



2T23

APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS

VULCABRAS
vivemos para o esporte

Jundiaí, 01 de agosto de 2023 – Vulcabras S.A. (B3: VULC3) anuncia hoje os resultados do segundo trimestre de 2023 (2T23). 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 (CPC 21 e ISA 34). Os dados contidos neste relatório referem-se ao desempenho do segundo trimestre de 2023, comparado ao mesmo período de 2022, exceto quando especificado de forma diversa.



DESTAQUES

VOLUME BRUTO

8,3 milhões

de pares/peças no **2T23**, redução de 1,1% em relação ao **2T22** e, **14,9 milhões** de pares/peças no **6M23**, aumento de 1,0% comparado ao **6M22**.

RECEITA LÍQUIDA

R\$ 723,9 milhões

no **2T23**, aumento de **10,2%** em relação ao **2T22** e **R\$ 1.295,0 milhões** no **6M23**, aumento de **14,1%** em comparação ao apresentado no **6M22**.

LUCRO BRUTO

R\$ 299,6 milhões

no **2T23**, aumento de **26,8%** em contraste com o **2T22** e, **R\$ 525,0 milhões** no **6M23**, aumento de **29,9%** em relação ao valor registrado no **6M22**.

MARGEM BRUTA

41,4%

no **2T23**, aumento de **5,4 p.p.** quando comparado ao **2T22** e, **40,5%** no **6M23**, aumento de **4,9 p.p.** em referência à margem do **6M22**.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE

R\$ 133,8 milhões

no **2T23**, aumento de **40,8%** em relação ao resultado do **2T22**, com Margem Líquida recorrente de **18,5%**, sendo **4,0 p.p. superior** ao **2T22** e, **R\$ 217,4 milhões** no **6M23**, aumento de **46,0%** em comparação ao resultado apresentado no **6M22**.

EBITDA RECORRENTE E MARGEM EBITDA RECORRENTE

R\$ 168,7 milhões

no **2T23**, crescimento de **35,4%** na comparação com o resultado do **2T22**, apresentando **23,3% de Margem EBITDA Recorrente (4,3 p.p. superior ao 2T22)** e, **R\$ 285,6 milhões** no **6M23** com aumento de **37,2%** versus o resultado apresentado no **6M22** e, **22,1%** de Margem EBITDA Recorrente no **6M23 (3,8 p.p. superior ao 6M22)**.

Videoconferência

02/08/2023 às 10h00

[Brasília]

[Acesse em Português](#)

Cotação VULC3
(30/06/2023)

R\$ 17,30

Valor de
mercado

R\$ 4,3 bilhões

Quantidade de ações
Ordinárias:
245.916.244

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

Site RI Vulcabras

<http://vulcabrasri.com>

E-mail RI

dri@vulcabras.com

Telefone RI

+55 (11) 4532-1000

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO



Em um novo patamar de faturamento e rentabilidade, a Vulcabras, Sportech Global 100% Brasileira, reporta neste 2T23 mais um trimestre histórico. Com um crescimento de receita bruta de 10,6%, margem bruta de 41,4%, 5,4 p.p. superior ao mesmo período do ano anterior, a Companhia registra o seu maior lucro líquido recorrente em um trimestre, R\$ 133,8 milhões, um avanço de 40,8% sobre o 2T22.

Mesmo com a continuidade de um cenário macroeconômico instável e um varejo desafiador, pelo 12º trimestre consecutivo a Companhia segue com um crescimento superior a dois dígitos, registrando neste trimestre uma receita operacional bruta de R\$ 840,3 milhões, R\$ 3,1 bilhões no acumulado dos últimos 12 meses.

A receita na divisão de calçados cresceu 14,2%. Olympikus segue inovando e crescendo com o seu propósito de ser uma marca democrática também na alta performance, e, neste trimestre, lançou o Grafeno 2, a evolução do primeiro tênis com placa de propulsão à base de grafeno no mundo. Mantendo sua estratégia de foco nas categorias de treino e basquete, Under Armour trouxe para o País a Curry Season, maior e mais completa temporada de Curry, linha desenvolvida em parceria com o astro do basquete americano Stephen Curry. No treino, o Tribase Reps, foi sucesso de vendas e líder na categoria de training. Já Mizuno, marca protagonista no cenário de premium performance running, lançou neste trimestre a Wave Rebellion Series, com três modelos icônicos, entre eles, Wave Rebellion Pro, o “super tênis” da marca, Wave Rebellion Flash e Wave Rebellion Sonic.

O Canal de e-commerce, por mais um trimestre, mais que dobra as suas vendas registrando um crescimento de 104,7% na comparação com o 2T22. A Receita Operacional Líquida do canal saltou de R\$ 27,9 milhões no ano passado para R\$ 57,1 milhões no 2T deste ano, correspondendo assim por 7,9% da receita total da Companhia. Com uma estratégia focada em posicionamento e experiência, o canal segue crescendo a passos largos, capturando sinergias e com a rentabilidade também crescendo em ritmo acelerado.

A margem bruta registrada no trimestre foi 41,4%, uma alta de 5,4 p.p. se comparada ao 2T22. No semestre a margem bruta é de 40,5%. Esta evolução acentuada é resultado da estratégia de focar a Companhia no segmento esportivo, o que permite a captura de sinergias no processo produtivo e complementariedade entre o portfólio de marcas e produtos. O crescimento exponencial na venda direta ao consumidor também tem uma participação relevante nesta evolução.

A Margem EBITDA recorrente de 23,3% e margem líquida recorrente de 18,5%, com crescimento respectivo de 4,3 p.p. e 4,0 p.p se comparado ao 2T22, reforçam a estratégia e a capacidade da Companhia em capturar sinergias também na sua estrutura comercial e de BackOffice. No semestre, o crescimento foi 3,8 p.p. na margem Ebitda recorrente e 3,7 p.p. na margem líquida recorrente, demonstrando que este novo patamar de rentabilidade não é algo pontual do trimestre, mas estrutural e sólido, fruto da estratégia de foco no esportivo e da excelência da Companhia na captura de sinergias e complementariedade entre as marcas, categorias de produtos e canais. Como uma Sportech global 100% brasileira, unimos tecnologia e esporte para levar a alta performance para atletas e consumidores. Com a tecnologia e a inovação presentes de ponta a ponta do negócio, aliamos a gestão de nossas marcas com pesquisa e desenvolvimento de calçados, uma indústria 4.0 com processos robotizados e automatizados e uma inteligência de mercado baseada em dados, agregando valor e diferencial competitivo para Olympikus, Mizuno e Under Armour.

No trimestre, o sucesso das tecnologias e inovações desenvolvidas pela Vulcabras e seus atletas patrocinados, trouxeram diversos pódios. Com o Olympikus Corre 3, nossos atletas conquistaram oito pódios na Maratona Internacional de São Paulo. Já na Maratona Internacional de Porto Alegre, Olympikus Grafeno 2 conquistou 5 pódios.

Além dos resultados acima, a Vulcabras também anuncia o pagamento de dividendos intermediários no valor de R\$ 0,15 por ação, de aproximadamente R\$ 36,8 milhões, mantendo o pagamento trimestral conforme já divulgado pela Companhia anteriormente.

Para os próximos trimestres, as carteiras de pedidos indicam um cenário otimista, com potencial para seguirmos crescendo, capturando sinergias e ampliando os resultados.

“
Estrutural e sólido, novo patamar de rentabilidade é resultado do foco no esportivo e captura de sinergias entre as marcas, categoria de produtos e canais
”

DESEMPENHO CONSOLIDADO



R\$ milhões	2T23	2T22	Var.% 2T23 vs 2T22	6M23	6M22	Var. % 6M23/6M22
Volume (milhões pares/peças)	8,3	8,4	-1,1%	14,9	14,8	1,0%
Receita Operacional Bruta	840,3	759,7	10,6%	1.508,9	1.309,1	15,3%
Receita Líquida	723,9	656,8	10,2%	1.295,0	1.134,6	14,1%
Mercado Interno	666,2	586,0	13,7%	1.191,1	997,8	19,4%
Mercado Externo	57,7	70,8	-18,5%	103,9	136,8	-24,0%
Lucro Bruto	299,6	236,2	26,8%	525,0	404,3	29,9%
Margem Bruta	41,4%	36,0%	5,4 p.p.	40,5%	35,6%	4,9 p.p.
Despesas Operacionais SG&A	-157,9	-131,8	19,8%	-293,3	-237,6	23,4%
Outras Receitas (despesas) Operacionais	1,9	7,9	-75,9%	3,6	9,9	-63,6%
EBITDA societário	169,5	133,4	27,1%	286,4	216,9	32,0%
Margem EBITDA	23,4%	20,3%	3,1 p.p.	22,1%	19,1%	3,0 p.p.
EBITDA recorrente	168,7	124,6	35,4%	285,6	208,1	37,2%
Margem EBITDA recorrente	23,3%	19,0%	4,3 p.p.	22,1%	18,3%	3,8 p.p.
Lucro Líquido societário	139,0	103,8	33,9%	222,6	157,7	41,2%
Margem Líquida	19,2%	15,8%	3,4 p.p.	17,2%	13,9%	3,3 p.p.
Lucro Líquido recorrente	133,8	95,0	40,8%	217,4	148,9	46,0%
Margem Líquida recorrente	18,5%	14,5%	4,0 p.p.	16,8%	13,1%	3,7 p.p.

VOLUME BRUTO



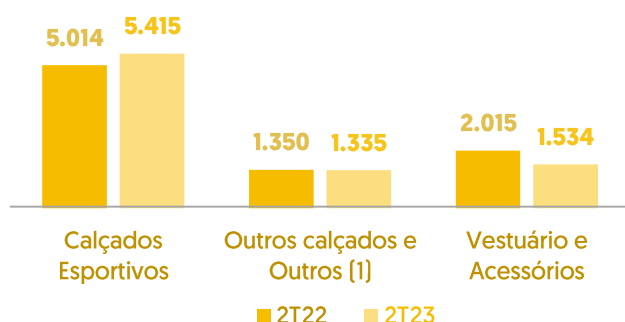
No 2T23, o volume bruto faturado totalizou 8,3 milhões de pares/peças, redução de 1,1%, comparado aos 8,4 milhões de pares/peças do 2T22.

Na comparação dos períodos os destaques foram:

- (i) **Calçados Esportivos** houve aumento de 8,0% no 2T23 versus o volume comercializado no 2T22. O ganho de volume nesse trimestre se deve ao crescimento registrado no mercado interno, apesar da retração apresentada nas vendas do mercado externo. O destaque nesse trimestre foi o expressivo crescimento registrado no mercado interno pelos calçados fabricados, mesmo diante de um varejo mais desafiador. Nos calçados importados, apesar dos volumes se manterem estáveis na comparação com o 2T22, a performance de vendas deve ser considerada como muito positiva. O fato é que a comparação com o 2T22 ficou prejudicada, uma vez que o 2º trimestre de 2022 acabou concentrando o volume de chegadas dos calçados importados do Vietnã e Indonésia planejados para todo o 1º semestre de 2022. Ao longo do 2º semestre de 2021, Vietnã e Indonésia sofreram a imposição de medidas protetivas ao surto de Covid19, entre elas o efetivo lockdown. Essas medidas tiveram impacto direto na produção e no atraso das chegadas dos calçados importados, previstas para o 1T22, acumulando assim no 2T22 as chegadas e consequentemente o faturamento destes produtos.
- (ii) **Outros Calçados e Outros** foi registrada redução de 1,1% devido principalmente ao recuo no volume comercializado de chinelos ao mercado externo e filial do exterior, que foi parcialmente compensado pelo crescimento de chinelos e botas de uso profissional no mercado interno.
- (iii) **Vestuário e Acessórios** houve redução de 23,9% no 2T23 quando comparado ao volume registrado no 2T22. Diante de um cenário de varejo mais desafiador, em especial na distribuição especializada de vestuário e acessórios, somado a um inverno mais brando (na comparação com o ano anterior) fez com que os volumes das três marcas sofressem redução.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL - 2T23 vs 2T22

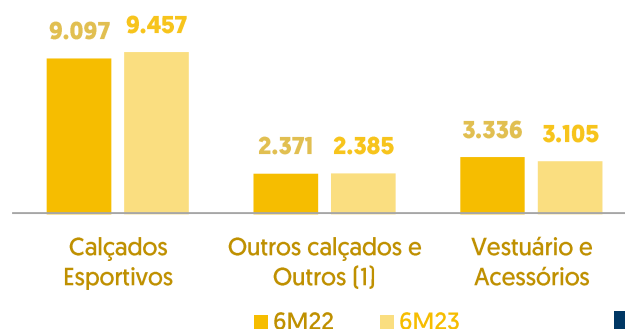
Pares e Peças (Mil)	2T23	Partic. %	2T22	Partic. %	Var. % 2T23/2T22
Calçados Esportivos	5.415	65,4%	5.014	59,8%	8,0%
Outros Calçados e Outros (1)	1.335	16,1%	1.350	16,2%	-1,1%
Vestuário e Acessórios	1.534	18,5%	2.015	24,0%	-23,9%
Total	8.284	100,0%	8.379	100,0%	-1,1%



No 6M23, o volume bruto faturado somou 14,9 milhões de pares/peças, aumento de 1,0% em contraposição ao volume do 6M22, que foi de 14,8 milhões de pares/peças. A dinâmica ao longo de todo o 6M23 foi de crescimento de volume no mercado interno, que foi ofuscado pela retração no mercado externo e filial do Peru.

VOLUME BRUTO DE PARES E PEÇAS/MIL - 6M23 vs 6M22

Pares e Peças (Mil)	6M23	Partic. %	6M22	Partic. %	Var. % 6M23/6M22
Calçados Esportivos	9.457	63,3%	9.097	61,4%	4,0%
Outros Calçados e Outros (1)	2.385	15,9%	2.371	16,1%	0,6%
Vestuário e Acessórios	3.105	20,8%	3.336	22,5%	-6,9%
Total	14.947	100,0%	14.804	100,0%	1,0%



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA: CATEGORIAS



No 2T23 a Vulcabras apresentou relevante crescimento em sua receita, mesmo diante de um cenário mais desafiador do que o observado nos trimestres anteriores. A Companhia atingiu a marca de R\$ 723,9 milhões em receita líquida, aumento de 10,2% sobre os R\$ 656,8 milhões do 2T22.

Em mais um trimestre de crescimento de receita acima do desempenho médio do varejo, quando comparado aos indicadores de mercado, a Companhia manteve seu forte ritmo de expansão de vendas apresentando performance positiva em suas marcas.

A receita de Calçados Esportivos apresentou aumento de 14,2% no 2T23 sobre o mesmo período de 2022. O incremento da receita no 2T23 na comparação com o 2T22 se deve ao robusto crescimento observado nos calçados fabricados. Nos calçados importados a receita se manteve estável devido principalmente à forte receita aferida no 2T22, momento onde houve a concentração de entregas e consequentemente do faturamento do 1º semestre inteiro, em virtude dos atrasos registrados na chegada dos calçados importados do Vietnã e Indonésia em virtude do lockdown imposto naqueles países pelo surto de Covid19.

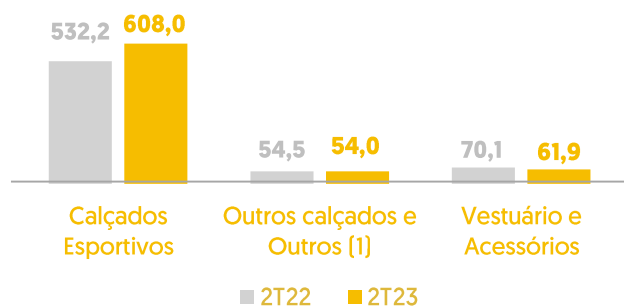
A categoria de Outros Calçados e Outros apresentou redução de 0,9% em relação ao 2T22. A redução da receita dessa categoria se deve principalmente ao recuo na performance dos chinelos comercializados ao mercado externo e na filial do exterior e, que foi parcialmente compensado pelo crescimento de chinelos e botas de uso profissional no mercado interno.

A categoria de Vestuário e Acessórios apresentou redução de R\$ 8,2 milhões, uma queda de 11,7% em relação ao 2T22. Diante de um cenário de varejo mais desafiador, em especial na distribuição especializada de vestuário e acessórios, somado a um inverno mais brando [na comparação com o ano anterior], as receitas de Olympikus e Under Armour acabaram sofrendo redução.

No 6M23, a receita líquida resultou em R\$ 1.295,0 milhões, 14,1% superior à do 6M22 quando a mesma foi R\$ 1.134,6 milhões.

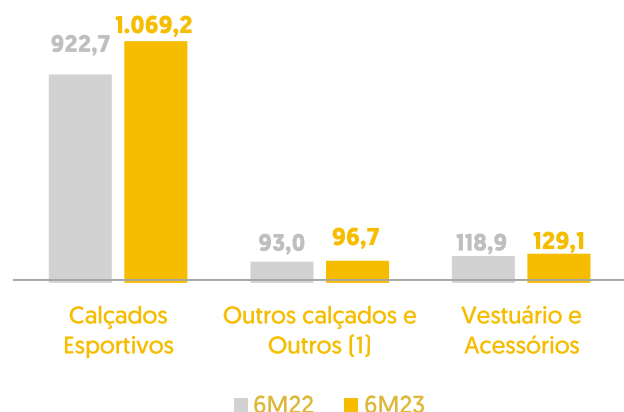
RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 2T23 vs 2T22

R\$ Milhões	2T23	Partic. %	2T22	Partic. %	Var. % 2T23/2T22
Calçados Esportivos	608,0	84,0%	532,2	81,0%	14,2%
Outros Calçados e Outros (1)	54,0	7,4%	54,5	8,3%	-0,9%
Vestuário e Acessórios	61,9	8,6%	70,1	10,7%	-11,7%
Receita Líquida Total	723,9	100,0%	656,8	100,0%	10,2%



RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA – 6M23 vs 6M22

R\$ Milhões	6M23	Partic. %	6M22	Partic. %	Var. % 6M23/6M22
Calçados Esportivos	1.069,2	82,6%	922,7	81,3%	15,9%
Outros Calçados e Outros (1)	96,7	7,4%	93,0	8,2%	4,0%
Vestuário e Acessórios	129,1	10,0%	118,9	10,5%	8,6%
Receita Líquida Total	1.295,0	100,0%	1.134,6	100,0%	14,1%



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA: MERCADOS



A receita líquida do 2T23 no mercado interno totalizou R\$ 666,2 milhões, aumento de 13,7% em relação ao 2T22, que foi de R\$ 586,0 milhões. No mercado externo, a receita líquida no 2T23 resultou em R\$ 57,7 milhões, apresentando redução de 18,5% sobre os R\$ 70,8 milhões registrados no 2T22.

No 2T23, em relação a receita total consolidada, as receitas no mercado externo representaram 8,0% em comparação aos 10,8% do 2T22. Já as receitas do mercado interno representaram 92,0% versus 89,2% do 2T22.

No mercado interno, quando comparado ao 2T22 todas as marcas e categorias apresentaram crescimento. O destaque do trimestre foi o expressivo crescimento dos calçados esportivos e, que foi ofuscado pela redução registrada na

categoria de vestuário e acessórios.

As vendas diretas ao mercado externo apresentaram retração devido a fatores macroeconômicos dos países para os quais os produtos são exportados.

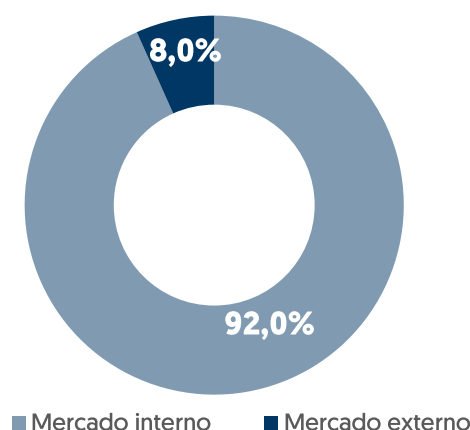
Na Argentina, que é o principal destino das exportações da Companhia, seguem as dificuldades enfrentadas pelos distribuidores locais para a obtenção das licenças de importação. Nas vendas da filial do Peru foi observada a redução na receita em relação ao mesmo período do ano anterior.

A redução na operação do Peru se deve a problemas econômicos persistentes naquele país e, que tem levado a redução econômica e consequente redução do consumo.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO - 2T23 vs 2T22

R\$ Milhões	2T23	Partic. %	2T22	Partic. %	Var. % 2T23/2T22
Mercado Interno	666,2	92,0%	586,0	89,2%	13,7%
Mercado Externo	57,7	8,0%	70,8	10,8%	-18,5%
Receita Líquida Total	723,9	100,0%	656,8	100,0%	10,2%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 2T23

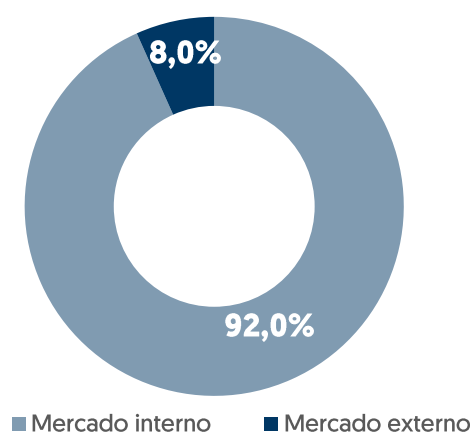


No 6M23, o mercado interno totalizou R\$ 1.191,1 milhões, apresentando aumento de 19,4% em relação ao 6M22, quando a receita líquida foi de R\$ 997,8 milhões. Já no mercado externo, a receita líquida no 6M23 foi de R\$ 103,9 milhões, redução de 24,0% em comparação aos R\$ 136,8 milhões obtidos no mesmo período do ano anterior.

RECEITA LÍQUIDA POR MERCADO - 6M23 vs 6M22

R\$ Milhões	6M23	Partic. %	6M22	Partic. %	Var. % 6M23/6M22
Mercado Interno	1.191,1	92,0%	997,8	87,9%	19,4%
Mercado Externo	103,9	8,0%	136,8	12,1%	-24,0%
Receita Líquida Total	1.295,0	100,0%	1.134,6	100,0%	14,1%

PARTICIPAÇÃO POR MERCADO – 6M23



E-COMMERCE



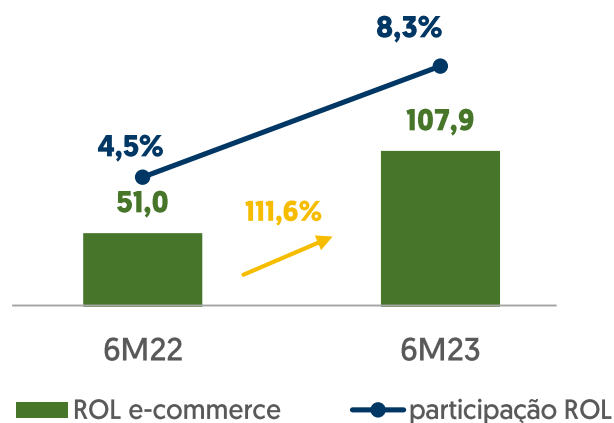
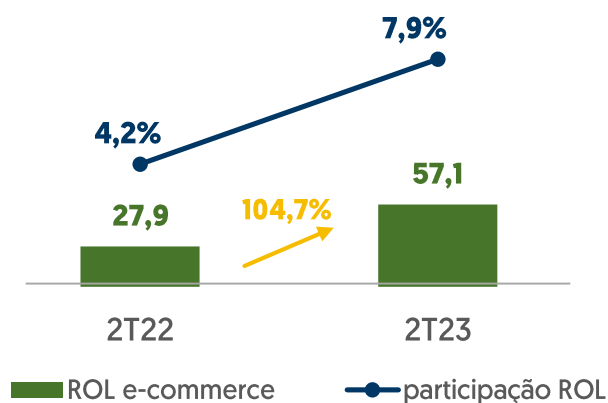
Destaque entre as alavancas de vendas do trimestre, o canal de e-commerce da Companhia manteve o forte ritmo de crescimento dos últimos trimestres, e no 2T23 apresentou receita líquida de R\$ 57,1 milhões, aumento relevante de 104,7% em relação ao mesmo período do ano anterior.

O canal on-line segue implementando as suas estratégias de crescimento e a participação das vendas digitais atingiu 7,9% da receita operacional líquida consolidada no 2T23, aumento de 3,7 p.p. na comparação com os 4,2% do 2T22. No acumulado dos 6M23 a participação das vendas digitais alcançou 8,3% da receita operacional líquida consolidada, aumento de 3,8 p.p. na comparação com os 4,5% do 6M22.

Com crescimento de 104,7%, canal mais que dobra as suas vendas focado no posicionamento e experiência do cliente

RECEITA LÍQUIDA E PARTICIPAÇÃO ROL

R\$ Milhões	2T23	2T22	Var. % 2T23/2T22	6M23	6M22	Var. % 6M23/6M22
Receita Líquida e-commerce	57,1	27,9	104,7%	107,9	51,0	111,6%
Participação ROL %	7,9%	4,2%	3,7 p.p.	8,3%	4,5%	3,8 p.p.



CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS (CPV)



No 2T23, como percentual da receita líquida de vendas o custo dos produtos vendidos representou 58,6%, frente aos 64,0% registrados no mesmo período de 2022.

Durante todo o 2º trimestre de 2023 as fábricas da Companhia operaram com a ocupação plena de sua capacidade planejada.

A previsibilidade dos planos de produção devido a robusta carteira de pedidos, propiciou a manutenção da eficiência produtiva dentro dos níveis planejados.

O desempenho positivo dos fatores operacionais aliados a condições mais favoráveis de inflação e câmbio corroboraram para o arrefecimento no custo logístico internacional e em parte das matérias primas utilizadas na elaboração dos produtos, o que propiciou a melhora dos custos dos produtos vendidos ao longo de todo o 2T23.

No 6M23, como percentual da receita líquida de vendas, o custo das vendas representou 59,5%, frente aos 64,4% apresentado no mesmo período do ano de 2022.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS [% CPV/ROL]



LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



O lucro bruto do 2T23 foi de R\$ 299,6 milhões, aumento de 26,8% relação aos R\$ 236,2 milhões registrados no 2T22. A margem bruta atingiu 41,4% no 2T23, sendo 5,4 p.p. superior aos 36,0% atingidos no 2T22.

Pelo décimo trimestre consecutivo a Companhia reporta crescimento em sua margem bruta. O ganho de 5,4 p.p. alcançado no 2T23 em relação a margem obtida no 2T22, evidencia a consistência e a robustez do modelo de negócio da Companhia.

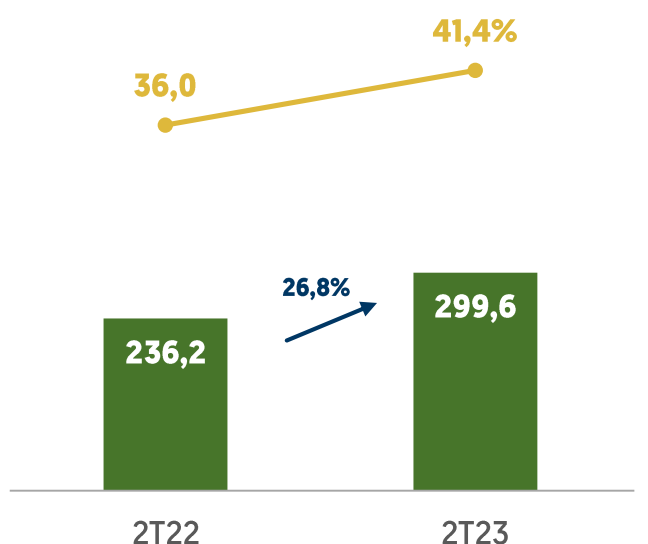
Os principais fatores que influenciaram no ganho de margem foram:

- i) Expansão do portfólio de produtos em todas as marcas, atingindo novas categorias;
- II) Crescimento na participação das vendas do DTC (*Direct to Consumer*) onde, pela característica do canal, as margens brutas são superiores à média geral da Companhia;
- III) Captura de sinergias e economia de escala como consequência do crescimento da produção;
- IV) Arrefecimento do custo logístico internacional e também nos preços de algumas matérias primas.

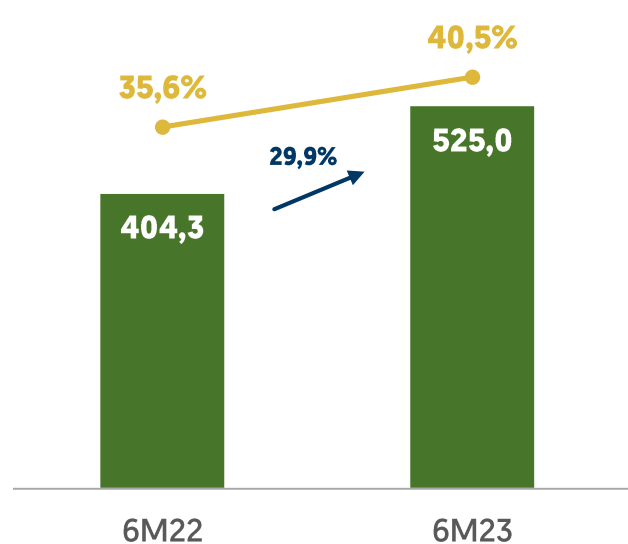
No 6M23, o lucro bruto foi de R\$ 525,0 milhões, aumento de 29,9% sobre os R\$ 404,3 milhões obtidos no 6M22. A Margem no 6M23 foi de 40,5% sendo 4,9 p.p. superior à obtida no 6M22, quando atingimos 35,6%.

“Captura de sinergias no processo produtivo e complementariedade entre o portfólio de marcas promoveu o crescimento acelerado da margem”

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA



■ Lucro bruto ● Margem bruta (%)



■ Lucro bruto ● Margem bruta (%)

DESPESAS COM VENDAS, PROPAGANDA E PECLD



As despesas com vendas, propaganda e PECLD no 2T23 registraram um total de R\$ 118,9 milhões, aumento de 19,3% em comparação ao 2T22.

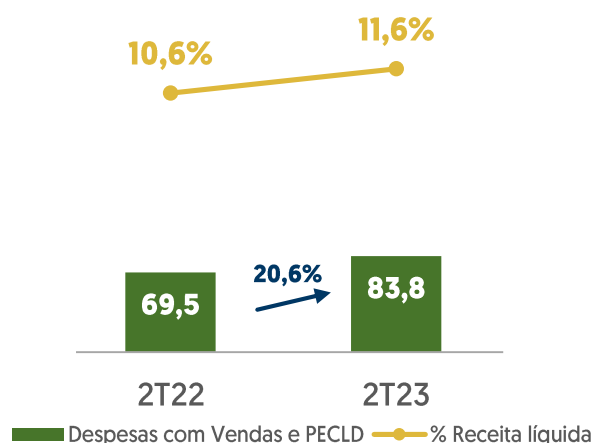
As despesas com Vendas e PECLD (ex-propaganda) apresentaram aumento de 20,6% no 2T23, sobre as despesas apresentadas no 2T22. Foram registrados R\$ 83,8 milhões no 2T23, versus R\$ 69,5 milhões do 2T22. Como participação da receita, as despesas com vendas (ex-propaganda) representaram 11,6% no 2T23 comparado aos 10,6% no 2T22.

No 2T23, algumas despesas variáveis de vendas apresentaram expansão em sua representação relativa a receita, principalmente devido as mudanças ocorridas nas participações das marcas e canais. O aumento na participação das vendas realizadas

através do Ecommerce, sendo parte considerável dessas vendas realizadas através de marketplaces, levou ao aumento das despesas com comissões e fretes. A exceção ficou por conta da rubrica de "Provisão de Clientes com Liquidação Duvidosa" que apresentou uma reversão de provisão no montante de R\$ 4,8 milhões devido a alteração na expectativa de perda na carteira de recebíveis de alguns clientes.

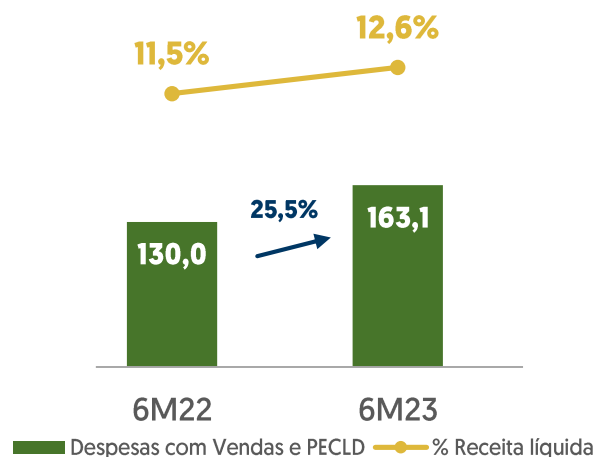
No 6M23, registrou-se despesa com vendas (ex-propaganda) de R\$ 163,1 milhões, um acréscimo de 25,5% em comparação aos R\$ 130,0 milhões do 6M22. A participação das despesas com vendas sobre a receita líquida apresentou aumento de 1,1 p.p. na comparação do 6M22, atingindo 12,6% e 11,5% nos 6M23 e 6M22 respectivamente.

DESPESAS COM VENDAS E PECLD (Ex – propaganda)



No 2T23 as despesas com propaganda e marketing somaram R\$ 35,1 milhões, com aumento de 16,2% sobre os R\$ 30,2 milhões do 2T22. A participação das despesas com propaganda e marketing sobre a receita líquida representou 4,8% no 2T23, aumento de 0,2 p.p., quando comparado aos 4,6% no 2T22.

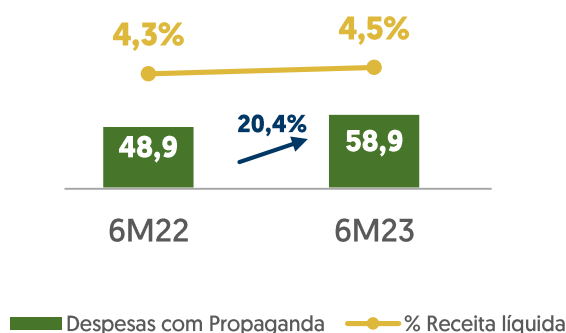
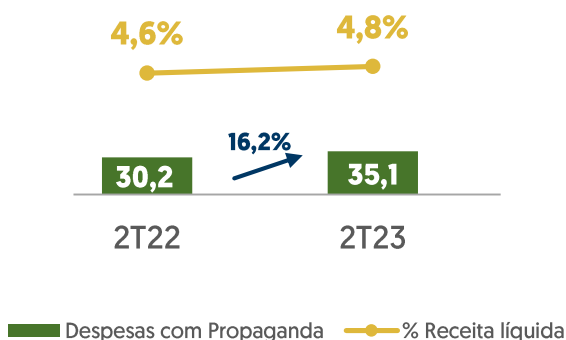
A fim de suportar o ritmo acelerado de crescimento de receita e garantir presença de destaque nas principais vitrines do varejo, os investimentos em



marketing e trade foram incrementados através da presença em grandes eventos esportivos e em novos materiais de ponto de venda alinhados com as campanhas em curso.

No decorrer do 2T23 a Olympikus ocupou o protagonismo nas Maratonas de SP e Porto Alegre, pois além de ser a patrocinadora de tais eventos, alcançou inúmeros pódios com a equipe de atletas da marca.

DESPESAS COM PROPAGANDA E MARKETING



DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS



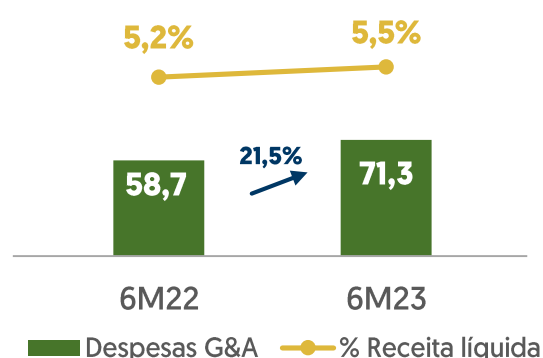
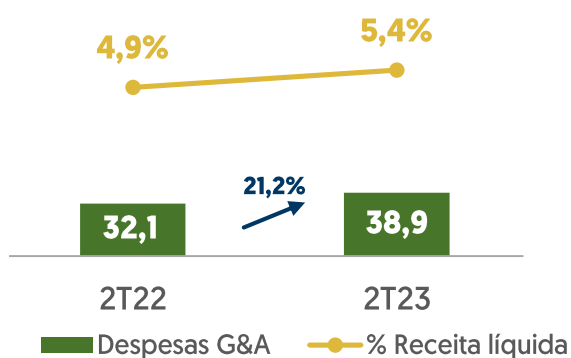
As despesas gerais e administrativas foram de R\$ 38,9 milhões no 2T23 apresentando aumento de 21,2% em comparação ao 2T22. Em percentual sobre a receita líquida, ocorreu aumento de 0,5 p.p., saindo de 4,9% no 2T22 para 5,4% no 2T23.

No 2T23, o aumento das despesas administrativas se deve principalmente aos seguintes fatores; (i) repasse aos salários administrativos dos aumentos negociados nos acordos coletivos e também, pelo incremento nas despesas com pessoal em decorrência de reforços pontuais nas equipes e,

(ii) em serviços de terceiros o incremento se deve a expansão dos serviços relacionados ao BackOffice do DTC (Direct to Consumer).

No 6M23, em relação ao mesmo período de 2022, ocorreu aumento de 21,5% das despesas gerais e administrativas, passando de R\$ 58,7 milhões para R\$ 71,3 milhões no 6M23. Ao se comparar o percentual sobre a receita líquida, observa-se aumento no 6M23 de 0,3 p.p. em relação ao equivalente período de 2022.

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS



OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS



No 2T23, as Outras Receitas (Despesas) Operacionais Líquidas resultaram em uma receita de R\$ 1,9 milhão diante de uma também receita de R\$ 7,9 milhões registrada no 2T22.

Convém ressaltar que tanto no 2T23 como no 2T22 houve o reconhecimento de receitas “não recorrentes” que influenciaram essa rubrica. No 2T23 foi reconhecido o valor principal referente a decisão favorável no Processo Judicial relativo a depósitos compulsórios da Eletrobrás e, no 2T22 houve o reconhecimento de R\$ 8,9 milhões relativo a indébito de IR/CSLL sobre créditos tributários reconhecidos.

No 6M23, em relação ao mesmo período de 2022, houve uma redução de 63,6% resultando em uma receita de R\$ 3,6 milhões no 6M23.

OUTRAS RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS LÍQUIDAS

R\$ Milhões	2T23	2T22	Var. % 2T23/2T22	6M23	6M22	Var. % 6M23/6M22
Outras receitas (despesas) operacionais líquidas	1,9	7,9	-75,9%	3,6	9,9	-63,6%

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

O resultado financeiro líquido no 2T23 registrou uma receita de R\$ 3,1 milhões, em comparação ao mesmo período de 2022, que foi de uma despesa de R\$ 8,2 milhões.

Na comparação do 2T23 versus 2T22 as principais variações foram observadas no incremento das receitas financeiras devido ao aumento nas disponibilidades, pela correção dos créditos de Pis/Cofins a recuperar reconhecidos no decorrer do ano de 2022 e, também, pela receita financeira “não recorrente” referente a correção de crédito reconhecido oriunda de decisão favorável no Processo Judicial relativo a depósitos compulsórios da Eletrobrás no montante de R\$ 4,4 milhões.

Na comparação dos semestres, o resultado financeiro foi de uma despesa financeira equivalente a R\$ 17,9 milhões no 6M22, para uma receita de R\$ 1,0 milhão no 6M23.

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

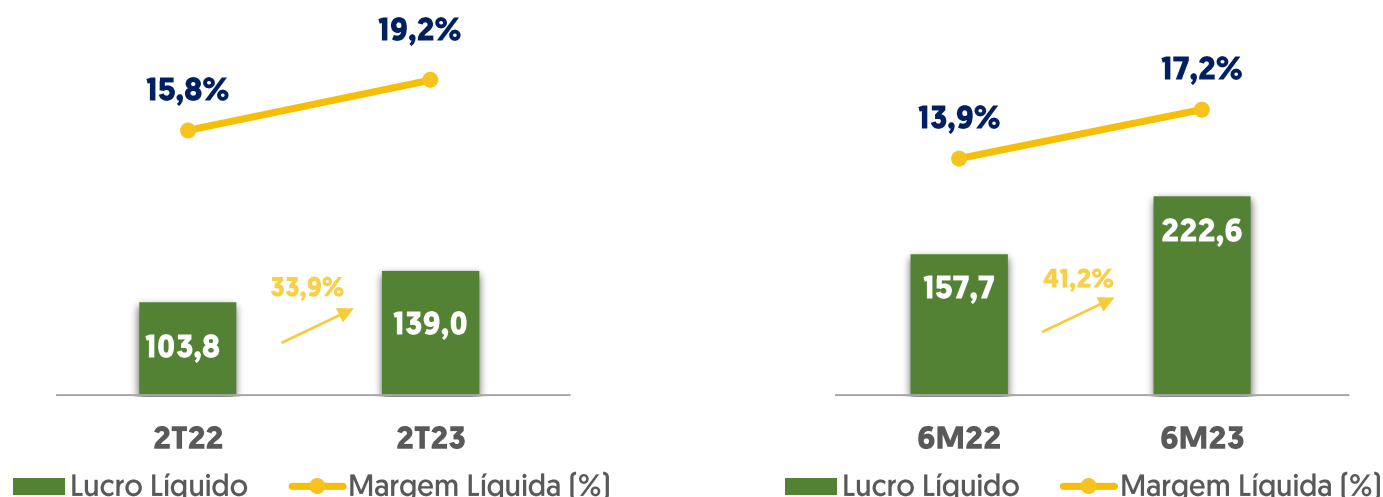
R\$ Milhões	2T23	2T22	Var. % 2T23/2T22	6M23	6M22	Var. % 6M23/6M22
Estrutura de capital	-15,0	-14,1	6,4%	-30,3	-24,5	23,7%
Operacionais	-2,5	-3,1	-19,4%	-4,7	-5,2	-9,6%
Cambiais	-6,2	-9,6	-35,4%	-11,4	-18,5	-38,4%
Despesas Financeiras	-23,7	-26,8	-11,6%	-46,4	-48,2	-3,7%
Estrutura de capital	10,0	5,9	69,5%	19,2	9,8	95,9%
Operacionais	9,3	2,7	244,4%	14,8	6,0	146,7%
Cambiais	7,5	10,0	-25,0%	13,4	14,5	-7,6%
Receitas Financeiras	26,8	18,6	44,1%	47,4	30,3	56,4%
Resultado Financeiro Líquido	3,1	-8,2	-137,8%	1,0	-17,9	-105,5%

LUCRO LÍQUIDO



O lucro líquido do 2T23 foi de R\$ 139,0 milhões apresentando aumento de 33,9% sobre o resultado de R\$ 103,8 milhões apresentados no 2T22. A margem líquida atingiu 19,2% no 2T23, acréscimo de 3,4 p.p., em comparação aos 15,8% alcançados no 2T22.

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA



Convém ressaltar que no 2T23 e no 2T22, alguns eventos “não recorrentes” influenciaram o Lucro Líquido da Companhia. Na comparação do Lucro Líquido Recorrente, o resultado do 2T23 foi de R\$ 133,8 milhões, com acréscimo de 40,8% quando comparado aos R\$ 95,0 milhões obtidos no 2T22. A margem líquida recorrente na comparação do 2T23 versus 2T22 apresentou acréscimo de 4,0 p.p., de 14,5% no 2T22 para 18,5% no 2T23.

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

R\$ Milhões	2T23	2T22	Var. % 2T23 / 2T22	6M23	6M22	Var. % 6M23/6M22
Lucro Líquido	139,0	103,8	33,9%	222,6	157,7	41,2%
(+) Valor principal líquido em ação de depósitos Compulsórios da Eletrobrás.	-0,8	0,0	N/A	-0,8	0,0	N/A
(+) Correção de Créditos da Eletrobrás	-4,4	0,0	N/A	-4,4	0,0	N/A
(-) Indébito de IR/CSLL sobre créditos de tributários reconhecidos	0,0	-8,8	N/A	0,0	-8,8	N/A
Lucro Líquido Recorrente	133,8	95,0	40,8%	217,4	148,9	46,0%
Margem Líquida Recorrente	18,5%	14,5%	4,0 p.p.	16,8%	13,1%	3,7 p.p.

A melhora da margem líquida no 2T23 se deve majoritariamente ao incremento apresentado na margem bruta em virtude da melhor performance operacional.

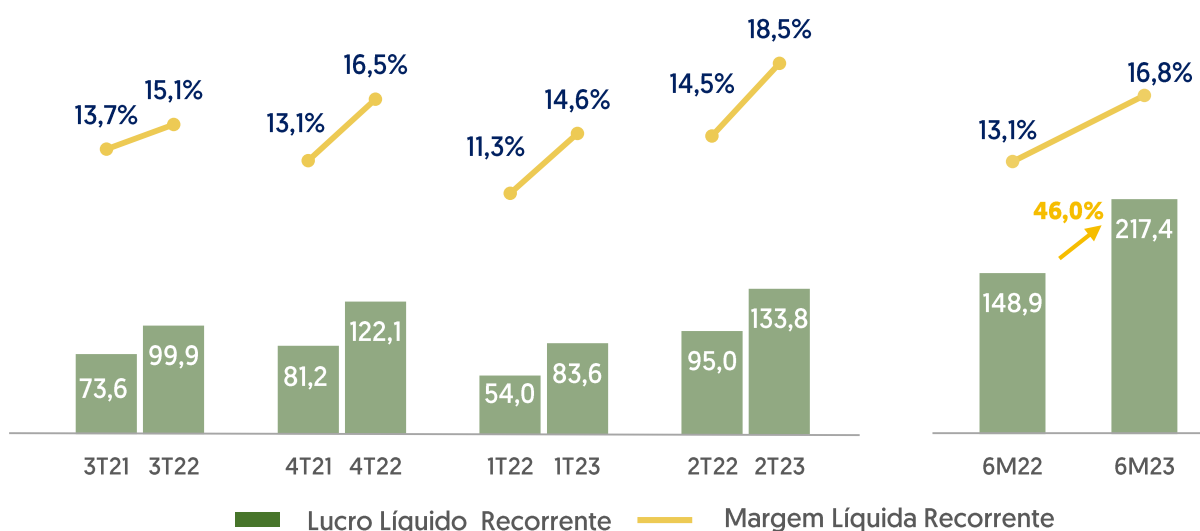
LUCRO LÍQUIDO



O lucro líquido do 6M23 foi de R\$ 222,6 milhões, 41,2% superior ao resultado obtido no mesmo período do ano anterior. A margem líquida na comparação dos 6M23 versus 6M22 apresentou acréscimo de 3,3 p.p. de 13,9% no 6M22 para 17,2% no 6M23.

Na comparação do lucro líquido recorrente, o crescimento no 6M23 foi de 46,0% e atingiu R\$ 217,4 milhões, quando comparado ao resultado ajustado obtido no 6M22 de R\$ 148,9 milhões.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE E MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE

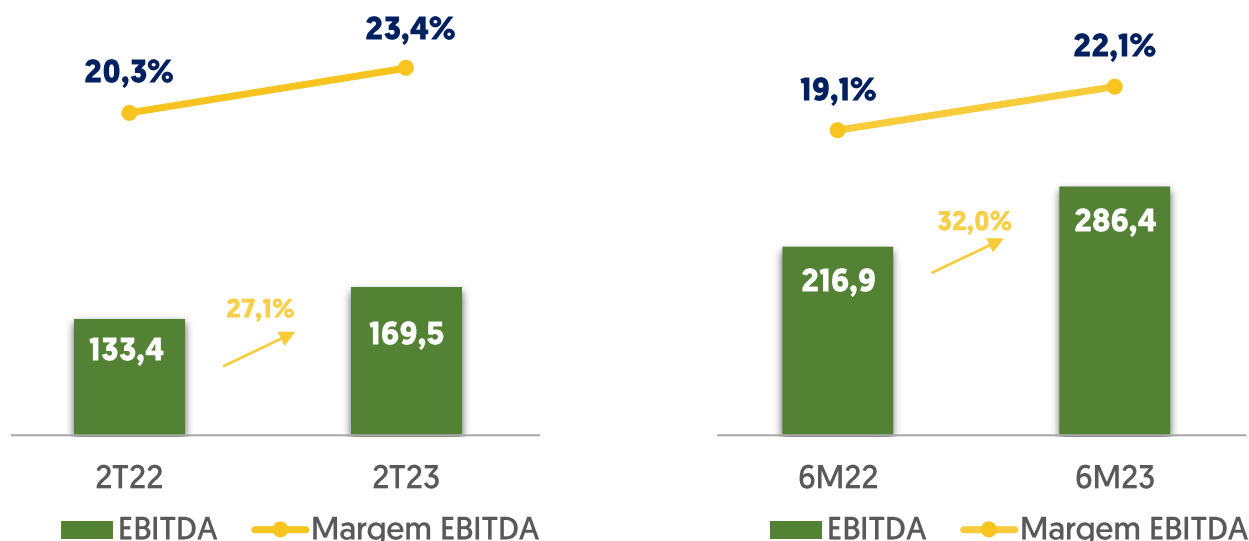


EBITDA



No 2T23, o EBITDA foi de R\$ 169,5 milhões, apresentando crescimento de 27,1% em relação aos R\$ 133,4 milhões obtidos no 2T22. A Margem EBITDA apresentou acréscimo de 3,1 p.p., atingindo 23,4% no 2T23, comparado aos 20,3% do 2T22.

EBITDA E MARGEM EBITDA



Convém ressaltar que no 2T23 e no 2T22, alguns eventos “não recorrentes” influenciaram o EBITDA da Companhia. Na comparação do EBITDA recorrente, o resultado obtido no 2T23 de R\$ 168,7 milhões, com crescimento de 35,4% quando comparado com os R\$ 124,6 milhões obtidos no 2T22. A margem EBITDA recorrente na comparação do 2T23 versus 2T22 foi ampliada em 4,3 p.p., de 19,0% no 2T22 para 23,3% no 2T23.

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

R\$ Milhões	2T23	2T22	Var. % 2T23 / 2T22	6M23	6M22	Var. % 6M23/6M22
EBITDA Contábil	169,5	133,4	27,1%	286,4	216,9	32,0%
(+) Valor principal líquido em ação de depósitos Compulsórios da Eletrobrás.	-0,8	0,0	N/A	-0,8	0,0	N/A
(-) Indébito de IR/CSLL sobre créditos de tributários reconhecidos	0,0	-8,8	N/A	0,0	-8,8	N/A
EBITDA Recorrente	168,7	124,6	35,4%	285,6	208,1	37,2%
Margem EBITDA Recorrente	23,3%	19,0%	4,3 p.p.	22,1%	18,3%	3,8 p.p.

O expressivo crescimento da Margem EBITDA no 2T23, se deve majoritariamente ao excelente desempenho operacional que resultou na elevação da margem bruta em 5,4 p.p.

EBITDA



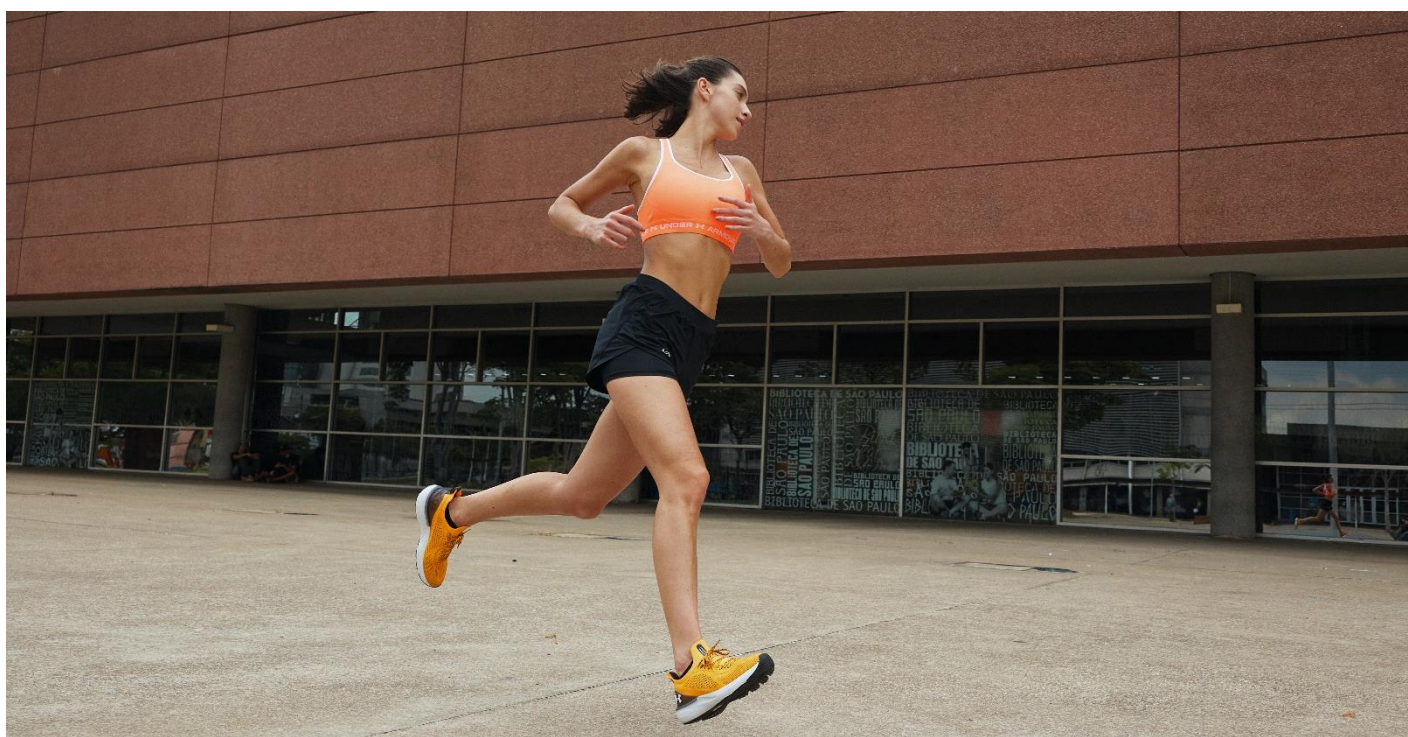
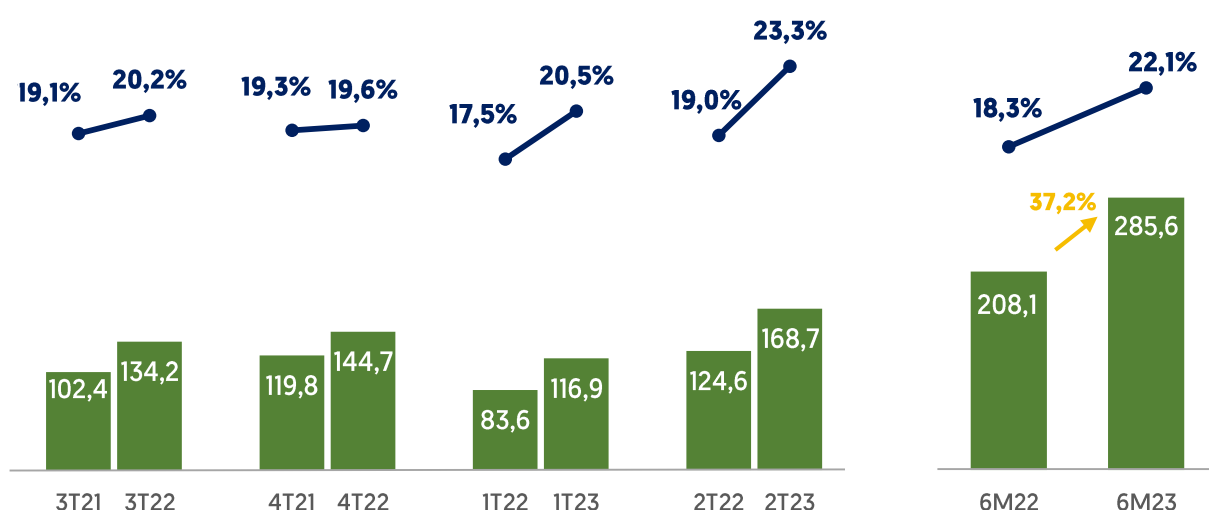
O EBITDA do 6M23 foi de R\$ 286,4 milhões, sendo 32,0% superior ao resultado do mesmo período do ano anterior.

A margem EBITDA na comparação do 6M23 versus 6M22 foi acrescida em 3,0 p.p., de 19,1% no 6M22 para 22,1% no 6M23. Na comparação do EBITDA Recorrente, o crescimento no 6M23 foi 37,2% quando comparado ao EBITDA recorrente obtido no mesmo período do ano anterior.

A margem EBITDA recorrente na comparação do 6M23 versus 6M22 foi ampliada em 3,8 p.p., de 18,3% no 6M22 para 22,1% no 6M23.

Crescimento da margem EBITDA recorrente e da margem líquida recorrente reforçam a estratégia e a capacidade da Companhia em capturar sinergias também na sua estrutura comercial e de BackOffice

EBITDA RECORRENTE E MARGEM EBITDA RECORRENTE



ROIC (RETORNO SOBRE CAPITAL INVESTIDO)



O retorno sobre capital investido – ROIC²– anualizado atingiu 24,2 % no 2T23-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/06/2023), o qual representa aumento de 0,1 p.p. sobre o resultado de 24,1% obtido em 31/12/2022.

ROIC	2020	2021	2022	2T23
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	31,5	313,8	469,9	534,8
(+) Resultado Financeiro (LTM)	0,1	(12,4)	(41,3)	(60,3)
NOPAT	31,6	301,4	428,6	474,5
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	311,6	361,3	417,0	383,7
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(158,6)	(114,6)	(197,2)	(281,3)
(-) Aplicações Financeiras	(90,5)	(10,3)	(8,9)	(13,3)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	17,6	18,0	18,4	–
(+) Patrimônio Líquido	1.125,4	1.356,6	1.711,8	1.894,2
Total Capital Investido	1.205,5	1.611,0	1.941,1	1.983,3
Média de Capital Investido no período⁽¹⁾	1.144,0	1.408,2	1.776,0	1.962,2
ROIC anualizado⁽²⁾	2,8%	21,4%	24,1%	24,2%

O retorno sobre capital investido ajustado (ROIC-ajustado³) anualizado atingiu 27,6% no 2T23-LTM (últimos doze meses encerrados em 30/06/2023), com redução de 0,5 p.p. sobre o resultado de 28,1% obtido em 31/12/2022.

ROIC AJUSTADO	2020	2021	2022	2T23
Lucro Líquido do Exercício/Período (LTM)	31,5	313,8	469,9	534,8
(+) Resultado Financeiro (LTM)	0,1	(12,5)	(41,3)	(60,3)
(-) Resultado da equivalência patrimonial (LTM)	2,0	(3,1)	(5,3)	(6,7)
NOPAT (Ajustado)	33,6	298,2	423,3	467,8
Capital Investido				
Financiamentos e Empréstimos	311,6	361,3	417,0	383,7
(-) Caixa e Equivalentes de Caixa	(158,6)	(114,6)	(197,2)	(281,3)
(-) Aplicações Financeiras	(90,5)	(10,3)	(8,9)	(13,3)
(+) Mútuo com Partes Relacionadas	17,6	18,0	18,4	–
(-) Ágio da Compra	(198,2)	(198,2)	(198,2)	(198,2)
(-) Investimento em Controlada	(60,0)	(69,4)	(75,7)	(59,0)
(+) Patrimônio Líquido	1.125,4	1.356,6	1.711,8	1.894,2
Total Capital Investido Ajustado	947,3	1.343,4	1.667,2	1.726,1
Média de Capital Investido no período⁽¹⁾	884,8	1.145,4	1.505,3	1.696,7
ROIC Ajustado anualizado⁽³⁾	3,8%	26,0%	28,1%	27,6%

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.

No 2T23, foram investidos R\$ 36,9 milhões em imobilizado e intangível aumento de 17,5% em relação ao valor investido no 2T22.

Os maiores investimentos nesse trimestre foram realizados no desenvolvimento de moldes e matrizes, a fim de suportar as novas tecnologias de amortecimento dos solados que foram contempladas nos modelos introduzidos nas novas coleções.

ADIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL

R\$ Milhões	2T23	2T22	Var. % 2T23/2T22	6M23	6M22	Var. % 6M23/6M22
Moldes	14,8	9,0	64,4%	24,5	16,0	53,1%
Máquinas e Equipamentos	11,3	7,2	56,9%	22,0	21,9	0,5%
Instalações	2,1	6,6	-68,2%	6,7	8,3	-19,3%
Outros	7,9	8,0	-1,3%	16,4	24,4	-32,8%
Imobilizado	36,1	30,8	17,2%	69,6	70,6	-1,4%
Software	0,8	0,6	33,3%	0,8	1,4	-42,9%
Intangível	0,8	0,6	33,3%	0,8	1,4	-42,9%
Total Geral	36,9	31,4	17,5%	70,4	72,0	-2,2%



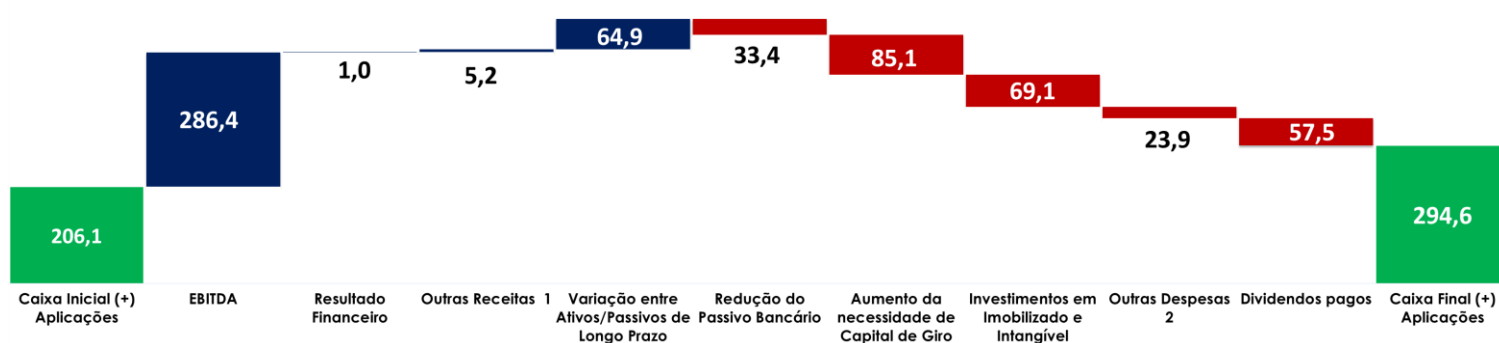
GERAÇÃO DE CAIXA



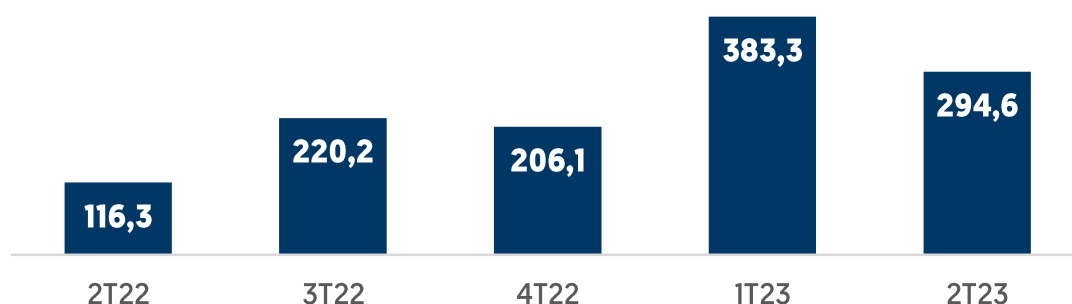
A variação de caixa no 1S23 foi de R\$ 88,5 milhões, constituída essencialmente pelos seguintes eventos:

- (i) EBITDA de R\$ 286,4 milhões;
- (ii) Variação entre Ativos/Passivos de Longo Prazo de R\$ 64,9 milhões;
- (iii) Redução do passivo bancário em R\$ 33,4 milhões;
- (iv) Aumento da necessidade de capital de giro de R\$ 85,1 milhões;
- (v) Investimentos em imobilizado e intangível de R\$ 69,1 milhões;
- (vi) Dividendos pagos de R\$ 57,5 milhões.

FLUXO DE CAIXA – 1S23



FLUXO DE CAIXA - DISPONIBILIDADES



- (1) Outras Receitas: Alienação/Baixa do Imobilizado e Intangível + Gastos com emissão de Ações + 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

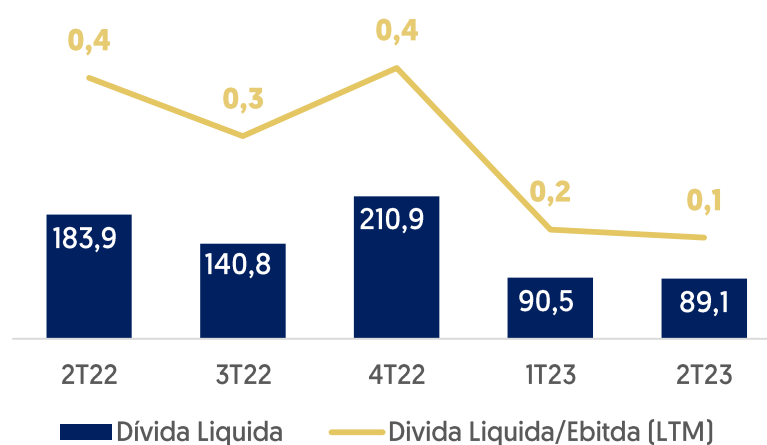


Em 30/06/2023, a Companhia apresentava dívida líquida de R\$ 89,1 milhões, sendo 57,8% inferior a observada no encerramento de 31/12/2022, sendo praticamente o mesmo valor apresentado no final do trimestre anterior.

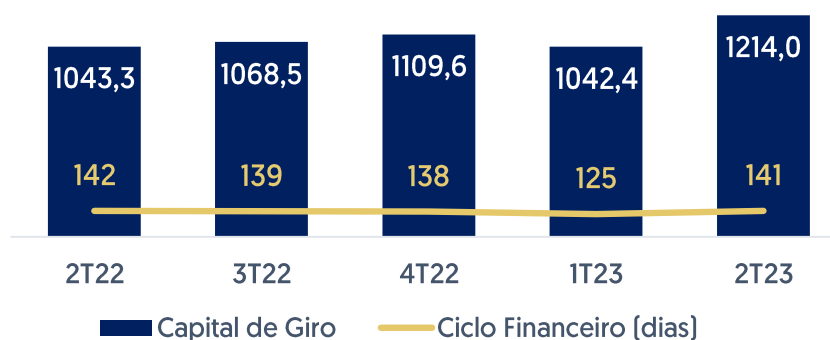
DÍVIDA LÍQUIDA

R\$ Milhões	31/12/2021	31/12/2022	30/06/2023	Var. % 30/06/2023 / 31/12/2022
Financiamentos e empréstimos	361,3	417,0	383,7	-8,0%
Caixa e equivalentes de caixa	114,6	197,2	281,3	42,6%
Aplicações financeiras	10,3	8,9	13,3	49,4%
Dívida Líquida	236,4	210,9	89,1	-57,8%

EVOLUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA E ALVANCAGEM



CAPITAL DE GIRO E CICLO FINANCEIRO



MERCADO DE CAPITAIS



DIVIDENDOS

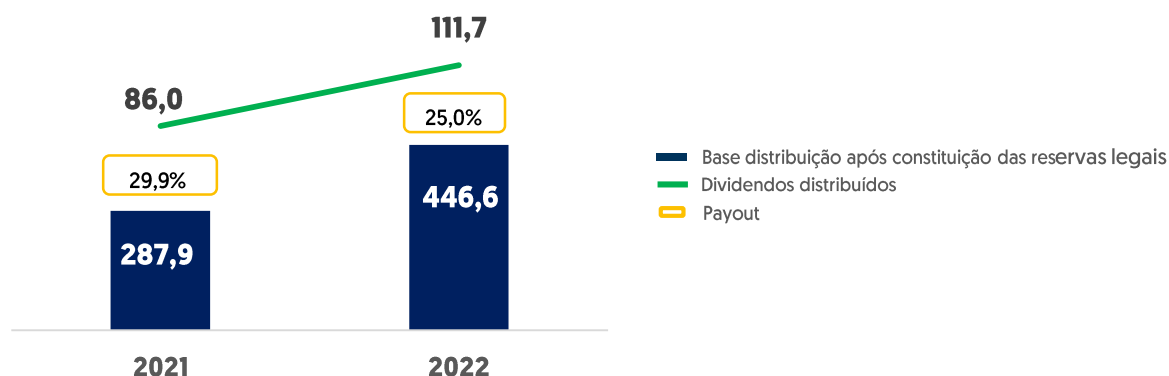
Em 06 de junho de 2023 foi realizado o pagamento de R\$ 36,8 milhões correspondentes aos dividendos intermediários aprovado pelo Conselho de Administração em 02 de maio de 2023.

Em 01 de agosto de 2023 o Conselho de Administração aprovou a distribuição antecipada de dividendos no valor de R\$ 0,15 (quinze centavos) por ação, perfazendo o montante de R\$ 36,8 milhões, nesta data, valor este sujeito a alteração devido ao programa de recompra de ações da Companhia que se encontra em vigor.

Conforme aprovado pelo Conselho de Administração, a Companhia efetuará pagamentos trimestrais de dividendos.

RETORNO AOS ACIONISTAS

Tipo	Valor Total	Valor pago por ação	Data base para distribuição	Data de Pagamento
Dividendos	86,0	0,35	03/11/2021	12/11/2021
Total Dividendos 2021	86,0			
Dividendos Intercalares	90,9	0,37	10/11/2022	22/11/2022
Dividendos Complementares	20,8	0,08	03/04/2023	14/04/2023
Total Dividendos 2022	111,7			
Dividendos Intermediários	36,8	0,15	22/05/2023	06/06/2023
Dividendos Intermediários	36,8	0,15	30/08/2023	14/09/2023
Total Dividendos 2023	73,6			



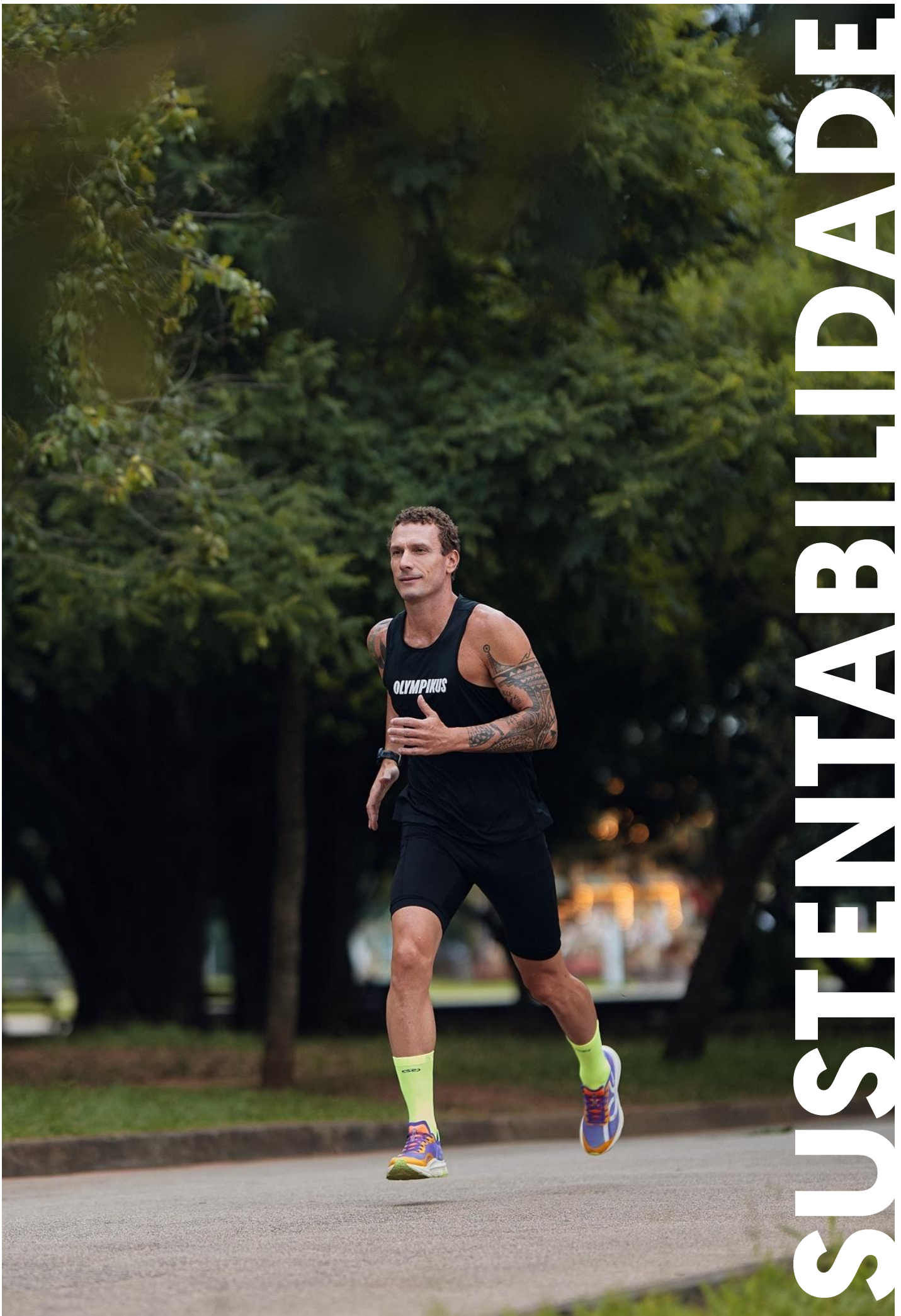
PROGRAMA DE RECOMPRA DE AÇÕES

Em maio de 2022, o Conselho de Administração aprovou o Programa de Recompra de ações, com o objetivo de maximizar a alocação de capital e geração de valor para os acionistas. O programa está em execução e autoriza a recompra de até 5 milhões de ações no prazo de 18 meses.

Ao final do 6M23, a Companhia detinha 680,1 mil ações em tesouraria.

No decorrer do 2T23, a Companhia recomprou 112,9 mil ações, com valor total de R\$ 1,5 milhão.

Tipo	Saldo 31/12/2022	Aquisições 1T23	Saldo 31/03/2023	Aquisições 2T23	Saldo 30/06/2023
QTD Ações em Tesouraria	491,6	75,6	567,2	112,9	680,1
R\$ Ações em Tesouraria	6,1	0,9	7,0	1,5	8,5



SUSTENTABILIDADE

SUSTENTABILIDADE



Buscando construir um país melhor a partir do esporte, a Vulcabras acredita no poder transformador do esporte e por isso está sempre empenhada em adotar atitudes positivas nas comunidades onde está presente. Como parte desse compromisso, a Companhia desenvolve parcerias com projetos sociais que levem educação e esporte para populações mais vulneráveis. No ano de 2023, 4 projetos selecionados estão em execução: Escolinha de Triathlon Formando Campeões, em Horizonte (CE); Projeto WinBelemDon, em Porto Alegre (RS); Círculo de leitura – Ler o Texto, Ler o Mundo, Projeto Re-Ciclo de Cinema e Programa Midia Com.

Escolinha de Triathlon Formando Campeões: Criado em maio de 2015, o Projeto Escolinha de Triathlon Formando Campeões conta hoje com 24 núcleos no Brasil. A Vulcabras apoia o núcleo de Horizonte, o qual atende cerca de 50 crianças e adolescentes entre 8 e 16 anos, todos estudantes de escolas públicas. No contra turno das atividades escolares, das 8h às 10h ou das 15h às 17h, eles aprendem as modalidades do Triathlon - nadar, pedalar e correr - com a supervisão de uma equipe qualificada e especializada em desenvolvimento infantil. O projeto, que nasceu em Curitiba, busca democratizar o acesso à prática promovendo o desenvolvimento integral dos adolescentes e formando novos talentos esportivos na modalidade. Além de promover o esporte, o projeto procura transmitir valores educacionais essenciais, como formação de cidadania e integração social, disciplina, determinação, responsabilidade, respeito e trabalho em equipe; proporcionando aos alunos as ferramentas necessárias para se tornarem cidadãos de sucesso.

Projeto WinBelemDon: Em Porto Alegre (RS), a Companhia apoia o Projeto WinBelemDon, que busca promover a inclusão social de crianças e adolescentes em situação de risco ou vulnerabilidade social na região do extremo sul da capital gaúcha. Utilizando o esporte, a educação e cultura como ferramentas de atração e empoderamento, o projeto, fundado em 2000, atende cerca de 73 jovens entre 06 e 18 anos por meio de oficinas socioemocionais, esportivas, pedagógicas e culturais, buscando garantir a igualdade de oportunidades e redução de desigualdades. Além do Tênis e outros esportes, são oferecidas diversas outras práticas que promovem o desenvolvimento integral dos educandos, valorizando atributos como empatia, perseverança e honestidade. Com um olhar humanizado e respeitoso aos limites individuais, o WinBelemDon estimula as potencialidades de cada participante, buscando construir uma sociedade justa e igualitária. Dentro do

projeto, as crianças e jovens assistidos têm entre as atividades regulares almoço e diversas oficinas, como a de Tênis, Esportes, Psicologia, Artes e outras que podem variar de um mês para o outro.

Círculo de Leitura – Ler o Texto, Ler o Mundo: O Programa Círculos de Leitura, do Instituto Braudel, impulsiona o desenvolvimento integral dos alunos do Ensino Fundamental II e Médio por meio da leitura e escrita, explorando grandes obras da literatura brasileira e mundial. Com 320 escolas participantes no Ceará e São Paulo, 2.176 alunos multiplicadores e 58.200 alunos envolvidos, o projeto busca estimular competências gerais da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), como empatia, cooperação, argumentação, comunicação e autoconhecimento, enriquecendo o repertório cultural dos jovens.

Re-Ciclo de Cinema: Re-ciclo de Cinema é um projeto itinerante que visita escolas da rede pública de ensino com equipe especializada. A iniciativa exhibe filmes educativos que contam a história do cinema de forma breve e apresenta ainda técnicas de reciclagem. Além disso, realiza oficinas e demonstrações educativas sobre sustentabilidade e coleta seletiva de resíduos para crianças e adolescentes entre 6 e 16 anos. Também promove sessões de cinema gratuitas, em parcerias com as prefeituras locais, em ginásios ou praças públicas de cada cidade visitada. Abertas para toda comunidade, as sessões são gratuitas e apresentam filmes de sucesso já exibidos no país.

Midiacom: O Midiacom associa educação e tecnologia, oportunizando condições de transformação de vida e inclusão social. A estratégia de atuação contempla a execução de 5 projetos, contendo atividades relacionadas à cultura, profissionalização, lazer e educação, aliando desenvolvimento social e melhoria na qualidade de vida.





GESTÃO DE MARCAS



Com um portfólio composto pela Mizuno, Olympikus e Under Armour, três marcas ícones que oferecem o que há melhor em tecnologia esportiva para todo o perfil de atleta, incluindo vestuário, acessórios e calçados, a Vulcabras segue explorando o potencial das suas três marcas e liderando o desenvolvimento de tecnologia esportiva no País.

Neste segundo trimestre, a Mizuno intensificou a retomada do protagonismo na categoria running performance com o lançamento da Kakizome Pack, linha de tênis de corrida inspirada na tradicional cerimônia japonesa, composta pelos modelos Wave Rebellion Pro, Wave Rebellion Flash, Wave Rebellion Sonic e Wave Rider 27, que chega com design totalmente renovado.

Reforçando o propósito da marca de democratizar o acesso à alta tecnologia esportiva, a Olympikus lançou o Corre Vento, tênis com foco em velocidade, Corre Trilha, voltado a um dos segmentos que mais cresce, e Corre Grafeno 2, a evolução do primeiro tênis com placa de Grafeno do mundo.

E marcou presença em maratonas internacionais, conquistando pódios na 27ª Maratona Internacional de São Paulo e na 38ª Maratona Internacional de Porto Alegre.

Já a Under Armour, buscando se aproximar cada vez mais da comunidade de basquete, trouxe para o Brasil a maior e mais completa temporada da Curry Brand, em parceria com o astro do basquete americano Stephen Curry, que prevê o lançamento de mais de 17 Currys exclusivos ao longo do ano. Na categoria de treino, a marca lançou o Tribase Reps, equipado com a tecnologia tribase com três pontos de contato da sola que distribuem o peso da pisada e permitem maior estabilidade e durabilidade nos treinos de crossfit.



MIZUNO

Ir além e superar os próprios limites. Foi com essa proposta que a Mizuno lançou a linha Wave Rebellion Series, na noite de 27 de abril, no Centro de Práticas Esportivas da Universidade de São Paulo. O evento, que contou com a presença de jornalistas, formadores de opinião e corredores, desafiou os convidados a baterem seus recordes pessoais na pista de atletismo, calçando o super tênis Wave Rebellion Pro.

Inspirada na tradicional cerimônia japonesa de mesmo nome, onde os participantes escrevem suas resoluções de ano novo por meio da caligrafia, a linha Kakizome foi desenvolvida para corredores experientes que buscam máxima propulsão para os dias de prova, com 3 modelos: Wave Rebellion Pro, Wave Rebellion Flash e Wave Rebellion Sonic.

O Wave Rebellion Pro tem como principal diferencial a tecnologia Smooth Speed Assist, geometria revolucionária de solado inspirado nas sapatilhas de atletismo e aprimorada para as corridas de rua, que proporcionam menor fadiga muscular em longas distâncias com máxima velocidade, pois auxilia o corredor a ter uma pisada do meio pé e ante pé de uma maneira mais natural. R\$ 1.999,00.

O Wave Rebellion Flash, indicado para treinos de velocidade e provas rápidas de curta distância, conta com amortecimento, firmeza e retorno de energia com a tecnologia Mizuno Enerzy Lite combinada com a tecnologia Mizuno Enerzy e a Placa Wave infundada em fibra de vidro que aumenta o nível de responsividade, dispersando o impacto para as extremidades da entressola garantindo maior estabilidade. R\$ 1.299,00.

Já o Wave Rebellion Sonic é para todos os corredores que procuram um tênis para a introdução nos treinos de velocidade ou para aqueles corredores que adoram sentir o pé mais próximo ao solo com uma sensação de propulsão e firmeza. Ideal para treinos de alta intensidade e também para uso diário, conta com placa Wave em TPU proporcionando uma sensação confortável de propulsão com maior estabilidade para as laterais. R\$ 999,00.

O evento, batizado de RP Day, reuniu, além da imprensa especializada e corredores, os times da Vulcabras e da Mizuno global, que apresentaram os principais diferenciais da linha de corrida da Mizuno.

Wave Rider 26 Roxy:

Da união da marca japonesa com a Roxy Brasil, uma das principais marcas de surfwear voltada para o público feminino, nasceu o Wave Rider 26 Roxy. O diferencial do tênis é a tecnologia Mizuno Enerzy: um EVA leve e macio e com maior índice de amortecimento e retorno de energia para o usuário. O lançamento do modelo ocorreu no Rio de Janeiro no mês de abril e reuniu mulheres durante uma corrida para teste do tênis em primeira mão. R\$ 999,90.

Wave Rider 27:

A marca também lançou o Wave Rider 27, tênis que proporciona equilíbrio ideal entre máxima propulsão e um conforto indescritível. Com um design totalmente renovado, o modelo se destaca pela entressola mais macia e com mais amortecimento e um cabedal feito em uma peça só para maior conforto e ótima respirabilidade. A placa Wave feita em Pebax biodegradável proporciona um maior nível de amortecimento e estabilidade com ótima resposta, que te impulsiona para frente a cada passada. Outro diferencial é a tecnologia de espuma com alto retorno de energia, amortecimento e maciez. R\$ 999,00.

Mizuno oficial | Wave Rider

Midnight Sun Marathon (Maratona do Sol da meia Noite):

Patrocinada pela Mizuno global, a Mizuno Brasil levou um time de influenciadores para vivenciar a experiência de correr uma das maratonas mais exuberantes do planeta: a Midnight Sun Marathon, mais conhecida como Maratona do Sol da Meia Noite, em Tromsø, Noruega, que reuniu mais de 6 mil atletas de diferentes partes do mundo. Os atletas da marca correram a maratona mais ao norte do planeta com Kakizome Pack nos pés. Uma experiência sem igual.



OLYMPIKUS

Maratona Internacional de São Paulo:

Reforçando o propósito da marca de democratizar o acesso à alta tecnologia esportiva, a Olympikus foi destaque na 27ª Maratona Internacional de São Paulo, uma das mais importantes provas do calendário internacional de corridas de rua, com o Corre 3, tênis co-criado por corredores e especialistas no assunto e testado pelo laboratório de biomecânica da USP. Para a competição, o tênis ganhou uma cor especial, a mesma cor das camisas oficiais da prova. Desenvolvido para corrida de performance, Corre 3 esteve nos pés dos atletas de elite da marca, conquistando oito pódios na maratona, entre eles: os quatro primeiros lugares da prova de elite masculina e o primeiro e o terceiro lugar da prova de elite Feminina. Na meia maratona, conquistou o primeiro e o terceiro lugares. Um ano que ficará marcado na história do Corre 3 e da Olympikus.

Corre Vento 2:

Para vivenciar a performance do Corre Vento 2, o tênis mais leve da marca, a Olympikus reuniu em abril atletas, clientes e convidados para uma noite de treino e troca de experiências dentro da Casa do Corre, no Parque Villa-Lobos, em São Paulo. No local, foi realizado um talk com a presença dos atletas patrocinados pela Olympikus: Wellington Cipó, Jessica Ladeira e Raísa Marcelino, intermediado por Ademir Paulino, treinador e embaixador da marca. Após teste do modelo em treinos e competições, eles compartilharam com os convidados informações.

Corre Trilha:

Voltado para um dos segmentos que mais tem crescido nos últimos anos, Corre Trilha é ideal para quem busca conforto e aderência em qualquer terreno. Integrante da Família Corre, o tênis conta com a tecnologia Vibram, cuja borracha feita para terrenos desafiadores garante maior estabilidade, sustentação e segurança. Para conhecer o produto no detalhe, a Olympikus convidou atletas e influenciadores para um treino guiado realizado no Pico do Jaraguá, na capital paulista. Na ocasião, dois grupos desbravaram diferentes trilhas no local, cada uma com diferentes graus de complexidade. O evento aconteceu na manhã do dia 15 de maio e contou também com a apresentação dos detalhes técnicos do produto, pela equipe da marca, na Casa do Corre, no Parque Villa-Lobos. R\$ 599,00.

2ª Edição da Casa do Corre:

Ponto de encontro da comunidade corredora, a 2ª edição da Casa do Corre contou com uma programação intensa de treinos gratuitos, exposição, testes e lançamentos de produtos da Família Corre, talk, espaço recovery, entre outras ações com assessorias esportivas. Realizada de 25 de março a 16 de abril, o espaço recebeu mais de 3 mil pessoas e mais de 2 mil produtos com a marca Olympikus foram testados no local.

Para marcar o encerramento da 2ª edição da Casa do Corre, a Olympikus apresentou o resultado do concurso Perifalions, que este ano contou com a parceria da marca, que foi o briefing do desafio, cujo prêmio foi uma viagem para o maior festival de publicidade do mundo: o Festival Internacional de Cinema de Cannes [França]. Na ocasião, foram anunciadas as duas duplas vencedoras, que ganharam vestuário e tênis da marca e viajaram para Cannes com patrocínio da Olympikus. Projeto independente, Perifalions nasceu com a missão de ser palco para a descoberta de talentos das periferias, conectando-os com o mercado publicitário.

Corre Grafeno 2:

Dando continuidade à estratégia de inovar no segmento de alta performance, a Olympikus voltou a surpreender e lançou o Corre Grafeno 2, a evolução do primeiro tênis com placa de grafeno do mundo. Projetado para corrida de alta performance, Grafeno 2 recebe melhorias significativas na matéria-prima e no design em suas 241 gramas. A borracha com tecnologia Michelin no solado proporciona maior aderência, segurança e resistência à abrasão, elevando o nível da performance.

O lançamento ocorreu simultaneamente à Maratona Internacional de Porto Alegre, quando o tênis foi disponibilizado para venda no e-commerce e na loja física da marca montada especialmente para a prova. Após o evento, todas as vitrines dos parceiros da Olympikus receberam a comunicação da chegada do Corre Grafeno 2. R\$ 799,99.

Maratona Internacional de Porto Alegre:

A Olympikus e o Corre Grafeno 2 subiram no lugar mais alto do pódio nos 42 km da 38ª Maratona Internacional de Porto Alegre, que este ano contou com o patrocínio da marca. Vestus Cheboi, atleta de elite do Quênia pela marca, foi o grande campeão na prova masculina. Collins Kimosop, outro queniano, e o brasileiro Wellington Cipó, ambos atletas de elite da marca, conquistaram o 2º e o 4º lugares respectivamente. Já no feminino, a queniana Vivian Kiplagati, também atleta da marca, conquistou a 2ª colocação. Jéssica Ladeira venceu o percurso de 7km.

Todos correram a Maratona com Grafeno 2, evolução do primeiro tênis com placa de grafeno do mundo desenvolvido no Centro de Pesquisa & Desenvolvimento da Vulcabras, em Parobé [RS]. Com 241 gramas, traz melhorias significativas na matéria-prima e no design, para estar sempre nos pés dos principais corredores do país. O tênis, que faz parte da Família Corre, a linha de calçados para performance da marca, reforça o posicionamento da Olympikus de democratizar o acesso à alta tecnologia no esporte.

Além do Grafeno 2, o Corre 3 também foi destaque na competição. Especialmente para a prova, a Vulcabras e a Olympikus produziram uma edição especial do Corre 3 em tons alaranjados em linha com as cores da prova. A edição comemorativa foi disponibilizada na loja exclusiva da Olympikus montada no Barra Shopping Sul, destinada à exposição e experiência com todos os produtos da Família Corre.





UNDER ARMOUR

Curry Season:

Sob a gestão da Vulcabras, a Under Armour, referência global em treino e basquete, tem desempenhado papel fundamental na aproximação do público brasileiro com a comunidade do basquete no Brasil - segunda maior audiência da NBA no mundo. E para celebrar os 10 anos da parceria com Stephen Curry, a marca trouxe para o País a maior temporada da Curry Brand – marca desenvolvida em parceria com o jogador que tem a inovação como motor e a visão de tornar o basquete um esporte acessível para todos, com mais de 17 drops exclusivos, entre os meses de maio e setembro.

Para marcar a chegada da maior temporada de Currys, a Under Armour promoveu ações de ativação na Artwalk e na NBA Store, no Shopping Morumbi Town, que movimentou a comunidade brasileira de basquete. Na ocasião, foram apresentadas as primeiras 5 colorways, Curry 2 Low Flotro, Curry Flow 10 “Splash Party”, Curry Flow 10 “Double Bang”, Curry Flow 10 “Unicorn & Butterfly” e Curry Flow 10 “Father to Son”, que integram a coleção especial assinada pelo jogador com a marca americana. Curry 2 Low Flotro: R\$ 1.899,99. Curry 10 Splash Party: R\$ 1.599,99. Curry 10 Double Bang: R\$ 1.599,99.

Sneaker X:

Aproveitando a chegada maior temporada de Currys no Brasil, o lançamento de 3 drops do Curry 10 foi conectado a um dos maiores festivais de cultura Sneakerheads do Brasil, o Sneaker X. Especialmente para o evento, a marca reuniu seu time titular composto pelos principais influenciadores da marca para criar desafios inspirados no Stephen Curry nos intervalos do festival, conectando o público com a marca.

Tribase Reps

Líder de categoria em sua faixa de preço, o Tribase Reps teve como embaixadores o influenciador Igor Freitas e a renomada treinadora Ju Hitomi. A estratégia de lançamento contou com ampla divulgação no digital com banners para o site da marca, além de materiais de PDV nos clientes. Três boxes de crossfit em São Paulo receberam uma ação de trail de produto na qual o tênis foi testado na prática pelos praticantes da modalidade.

O Tribase Reps foi desenvolvido para quem busca um tênis de treino. A gáspea (parte de cima do calçado) do tênis é dividida em duas funções: suporte e resistência. Na região do calcanhar uma malha fechada proporciona suporte, na região do antepé uma tela com sobreposição se encarrega de entregar toda resistência necessária para a atividade. Um tênis esportivo indicado para pessoas que não se limitam e se jogam em todos os momentos do training.

ANEXOS

BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PATRIMONIAL (CONSOLIDADO)

R\$ milhares

ATIVO	30/06/2023	31/12/2022	PASSIVO	30/06/2023	31/12/2022
Caixa e equivalentes de caixa	281.337	197.197	Fornecedores	196.569	104.925
Aplicações financeiras	1.553	4	Financiamentos e empréstimos	131.900	283.638
Contas a receber de clientes	739.277	769.457	Passivo de arrendamento	8.718	8.509
Estoques	728.172	567.831	Impostos a recolher	27.411	19.670
Impostos a recuperar	85.557	18.685	Salários e férias a pagar	72.605	56.139
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	18.082	13.859	Provisões	5.057	3.102
Outras contas a receber	14.543	26.074	Comissões a pagar	24.562	19.538
			Dividendos e lucros a pagar	5	20.734
			Outras contas a pagar	36.717	53.716
ATIVO CIRCULANTE	1.868.521	1.593.107	PASSIVO CIRCULANTE	503.544	569.971
Aplicações financeiras	11.739	8.942	Financiamentos e empréstimos	251.797	133.410
Contas a receber de clientes	3.769	5.153	Mútuo com partes relacionadas	0	18.448
Impostos a recuperar	116.356	193.504	Passivo de arrendamento	9.994	12.059
Impostos de renda e contribuição social diferidos	13.533	13.591	Provisões	50.276	54.274
Depósitos judiciais	26.976	22.419	Imposto de renda e contribuição social diferido	16.987	17.079
Bens destinados à venda	194	194	Outras contas a pagar	3.265	3.681
Outras contas a receber	2.314	1.934			
REALIZAVEL A LONGO PRAZO	174.881	245.737	PASSIVO NÃO CIRCULANTE	332.319	238.951
Investimentos	59.016	75.662	PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Propriedade para investimento	3	4	Capital social	1.108.354	1.106.717
Direito de uso	15.989	18.119	Reservas de capital	-4.188	-1.472
Imobilizado	403.123	379.031	Reserva de reavaliação	4.097	4.175
Intangível	208.485	209.096	Ajustes de Avaliação patrimonial	23.601	25.974
	686.616	681.912	Reserva de Lucros	576.094	576.094
			Lucros Acumulados	185.885	0
			Patrimônio líquido atribuível aos controladores	1.893.843	1.711.488
			Participações de não controladores	312	346
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	861.497	927.649	TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.894.155	1.711.834
			TOTAL DO PASSIVO	835.863	808.922
TOTAL DO ATIVO	2.730.018	2.520.756	TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.730.018	2.520.756

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (CONSOLIDADO)	2T23	2T22	VAR (%)	6M23	6M22	VAR (%)
R\$ milhares						
Receita líquida de vendas	723.920	656.808	10,2%	1.295.038	1.134.558	14,1%
Custo das vendas e revendas	-424.284	-420.640	0,9%	-770.043	-730.249	5,4%
Lucro bruto	299.636	236.168	26,9%	524.995	404.309	29,8%
Margem Bruta	41,4%	36,0%	5,4 p.p.	40,5%	35,6%	4,9 p.p.
Despesas com vendas	-120.726	-97.759	23,5%	-220.598	-174.698	26,3%
Reversão (provisão) para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	1.792	-1.971	-190,9%	-1.392	-4.164	-66,6%
Despesas administrativas	-38.949	-32.088	21,4%	-71.334	-58.698	21,5%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	1.889	7.945	-76,2%	3.584	9.904	-63,8%
Resultado da equivalência patrimonial	1.261	1.422	-11,3%	2.873	1.422	102,1%
Resultado antes das despesas e receitas financeiras líquidas e tributos	144.903	113.717	27,4%	238.128	178.075	33,7%
Receitas financeiras	26.843	18.548	44,7%	47.418	30.192	57,1%
Despesas financeiras	-23.678	-26.832	-11,8%	-46.401	-48.150	-3,6%
Resultado financeiro líquido	3.165	-8.284	-138,2%	1.017	-17.958	-105,7%
Resultado antes dos tributos sobre lucro	148.068	105.433	40,4%	239.145	160.117	49,4%
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	-9.117	-1.675	444,3%	-16.564	-2.378	596,6%
Lucro Líquido do período	138.951	103.758	33,9%	222.581	157.739	41,1%
Margem Líquida	19,2%	15,8%	3,4 p.p.	17,2%	13,9%	3,3 p.p.
Resultado atribuível aos:						
Acionistas controladores	138.951	103.743		222.591	157.722	
Acionistas não controladores	0	15		-10	17	
Lucro Líquido do período	138.951	103.758		222.581	157.739	
Resultado por ação						
Resultado por ação ordinária - básico	0,5664	0,4221		0,9074	0,6418	
Resultado por ação ordinária - diluído	0,5642	0,4213		0,9039	0,6405	
Quantidade de ações ao final do exercício						
Quantidade de ação ordinária - básico	245.320.501	245.756.244		245.320.501	245.756.244	
Quantidade de ação ordinária - diluído	246.269.003	246.235.847		246.269.003	246.235.847	

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

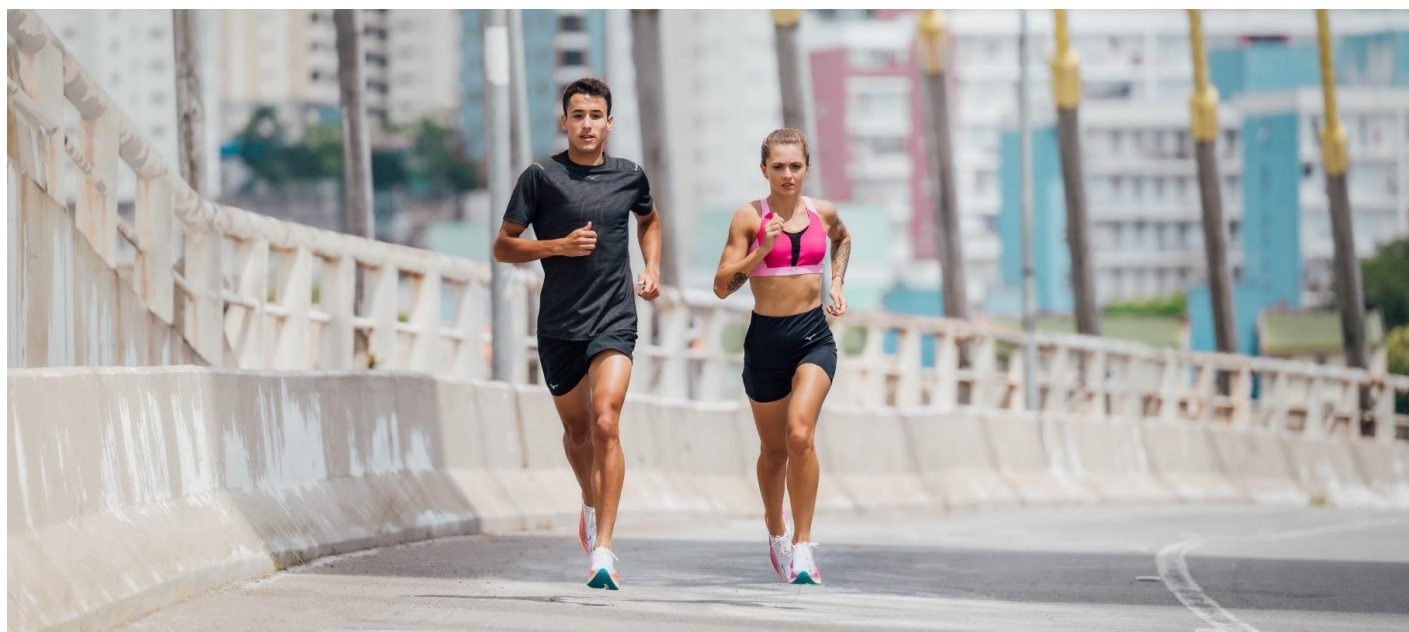
Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	6M23	6M22
R\$ Milhares		
Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais		
Lucro Líquido do período	222.581	157.739
Ajustes para:		
Depreciação e amortização	48.290	38.862
Provisão (reversão) para perdas por valor recuperável dos estoques	12.957	1.975
Juros s/ arrendamentos provisionados	2.534	2.084
Valor líquido dos itens tangíveis e intangíveis baixados	2.691	6.073
Rendimentos de aplicações financeiras	-840	-492
Provisões para contingências	3.363	2.587
Resultado da equivalência patrimonial	-2.873	-1.422
Transação com pagamento baseado em ações	-318	-766
Provisão para perdas esperadas para crédito de liquidação duvidosa	1.392	4.164
Indébito tributário - SELIC	0	-8.792
Encargos financeiros e variação cambial reconhecidos no resultado	20.213	19.025
Imposto de renda e contribuição social corrente	16.564	2.378
Participação de não controladores	10	-17
Recuperação de PIS e COFINS s/ ICMS	-6.174	-2.573
Lucro líquido do período ajustado	320.390	220.825
Variações nos ativos e passivos		
Contas a receber de clientes	26.956	-78.401
Estoques	-173.298	-92.417
Impostos a recuperar	12.227	12.809
Impostos diferidos	0	-46
Valores a receber por alienação de operação	905	1.720
Outras contas a receber	11.151	2.804
Depósitos judiciais	-4.003	-1.605
Fornecedores	96.488	65.774
Comissões a pagar	5.024	3.809
Impostos a recolher	5.110	4.594
Salários e férias a pagar	16.466	16.333
Outras contas a pagar	-17.449	2.574
Provisões	-5.960	-1.954
Variações nos ativos e passivos	-26.383	-64.006
Caixa proveniente das (utilizada nas) atividades operacionais	294.007	156.819
Juros pagos	-24.180	-23.399
Pagamento de Juros de arrendamento	-1.062	-1.123
Impostos pagos sobre o lucro	-13.311	-7.769
	-38.553	-32.291



DEMONSTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Demonstração de Fluxo de Caixa (Método Indireto)	6M23	6M22
R\$ Milhares		
Fluxo de caixa líquido utilizado nas (proveniente das) atividades operacionais	255.454	124.528
Fluxo de Caixa das Atividades de Investimento		
Aquisições de imobilizado	-68.306	-69.671
Resgate (aplicação) de aplicações financeiras	-3.506	111
Recursos provenientes da alienação de imobilizado	596	453
Aquisições de intangível	-772	-1.358
Recebimento de dividendos	1.401	0
Fluxo de Caixa utilizado nas Atividades de Investimento	-70.587	-70.465
Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamento		
Empréstimos tomados - Principal	165.600	153.831
Pagamento de empréstimos tomados - Principal	-202.047	-212.329
Aquisição de ações em tesouraria	-2.398	0
Dividendos e juros sobre o capital próprio pagos	-57.513	-4
Aumento de capital	1.637	0
Pagamento de passivos de arrendamento	-6.328	-5.595
Fluxo de caixa líquido proveniente das (utilizado) nas Atividades de Financiamento	-101.049	-64.097
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	83.818	-10.034
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	197.197	114.635
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	322	1.052
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	281.337	105.653
Aumento (redução) de Caixa e equivalentes de Caixa	83.818	-10.034

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.





Vulcabras atua há 71 anos no setor calçadista brasileiro e nesse período consolidou-se como a maior indústria do setor de calçados esportivos do País tornando-se gestora de marcas líderes em seus respectivos segmentos: Olympikus, campeã nacional em venda de tênis, Under Armour, uma das maiores marcas de confecções, calçados e acessórios esportivos do mundo, e Mizuno, a marca de performance que acredita no valor do esporte e suporta a jornada de todos que dão o melhor de si independente de quem são, nível e tipo de esporte.

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

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

Os produtos são confeccionados em duas modernas fábricas localizadas na região Nordeste, em Horizonte/CE e Itapetinga/BA. O centro administrativo da Companhia, por sua vez, está localizado em Jundiá - SP, além de um Centro de Distribuição Logístico destinado ao Canal de E-commerce localizado em Extrema - MG. Há, ainda, uma filial com centro de distribuição no Peru. Estas seis unidades empregam, diretamente, mais de 18,0 mil 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 de 30 de junho de 2023 (2T23) foram desembolsados honorários de aproximadamente R\$ 195,9 mil.

DECLARAÇÃO DA DIRETORIA

De acordo com o artigo 25, parágrafo 1º, item 5 da Instrução CVM nº 480/09, o Conselho de Administração, em reunião realizada em 01/08/2023 declara que revisou, discutiu e concordou com as informações contábeis da Vulcabras S.A. do 2º trimestre de 2023 e com o relatório de revisão dos auditores independentes sobre as informações financeiras trimestrais individuais e consolidadas.

ADMINISTRAÇÃO



COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Pedro Grendene Bartelle	Presidente do Conselho de Administração
André de Camargo Bartelle	1º Vice-Presidente
Pedro Bartelle	2º Vice-Presidente
Paulo Sérgio da Silva	Conselheiro Independente
Rafael Ferraz Dias de Moraes	Conselheiro Independente

COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA

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



2T23

APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS

VULCABRAS
vivemos para o esporte