

 vulcabras.com
 vulcabras.oficial
 vulcabras

 **VULCABRAS**



SPORTTECH GLOBAL

CONSTRUINDO UM PAÍS MELHOR
A PARTIR DO ESPORTE.

UM DOS MAIORES MERCADOS DE CALÇADOS DO MUNDO

Brasil é o **4º maior mercado do mundo** com **801,0 milhões**¹ de pares consumidos por ano

MERCADO COM FORTE POTENCIAL DE CRESCIMENTO

Brasil ocupa a **43ª posição** em termos de pares por habitante com **3,8 pares**².

Considerando apenas calçados esportivos, o **consumo é de 0,4 pares** por habitante².

Mercado de
CALÇADOS ESPORTIVOS
em expansão repleto de
oportunidades

EXPANSÃO DO MERCADO ENDEREÇÁVEL

Apenas **30% da população** brasileira pratica atividades físicas hoje³

SEGMENTO DE ESPORTES EM CONTINUA EXPANSÃO

Percentual de habitantes que praticam **atividades físicas nas no país cresceu 33% no últimos 5 anos**⁴

EXPANSÃO DO CONSUMO LIFESTYLE ESPORTIVO

Consumo de produtos de lifestyle esportivo cresce pós pandemia e segue em expansão

¹Fonte: Relatório setorial indústria de calçados | Brasil 2024

²Fonte: Relatório setorial indústria de calçados | Brasil 2023

³Fonte: PNS 2019 | Vigitel Brasil 2006-2023

⁴Fonte: Estimativa World Footwear

CORRIDA NO BRASIL

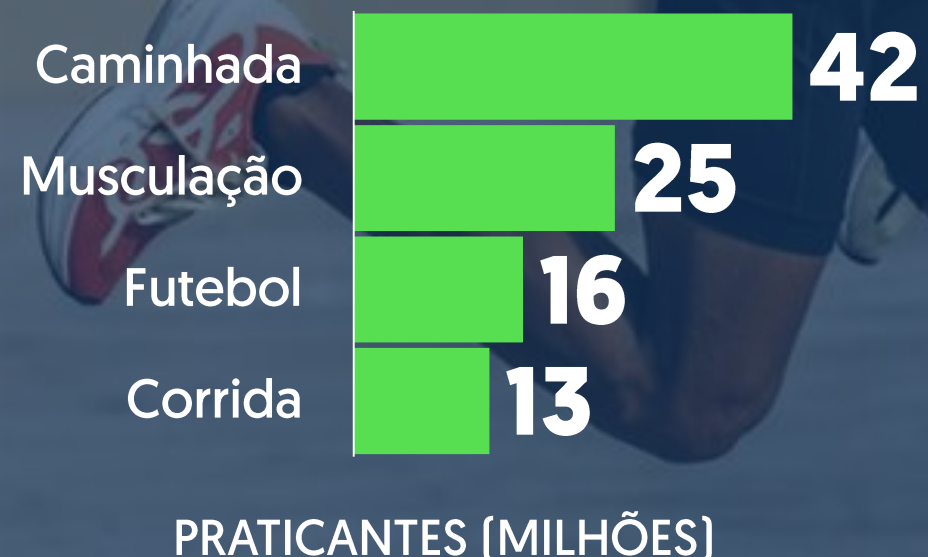
Muito além de um esporte.

Quantos brasileiros correm?



13 milhões de pessoas no Brasil praticam corrida com alguma regularidade. Isso representa cerca de **6% da população brasileira**¹.

A corrida é o 4º esporte mais praticado no Brasil



CORRIDA É *LIFESTYLE*

77% veem a corrida como um estilo de vida, não apenas um esporte

50% concordam que “Fazer amigos e conhecer pessoas novas é a melhor parte da corrida”.

40% utilizam 1 ou mais acessórios (bonés, shorts com bolso, meias de poliamida, pochetes, etc)

97% usam tênis apropriado para corrida.

55,0 milhões de pessoas praticam corrida ou caminhada

¹Fonte: Pesquisa Olympikus + Box 1824 “Por Dentro do Corre”

PERFIL DO CORREDOR



Gênero

42% mulheres **58%** homens

Idade

58% entre 18 e 45 anos **42%** acima de 45 anos

Classe social

64% classe A/B **36%** classe C

75%

começaram a praticar corrida após 2021/2022

Mais de 7 décadas, construindo um expertise único, repleto de inovação, tecnologia e marcas referência de mercado



MODELO DE NEGÓCIO





PESQUISA E INOVAÇÃO

O maior centro de Pesquisa & Desenvolvimento de calçados da América Latina

+20.000 m²

Laboratório, Centro de Design, Mini fábrica completa, Realidade virtual Pesquisa de materiais

+ 700 PROFISSIONAIS

Designers, Pesquisadores e projetistas dedicados ao P&D

+ 800 NOVOS MODELOS

esportivos por ano

PLATAFORMA DE INOVAÇÃO ABERTA

Parceria com universidades Colaborações internacionais

PRODUTOS PREMIADOS E CERTIFICADOS pelos

Principais avaliadores do mercado e institutos.

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA DE PADRÃO INTERNACIONAL PARA AS MARCAS MIZUNO, OLYMPIKUS E UNDER ARMOUR



OLYMPIKUS
Carbon G

UNDER ARMOUR
Charged

MIZUNO
Enerzy

Placa de carbono com grafeno que oferece mais propulsão e mais resistência. Leve, estável e ultra responsiva, foi desenvolvida para máxima performance em corrida.

Nova tecnologia de amortecimento desenvolvida no Brasil e levada para o mundo com a Under Armour. Mais amortecimento e retorno de energia para os atletas.

Espuma responsiva de alta performance, que combina amortecimento, leveza e retorno de energia para uma corrida mais confortável e eficiente.

INDÚSTRIA 4.0 COM TECNOLOGIA DE PONTA

A garantia de agilidade no abastecimento dos pontos de venda.



PARQUE FABRIL COM TECNOLOGIA DE PONTA

capaz de produzir as melhores tecnologia existente no mundo

**+ 25,6 MILHÕES
DE PARES NO ANO DE 2024**

+ R\$ 726 MI CAPEX
investidos para modernização das fábricas e P&D nos últimos 5 anos

Lead Time entre confirmação de pedido e produção de **APENAS 5 SEMANAS**

MENOR TIME-TO-MARKET
comparado aos competidores internacionais.

VERTICALIZAÇÃO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

	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

ESTRUTURA COMERCIAL AMPLA



ATENDIMENTO DIRETO

Leitura de mais de 50% da base de clientes para monitoramento constante de sell-out para garantir assertividade e velocidade de reposição

INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Mapeamento de perfil de loja, níveis de estoques, sortimento oferecido, análise SWOT e desenho potencial de cada conta

+10.000

Clientes ativos

46 ESCRITÓRIOS

de representação

326 VENDEDORES

de todas as marcas

PRESENÇA ATIVA NO PUNTO DE VENDA

Maior equipe de merchandising do mercado esportivo

21 MIL PONTOS DE VENDA

suportados pela estrutura de trade

324 MIL PEÇAS

de merchandising produzidas anualmente

96 MIL VENDEDORES

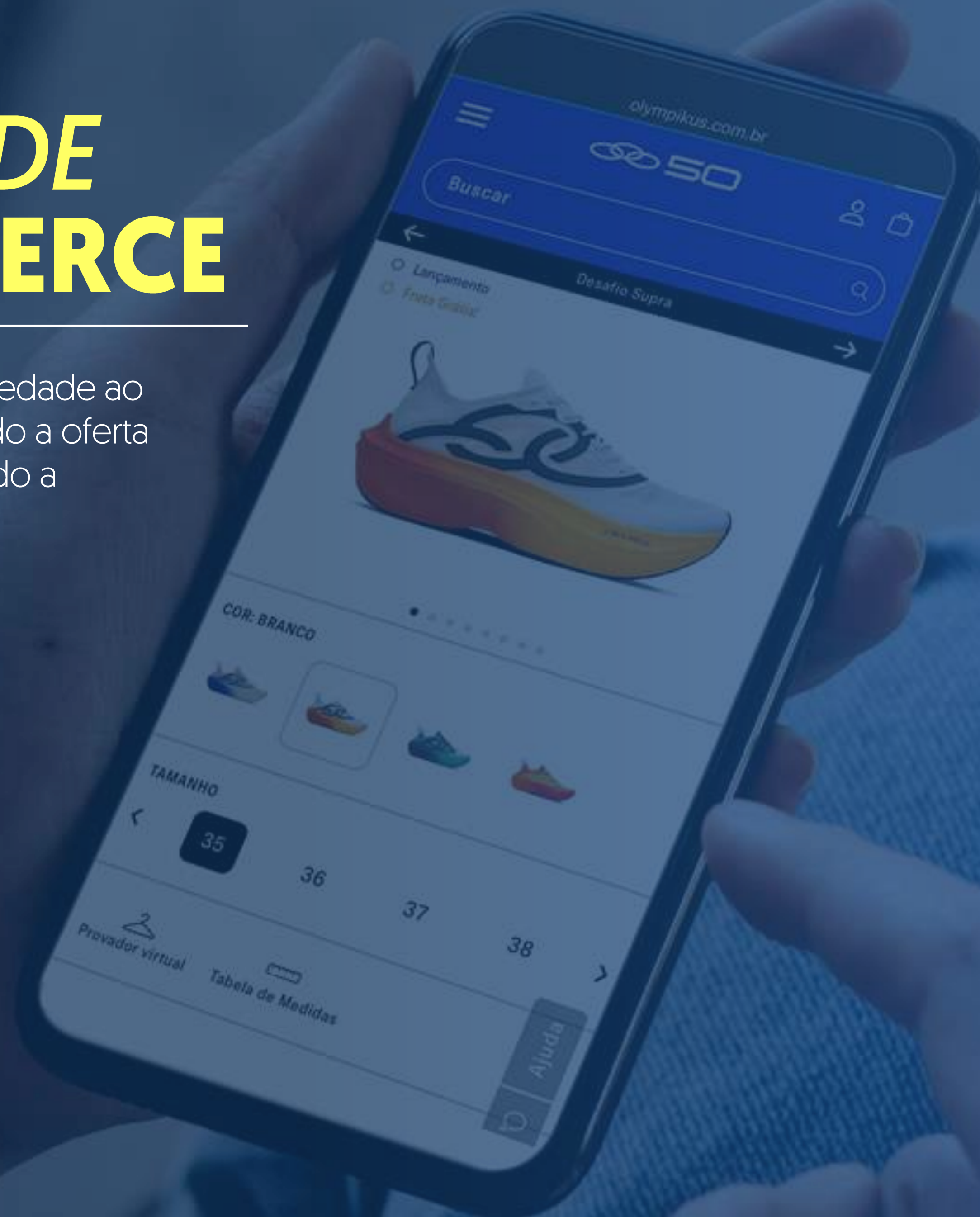
treinados em todas as marcas

COBERTURA NACIONAL

com equipe de trade com 92 promotores e merchandizers

GESTÃO DE E-COMMERCE

Estratégia de complementariedade ao varejo multimarcas, expandido a oferta de produtos e potencializando a experiência do consumidor



35,7% DE CRESCIMENTO na receita líquida [9M25 x 9M24]

Presença nos **13 MAIORES MARKETPLACES** do Brasil

OPERAÇÃO LOGÍSTICA DEDICADA para atender aos e-commerces da Companhia [Extrema/MG]



CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO

Extrema/MG



+ 21.500m²

+75.000 Endereços de armazenagens

Produção atual de **12,5 mil** pares e peças/dia
[70% calçados x 30% vestuários e acessórios]



MARKETING

Engajamento real com quem vive o esporte

GESTÃO ESTRATÉGICA E COMPLEMENTAR DE MARCAS

Cada marca possui um território claro, com identidade própria, público bem definido e estratégias construídas a partir da escuta ativa, inovação e conexão com cada perfil de usuário.

CONEXÃO REAL

Parcerias com atletas, especialistas e criadores de conteúdo ampliam a credibilidade, fortalecem o engajamento e aprofundam a presença nos ambientes onde o esporte acontece de verdade.

INOVAÇÃO ABERTA

Escuta ativa para conectar com tendências e a co-criação de produtos.

AÇÕES E EVENTOS PROPRIETÁRIOS

Projetos proprietários que se conectam com quem pratica esporte e incentivam que mais brasileiros pratiquem atividade física.

MUDANÇA DE PAPEL

As marcas saem do papel de “anunciante” para assumir o lugar de parceiras e impulsionadoras de histórias reais.



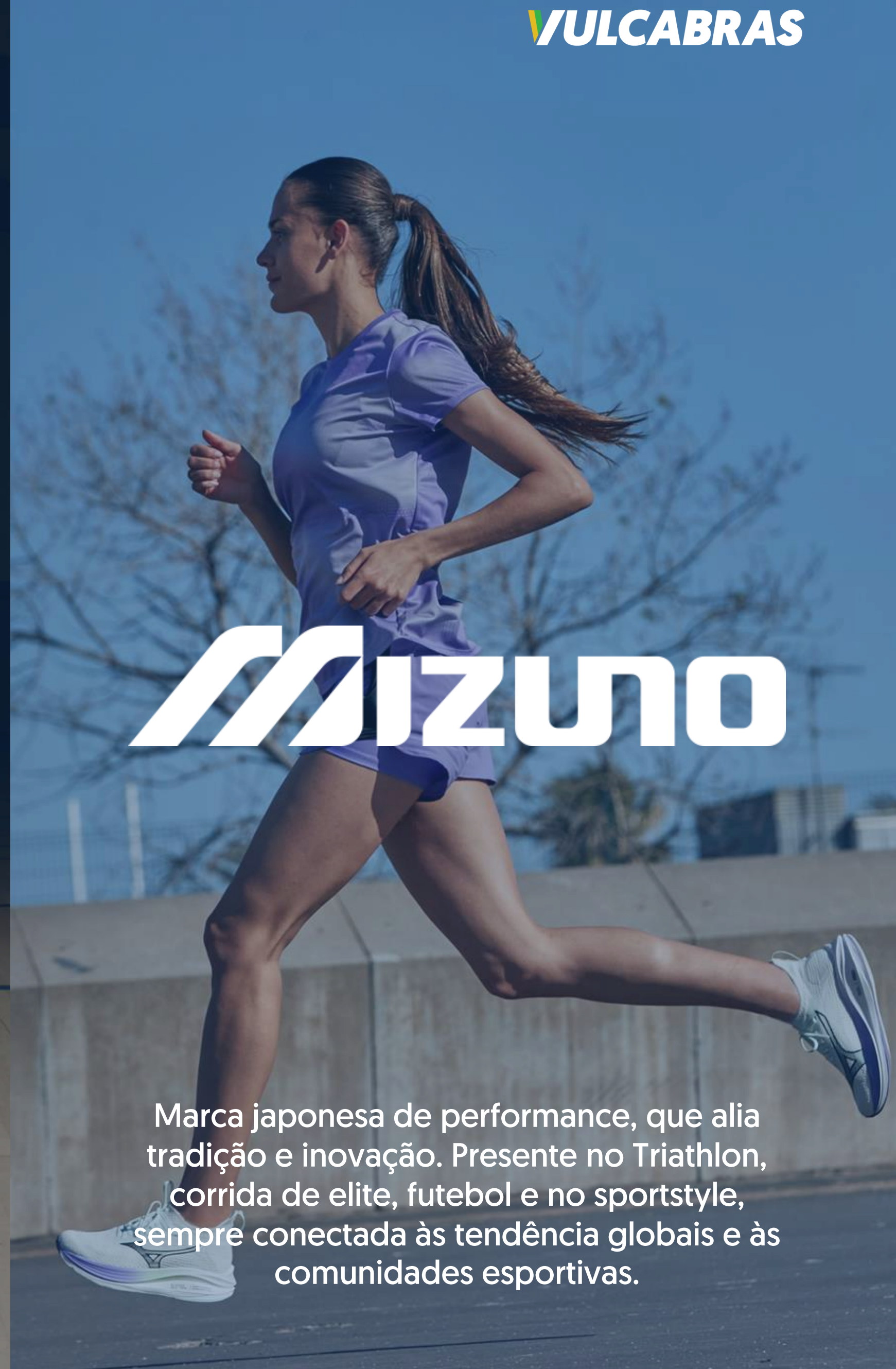

OLYMPIKUS

Marca brasileira que democratiza a tecnologia e a alta performance na corrida, com excelente custo-benefício e conexão real com a comunidade.




UNDER ARMOUR

Marca americana, que inspira superação e evolução com produtos projetados para tornar todos os atletas melhores. Forte presença em treinos — seja na academia, no crossfit e no basquete



MIZUNO

Marca japonesa de performance, que alia tradição e inovação. Presente no Triathlon, corrida de elite, futebol e no sportstyle, sempre conectada às tendências globais e às comunidades esportivas.

CASE OLYMPIKUS

Marca brasileira, competindo de igual para igual na arena global de artigos esportivos

Democratizando o esporte também na **ELITE DA CORRIDA**

Marca brasileira líder de vendas em volume e **A MAIS USADA POR CORREDORES BRASILEIROS NO STRAVA (2023, 2024 e 2025*)**

Conquistando o **MERCADO, ATLETAS, ESPECIALISTAS E A OPINIÃO PÚBLICA**

Linha de **RUNNING PERFORMANCE** responde por **23,4% DO FATURAMENTO** da marca

6 Primeiras colocações na prova de 42km
Maratona de São Paulo 2025



O DESAFIO DE CRIAR O TÊNIS DE PERFORMANCE PARA O BRASILEIRO



Provar para a comunidade da corrida que, **quando o assunto é inovação,** podemos produzir **no Brasil tecnologia esportiva de padrão mundial**

INOVAÇÃO & ABERTA

Comunidade
de corrida

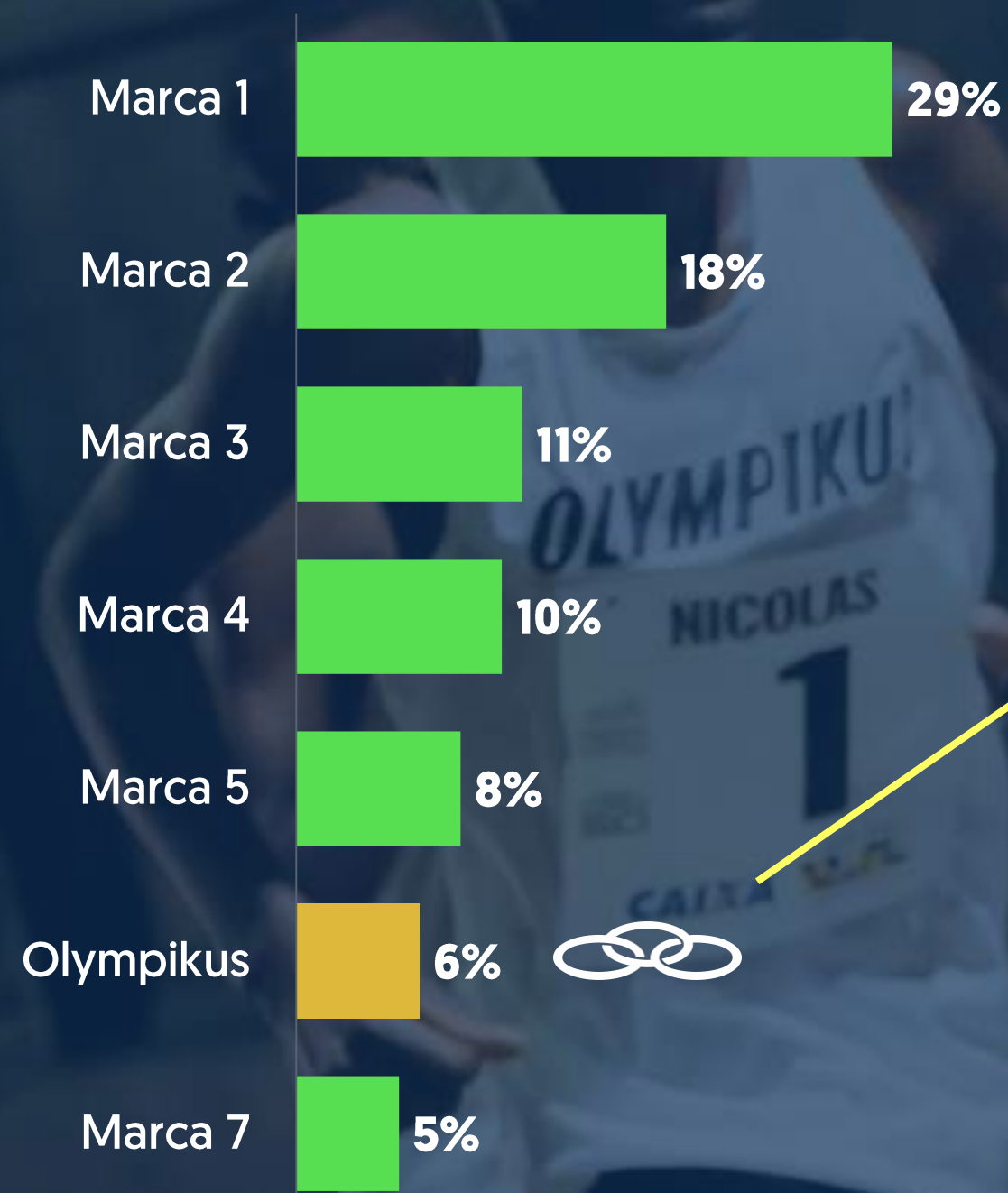


Modelo
de negócio
verticalizado

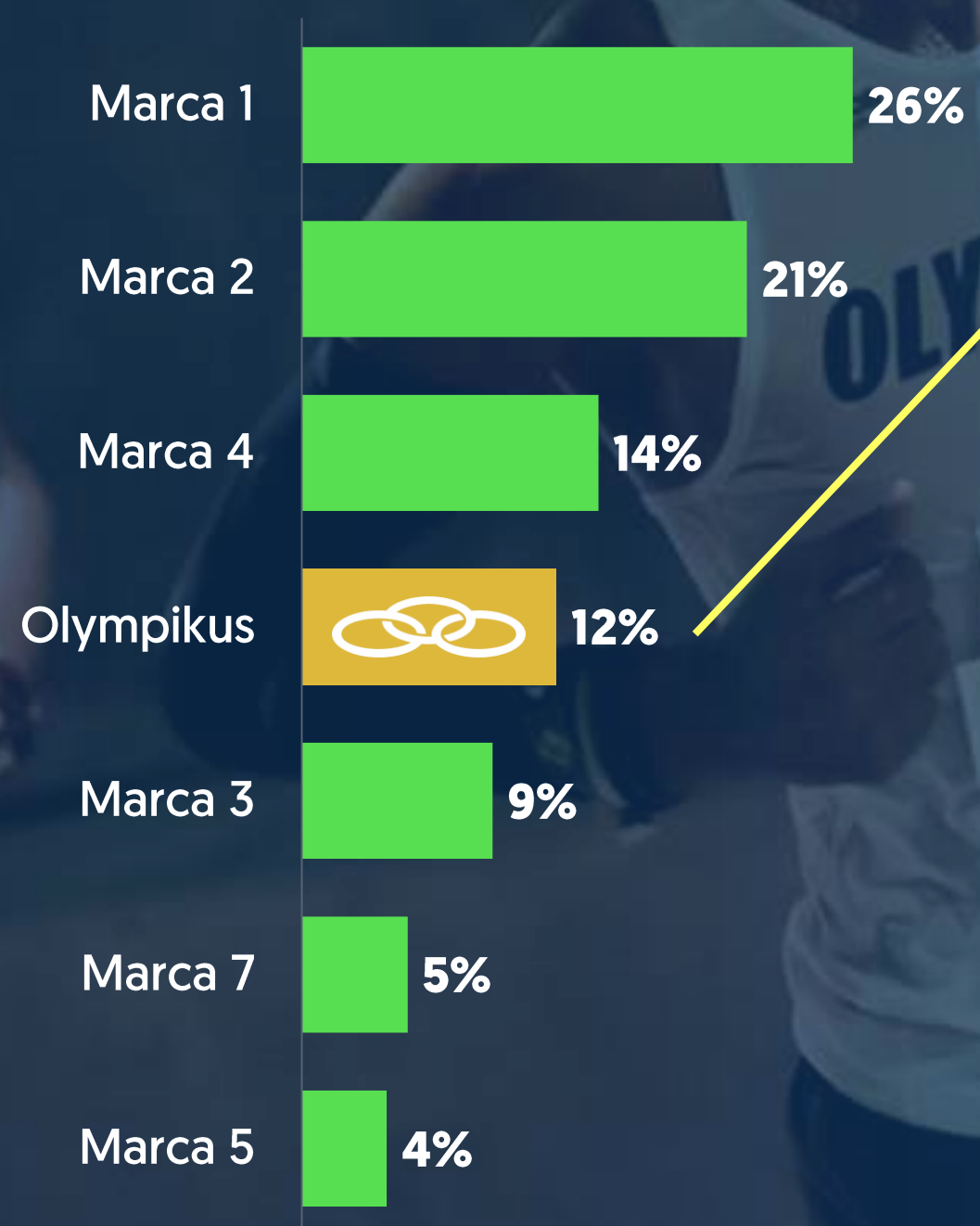
MARATONA INTERNACIONAL DE SP

Crescimento de Olympikus

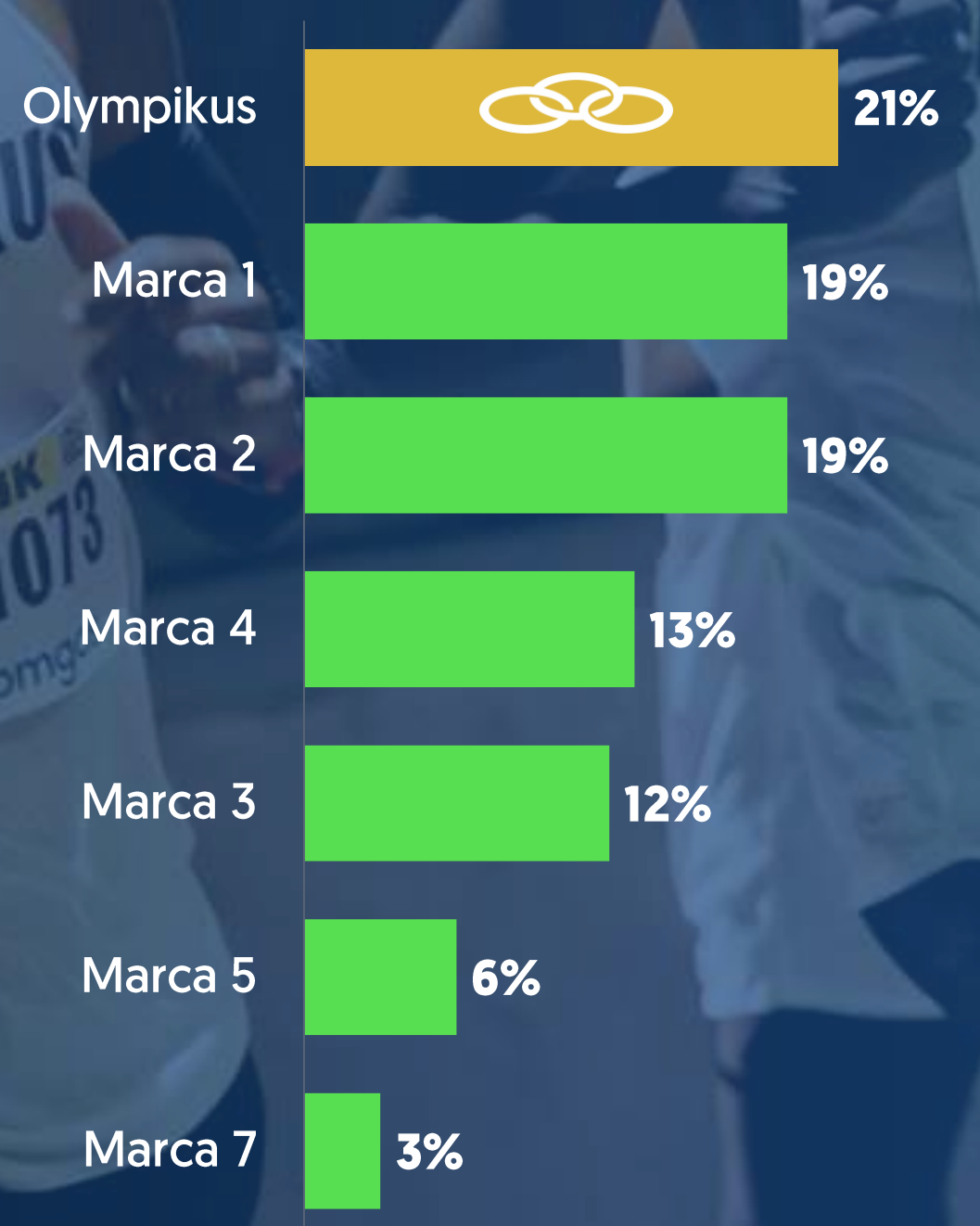
GERAL MARATONA SP 2022



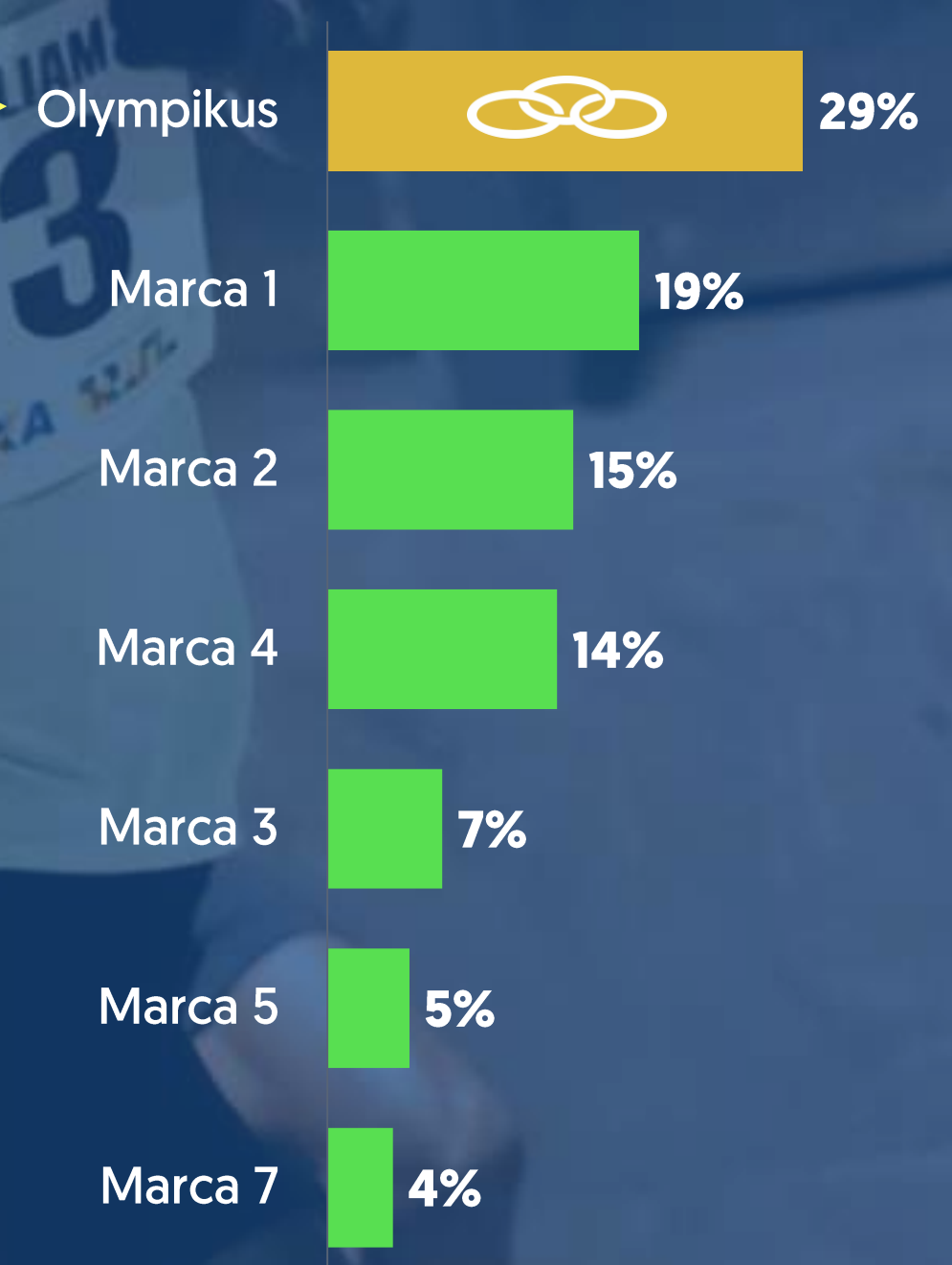
GERAL MARATONA SP 2023



GERAL MARATONA SP 2024



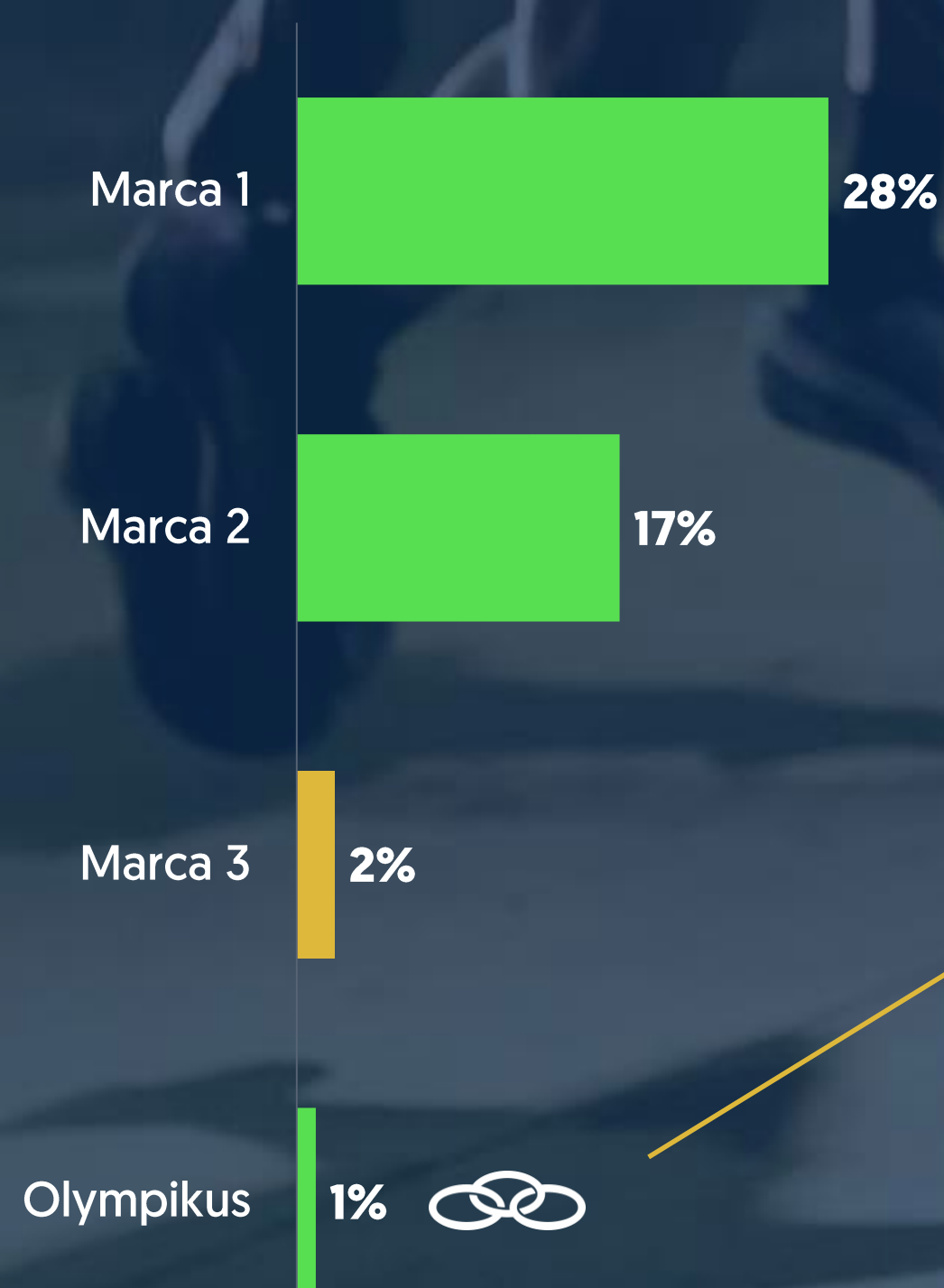
GERAL MARATONA SP 2025



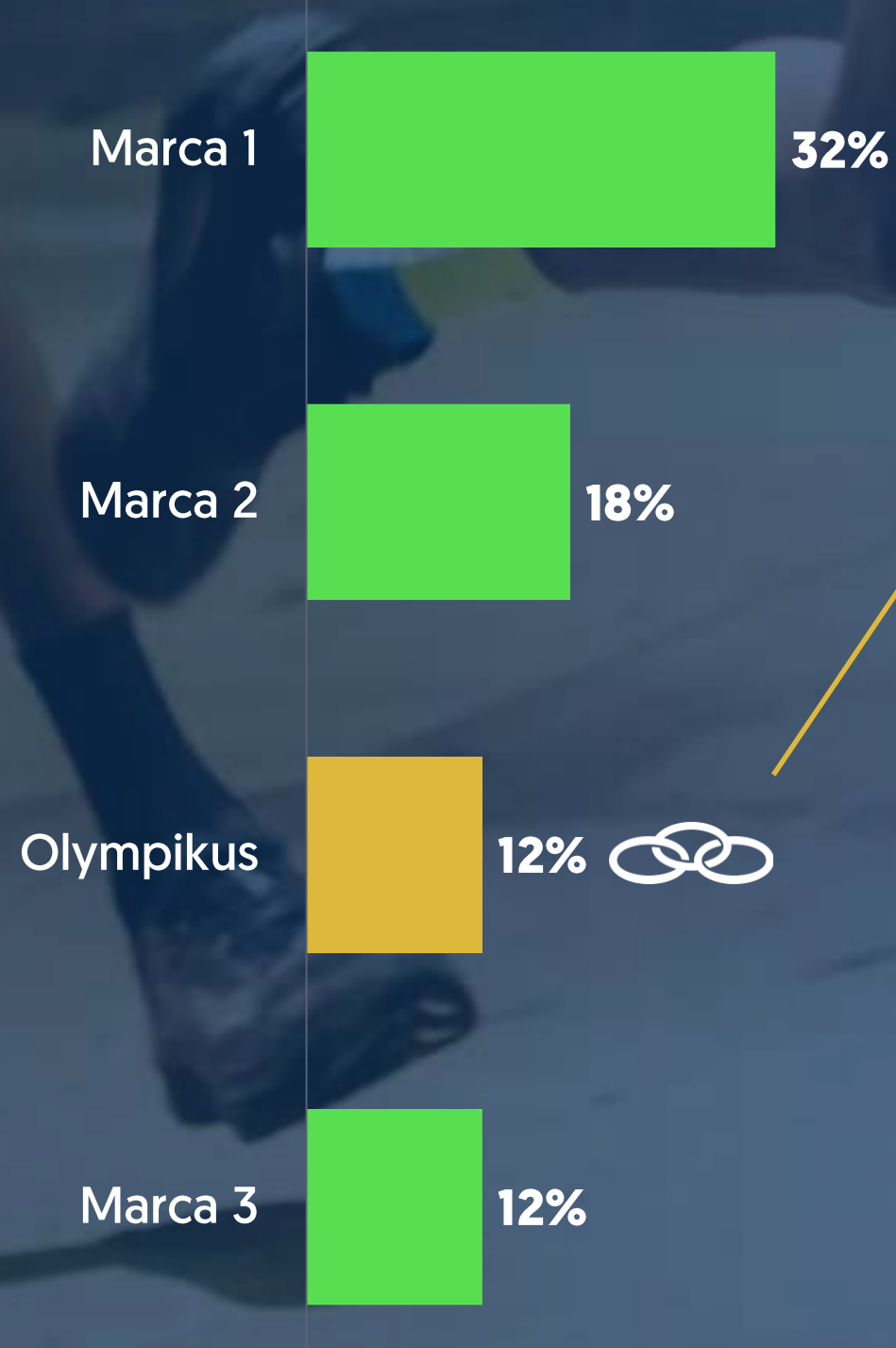
MARATONA INTERNACIONAL DE PORTO ALEGRE

Crescimento de Olympikus

GERAL MARATONA POA 2022



GERAL MARATONA POA 2023



GERAL MARATONA POA 2024



GERAL MARATONA POA 2025



STRAVA

OLYMPIKUS CORRE

**PELO 2º ANO CONSECUTIVO, O TÊNIS MAIS USADO PELOS
CORREDORES BRASILEIROS NO STRAVA, COM MAIS DE 100 PÓDIOS
NAS PRINCIPAIS MARATONAS DO PAÍS EM 2023 E 2024.**

GESTÃO ESTRATÉGICA E COMPLEMENTAR DE MARCAS

Estratégia de preço para todos os perfis de consumidor



NOSSAS MARCAS



Democratizar tecnologia e ao estilo de vida esportivo



Alta performance para todos os perfis de corredores



Multicategoria focada em toda a jornada do atleta

SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

MEIO AMBIENTE

Nossas fábricas são abastecidas por **ENERGIA EÓLICA**

100% EFLUENTES TRATADOS em todas as unidades, e **66% DOS EFLUENTES REUTILIZADOS** na unidade de Horizonte [CE]

97% DOS RESÍDUOS diretos do processo produtivo são **REUTILIZADOS, REICLADOS OU COPROCESSADOS**

SOCIAL

127.309 CRIANÇAS E ADOLESCENTES IMPACTADOS pelos programas sociais apoiados pela empresa desde 2021

Formação de **1.028 JOVENS POR ANO** no programa de capacitação do Senai nas unidades

+559.882h DE TREINAMENTO ANUAL para capacitação de mão de obra e formação de liderança em 2024

PROGRAMA DE INCENTIVO À PRÁTICA esportiva em parceria com o Wellhub [antigo Gympass] com **MAIS DE 342.497 TREINOS REALIZADOS POR MÊS** pelos nossos colaboradores em 2024

DESTAQUES FINANCEIROS

21º TRIMESTRE CONSECUTIVO DE CRESCIMENTO [3T25]

4,0 BI

RECEITA BRUTA
3T25 LTM

16,9%

MARGEM LÍQUIDA
RECORRENTE 3T25 LTM

583,3 MI

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE
3T25 LTM

21,2%

MARGEM EBITDA
RECORRENTE 3T25 LTM

735 MI

EBITDA
RECORRENTE 3T25 LTM

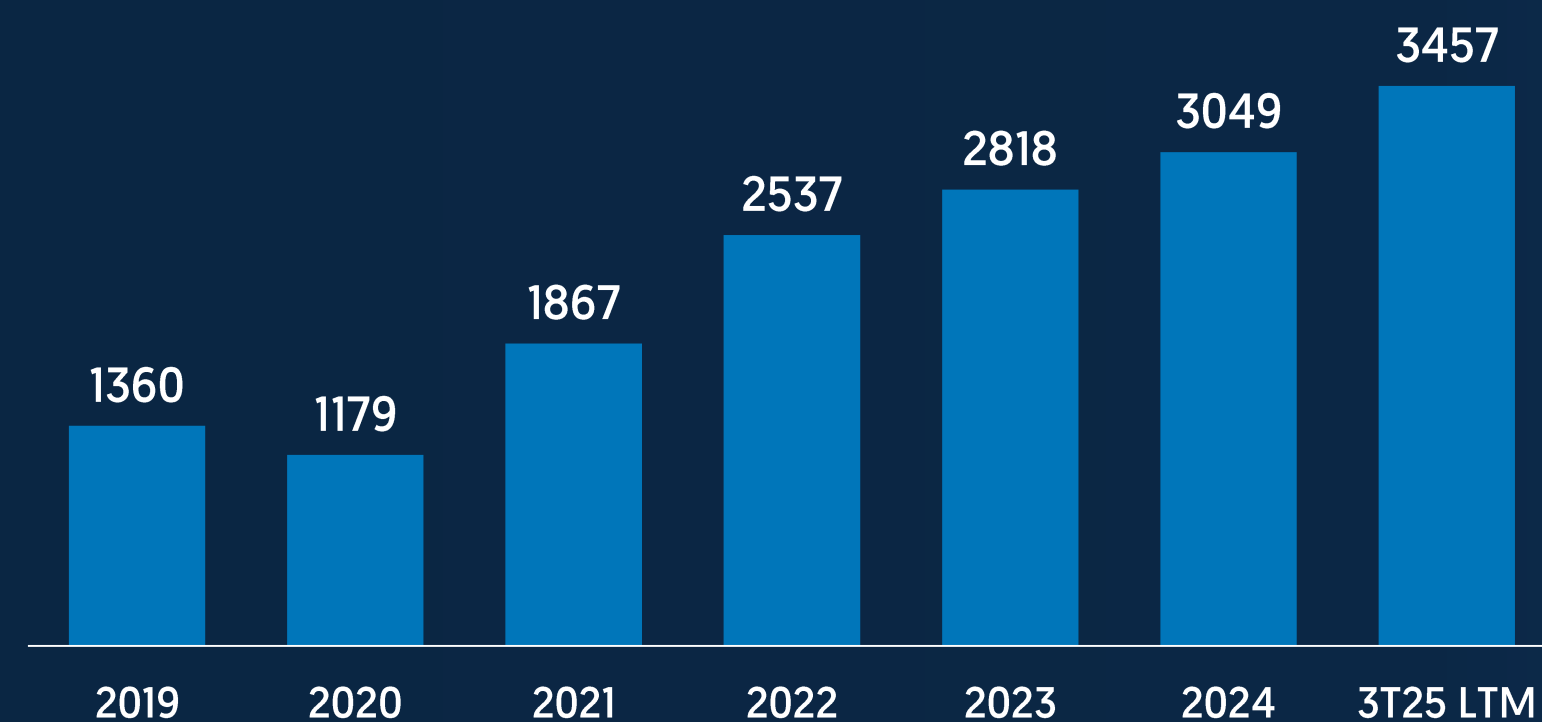
46,2%

ROIC AJUSTADO
ANUALIZADO 3T25 LTM

NOSSOS NÚMEROS – LTM 3T25

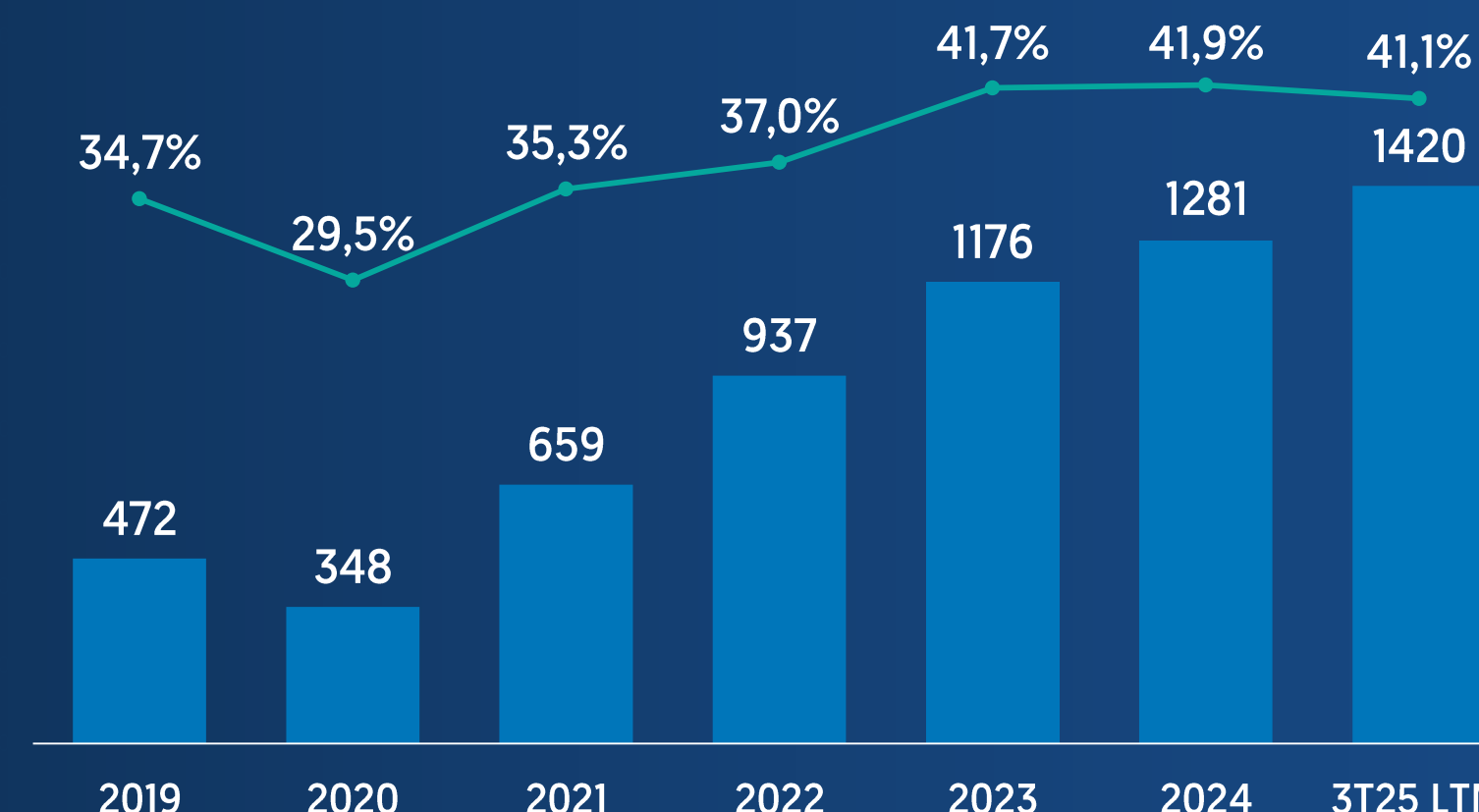
RECEITA LÍQUIDA

[R\$ MM; %]



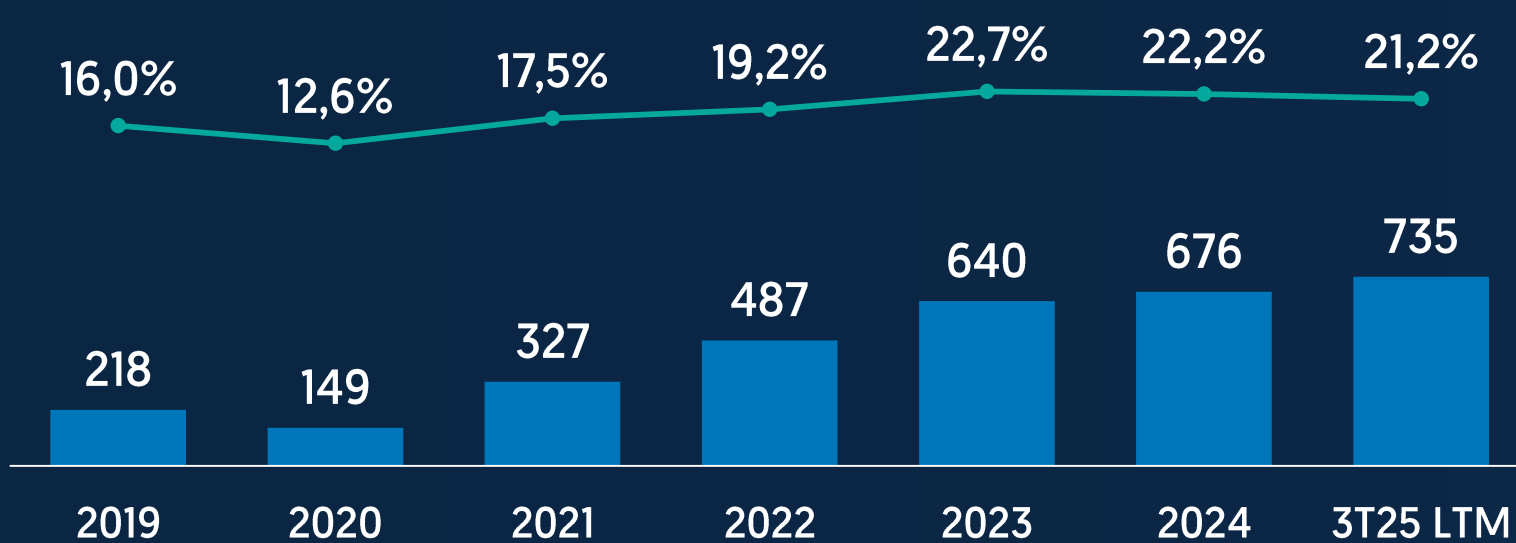
LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

[R\$ MM; %]



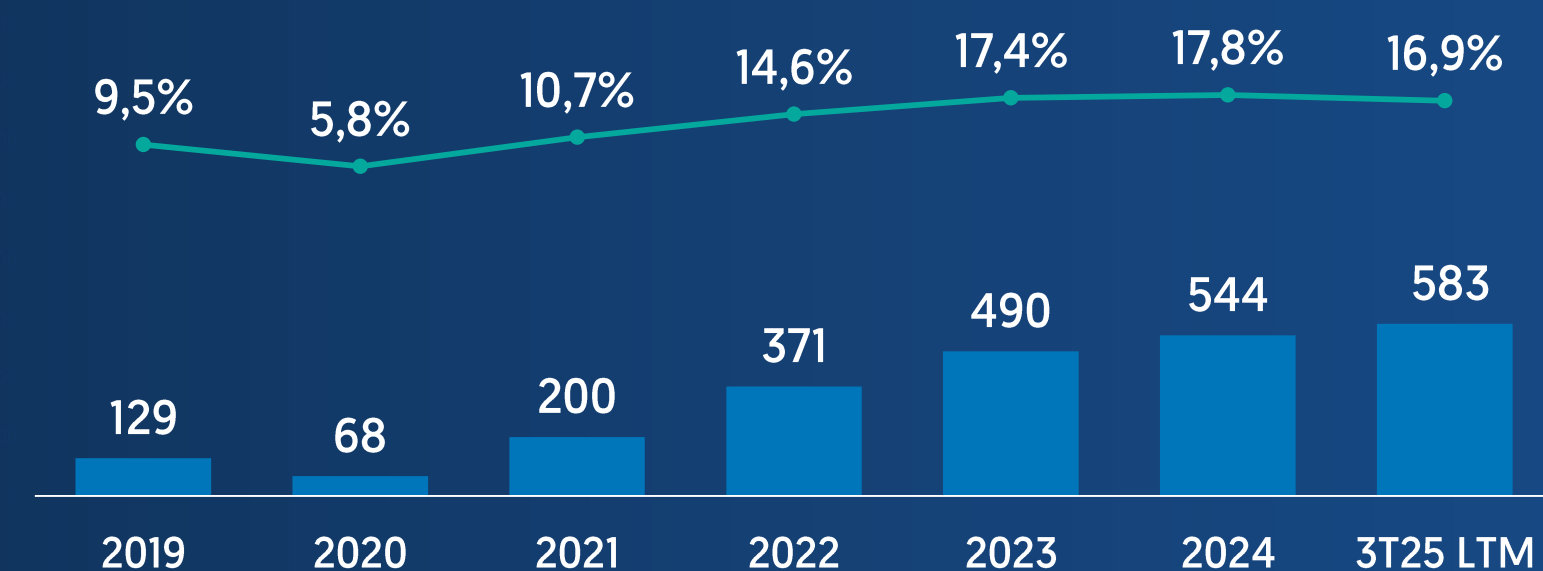
EBITDA E MARGEM EBITDA RECORRENTE

[R\$ MM; %]



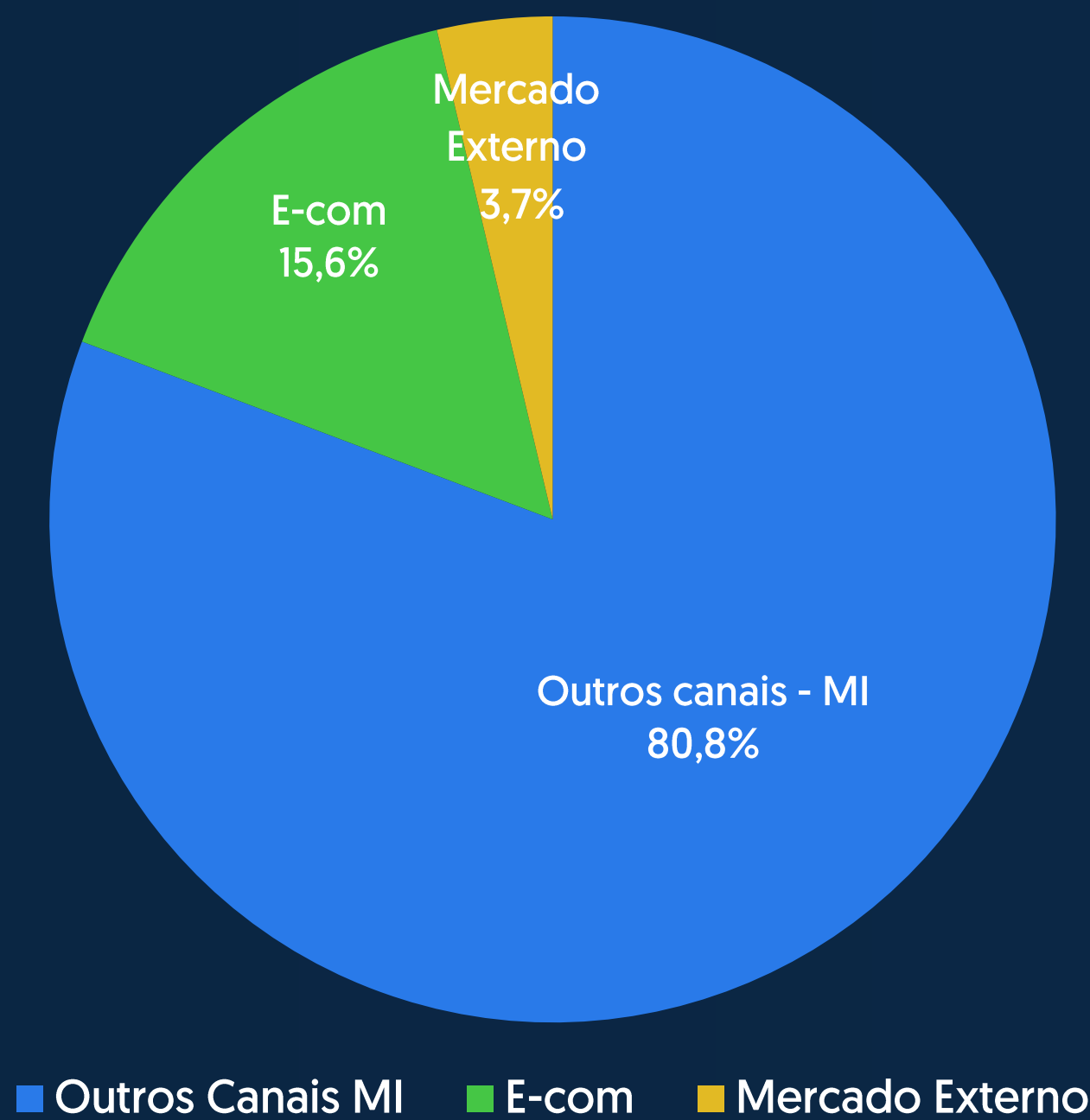
LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE

[R\$ MM; %]

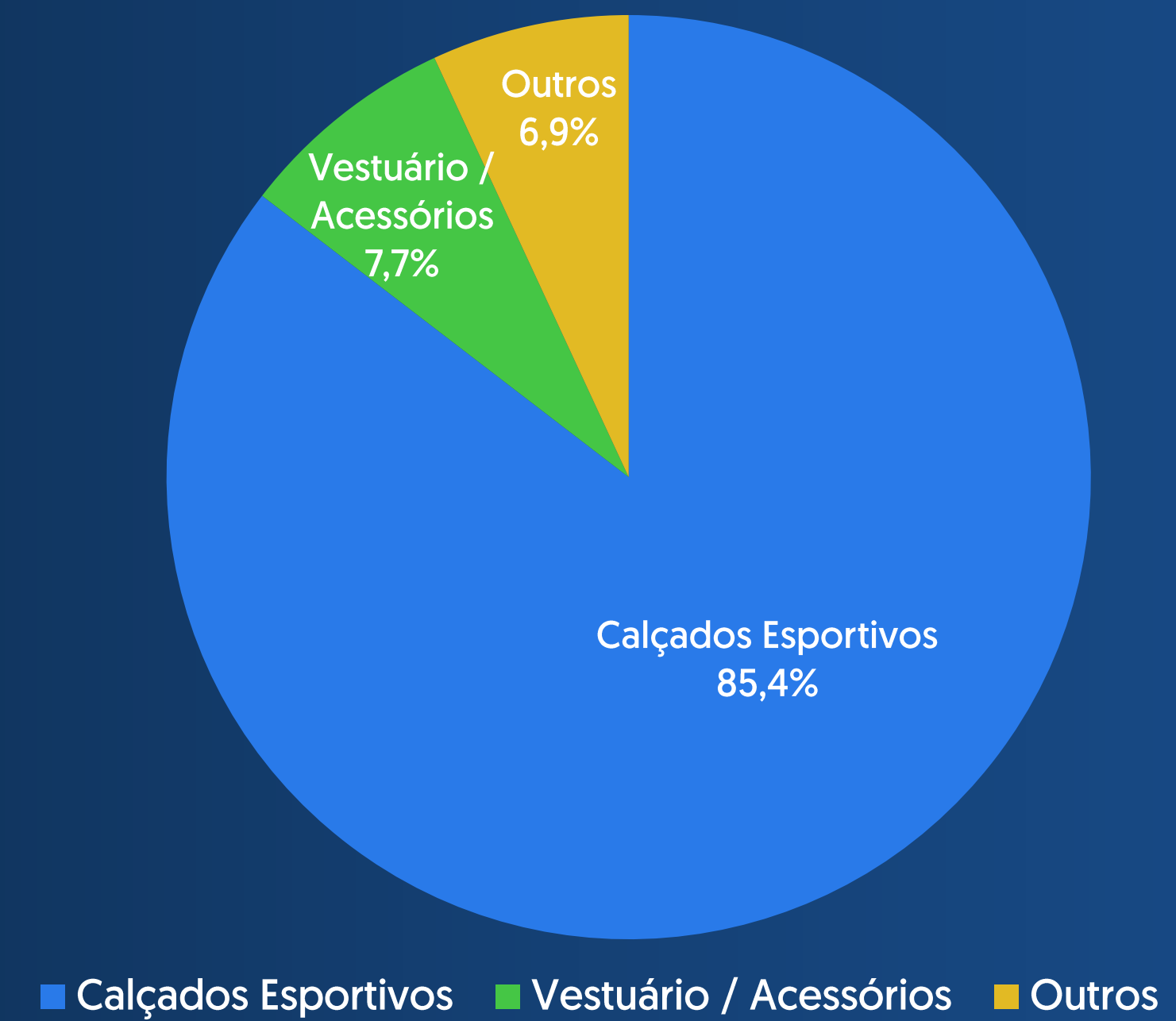


NOSSOS NÚMEROS

RECEITA LÍQUIDA POR CANAL – 3T25 LTM



RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 3T25 LTM



NOSSAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO



AQUISIÇÕES



NOVAS CATEGORIAS



DTC



VESTUÁRIOS E ACESSÓRIOS

VULCABRAS

ADMINISTRAÇÃO JOVEM E EXPERIENTE



Pedro Bartelle
CEO

49 anos
+32 anos de experiência
+25 anos de Vulcabras
+32 anos de Mercado Esportivo



Wagner Dantas
CFO / RI



Rafael Gouveia
Comercial e Canais



Evandro Kollet
P&D



Rodrigo Micelli
Supply e RH



Marcio Callage
Marketing

Idade	45	45	57	54	46
Anos de Experiência	+26	+27	+41	+36	+28
Anos na Vulcabras	+7	+10	+26	+17	+14
Anos no Esportivo	+12	+15	+36	+30	+28

Experiências Profissionais



CONSIDERAÇÕES FINAIS



Empresa atualizada, moderna, inovadora, altamente tecnológica, flexível, ágil, capaz de absorver novos negócios

Administração jovem, experiente, pronta absorver novos negócios

Operação rentável, desalavancada, geradora de caixa, focada em alocação de capital geradora de valor e dividendos

Verticalizada e se aproximando cada vez mais do consumidor

**MUITO PRAZER, NÓS SOMOS A VULCABRAS.
E VIVEMOS PARA O ESPORTE.**

VULCABRAS

 vulcabras.com
 vulcabras.official
in vulcabras



 vulcabras.com
 vulcabras.oficial
 vulcabras

 **VULCABRAS**



GLOBAL SPORTECH

BUILD A BETTER COUNTRY
THROUGH SPORT.

ONE OF THE LARGEST FOOTWEAR MARKETS IN THE WORLD

Brazil is the 4th largest market in the world with 801,0 million¹ pairs consumed per year

MARKET WITH STRONG GROWTH POTENTIAL

Brazil occupies the 43rd position in terms of pairs per inhabitant with 3.8 pairs².

Considering only Athletic footwear, the consumption is 0.4 pairs per inhabitant²

ATHLETIC FOOTWEAR MARKET

expanding and full of opportunities

ADDRESSABLE MARKET EXPANSION

Only 30% of the Brazilian population practices physical activities today³.

SPORTS SEGMENT IN CONTINUOUS EXPANSION

The share of the population engaging in physical activity in Brazil grew by 33% over the last 5 years⁴

EXPANSION OF SPORTS LIFESTYLE CONSUMPTION

Consumption of sports lifestyle products has grown post pandemic and continues to expand

Source:

¹ Footwear industry sector report | Brasil 2024

² Footwear industry sector report | Brasil 2023

³PNS 2019 | Vigitel Brazil 2006-2023

⁴ World Footwear Estimate

RUNNING IN BRAZIL

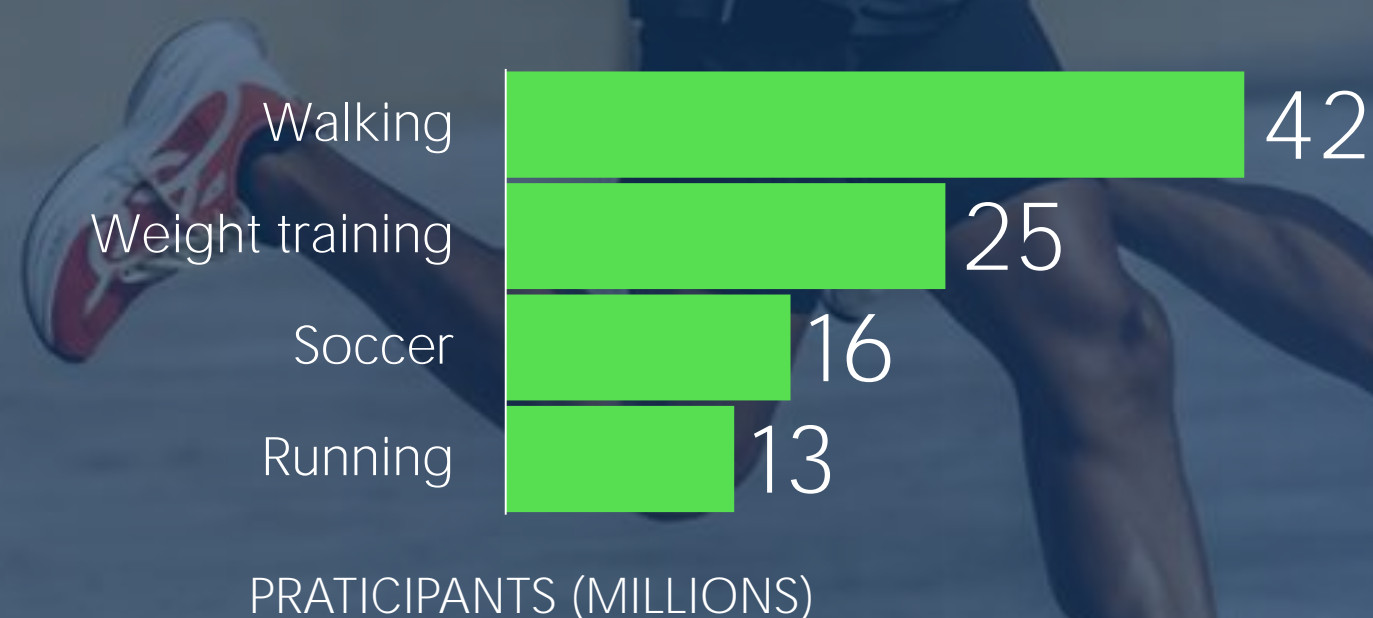
Much more than a sport.

How many
brazilians
run?



13 million people
in Brazil run regularly.
About 6% of the population¹.

Running is the
4th most
practiced
sport in Brazil



RUNNING IS A LIFESTYLE

77% see running as a lifestyle,
not just a sport.

50% agree that “making friends and meeting
new people is the best part of running.”

40% use one or more accessories (caps, pocketed
shorts, polyamide socks, waist packs).

97% wear proper running shoes.

55 million people run or walk regularly.

¹Source: Olympikus & Box 1824 Research — “Por Dentro do Corre” Report”

RUNNER PROFILE



Gender
42% women | 58% men

Age
58% between 18 and 45 years old | 42% over 45 years old

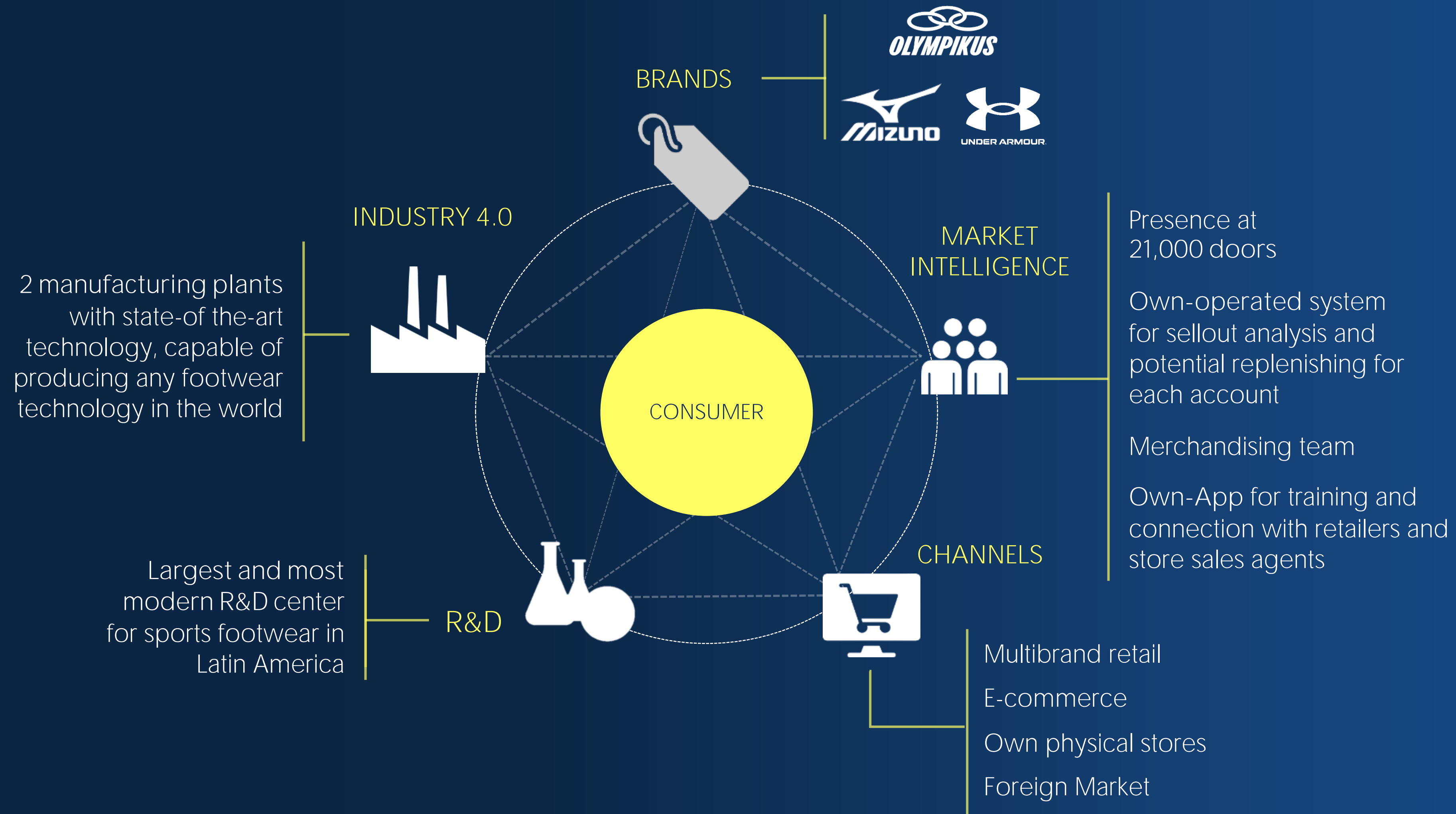
Social Class
64% class A/B | 36% class C

75%
started running
after 2021/2022

More than 7 decades, building a unique expertise, full of innovation, technology and market reference brands



BUSINESS MODEL





RESEARCH & INNOVATION

The largest footwear Research & Development center in Latin America

+20,000 m²
Laboratory, Design Center,
Complete mini factory, Virtual
reality, Materials research

+700 PROFESSIONALS
professionals Designers,
Researchers and Engineers
dedicated to R&D

+ 800 NEW SPORTS MODELS
developed per year

OPEN INNOVATION PLATFORM
Partnerships with universities and
international collaborations

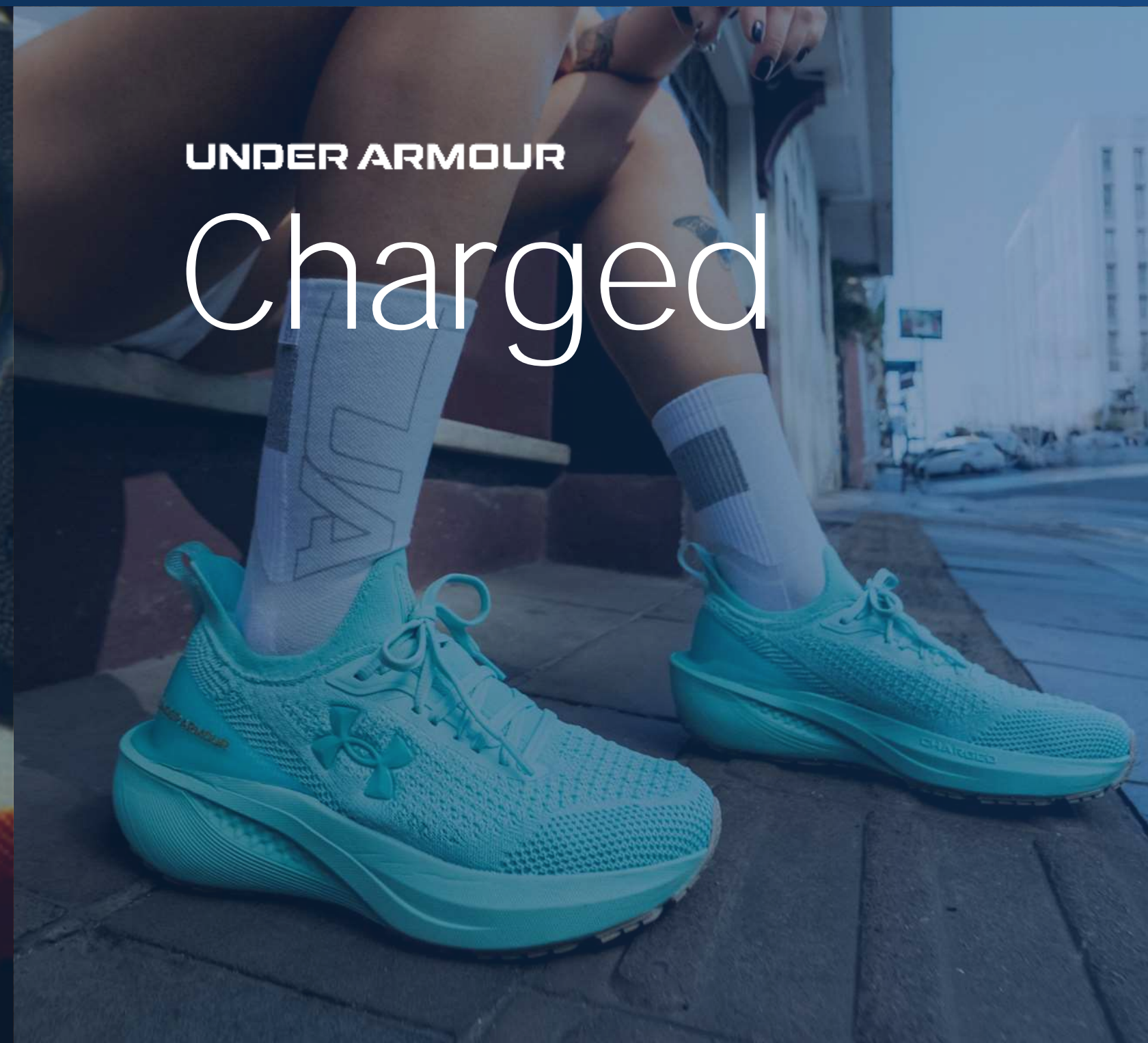
**AWARD-WINNING AND
CERTIFIED PRODUCTS**
by the main market
appraisers and institutes

INNOVATION AND WORLD-CLASS TECHNOLOGY
FOR THE MIZUNO, OLYMPIKUS AND UNDER ARMOUR BRANDS



OLYMPIKUS

Carbon G



UNDER ARMOUR

Charged



Mizuno

Energy

Graphene carbon plate that offers greater propulsion and durability. Lightweight, stable, and ultra-responsive, it was developed for maximum running performance.

New cushioning technology developed in Brazil and deployed globally with Under Armour. It enhances shock absorption and energy return for athletes.

High-performance responsive foam that combines cushioning, lightness, and energy return for a more comfortable and efficient run.

INDUSTRY 4.0 WITH CUTTING EDGE TECHNOLOGY

Ensuring agility in supply chain
and point-of-sale replenishment.



MODERN INDUSTRIAL PARK
capable of producing the most
advanced footwear technology in
the world

**+ 25.6 MILLION PAIRS
PRODUCED IN 2024**

+ R\$ 726 MILLION IN CAPEX
invested in industrial modernization
and R&D over the past 5 years

Lead time between order
confirmation and production
of **ONLY 5 WEEKS.**

SHORTER TIME-TO-MARKET
compared to international
competitors.

VERTICALIZATION AS A COMPETITIVE DIFFERENTIAL

	National Footwear from Vulcabras brands	International brands' footwear	Benefit for the market
From development to market delivery	4 months	12 months	Quick identification of the latest market trends and minimum term to launch the product at the point of sale
Service deadline	5 weeks	6 months	Placing the order close to the sale increases the assertiveness of the purchase and enhances the sale
Delivery grid	Flexible (6 pairs or more)	Without flexibility (12 pairs or more)	Flexibility for retailers to adjust orders and reduce excess inventory of different sizes.
Excess of inventory Lead to liquidations	Low	High	Higher margins for retail
Increase in business	Immediate replenishment	No replenishment in less than 6 months	Oriented replenishment based on product rotation

BROAD COMMERCIAL STRUCTURE



DIRECT SERVICE

Monitoring more than 50% of our client base to ensure constant sell-out tracking, improving restocking accuracy and speed

MARKET INTELLIGENCE

Mapping the store profile, inventory levels, right assortment, SWOT analysis and potential design of each account

+10,000
active clients

46 REPRESENTATION OFFICES

326 SELLERS
of all brands

ACTIVE PRESENCE AT THE POINT OF SALE

Largest merchandising team in the sports market

21 THOUSAND POINTS OF SALE supported by the trade structure

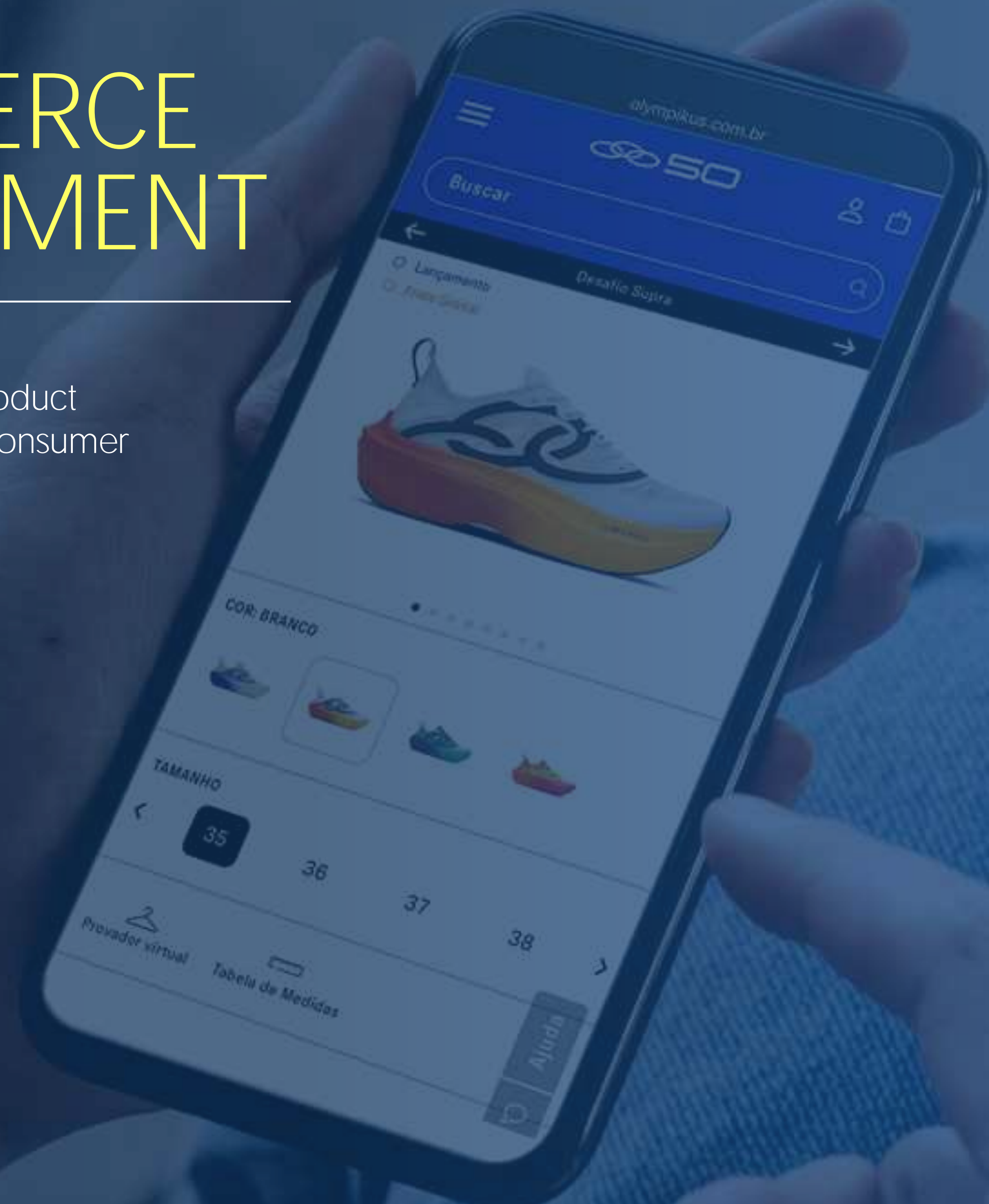
324 THOUSAND merchandising pieces produced annually

96 THOUSAND SALESPEOPLE trained on all brands

NATIONAL COVERAGE with a trade team of 92 promoters and merchandizers

E-COMMERCE MANAGEMENT

Complementary strategy to wholesale, expanding the product offering and enhancing the consumer experience.



35.7% GROWTH
in net revenue (9M25 x 9M24)

Presence in the **13 LARGEST MARKETPLACES** of Brazil

DEDICATED LOGISTICS OPERATION exclusively to serve the Company's e-commerce (Extrema/MG)



DISTRIBUTION CENTER

Extrema/MG



+ 21,500m²

+75,000
storage addresses

Current production of
12.5 THOUSAND
pairs and pieces/day
(70% Footwear x 30% apparel and accessories)



MARKETING

Real engagement with those who live and breathe sports

STRATEGIC AND COMPLEMENTARY BRAND MANAGEMENT

Each brand has a clear territory, with its own identity, defined audience, and strategies built through active listening, innovation, and connection with each user profile.

REAL CONNECTION

Partnerships with athletes, experts, and content creators strengthen credibility, boost engagement, and deepen our presence in environments where sport truly happens.

OPEN INNOVATION

Active listening to connect with trends and co-create products.

PROPRIETARY BRAND ACTIVATIONS AND EVENTS

Initiatives that bring brands into the calendar of those who move through sport.

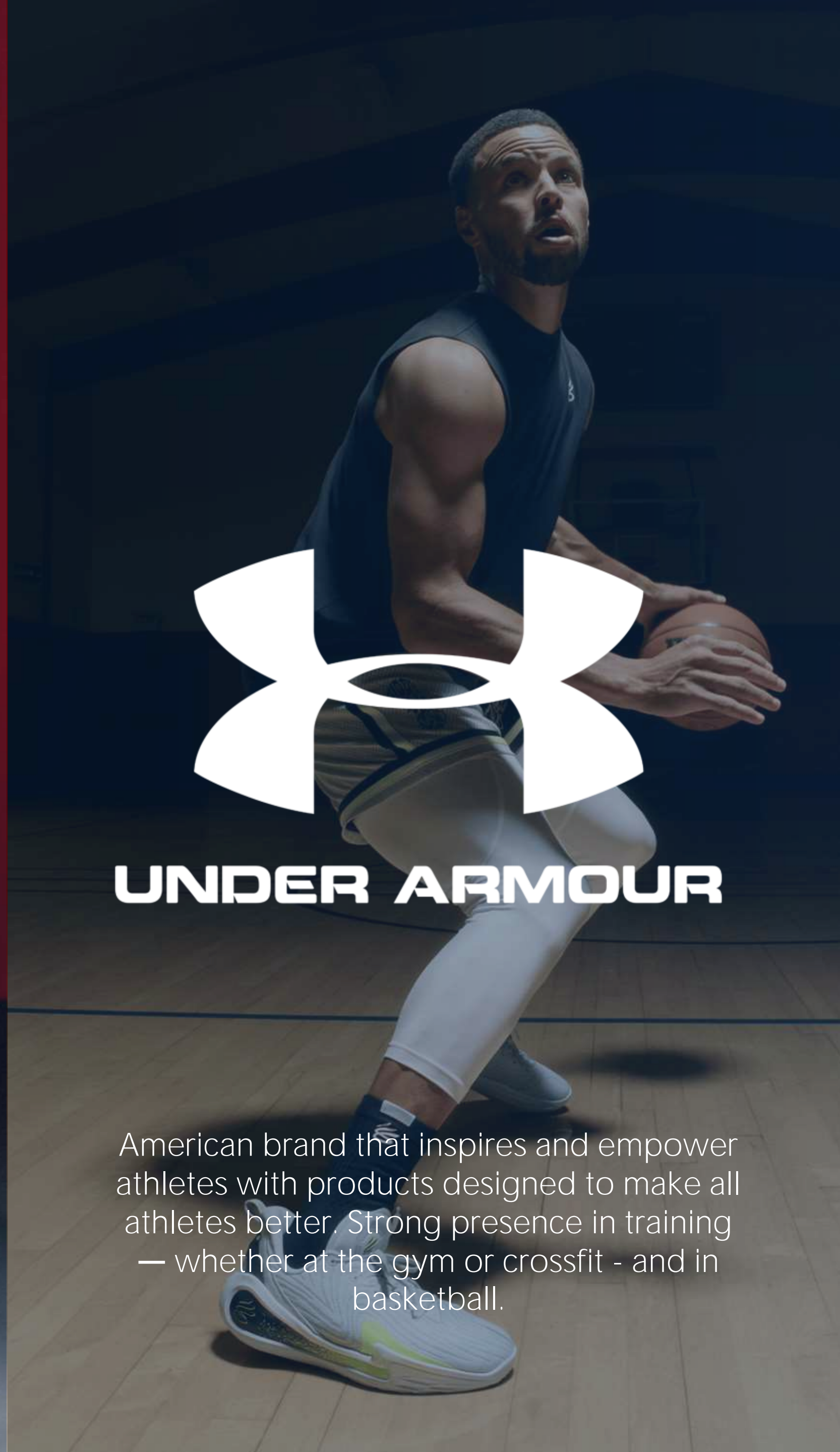
ROLE SHIFT

Brands has moved from being “advertisers” to become true partners and enablers of real stories.



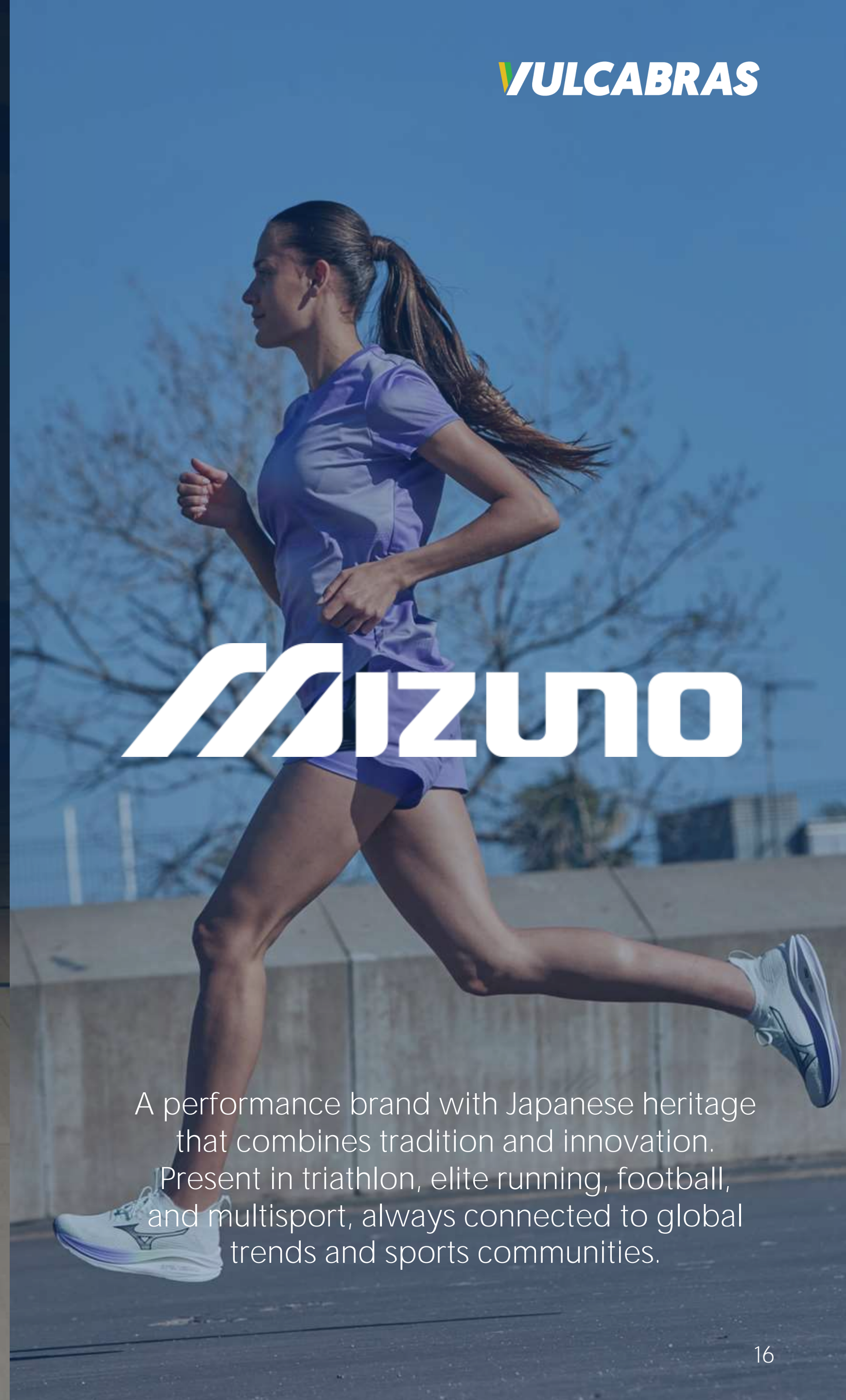
OLYMPIKUS

A Brazilian brand that democratizes technology and high performance in running, offering great cost-benefit and genuine connection with the community.



UNDER ARMOUR

American brand that inspires and empower athletes with products designed to make all athletes better. Strong presence in training — whether at the gym or crossfit - and in basketball.



MIZUNO

A performance brand with Japanese heritage that combines tradition and innovation. Present in triathlon, elite running, football, and multisport, always connected to global trends and sports communities.

OLYMPIKUS CASE

Brazilian brand, competing toe-to-toe in the global sporting goods arena

DEMOCRATIZING SPORTS , now also AT THE ELITE LEVEL OF RUNNING

Brazilian leading brand in sales volume and THE MOST USED BY BRAZILIAN RUNNERS ON STRAVA (2024, 2024 and 2025)*

Earning the confidence of the MARKET, ATHLETES, EXPERTS AND PUBLIC OPINION

RUNNING PERFORMANCE category represents 23.4% OF THE **BRAND'S REVENUE**

Top 6 finishes in the 42km race at the 2025 São Paulo Marathon



THE CHALLENGE OF CREATING A HIGH-PERFORMANCE RUNNING SHOE FOR BRAZILIANS



Proving to the running community that, when it comes to innovation, Brazil can produce world-class sports technology.

OPEN INNOVATION

RUNNING COMMUNITY

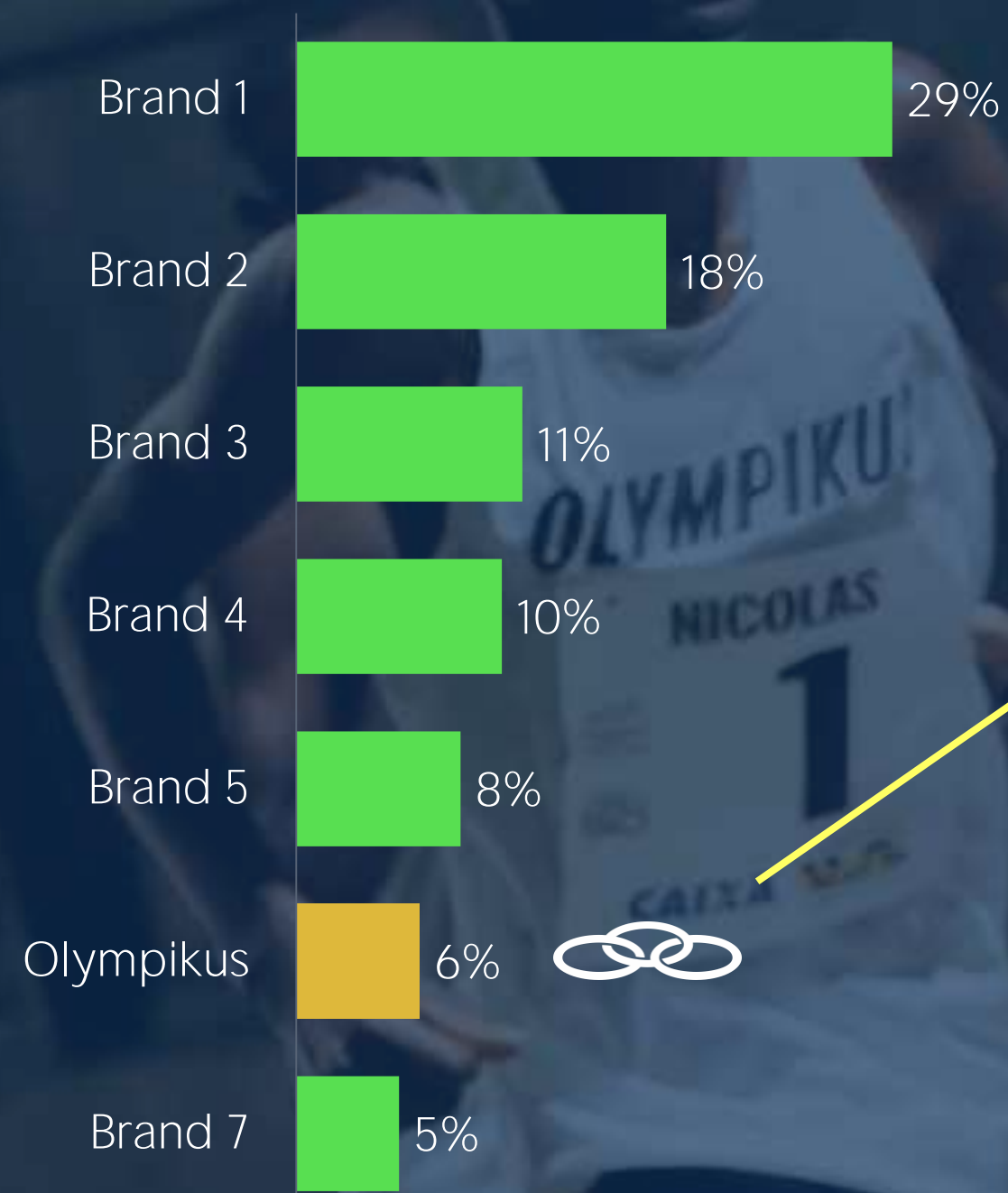
+

VERTICALLY INTEGRATED BUSINESS MODEL

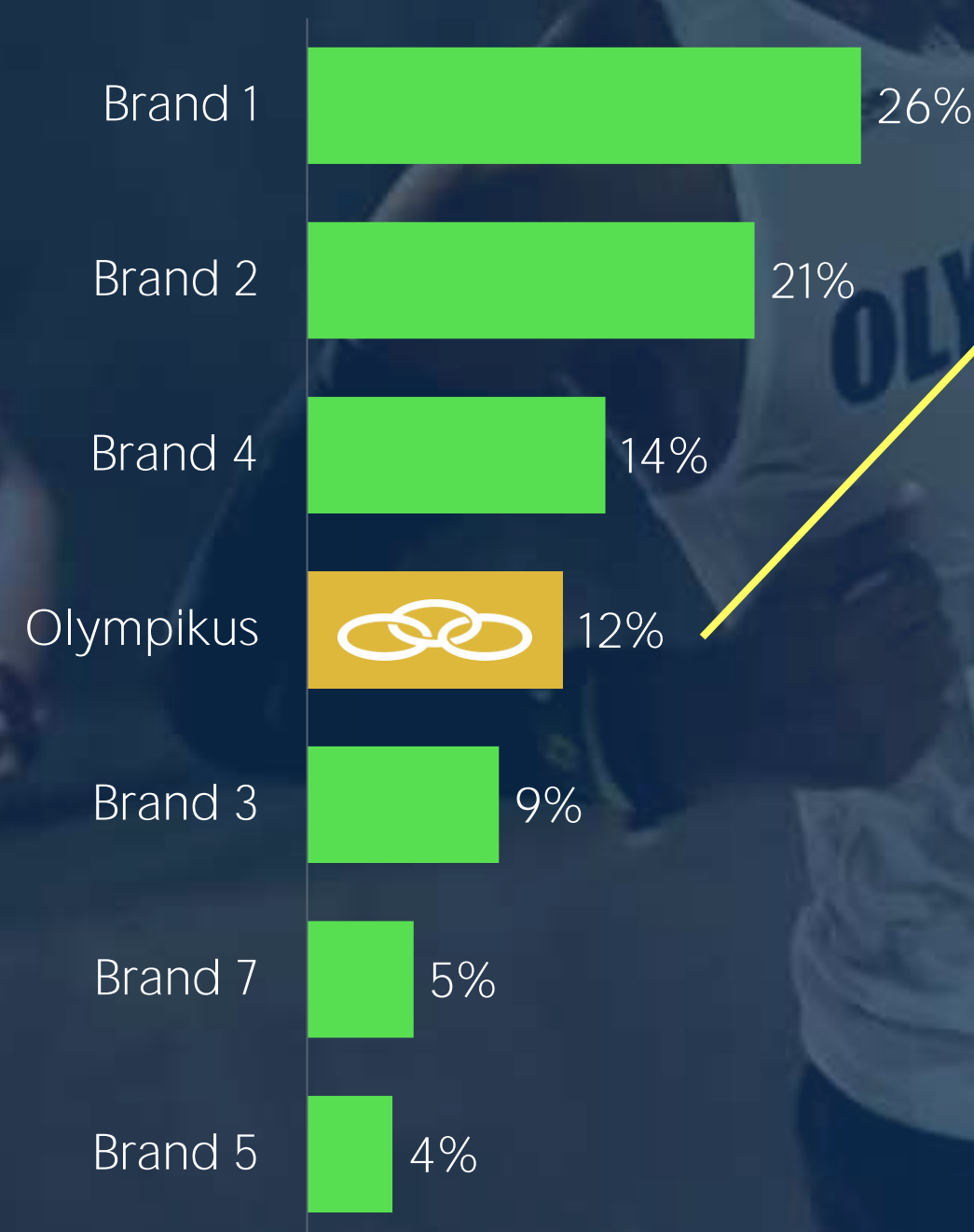
INTERNATIONAL MARATHON OF SÃO PAULO

Olympikus Growth

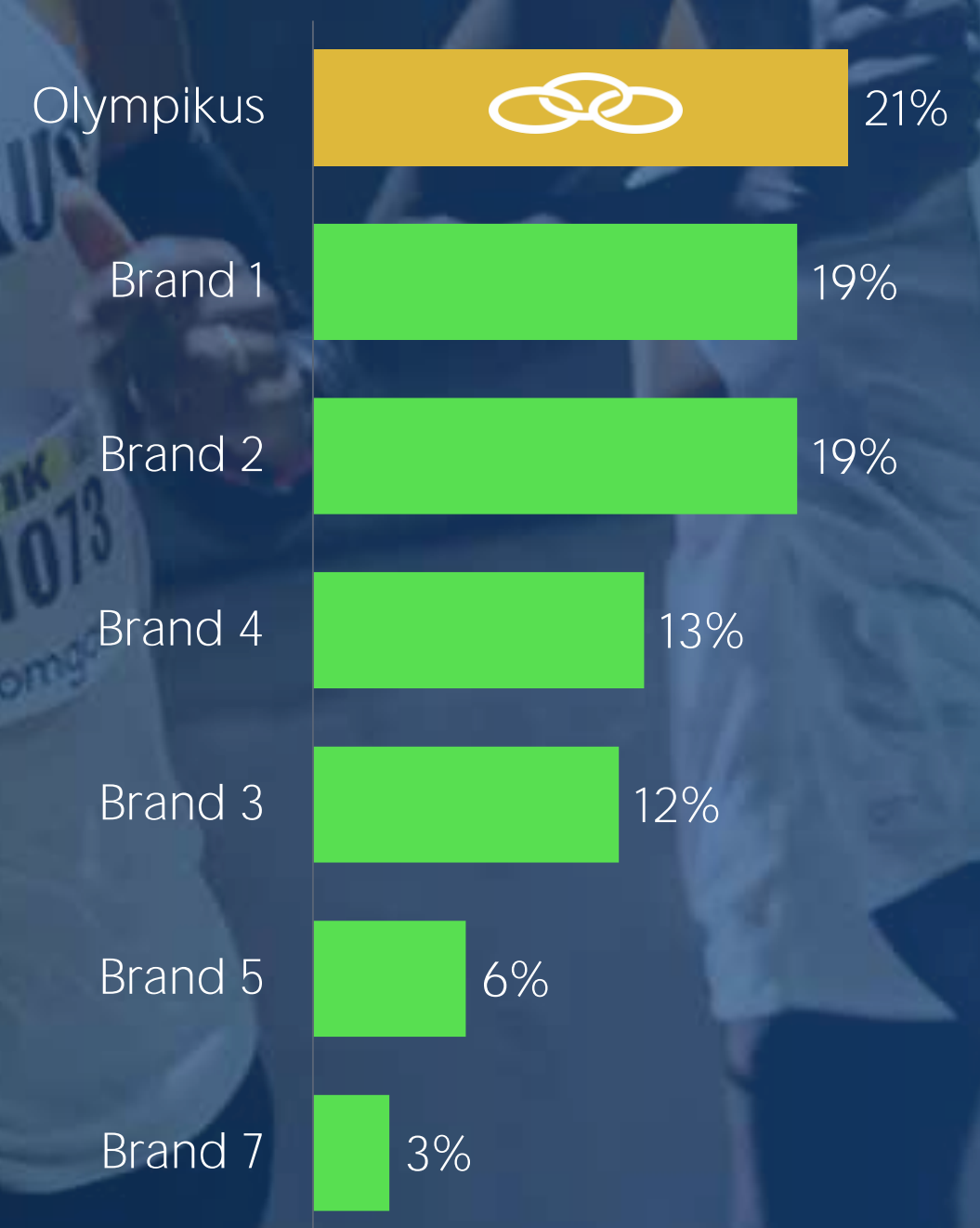
OVERALL – SP MARATHON 2022



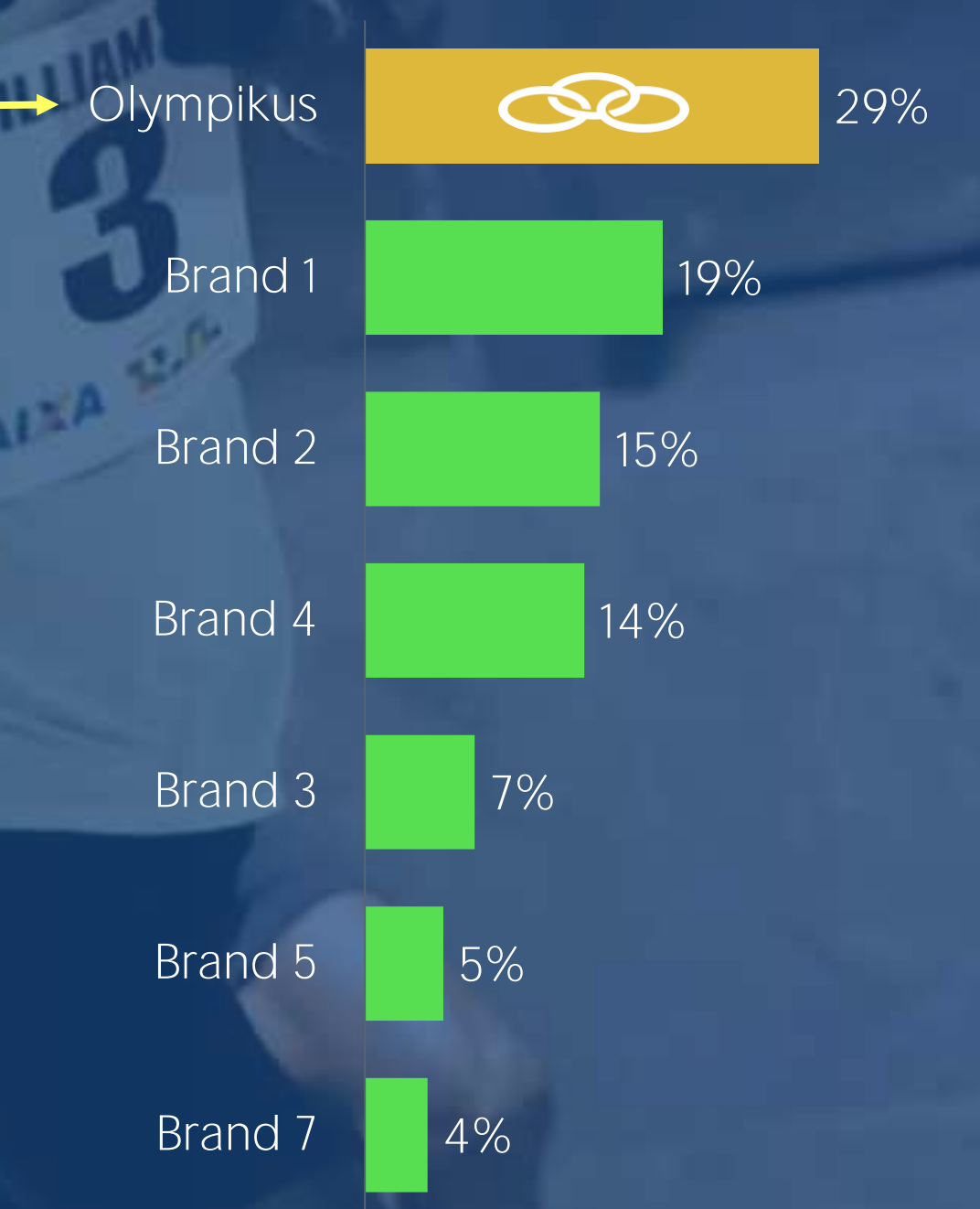
OVERALL – SP MARATHON 2023



OVERALL – SP MARATHON 2024



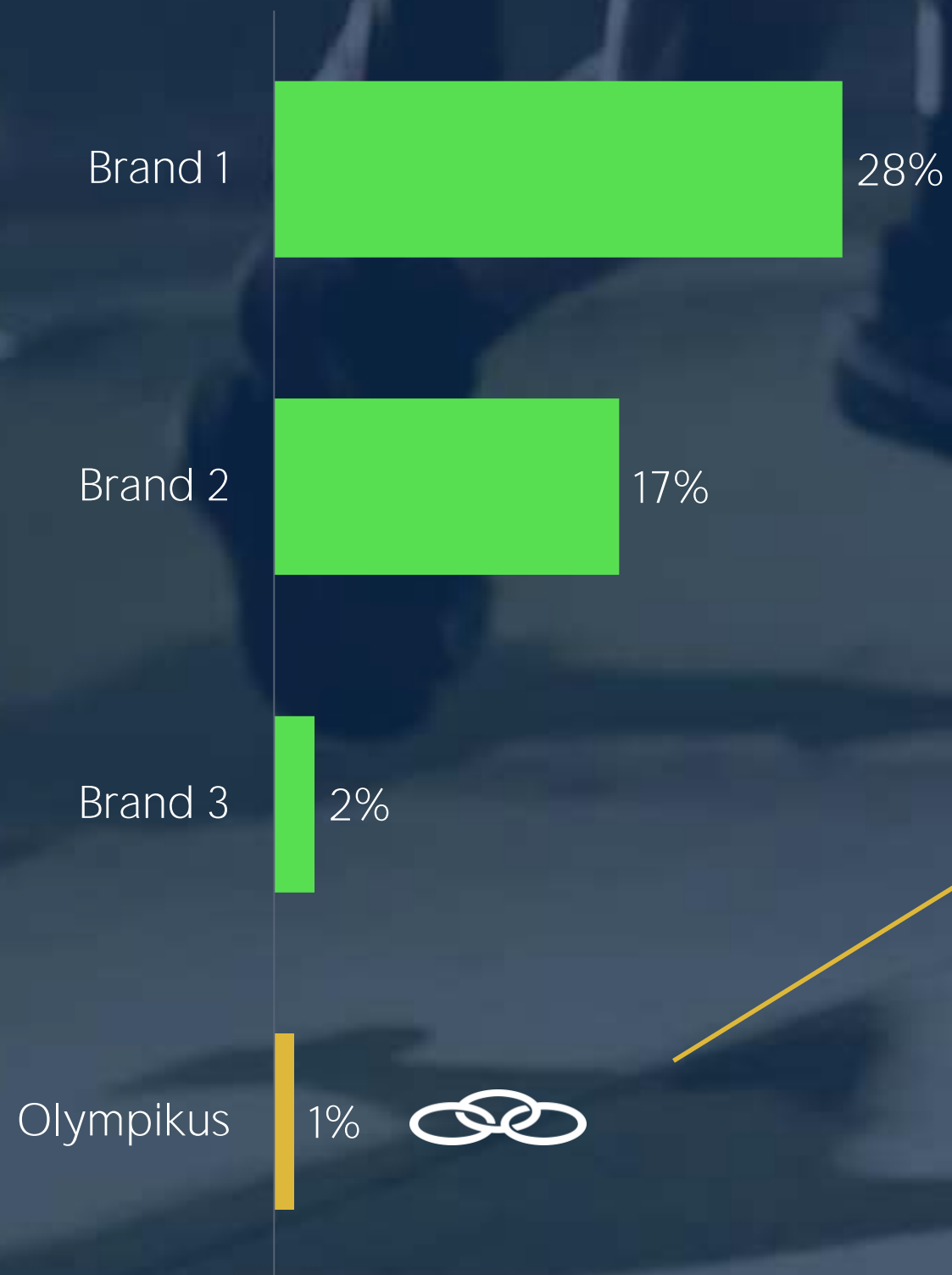
OVERALL – SP MARATHON 2025



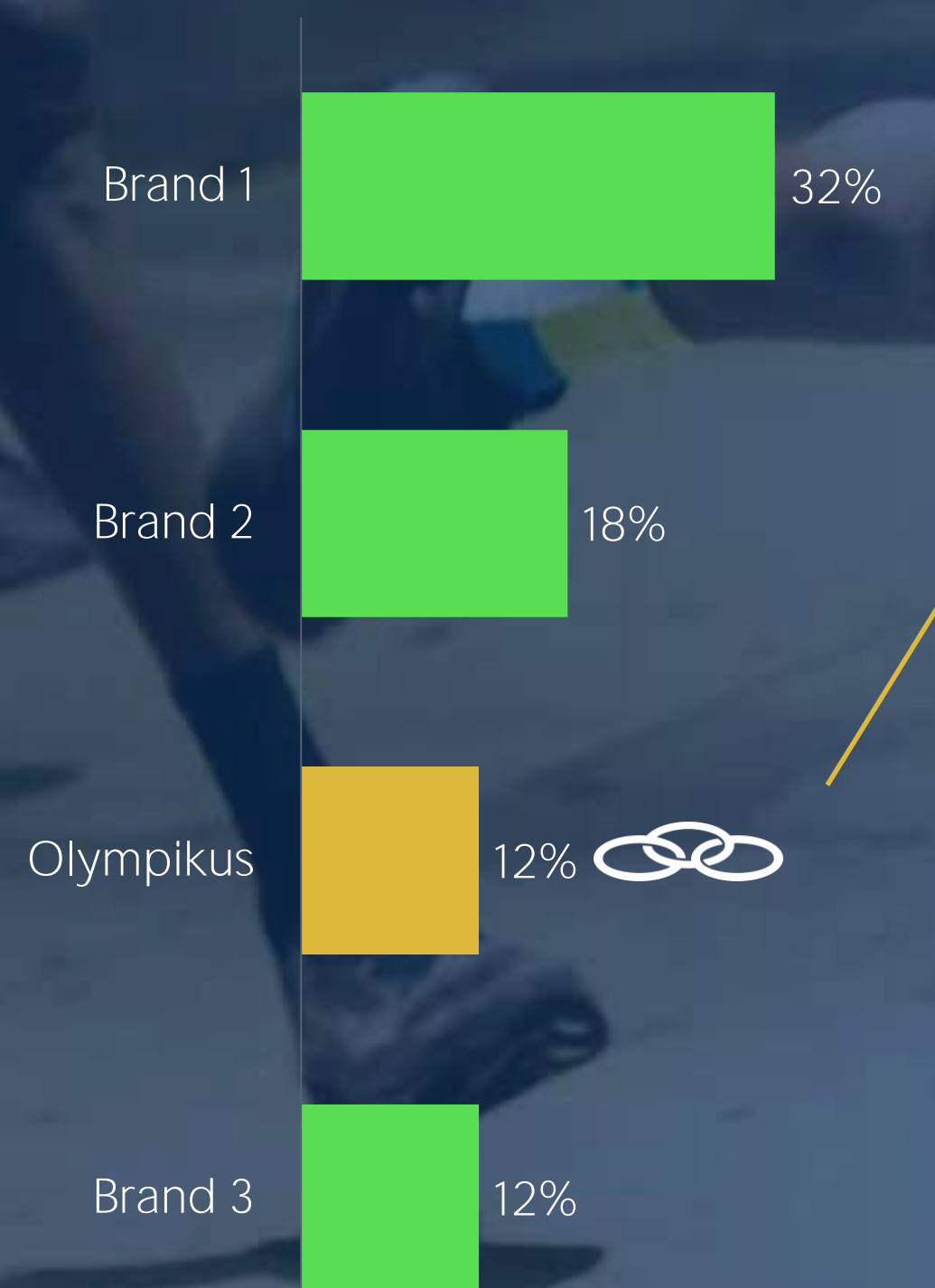
INTERNATIONAL MARATHON OF PORTO ALEGRE

Olympikus Growth

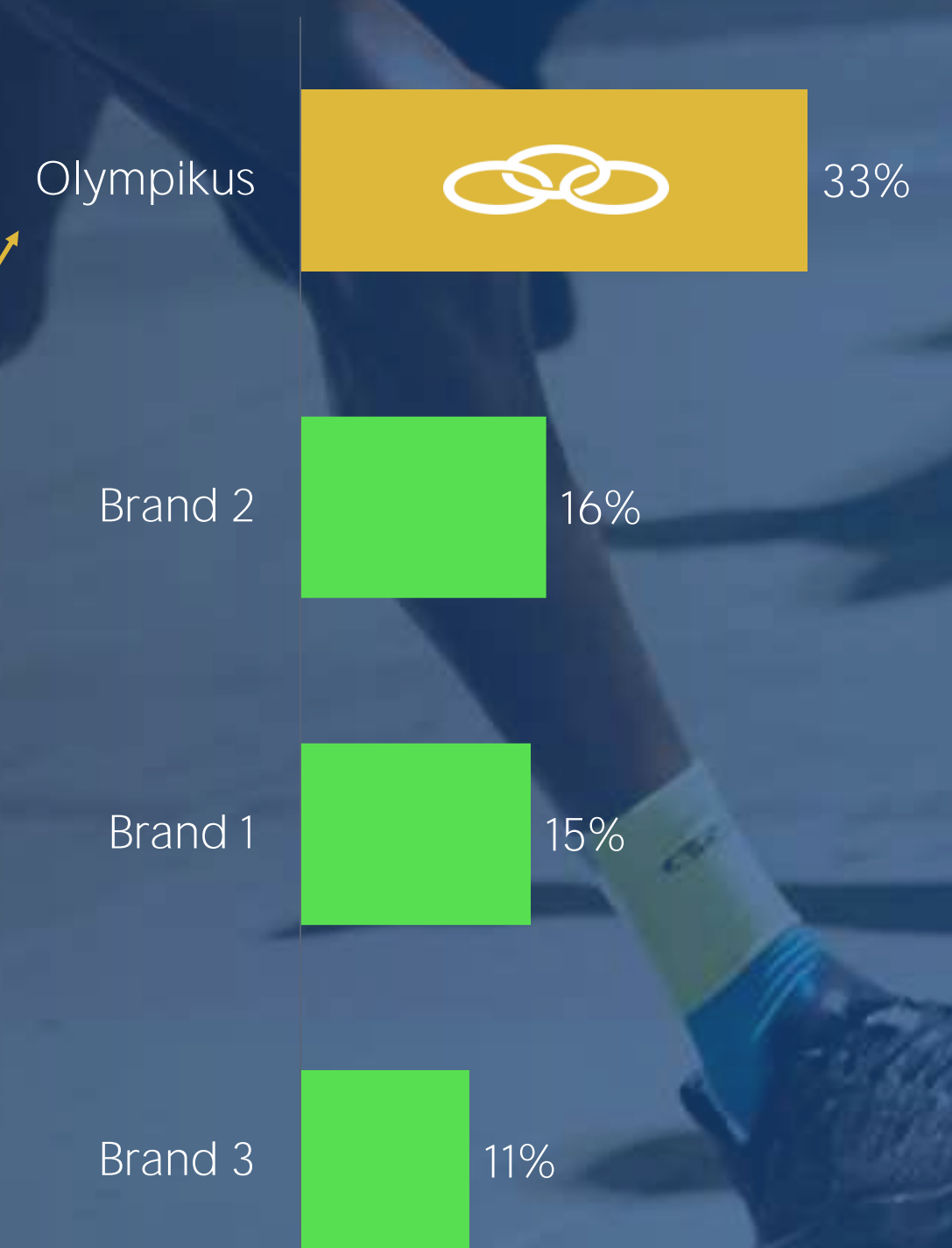
OVERALL – POA MARATHON 2022



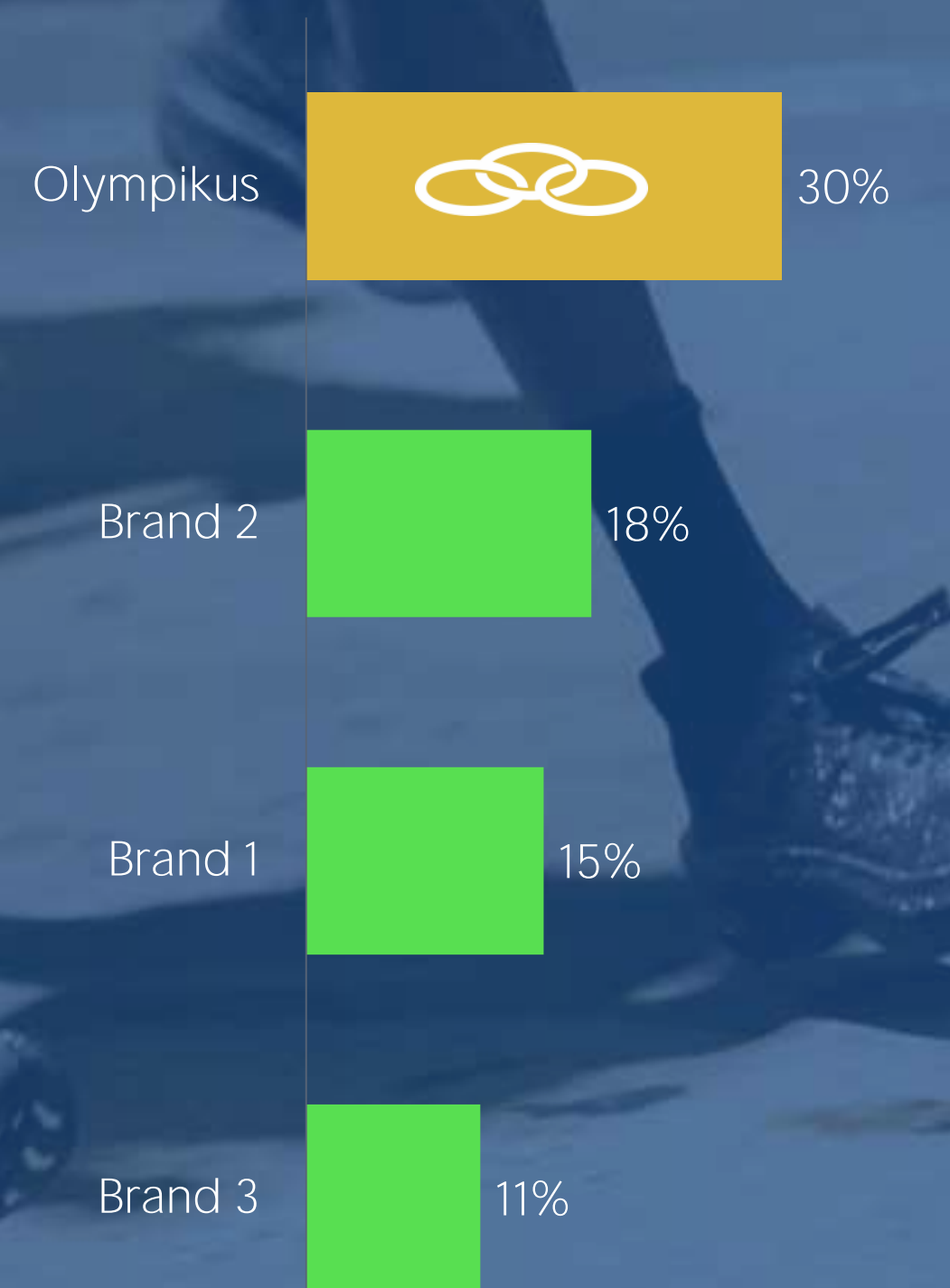
OVERALL – POA MARATHON 2023



OVERALL – POA MARATHON 2024



OVERALL – POA MARATHON 2025



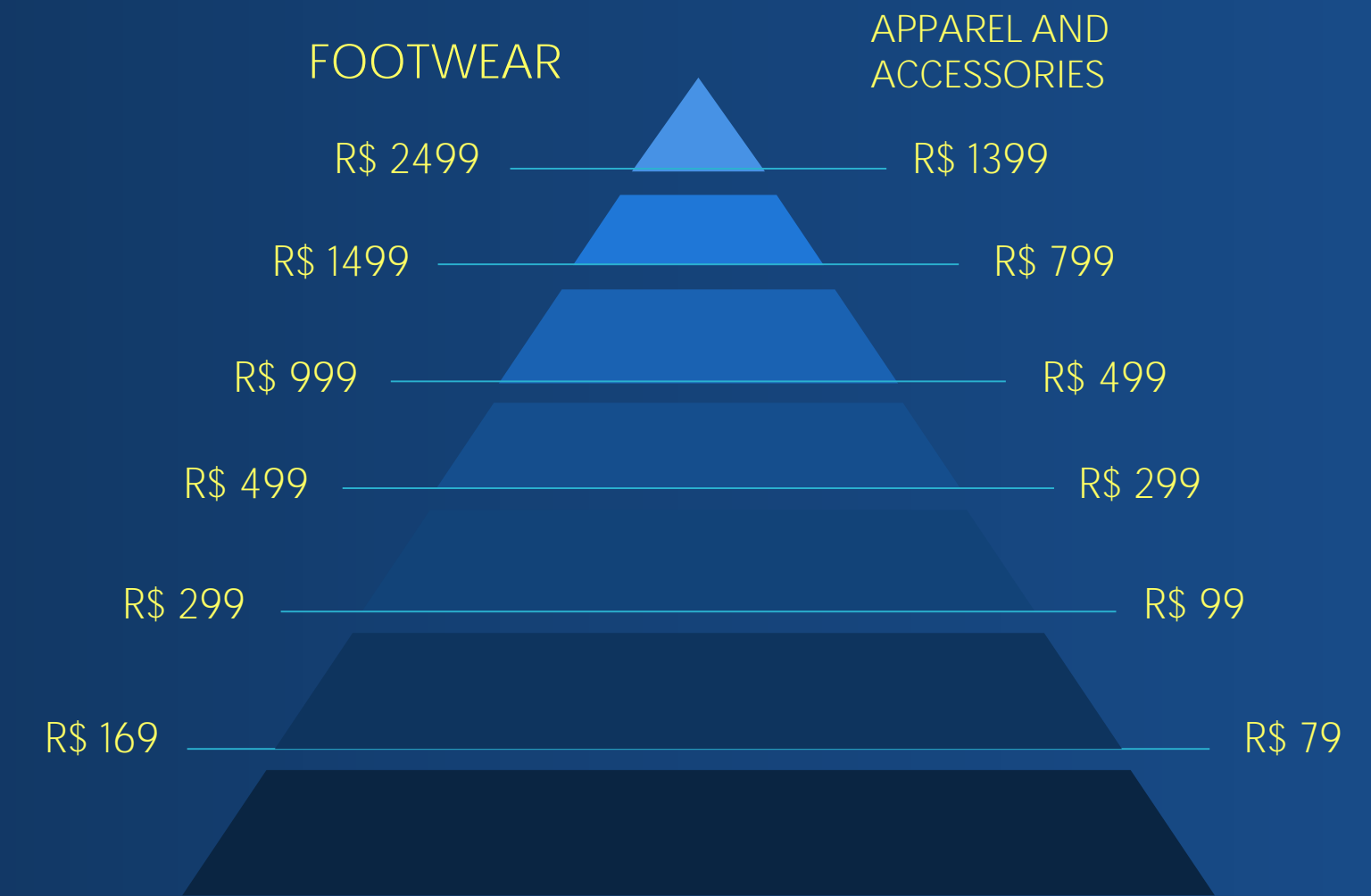
STRAVA

OLYMPIKUS CORRE

FOR THE 2ND CONSECUTIVE YEAR, THE MOST RUNNING SHOE BY BRAZILIAN RUNNERS ON STRAVA, ACHIEVING OVER 100 PODIUMS IN THE COUNTRY'S MAIN MARATHONS IN 2023 AND 2024.

STRATEGIC AND COMPLEMENTARY BRAND MANAGEMENT

Pricing strategy for all consumer profiles



OUR BRANDS



Democratize technology and the sporting lifestyle



High performance for all runner profiles



Multicategory focused on the entire athlete's journey

SUSTAINABILITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY

ENVIRONMENT

Our factories are powered by **WIND ENERGY**

100% EFFLUENTS TREATED at all units, and **66% REUSED** at the Horizonte unit (CE)

97% of the direct waste from the production process are **RECYCLED, REUSED OR CO-PROCESSED**

SOCIAL

127,309 CHILDREN AND ADOLESCENTS impacted by social programs supported by the company since 2021

Training of **1,028 YOUNG PEOPLE PER YEAR** in the SENAI training program at the units

+559,882h OF ANNUAL TRAINING for employees and leadership training in 2024

SPORTS PRACTICE INCENTIVE PROGRAM in partnership with Wellhub (formerly Gympass) achieving **OVER 342,497 TRAININGS SECTIONS PER MONTH** by our employees in 2024

FINANCIAL HIGHLIGHTS

21TH QUARTER CONSECUTIVE GROWTH (3Q25)

4.0 BI

GROSS REVENUE 3Q25 LTM

16.9%

RECURRING NET
MARGIN 3Q25 LTM

583.3 MI

RECURRING NET
INCOME 3Q25 LTM

21.2%

RECURRING EBITDA
MARGIN 3Q25 LTM

735 MI

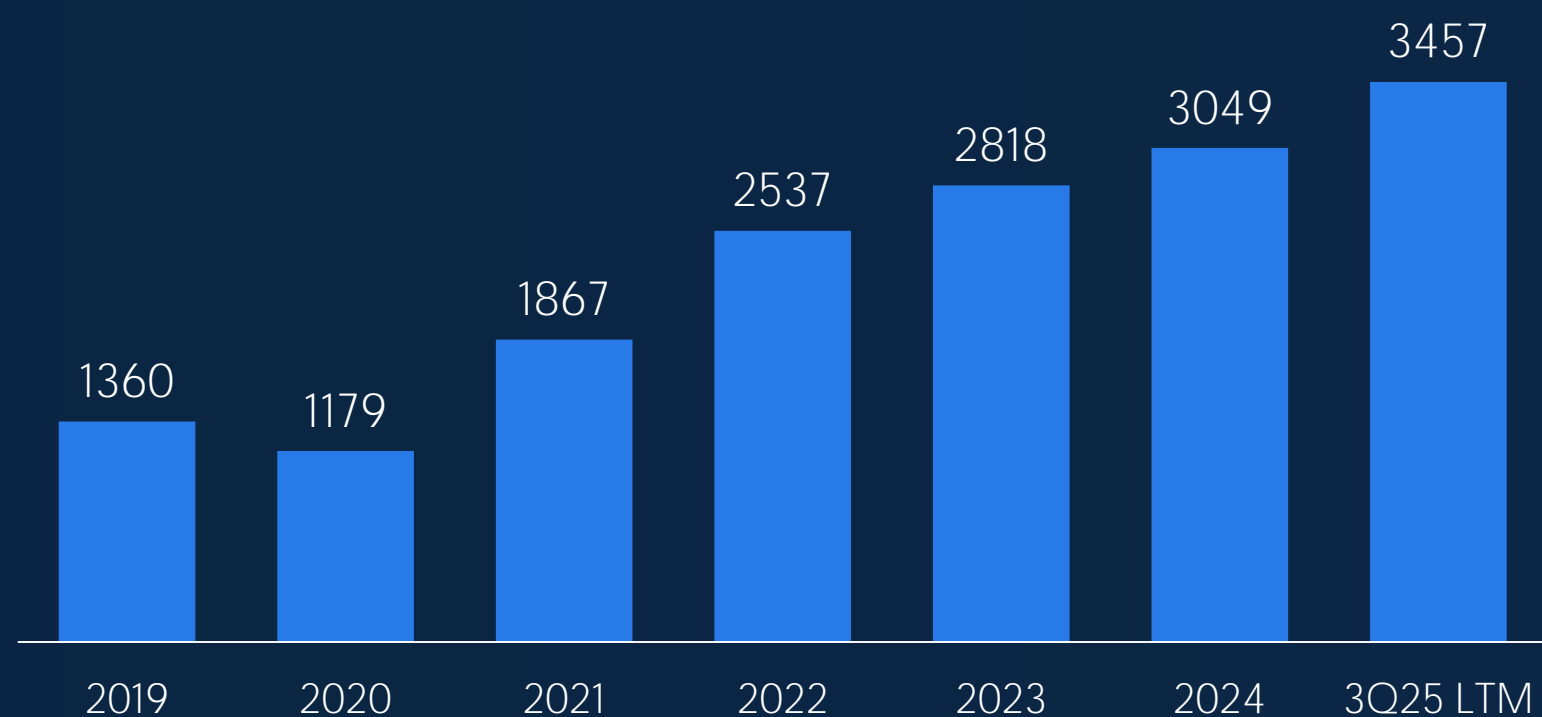
RECURRING
EBITDA 3Q25 LTM

46.2%

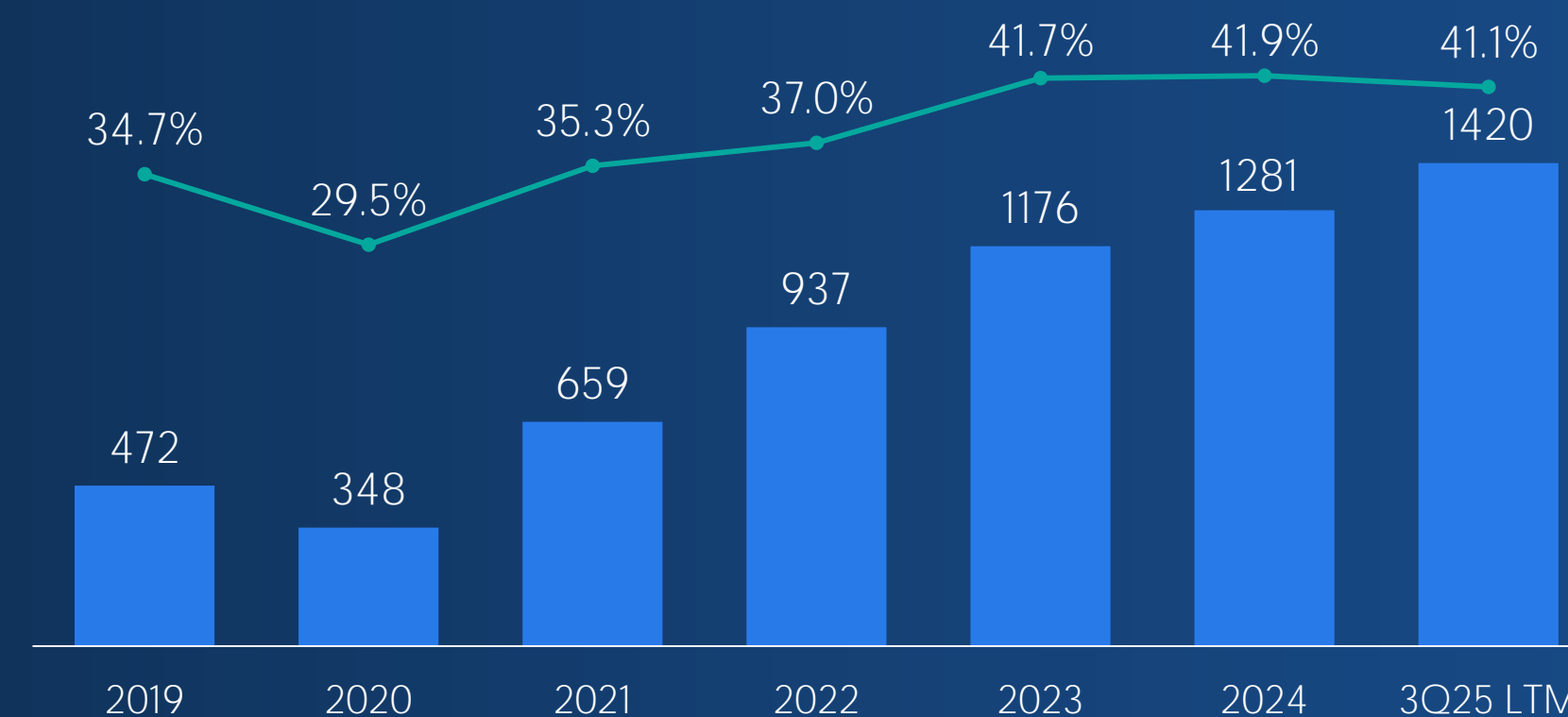
ADJUSTED ANNUALIZED
ROIC 3Q25 LTM

OUR NUMBERS — LTM 3Q25

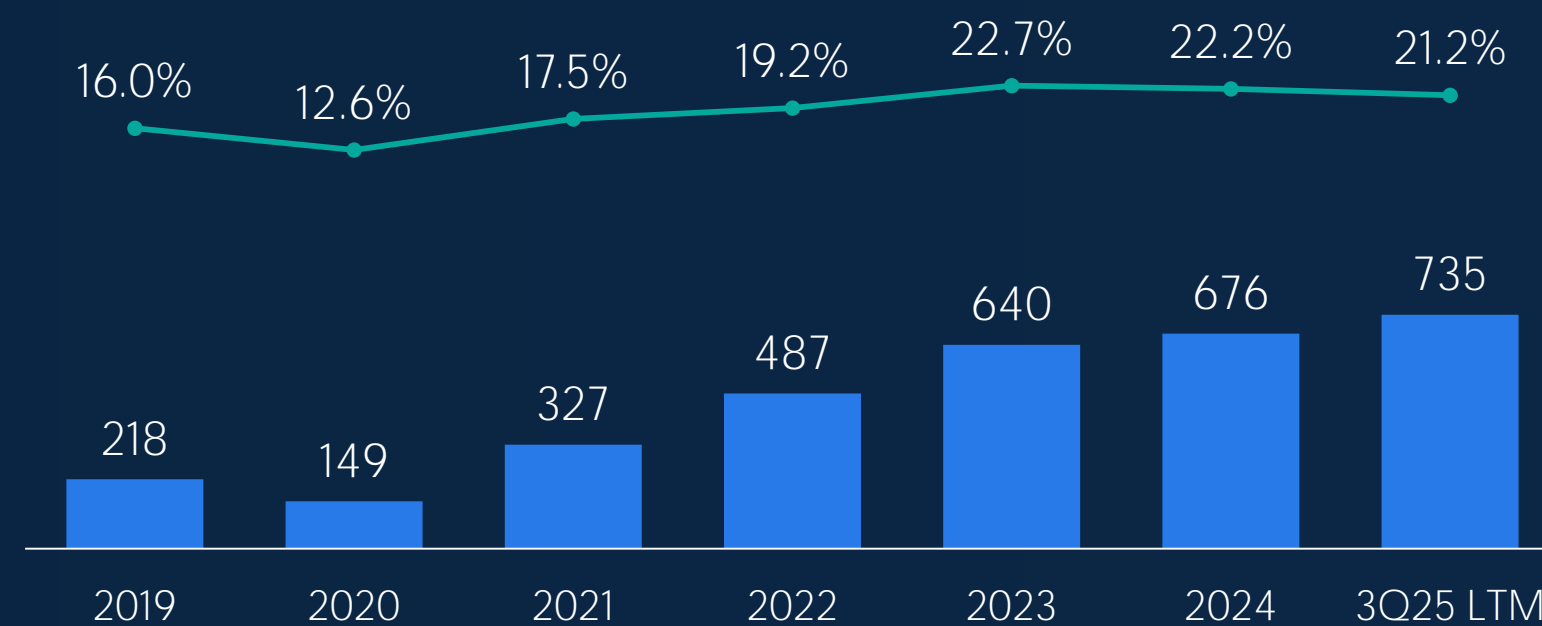
NET REVENUE
(R\$ MM; %)



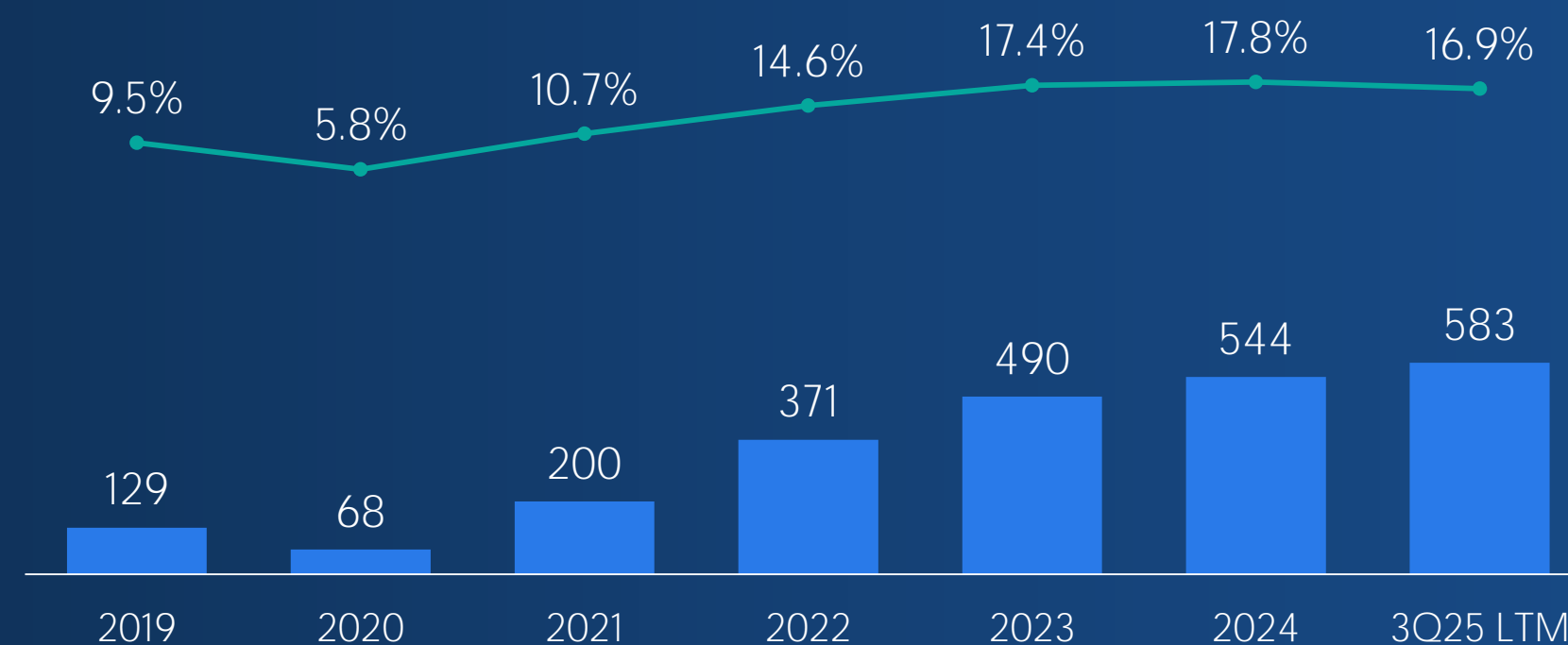
GROSS PROFIT AND GROSS MARGIN
(R\$ MM; %)



EBITDA AND MARGIN EBITDA RECURRING
(R\$ MM ; %)

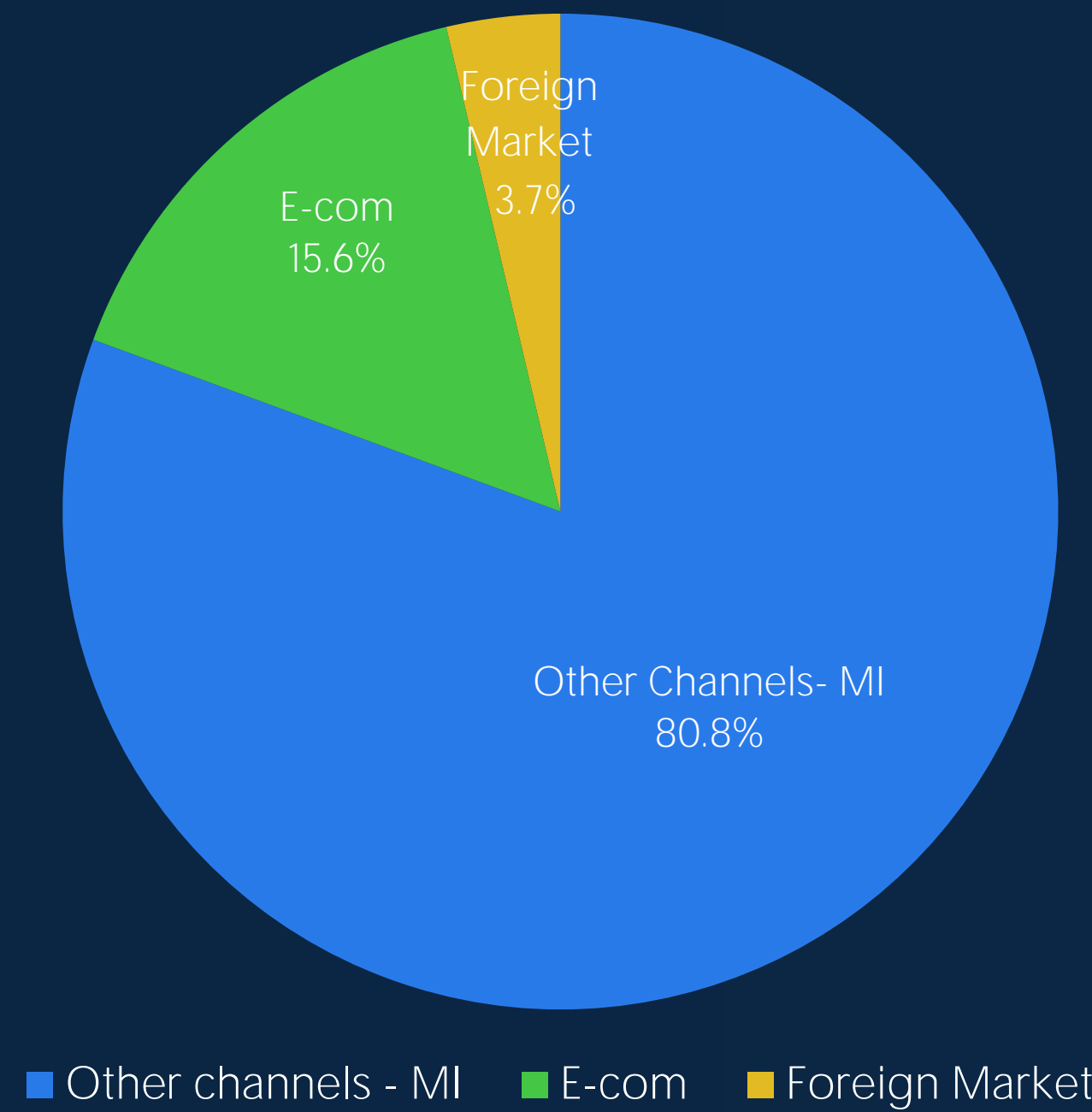


NET PROFIT AND NET PROFIT MARGIN RECURRING
(R\$ MM ; %)

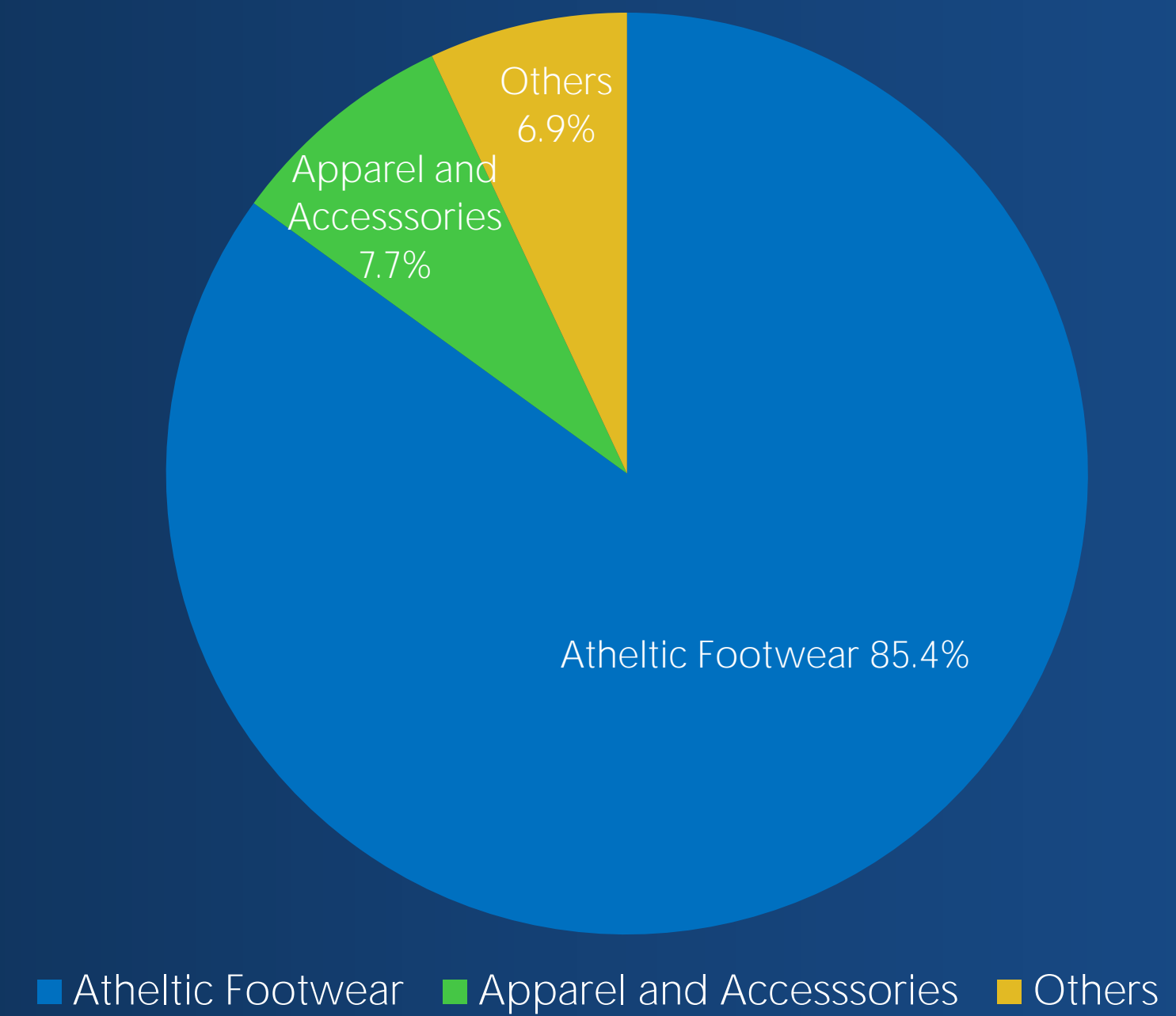


OUR NUMBERS

NET REVENUE BY CHANNEL — 3Q25 LTM



NET REVENUE BY CATEGORY — 3Q25 LTM



OUR GROWTH AVENUES



ACQUISITIONS



NEW CATEGORIES



DTC



APPAREL AND ACCESSORIES

VULCABRAS

YOUNG AND EXPERIENCED MANAGEMENT



Pedro Bartelle
CEO

49 years old
+32 years of experience
+25 years of Vulcabras
+32 years of Sports Market



Wagner Dantas
CFO / IRO



Rafael Gouveia
Commercial and Channels



Evandro Kollet
R&D



Rodrigo Micelli
Supply e HR



Marcio Callage
Marketing

Age	45	45	57	54	46
Years of Experience	+26	+27	+41	+36	+28
Years at Vulcabras	+7	+10	+26	+17	+14
Years In Sports	+12	+15	+36	+30	+28

Professional Experience



FINAL CONSIDERATIONS



Up-to-date, modern, innovative, highly technological, flexible, agile Company. Capable and ready to absorb new businesses

Young, experienced management, ready to absorb new business

Profitable, unleveraged, cash-generating operation focused on value-generating capital allocation and dividends

Verticalized and getting closer and closer to the consumer

NICE TO MEET YOU, WE ARE VULCABRAS.
AND WE LIVE FOR SPORT.

VULCABRAS

 vulcabras.com
 vulcabras.official
 vulcabras

