0%	26,1%	39,9%	31,2%

O retorno sobre capital investido ajustado [ROIC-ajustado³] anualizado atingiu 33,8% no 2T26-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/06/2026).

ROIC AJUSTADO	2023	2024	2025	2T26 LTM
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	494,9	569,9	1.165,3	929,8
(+) Resultado Financeiro (LTM)	4,8	(22,6)	(101,1)	71,2
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	(7,9)	(6,1)	(3,8)	(5,5)
NOPAT (Ajustado)	491,8	541,2	1.060,4	995,5
Capital Investido				
Financiamentos, Empréstimos e Debêntures	437,8	336,9	976,3	935,3
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(361,0)	(307,7)	(204,0)	(355,6)
(-) Aplicações Financeiras	(13,4)	(6,6)	(2,9)	(3,1)
(-) Ágio da Compra	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(62,9)	(64,3)	(72,1)	(70,0)
(+) Patrimônio Líquido	1.995,3	2.110,3	2.427,3	2.652,4
Total Capital Investido Ajustado	1.797,6	1.870,4	2.926,4	2.960,9
Média de Capital Investido no período ⁽¹⁾	1.732,4	1.834,0	2.398,4	2.943,7
ROIC ajustado anualizado ⁽³⁾	28,4%	29,5%	44,2%	33,8%

ROIC: Return on invested capital. Em Português, Retorno sobre o capital investido.

(1) Média do capital investido do final deste período e do final do ano anterior.

(2) Cálculo ROIC: NOPAT dos últimos 12 meses dividido pelo capital investido médio.

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

CAPEX

No 2T26, a Companhia realizou investimentos totalizando R\$ 33,7 milhões em ativos imobilizados e intangíveis, registrando uma redução de 49,3% em comparação ao montante investido no mesmo período de 2025.

Em linha com a estratégia operacional estabelecida para 2026, após um exercício de 2025 marcado pela forte expansão da capacidade produtiva e pelo elevado volume de investimentos em CAPEX, a Companhia passou a priorizar, em 2026, a estabilização das operações e a redução do ritmo de investimentos.

Nesse contexto, os investimentos realizados no 2T26 concentraram-se em iniciativas pontuais, voltadas principalmente à conclusão e complementação de projetos já em andamento.

Essa estratégia reforça o compromisso da Companhia com a alocação eficiente de capital, a disciplina nos investimentos e a captura de ganhos de produtividade por meio da consolidação e estabilização de suas operações.

ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

R\$ Milhões	2T26	2T25	Var. % 2T26/2T25	6M26	6M25	Var. % 6M26/6M25
Moldes	12,7	10,9	16,5%	24,6	22,2	10,8%
Máquinas e Equipamentos	7,8	42,5	-81,6%	21,6	69,5	-68,9%
Instalações	3,9	5,7	-31,6%	10,0	8,6	16,3%
Outros	9,0	5,0	79,8%	23,4	9,5	146,3%
Imobilizado	33,4	64,1	-47,9%	79,6	109,8	-27,5%
Software	0,3	2,4	-87,5%	1,7	5,1	-66,7%
Intangível	0,3	2,4	-87,5%	1,7	5,1	-66,7%
Total Geral	33,7	66,5	-49,3%	81,3	114,9	-29,2%

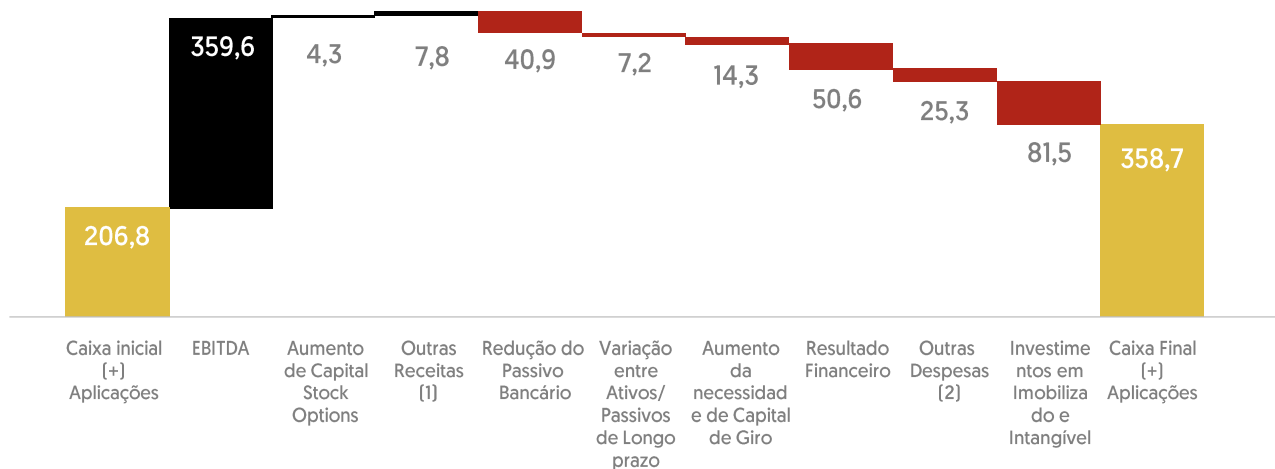


GERAÇÃO DE CAIXA

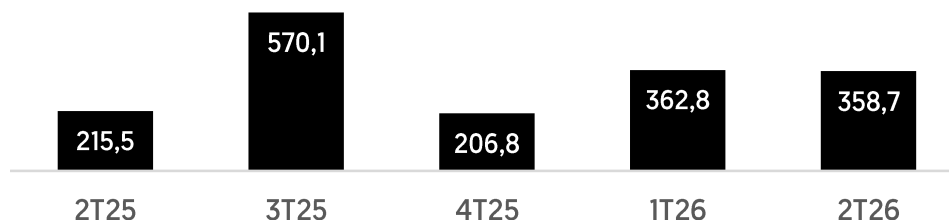
A variação de caixa no 2T26 totalizou R\$ 151,9 milhões e foi composta principalmente pelos seguintes eventos:

- EBITDA de R\$ 359,6 milhões;
- Aumento de capital pelo exercício do plano de Stock Option de R\$ 4,3 milhões;
- Redução do passivo bancário em R\$ 40,9 milhões;
- Variação entre Ativos/Passivos de Longo Prazo de R\$ 7,2 milhões;
- Aumento da necessidade de capital de giro de R\$ 14,3 milhões;
- Resultado financeiro de R\$ 50,6 milhões;
- Investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 81,5 milhões.

FLUXO DE CAIXA 6M26



FLUXO DE CAIXA - DISPONIBILIDADES



(1) Outras Receitas: Alienação/Baixa do Imobilizado e Intangível + Recursos provenientes de alienação de investimentos + Efeito da conversão das investidas no exterior

(2) Outras Despesas: IR e CSLL + Stock Option + Pagamento de passivos de arrendamentos financeiros.

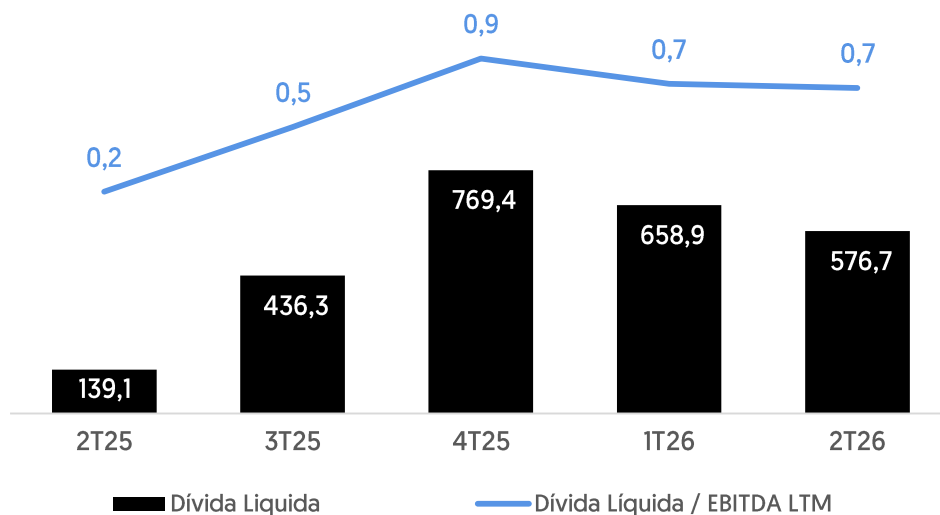
ENDIVIDAMENTO

A Companhia encerrou o primeiro semestre de 2026 com dívida líquida de R\$ 576,7 milhões, redução de 25,0% em relação aos R\$ 769,4 milhões registrados em 31 de dezembro de 2025. O resultado evidencia a consistente geração operacional de caixa ao longo do período e o

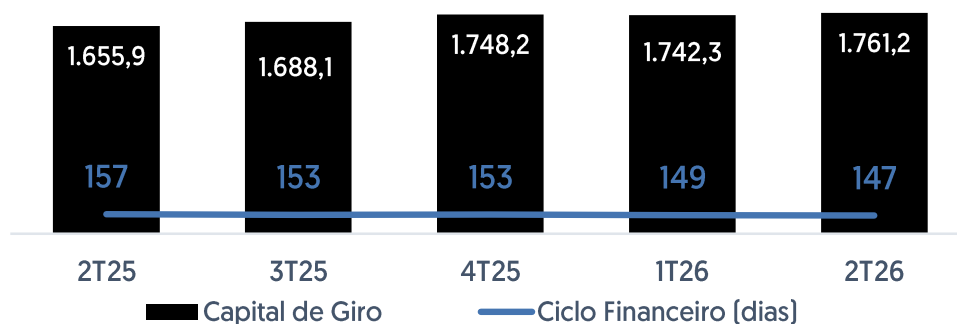
contínuo processo de desalavancagem, preservando uma estrutura de capital sólida e proporcionando maior flexibilidade financeira para apoiar a execução da estratégia de crescimento.

DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ Milhões	31/12/2024	31/12/2025	30/06/2026	Var. % 30/06/2026 / 31/12/2025
Financiamentos, empréstimos e debêntures	336,9	976,3	935,3	-4,2%
Caixa e equivalentes de Caixa	-307,7	-204,0	-355,6	74,3%
Aplicações financeiras	-6,6	-2,9	-3,0	3,4%
Dívida Líquida	22,6	769,4	576,7	-25,0%



CAPITAL DE GIRO E CICLO FINANCEIRO (EX-DIVIDENDOS)



MERCADO DE CAPITAIS

DIVIDENDOS

Nos primeiros seis meses de 2026, a Companhia, manteve uma rigorosa disciplina financeira e concentrou os seus esforços na redução da alavancagem, razão pela qual não realizou novos anúncios de distribuição de dividendos no período.

Cabe destacar, contudo, que, em 2025, a Companhia efetuou a distribuição de R\$ 1.542,1

milhões em dividendos, evidenciando seu compromisso com a geração de valor e o retorno aos acionistas.

A Companhia permanece comprometida em, sempre que viável, buscar o melhor retorno aos seus acionistas, preservando, ao mesmo tempo, uma estrutura de capital equilibrada e sem exposição a riscos excessivos.

RETORNO AOS ACIONISTAS

Tipo	Competência	Valor Total	Valor pago por Ação	Data base para distribuição	Data de Pagamento
Dividendos Intermediários	2024	245,1	1,000	25/01/2024	08/02/2024
Dividendos Intercalares	2023	204,2	0,750	13/03/2024	25/03/2024
Dividendos Intermediários	2024	122,6	0,500	25/01/2024	17/04/2024
Dividendos Intermediários	2024	41,1	0,150	15/05/2024	29/05/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	12/08/2024	23/08/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	19/08/2024	02/09/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	19/09/2024	01/10/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	17/10/2024	01/11/2024
Dividendos Intermediários	2024	34,0	0,125	18/11/2024	02/12/2024
Total Dividendos pagos em 2024		783,0			
Dividendos Intercalares	2024	34,0	0,125	16/12/2024	02/01/2025
Dividendos Intercalares	2024	33,8	0,125	21/01/2025	03/02/2025
Dividendos Intercalares	2024	33,8	0,125	17/02/2025	06/03/2025
Dividendos Intercalares	2024	33,8	0,125	18/03/2025	01/04/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	17/04/2025	02/05/2025
Dividendos Intercalares	2025	33,8	0,125	20/05/2025	02/06/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	18/06/2025	01/07/2025
Dividendos intermediários	2025	34,0	0,125	17/07/2025	01/08/2025
Dividendos intermediários	2025	34,0	0,125	18/08/2025	01/09/2025
Dividendos intermediários	2025	300,0	1,104	08/09/2025	22/09/2025
Dividendos intermediários	2025	34,0	0,125	17/09/2025	01/10/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	20/10/2025	03/11/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	17/11/2025	01/12/2025
Dividendos Intercalares	2025	578,4	2,130	04/11/2025	15/12/2025
Dividendos intermediários	2025	19,3	0,070	04/11/2025	15/12/2025
Dividendos Intercalares	2025	34,0	0,125	15/12/2025	29/12/2025
Dividendos Intercalares	2025	203,2	0,650	22/12/2025	30/12/2025
Total Dividendos pagos em 2025		1.542,1			

MERCADO DE CAPITAIS

PROGRAMA DE RECOMPRA DE AÇÕES

Desde maio de 2022, a Companhia mantém um Programa de Recompra de Ações, com o objetivo de otimizar a alocação de capital e gerar valor aos acionistas. Em 4 de agosto de 2026, o Conselho de Administração aprovou um novo Programa de Recompra de Ações, com vigência de 18 meses. O programa autoriza a aquisição de até 15 milhões de ações de emissão da Companhia e permanecerá vigente até 04 de fevereiro de 2028.

Esse programa de recompra de ações é uma estratégia que visa a otimização do capital e o aumento do valor para os acionistas, além de demonstrar a confiança da Companhia em seu desempenho futuro.

Ao encerramento do 2º trimestre de 2026, a Companhia apresentava a seguinte posição em relação ao programa de recompra de ações:

Tipo	Saldo 31/12/2024	Saldo 31/12/2025	Saldo 30/06/2026
QTD Ações em Tesouraria	3.107,0	3869,2	3.869,2
R\$ Ações em Tesouraria	45,4	56,9	56,9



SUSTENTABILIDADE E IMPACTO SOCIAL

No segundo trimestre de 2026, a Vulcabras ampliou sua atuação em iniciativas de impacto social, reforçando seu compromisso com a democratização do esporte, a promoção da qualidade de vida e o desenvolvimento das comunidades onde está presente.

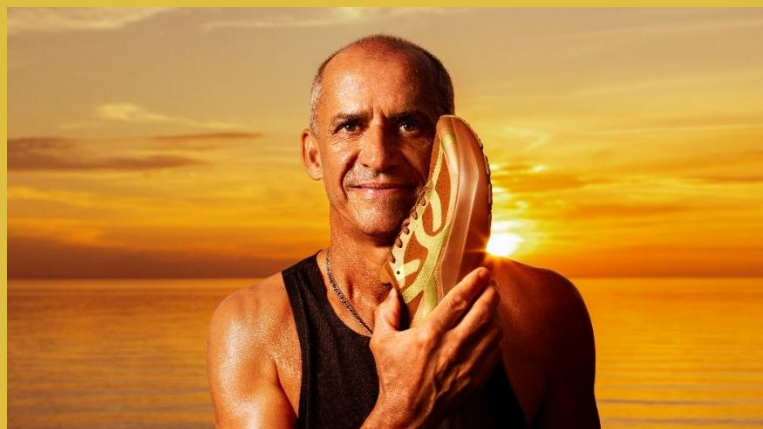
Entre os principais destaques do período está o início do **EnvelheSer Ativo**, novo projeto apoiado pela Companhia em Horizonte, Ceará. A iniciativa promove um envelhecimento mais ativo e saudável por meio de atividades esportivas de baixa intensidade, como ginástica, alongamento, funcional e jogos em equipe, complementadas por rodas de conversa, palestras e ações voltadas ao fortalecimento dos vínculos familiares e comunitários. O projeto beneficiará **120 pessoas com mais de 60 anos**, contribuindo para a autonomia, o bem-estar e a inclusão social da população idosa.

A Companhia também fortaleceu seu apoio ao esporte de base por meio da doação de pares de tênis para crianças atendidas pelos projetos **WimBelemDon**, no Rio Grande do Sul, e **Escolinha de Triathlon Formando Campeões**, em Horizonte (CE). A iniciativa amplia o acesso à prática esportiva com equipamentos adequados, incentivando o desenvolvimento físico, a disciplina e a inclusão social de crianças e adolescentes.

Por meio da Olympikus, a Vulcabras lançou o **Corre do Amanhã**, projeto realizado em parceria com o **Instituto Vanderlei Cordeiro de Lima (IVCL)** para apoiar a formação de jovens talentos da corrida de rua. Voltado a atletas de 14 a 25 anos, o programa oferece suporte esportivo e multidisciplinar, criando oportunidades para o desenvolvimento de uma nova geração de corredores brasileiros. Como parte da iniciativa, foi lançada uma edição especial do **Corre Vanderlei Cordeiro**, com parte do lucro obtido com as vendas do modelo revertida ao IVCL para apoiar suas atividades de formação esportiva.

A Mizuno também ampliou sua atuação em iniciativas de impacto social com o lançamento de uma edição especial do **Neo Aura**, desenvolvida em parceria com a **MPR**, uma das mais tradicionais assessorias esportivas do Brasil, em celebração aos seus 35 anos. A colaboração incorpora um propósito social, com **parte do lucro obtido com as vendas do modelo revertida ao Projeto Arrastão**, organização localizada no Campo Limpo (SP) que utiliza o esporte como ferramenta de desenvolvimento humano, promovendo oportunidades de educação, cidadania e inclusão para crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

Com essas iniciativas, a Vulcabras reafirma sua estratégia de gerar impacto positivo por meio do esporte, fortalecendo projetos que promovem inclusão, qualidade de vida e transformação social, ao mesmo tempo em que amplia o alcance das suas marcas como agentes de desenvolvimento das comunidades onde atua.



DESTAQUES

ENVELHESER ATIVO (CE)

120 pessoas idosas beneficiadas pelo início do projeto EnvelheSer Ativo (CE).

PROJETO CORRE DO AMANHÃ

Edição especial do Corre Vanderlei Cordeiro, com parte do lucro das vendas revertida ao projeto Corre do Amanhã, iniciativa da Olympikus em parceria com o Instituto Vanderlei Cordeiro de Lima (IVCL).

WIMBELEMDON (RS) e ESCOLINHA DE TRIATHLON FORMANDO CAMPEÕES (CE)

Doação de pares de tênis para crianças dos projetos WimBelemDon (RS) e Escolinha de Triathlon Formando Campeões (CE).

PROJETO ARRASTÃO

Lançamento do Mizuno Neo Aura MPR, com parte do lucro das vendas destinada ao Projeto Arrastão, fortalecendo o esporte como ferramenta de transformação social.





GESTÃO DE MARCAS



No segundo trimestre de 2026, a Vulcabras deu continuidade à sua estratégia de fortalecimento de marcas, impulsionando inovação, expansão de portfólio e conexão com diferentes comunidades esportivas. Ao longo do período, Olympikus, Mizuno e Under Armour ampliaram sua relevância em seus territórios de atuação por meio de lançamentos estratégicos, presença em grandes eventos esportivos e iniciativas que fortaleceram o relacionamento com consumidores e atletas.

A Olympikus consolidou sua liderança no universo da corrida com a evolução da Família Corre, presença nas principais maratonas do país e ações voltadas à democratização do esporte. A Mizuno ampliou sua atuação como marca multiesportiva, fortalecendo seus territórios de running, voleibol, futebol e sportstyle por meio de inovação, parcerias estratégicas e colaborações que conectam esporte e cultura. Já a Under Armour fortaleceu seu posicionamento no running ao ampliar um portfólio pensado para acompanhar o atleta em diferentes momentos da rotina de treino, combinando soluções para o treino diário e para a alta performance.

Ao longo do trimestre, as três marcas seguiram investindo em tecnologia, desenvolvimento de produtos e experiências proprietárias, fortalecendo seu posicionamento junto aos consumidores e ampliando a conexão com diferentes perfis de atletas e praticantes de esporte.

Com um portfólio cada vez mais complementar e posicionamentos claramente definidos, a Vulcabras segue fortalecendo suas marcas e consolidando sua posição como a maior gestora de marcas esportivas do Brasil.





OLYMPIKUS

INOVAÇÃO, RECORDES E LIDERANÇA NA COMUNIDADE DA CORRIDA

Ao longo do trimestre, a Olympikus reforçou sua liderança no universo da corrida ao combinar inovação em produtos, resultados esportivos expressivos e uma agenda robusta de ativações com a comunidade corredora. O período foi marcado pela evolução da Família Corre, pelo fortalecimento da presença da marca nas principais provas do país e pela consolidação de seu posicionamento como referência em tecnologia desenvolvida para corredores brasileiros.

O principal destaque do trimestre foi o lançamento do Corre 5, acompanhado dos novos Corre Trilha 3 e Corre Vento 3, em um evento proprietário que apresentou a evolução tecnológica da linha e gerou ampla repercussão, com o termo "Olympikus Corre 5" figurando entre os assuntos mais buscados no Google nas primeiras 24 horas após o lançamento. O portfólio também foi ampliado com novas edições especiais do Corre Turbo e atualizações de cores para diferentes modelos da Família Corre, fortalecendo a oferta da marca para diferentes perfis de corredores.

Nas competições, a Olympikus consolidou sua liderança nas principais maratonas do país. Na Maratona Internacional de São Paulo, reuniu mais de 22 mil participantes, liderou os pés de 29% dos corredores e conquistou 14 pódios, incluindo vitórias nas principais distâncias com o Corre Pace. Na Maratona Internacional de Porto Alegre, considerada a maratona mais rápida do Brasil, voltou a dominar a competição com recordes históricos nas provas masculina e feminina dos 42 km, ambos conquistados com o Corre Pace, além de seis pódios na maratona e forte presença entre os mais de 30 mil inscritos.

Além da evolução do portfólio e dos resultados nas competições, a Olympikus fortaleceu sua proximidade com corredores em diferentes regiões do país por meio de eventos proprietários, ativações e iniciativas de relacionamento com a comunidade, encerrando também o ciclo das 50 Corridas, projeto criado para celebrar os 50 anos da marca.

O trimestre também reforçou o propósito da marca de contribuir para o desenvolvimento da corrida nacional. A edição especial do Corre 5 Vanderlei Cordeiro, criada em homenagem ao medalhista olímpico, passou a destinar parte de suas vendas ao projeto Corre do Amanhã, iniciativa desenvolvida em parceria com o Instituto Vanderlei Cordeiro de Lima para formar jovens talentos da maratona brasileira rumo aos Jogos Olímpicos de 2032. A homenagem foi complementada por uma jaqueta exclusiva assinada por Alexandre Herchcovitch, conectando esporte, moda e memória em uma edição limitada.

Com um portfólio cada vez mais inovador, resultados esportivos consistentes e uma estratégia centrada na experiência do corredor, a Olympikus segue fortalecendo sua liderança no mercado brasileiro de corrida e ampliando o valor da marca por meio da inovação, da tecnologia e da proximidade com sua comunidade.



MIZUNO

EXPANSÃO MULTIESPORTIVA, FORTALECIMENTO DOS TERRITÓRIOS DE PERFORMANCE E SPORTSTYLE

Durante o trimestre, a Mizuno ampliou sua atuação no mercado brasileiro ao fortalecer sua presença em diferentes modalidades esportivas, consolidando sua estratégia como uma marca multiesportiva. O período foi marcado pela evolução do portfólio de running, pela expansão da presença no voleibol e por iniciativas que reforçaram sua relevância nos segmentos de sportstyle e futebol.

No running, a marca deu continuidade à expansão da Linha Neo com o lançamento do Neo Vista 3, nova geração do super trainer desenvolvido para oferecer maior amortecimento, estabilidade e retorno de energia. O modelo reforça a plataforma tecnológica da Mizuno e amplia sua oferta para corredores que buscam alta performance em treinos e provas de longa distância. A marca também fortaleceu sua conexão com a comunidade corredora durante a segunda etapa do Circuito Mizuno Athenas, que serviu como plataforma para o lançamento oficial do produto e ações de experimentação.

Ainda na categoria, a Mizuno lançou uma edição especial do Neo Aura em parceria com a assessoria esportiva MPR, celebrando os 35 anos da organização e reforçando sua estratégia de aproximação com a comunidade de corredores. A iniciativa também incorporou um componente social, destinando parte da receita das vendas ao Projeto Arrastão e ampliando o impacto da colaboração para além do esporte.

Como parte da estratégia de expansão para novas modalidades, a Mizuno anunciou o patrocínio de quatro atletas convocados para a Seleção Brasileira de Vôlei, fortalecendo sua presença em uma das modalidades mais relevantes do esporte nacional e ampliando a visibilidade da marca em competições internacionais.

No futebol, a Mizuno fortaleceu sua presença no esporte ao anunciar o patrocínio ao Botafogo, ampliando a visibilidade da marca e reforçando sua estratégia de crescimento na modalidade. A iniciativa complementa o posicionamento da marca em performance e amplia sua conexão com diferentes comunidades esportivas.

No segmento de sportstyle, a Mizuno seguiu fortalecendo sua conexão com a cultura urbana por meio de lançamentos e colaborações estratégicas. O relançamento do Wave Prophecy 1, um dos modelos mais emblemáticos da história da marca, homenageou a comunidade que transformou o produto em um ícone da cultura brasileira. A campanha "Relíquias Nunca Morrem", desenvolvida no Brasil e apresentada durante a Paris Fashion Week, reforçou o protagonismo do mercado brasileiro na estratégia global da franquia Wave Prophecy. A marca também lançou a colaboração Legends United, em parceria com a Budweiser, conectando o legado da chuteira Morelia ao universo da moda, do futebol e da cultura urbana por meio de uma coleção em edição limitada.

Com investimentos contínuos em inovação, expansão para novas modalidades e iniciativas que conectam tecnologia, esporte e cultura, a Mizuno segue fortalecendo sua presença no mercado brasileiro e ampliando o valor da marca nos territórios de running, voleibol, futebol e sportstyle.



UNDER ARMOUR

EXPANSÃO NO RUNNING E FORTALECIMENTO DO POSICIONAMENTO DA MARCA

No período, a Under Armour fortaleceu sua estratégia de posicionamento como parceira da rotina de treino do atleta, ampliando seu portfólio para acompanhar diferentes momentos da preparação esportiva, do treino diário à alta performance. Nesse contexto, o running ganhou protagonismo por meio de lançamentos, experiências proprietárias e ações de construção de reputação.

O principal destaque foi o lançamento do Under Armour Nonstop, primeiro modelo de corrida desenvolvido para o corredor brasileiro, e a chegada do Velociti Elite 3, supertênis de alta performance utilizado pela atleta Sharon Lokedi em sua segunda vitória consecutiva na Maratona de Boston. A campanha conectou os dois produtos em uma narrativa que reforçou a atuação da marca em diferentes níveis da corrida, do treino diário às competições de elite, evidenciando um portfólio completo para a categoria.

A Under Armour também fortaleceu a sua presença em eventos de corrida. O trimestre também refletiu o fortalecimento da presença digital da Under Armour no Brasil. A estratégia de comunicação, baseada em linguagem nativa para plataformas digitais e conteúdos alinhados ao comportamento da Geração Z, vem ampliando a relevância da marca junto ao público brasileiro.

Com investimentos consistentes em inovação, expansão de portfólio e construção de comunidade, a Under Armour segue fortalecendo sua presença no mercado brasileiro ao consolidar um portfólio de produtos capaz de acompanhar o atleta em diferentes momentos de sua jornada de treino, reforçando seu posicionamento como marca de alta performance.

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL [CONSOLIDADO]					
R\$ milhares					
ATIVO	30/06/2026	31/12/2025	PASSIVO	30/06/2026	31/12/2025
Caixa e equivalentes de caixa	355.578	203.970	Fornecedores	133.562	90.359
Contas a receber de clientes	1.043.925	1.078.083	Financiamentos e empréstimos	383.446	300.568
Estoques	993.598	834.911	Debêntures	32.411	31.358
Impostos a recuperar	124.028	173.243	Passivo de arrendamento	9.793	9.769
Imposto de renda e contribuição social	45.047	40.632	Impostos a recolher	77.811	72.157
Dividendos e lucros a receber	4.000	0	Salários e férias a pagar	126.674	87.765
Outras contas a receber	52.436	48.038	Provisões	2.777	3.192
			Comissões a pagar	30.156	38.886
			Dividendos e lucros a pagar	106	835
			Outras Contas a pagar	88.633	93.243
ATIVO CIRCULANTE	2.618.612	2.378.877	PASSIVO CIRCULANTE	885.369	728.132
Aplicações financeiras	3.074	2.877	Financiamentos e empréstimos	21.297	146.458
Contas a receber de clientes	2.416	2.879	Debentures	498.180	497.885
Impostos a recuperar	161.248	156.824	Passivo de arrendamento	24.633	28.661
Impostos de renda e contribuição social diferidos	378.455	374.549	Provisões	48.318	47.741
Depósitos judiciais	8.790	9.102	Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.873	1.913
Bens destinados à venda	194	194	Outras contas a pagar	384	861
Outras contas a receber	1.569	1.439			
REALIZAVEL A LONGO PRAZO	555.746	547.864	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	594.685	723.519
Investimentos	70.125	72.073	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Direito de uso	29.389	33.227	Capital social	1.579.519	1.575.196
Imobilizado	647.375	629.916	Reservas de capital	638.118	640.224
Intangível	211.163	217.039	Reservas de reavaliação	3.636	3.713
	958.052	952.255	Ajustes de avaliação patrimonial	26.320	27.812
			Reserva de lucros	180.060	180.060
			Lucros e Prejuízos acumulados	224.378	0
			Patrimônio líquido atribuível aos controladores	2.652.031	2.427.005
			Participações de não controladores	325	340
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	1.513.798	1.500.119	TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.652.356	2.427.345
			TOTAL DO PASSIVO	1.480.054	1.451.651
ATIVO	4.132.410	3.878.996	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.132.410	3.878.996

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	2T26	2T25	VAR (%)	6M26	6M25	VAR (%)
R\$ milhares						
Receita líquida de vendas	994.840	894.811	11,2%	1.771.222	1.596.005	11,0%
Custo das vendas e revendas	-592.574	-529.406	11,9%	-1.055.416	-948.699	11,2%
Lucro bruto	402.266	365.405	10,1%	715.806	647.306	10,6%
Margem Bruta	40,4%	40,8%	-0,4 p.p.	40,4%	40,6%	-0,2 p.p.
Despesas com vendas	-174.797	-158.380	10,4%	-324.757	-290.996	11,6%
Reversão (provisão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	-1.896	1.718	-210,4%	-3.764	267	-1509,7%
Despesas administrativas	-55.199	-60.151	-8,2%	-99.377	-104.092	-4,5%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	3.279	115.769	-97,2%	1.702	120.716	-98,6%
Resultado da equivalência patrimonial	718	-609	-217,9%	2.053	347	491,6%
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	174.371	263.752	-33,9%	291.663	373.548	-21,9%
Receitas financeiras	18.948	146.059	-87,0%	41.230	175.280	-76,5%
Despesas financeiras	-41.759	-26.728	56,2%	-91.867	-53.624	71,3%
Resultado financeiro líquido	-22.811	119.331	-119,1%	-50.637	121.656	-141,6%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	151.560	383.083	-60,4%	241.026	495.204	-51,3%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-7.839	-29.806	-73,7%	-17.172	-35.862	-52,1%
Lucro Líquido do período	143.721	353.277	-59,3%	223.854	459.342	-51,3%
Margem Líquida	14,4%	39,5%	-25,1 p.p.	12,6%	28,8%	-16,2 p.p.
Resultado atribuível aos:						
Acionistas controladores	143.722	353.285		223.855	459.357	
Acionistas não controladores	-1	-8		-1	-15	
Lucro Líquido do período	143.721	353.277		223.854	459.342	
Resultado por ação						
Resultado por ação ordinária - básico	0,4585	1,3022		0,7141	1,6932	
Resultado por ação ordinária - diluído	0,4582	1,2996		0,7137	1,6898	
Quantidade de ações ao final do exercício						
Ações ordinárias em circulação	313.475.131	271.300.406		313.475.131	271.300.406	
Ações ordinárias em circulação com efeito diluidor	313.655.158	271.837.555		313.655.158	271.837.555	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	6M26	6M25
R\$ Milhares - Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	223.854	459.342
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	67.944	63.272
Provisão (reversão) para perdas por valor recuperável dos estoques	14.900	2.750
Juros s/ arrendamentos provisionados	4.706	5.002
Juros sobre debêntures provisionados	35.841	0
Amortização custos de transação sobre debêntures	295	0
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	7.365	2.015
Rendimentos de aplicações financeiras	-632	-311
Provisões para contingências	9.592	7.756
Resultado da equivalência patrimonial	-2.053	-347
Transação com pagamento baseado em ações	-2.106	1.261
Provisão (reversão) para perdas esperadas para crédito de liquidações duvidosas	3.764	-267
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	27.805	20.683
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	17.172	35.862
Participação de não controladores	1	15
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-4.756	-264.670
Lucro líquido do período ajustado	403.692	332.363
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	28.468	20.907
Estoques	-173.587	-189.284
Impostos a recuperar	45.132	42.468
Outras contas a receber	-4.528	-8.524
Depósitos judiciais	-6.113	13.422
Fornecedores	43.319	43.234
Comissões a pagar	-8.730	212
Impostos e contribuições sociais a recolher	16.324	-19.319
Salários e férias a pagar	38.909	37.411
Outras contas a pagar	-5.102	7.071
Provisões	-3.005	-19.533
Variações nos ativos e passivos	-28.913	-71.935
Caixa proveniente das (utilizadas nas) atividades operacionais	374.779	260.428
Juros pagos	-67.510	-11.727
Pagamento de Juros de arrendamento	-2.465	-2.489
Impostos pagos sobre o lucro	-30.867	-22.571
	-100.842	-36.787
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	273.937	223.641
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos		
Aquisições de imobilizado	-79.404	-107.658
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	435	3.112
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	406	233

DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	6M26	6M25
Aquisições de intangível	-2.104	-5.117
Recebimento de dividendos	185	0
Aumento/Redução de participação em investida	453	0
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimentos	-80.029	-109.430
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	97.500	97.348
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-136.108	-90.167
Aquisição de ações em tesouraria	0	-11.537
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	0	-203.396
Aumento de capital	4.323	4.409
Pagamento de passivo de arrendamento	-8.027	-7.411
Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado) nas Atividades de Financiamento	-42.312	-210.754
Aumento (redução) de Caixa e equivalente de Caixa	151.596	-96.543
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	203.970	307.660
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	12	644
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	355.578	211.761
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	151.596	-96.543

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

INSTITUCIONAL

Vulcabras atua há 74 anos no setor calçadista brasileiro e nesse período consolidou-se como a maior indústria do setor de calçados esportivos do País tornando-se gestora de marcas líderes em seus respectivos segmentos: Olympikus, campeã nacional em venda de tênis e a marca que está democratizando a alta performance na Corrida, Under Armour, uma das maiores marcas de confecções, calçados e acessórios esportivos do mundo, e Mizuno, a marca de performance que acredita no valor do esporte e suporta a jornada de todos que dão o melhor de si independente de quem são, nível e tipo de esporte.

Fundada em julho de 1952 com a constituição da Companhia Industrial Brasileira de Calçados Vulcanizados S.A., em São Paulo, fabricava sapatos de couro com sola de borracha vulcanizada, e teve como um de seus primeiros ícones o Vulcabras 752, cujo nome era referência ao mês e ano de fundação da Companhia. Em 1973 iniciamos a produção de marcas esportivas no Brasil e desde então nos especializamos em entregar tecnologia nos calçados para democratização da performance esportiva.

Os calçados produzidos pela Companhia são encontrados em lojas de todo o Brasil, com equipe comercial ampla que atende a mais de 10 mil clientes em território nacional e em Países da América do Sul, no ecommerce e lojas próprias das marcas. São mais de 800 novos modelos por ano, projetados e desenvolvidos no maior centro de tecnologia e desenvolvimento de calçados esportivos da América Latina, instalado em Parobé - RS.

Os produtos são confeccionados em duas modernas fábricas localizadas na região Nordeste, em Horizonte/CE e Itapetinga/BA. O centro administrativo da Companhia, por sua vez, está localizado em Jundiá - SP, além de um Centro de Distribuição Logístico destinado ao Canal de E-commerce localizado em Extrema - MG. Há, ainda, uma filial com centro de distribuição no Peru. Estas seis unidades empregam, diretamente, mais de 23,4 mil colaboradores.

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



AUDITORIA INDEPENDENTE

AUDITORES INDEPENDENTES

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

Para os serviços referentes à revisão do 2T26 foram desembolsados honorários de aproximadamente R\$ 241,6 mil.

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA

De acordo com o artigo 25, parágrafo 1º, item 5 da Instrução CVM nº 480/09, o Conselho de Administração, em reunião realizada em 04/08/2026 declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis da Vulcabras S.A. do 2º trimestre de 2026 e com o relatório de revisão dos auditores independentes sobre as informações financeiras trimestrais individuais e consolidadas.



ADMINISTRAÇÃO

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Pedro Grendene Bartelle	Presidente do Conselho de Administração
André de Camargo Bartelle	1º Vice-Presidente
Pedro Bartelle	2º Vice-Presidente
Alberto Serrentino	Conselheiro Independente
Rafael Ferraz Dias de Moraes	Conselheiro Independente

COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA

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



VULCABRAS

