Vulcabras Azaleia

Apresentação Institucional

Maio / 2019

azaleia djean OLYMPIKUS OPANKA UNDER ARMOUR. Botas Vulcabras

VISÃO GERAL

da companhia



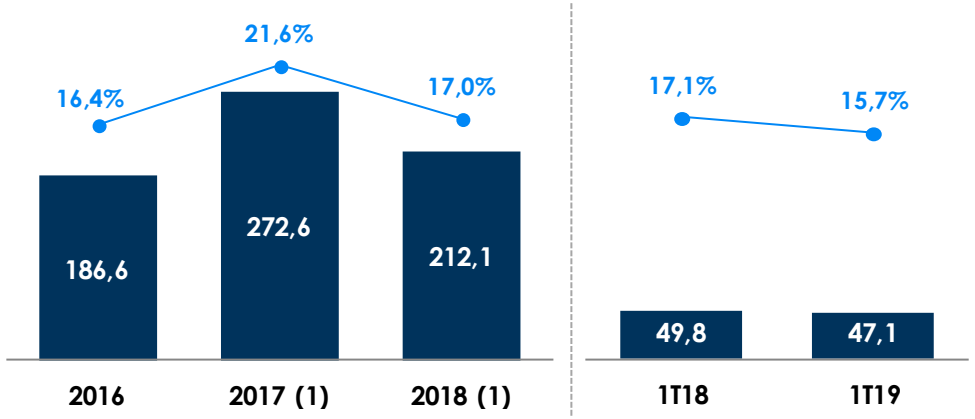
Visão Geral da Vulcabras Azaleia

Descrição da Companhia

- ✓ Fundada em 1952, a Vulcabras Azaleia é uma das maiores empresas de calçados e artigos esportivos da América Latina.
- ✓ Gestora de marcas especializada em calçados esportivos e femininos no Brasil, com um modelo de produção verticalmente integrada garantindo vantagem competitiva em relação aos concorrentes.
- ✓ Detém as marcas: **Olympikus**, a maior marca de calçados esportivos no Brasil e **Azaleia**, a marca de calçados feminino mais lembrada entre as mulheres(1). É o representante exclusivo da **Under Armour** no Brasil, uma das maiores marcas esportivas do mundo.
- ✓ Produtos são distribuidos para mais de 12.000 clientes em todo Brasil, bem como em outros países da América Latina.
- ✓ Exportações representaram 8,2% da receita líquida em 1T19.
- ✓ Companhia de capital aberto no Novo Mercado.

Destaques financeiros

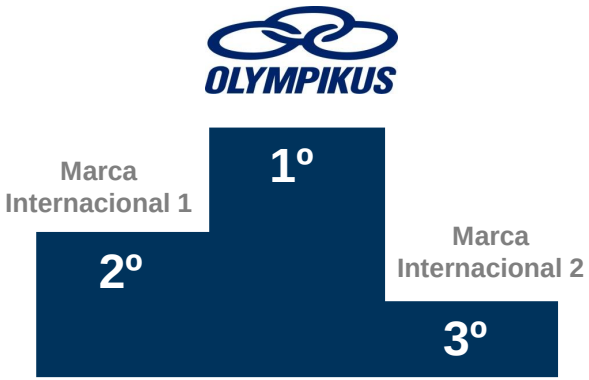
EBITDA e Margem EBITDA Recorrentes (R$ milhões e %)



(1) Ex- itens não recorrentes.

Liderança de mercado

Maiores marcas esportivas em volume (4T18).



Principais marcas por segmento

ESPORTIVO	FEMININO	OUTROS
OLYMPIKUS, UNDER ARMOUR	azaleia, djean	Botas Vulcabras
Marcas de calçados de alta performance, com tecnologia e materiais de alta qualidade.	Sapatos e sandálias voltados para as classes B e C.	Botas para indústria.

Fonte: Kantar WorldPanel, Focal Pesquisas.
Nota: (1) A Olympikus é a maior marca de calçados esportivos em termos de volume no Brasil, de acordo com Kantar WorldPanel (2018), e Azaleia é a marca mais lembrada no Brasil entre as mulheres de acordo com Focal Pesquisas (2013).

Como chegamos até aqui?

O que já conquistamos?



Posicionamento de marca único

Olympikus
- Maior marca de calçados esportivos no Brasil.
- *Smart choice*: combinação de alta qualidade com preços acessíveis .

Under Armour
- Uma das maiores marcas esportivas no mundo.
- Marca premium com foco em inovação e performance.

Azaleia
- Marca de calçados feminino mais lembrada no Brasil.
- Grande potencial de crescimento.



Distribuição capilar

- Base de clientes fragmentada no Brasil: mais de 12.000 clientes.
- Estratégia bem definida para servir cada canal de vendas.
- Grande time de vendas no Brasil: 55 escritórios de representação e mais de 300 pessoas.
- Melhor fornecedor de calçados esportivos para os varejistas.



Produção integrada

- Modelo verticalmente integrado garantindo uma ótima execução de vendas e atendimento aos clientes:
  - Menor tempo médio de entrega *(5 semanas vs 6 meses).*
  - Rápido *time to market (4 meses vs 12 meses).*
  - Baixo risco de liquidação de estoque.



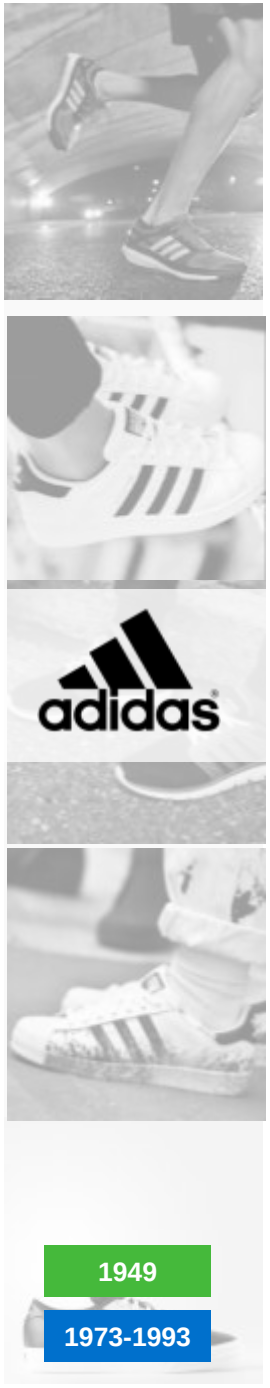
Forte cultura de inovação

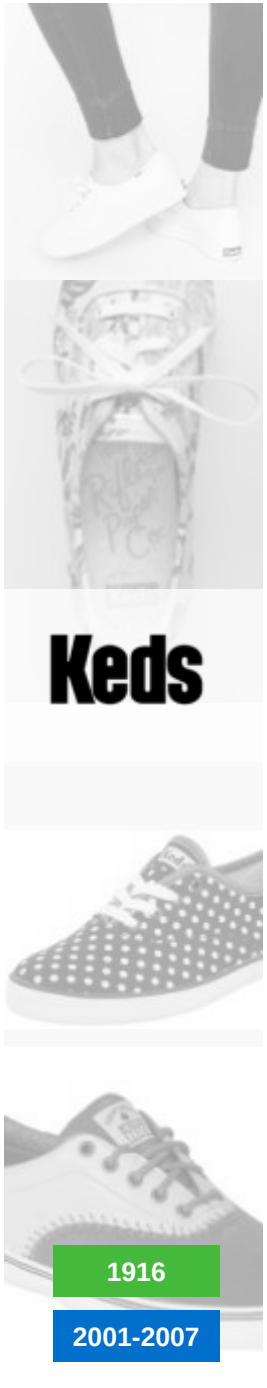
- Maior centro de P&D na América Latina.
- + 550 pessoas dedicadas ao P&D.
- + de 800 novos modelos /ano.
- Produtos premiados.
- Testes de performance feitos por atletas profissionais e notas obtidas comparáveis a marcas internacionais.

Histórico único de gestão de marcas ícones

















Ano de fundação da marca

Período de operação da VA

VISÃO GERAL

do mercado



O Brasil é o 4º maior mercado consumidor de calçados no mundo...

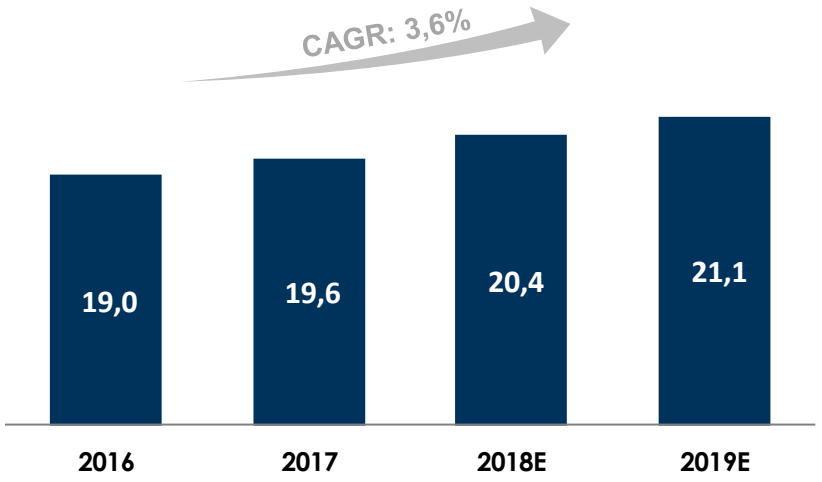
Destaques

- **O Brasil é o 4º maior mercado consumidor de calçados e o 4º maior produtor de calçados do mundo.**
- **A produção mundial de calçados apresentou um crescimento saudável nos últimos anos (CAGR de 3,9% de 2016 a 2019E em número de pares).**
- **O consumo global de calçados cresceu a um ritmo mais rápido em relação à produção de calçados (CAGR de 3,6% de 2016 para 2019E em volume).**

10 Maiores Consumidores

	Consumo Mundial - 2017	Market-share	Número de pares (MM)
1	China	16,8%	3.291
2	India	14,1%	2.758
3	EUA	12,1%	2.381
4	**Brasil**	**4,3%**	**839**
5	Japão	3,8%	755
6	Indonésia	2,6%	504
7	Alemanha	2,3%	445
8	Nigéria	2,2%	422
9	Reino Unido	2,1%	412
10	Outros	39,8%	7.813
	Total	**100,0%**	**19.620**

Consumo global (bilhões de pares)



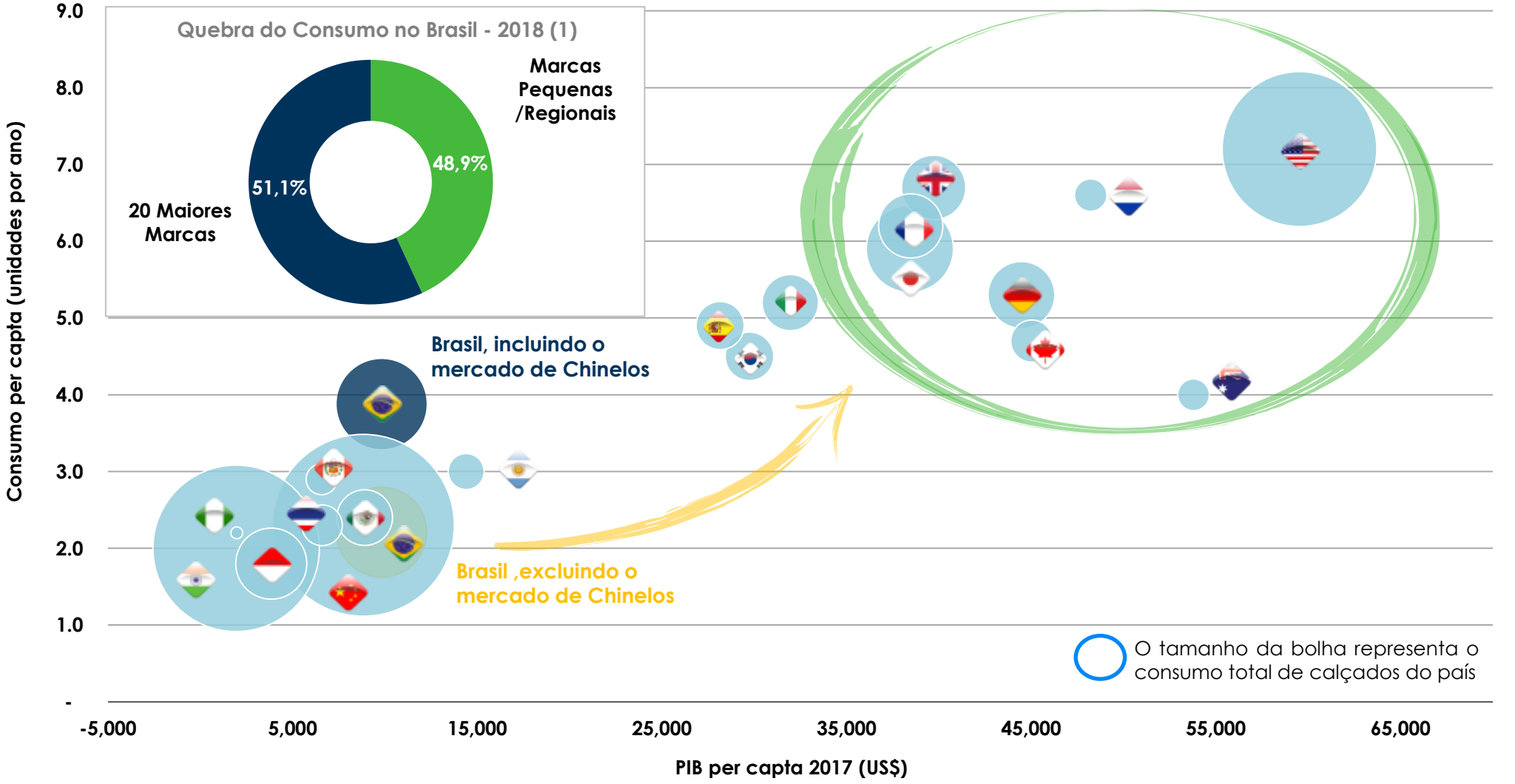
10 Maiores Produtores

	Produção Mundial - 2017	Market-share	Número de pares (MM)
1	China	53,1%	11.410
2	India	13,4%	2.868
3	Vietnã	5,8%	1.255
4	**Brasil**	**4,4%**	**943**
5	Indonésia	3,8%	810
6	Nigéria	2,0%	429
7	Paquistão	1,2%	265
8	México	1,2%	264
9	Tailândia	1,1%	238
10	Outros	14,0%	2.998
	Total	**100,0%**	**21.480**

Fonte: WSR, Abicalçados.

...e ainda tem um enorme potencial de crescimento

Análise do consumo anual de calçados e PIB per capita



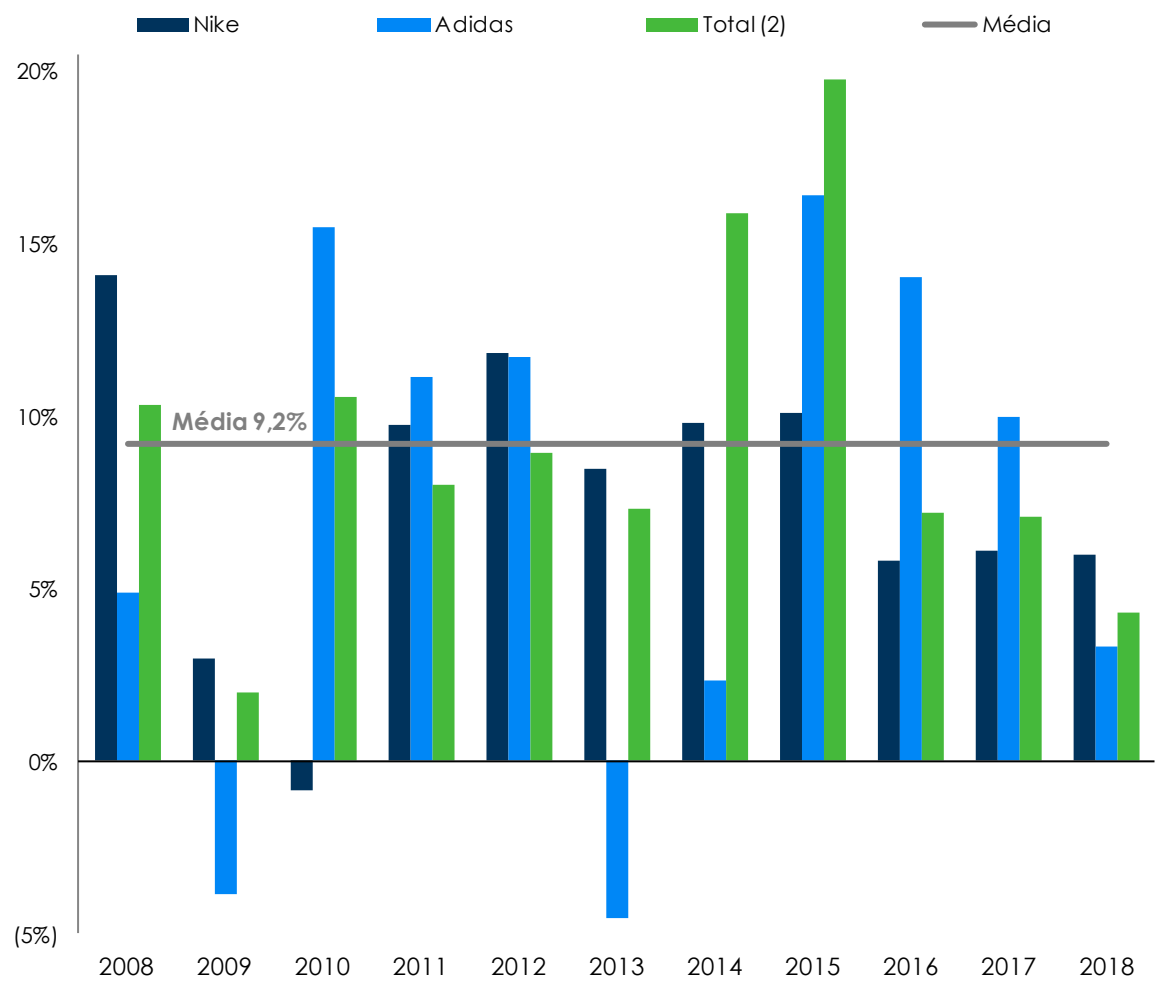
O consumo *per capita* é o pilar de crescimento da indústria calçadista brasileira

Fonte: Abicalçados e World Development Indicators, 2018.
(1) Considera o mercado de tenis no Brasil.

Os consumidores brasileiros procuram um estilo de vida mais saudável, impulsionando o crescimento de artigos esportivos

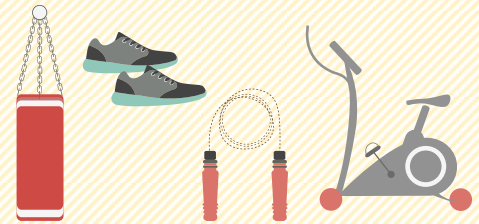
As marcas esportivas globais têm tido um forte crescimento nos últimos anos(1)

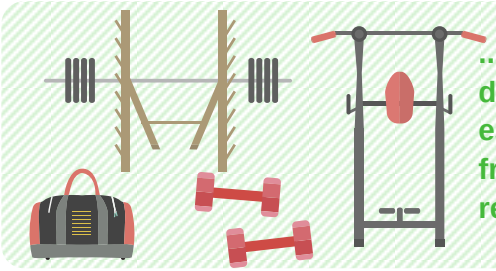
(Crescimento de receita)



Hábitos mais saudáveis

O Brasil é o 2ª maior mercado de academias do mundo, ficando atrás só dos Estados Unidos ...



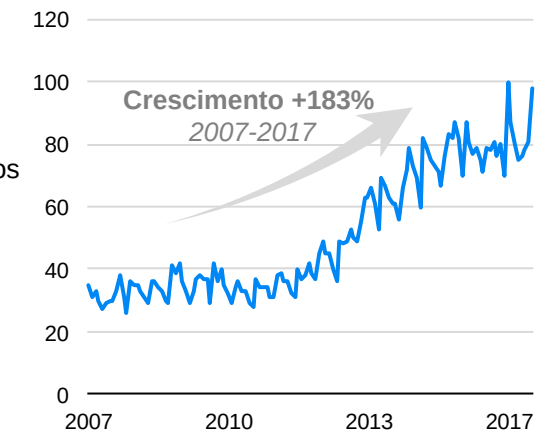


... Porém, menos de 5% da população brasileira está matriculada ou frequentam academias regularmente.

Categoria procurada: Crescimento de *Fitness*

- 289% de crescimento no número de matrículados em corridas em SP nos últimos 5 anos
- A procura por academias nos SESCs aumento 38x desde 2009

Número de pesquisas feitas no Google



Fonte: Relatórios financeiros das empresas, Google, Pesquisa SESC, ACAD Brasil, Revista PEGN.
Note: (1) Crescimento da receita na moeda corrente reportada.
(2) Total inclui a média de Under Armour, Nike, Adidas, Asics, Puma, Mizuno e Skechers.

MARCAS



Olympikus é a maior marca esportiva no Brasil com ampla preferência entre os consumidores.

CONHECIMENTO E PREFERÊNCIA DOS CONSUMIDORES PELA MARCA OLYMPIKUS

100%

Conhecem Olympikus

84%

Já utilizou Olympikus

52%

Olympikus é uma das marcas utilizadas freqüentemente

23%

Prefere usar Olympikus







FONTE: KANTAR MILLWARD BROWN, pesquisa de Novembro de 2018.

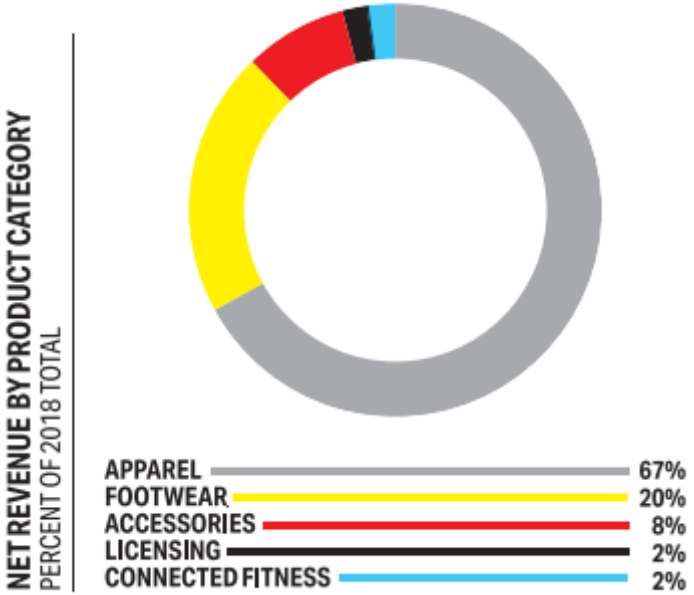
Under Armour é a 3ª maior marca esportiva no mundo, com faturamento de US$ 5,2 bilhões em 2018.







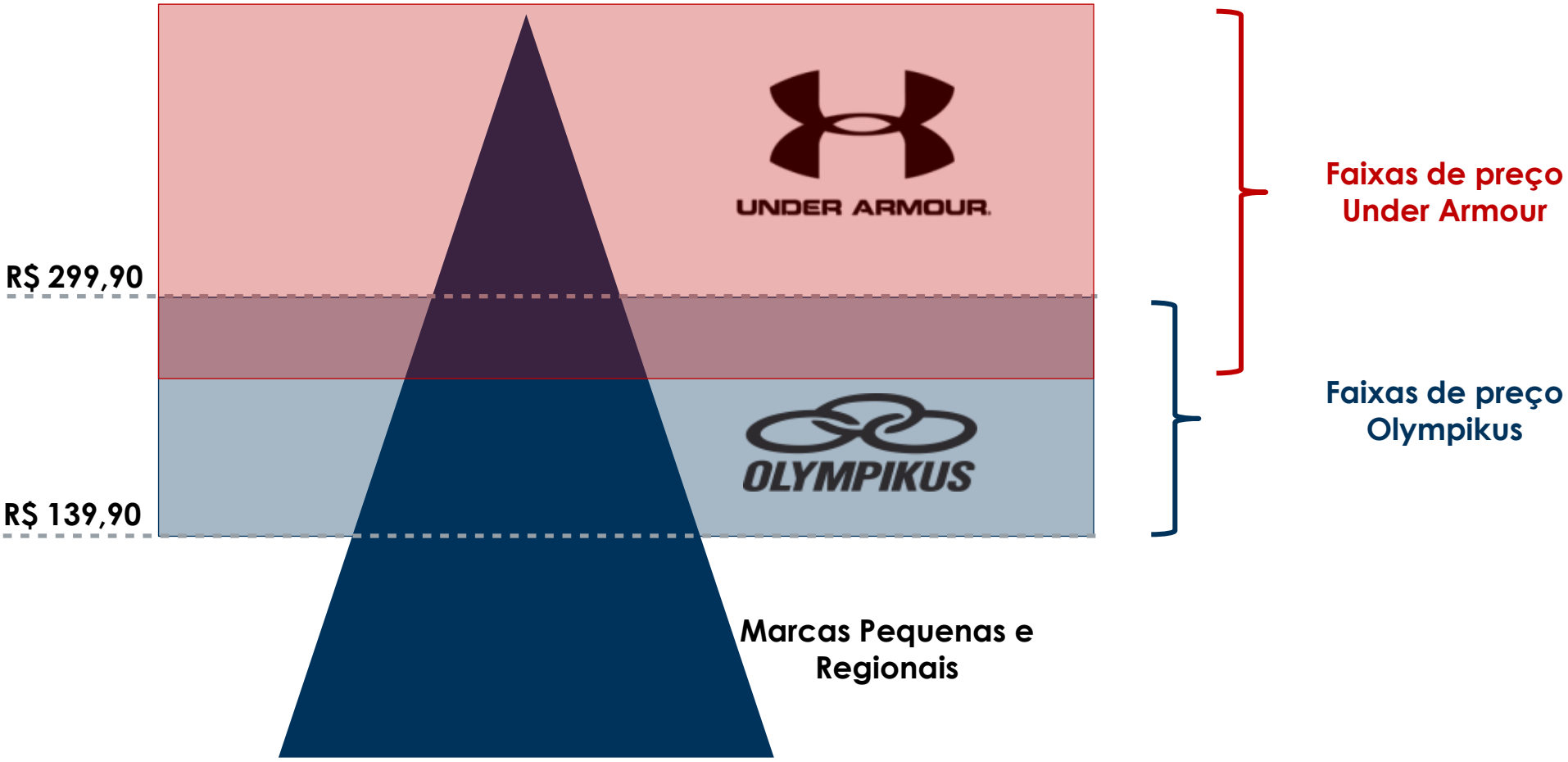
% da Receita Líquida por Categoria (2018)



Fonte: 2018 Annual Report – site de RI da Under Armour Global

Posicionamento das marcas esportivas (Calçados)

OLYMPIKUS E UNDER ARMOUR



Fonte: Companhia, IBOPE, Kantar WorldPanel.

Azaleia é a marca Brasileira de calçados femininos mais lembrada entre as consumidoras.

Nós somos a marca *top of mind*



SAPATO FEMININO	TOTAL (%)			CLASSE SOCIAL (%)			ÁREA (%)	
	2017	2016	2015	A/B	C	D/E	METROP.	INTERIOR
AZALEIA	12,3	15,9	17,5	8,6	11,2	17,1	11,4	12,9
DAKOTA	11,5	12,2	8,9	7,6	12,8	11,0	15,0	8,7
VIA MARTE	11,3	10,8	8,8	8,6	11,5	12,7	10,9	11,7
BEIRA RIO	8,1	4,2	5,0	4,1	8,0	11,0	6,8	9,1

Marca #1 no geral

- Azaleia é a marca de sapatos femininos **mais lembrada** pelas consumidoras
- **12,3%** das consumidoras mencionaram como a **marca de referência** no segmento(2)

POSICIONAMENTO AZALEIA VERSUS COMPETIDORES



Fonte: Kantar WorldPanel, Focal Pesquisas (2013), Pesquisa Amanhã Magazine, 2017.

A Vulcabras Azaleia tem uma capacidade de execução única nos pontos de vendas em todas as regiões do Brasil...

DESTAQUES

- O mercado brasileiro de calçados é muito fragmentado e composto principalmente por varejistas pequenos / regionais.
- Os esforços de marketing no PDV(1) são uma das estratégias para promover a marca e impulsionar as vendas.
- Mais de 60 promotores exclusivamente dedicados para as atividades de *merchandising*.
- Mais de 40.000 vendedores treinados todos os anos pelo time da Vulcabras.

Exemplos de atividades de *merchandising*: vitrine e interior das lojas



Shop. JK Iguatemi (SP)



Shop. Rio Anil (MA)



Loja Humanitarian - Campinas (SP)



Loja Shop. Morumbi (SP)

Nota: (1) Ponto de venda (PDV).

Modelo de NEGÓCIOS



Modelo de negócios único da Vulcabras Azaleia

1 Vendas e distribuição



- Base de clientes fragmentada;
- Distribuição nacional e internacional;
- Força de vendas com mais de 300 profissionais.

2 Produção



- Ótima flexibilidade;
- Capacidade instalada para sustentar o crescimento;
- Infraestrutura pronta para novos investimentos na modernização de equipamentos.

3 Desenvolvimento de produtos



- Tecnologias exclusivas;
- Inovação de produtos;
- Centro próprio de P&D.

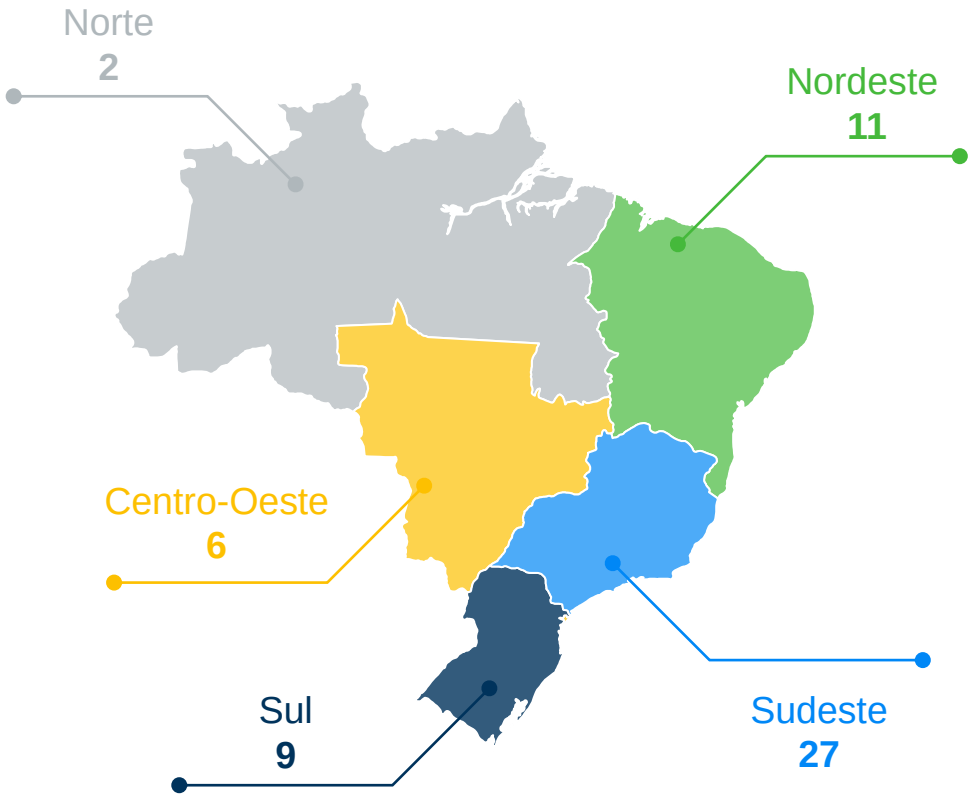
Vantagens competitivas sólidas

1 Equipe de vendas grande, dedicada a calçados esportivos e femininos no Brasil...

Composição dos representantes de vendas por região

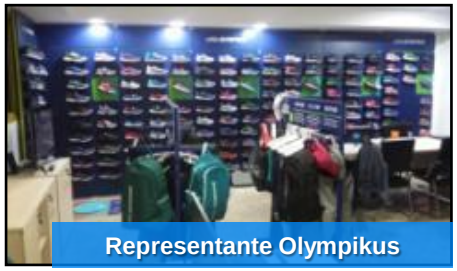
55 escritórios de representação comercial com mais de 300 pessoas dedicadas a vendas e merchandising.

No. de escritórios de representação comercial



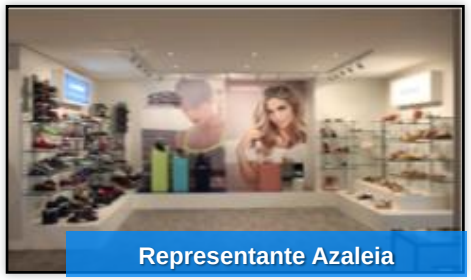
Show rooms completos em todo o Brasil


Representante Olympikus


Representante Olympikus


Representante Under Armour


Representante Under Armour


Representante Azaleia

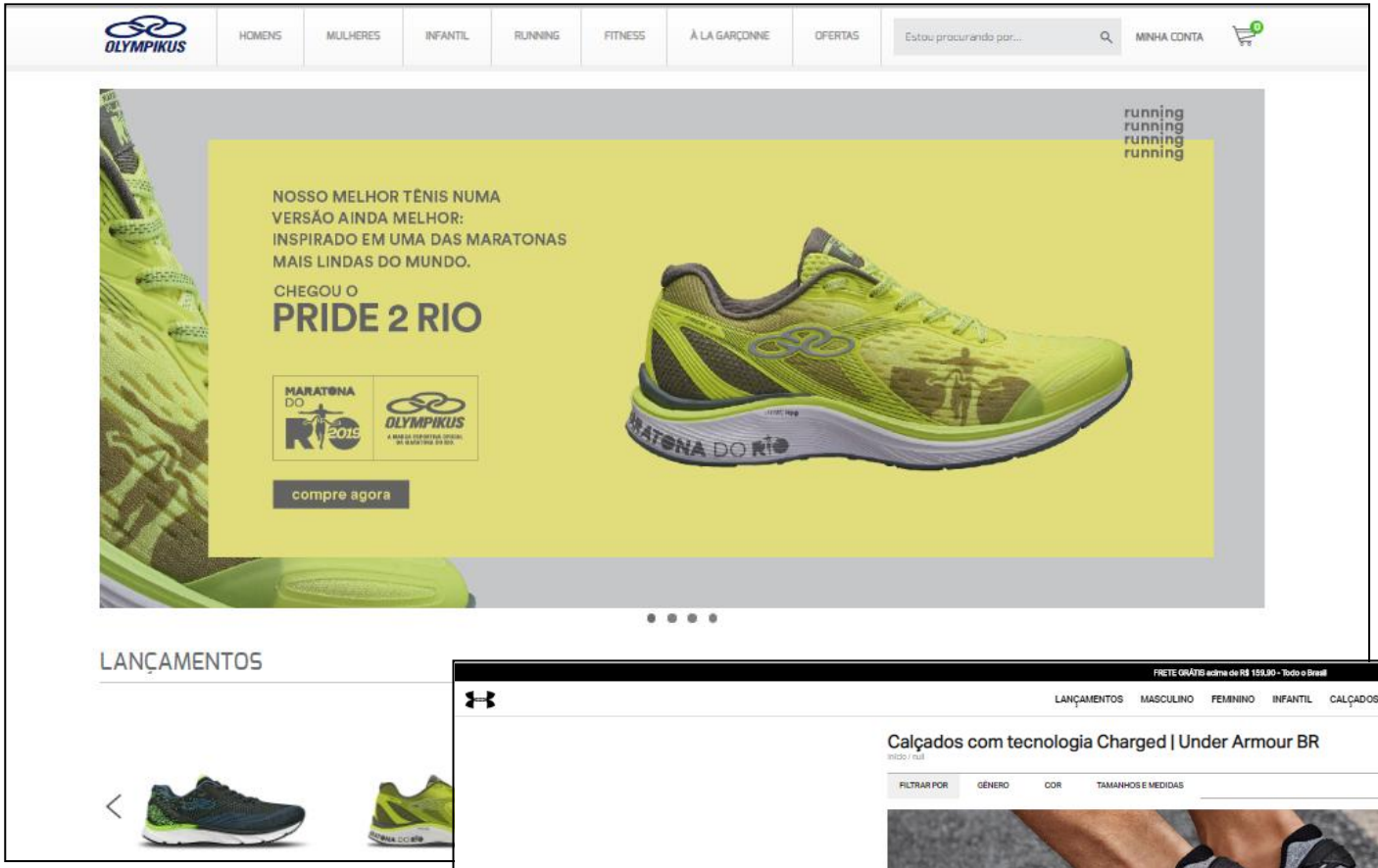

Representante Azaleia

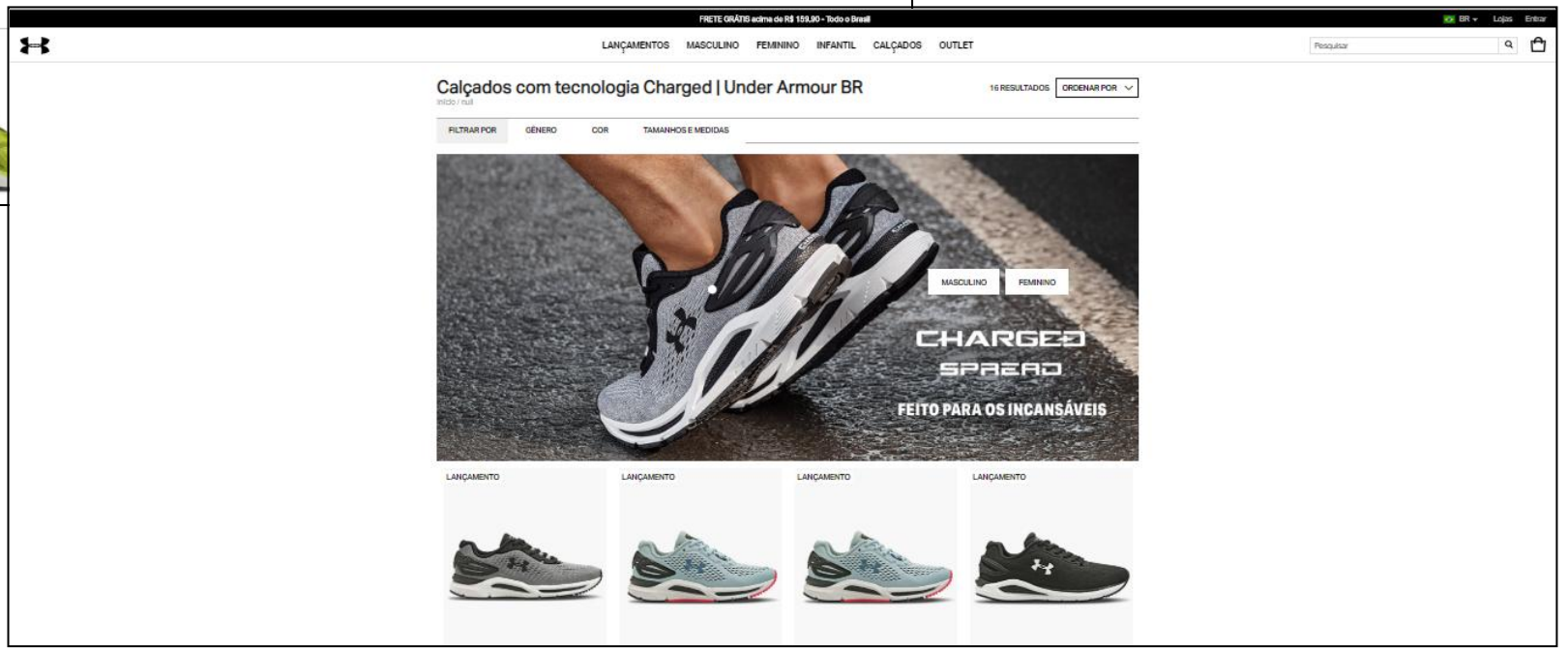
Base de clientes altamente diversificada: os três maiores clientes representam menos de 15% das vendas da Companhia

1 ...com uma estratégia bem definida para atender a cada um dos canais de venda e monitorar o desempenho do sell-out

	Lojas de calçados	Lojas de artigos esportivos	Lojas de departamento	Lojas Virtuais e Auto-serviço	E-commerce
Produtos vendidos					
Tênis	✓	✓	✓	✓	✓
Sapatos	✓		✓	✓	✓
Chinelos	✓		✓		
Sandálias	✓		✓		
Sapatilhas	✓		✓		
Acessórios	✓	✓	✓		✓
Vestuário		✓	✓		✓
% das vendas em 1T19	61%	22%	11%	5%	1%
Oferta de produtos	$ Preço baixo; $ Preço médio	$ Preço baixo; $ Preço médio; $ Preço alto	$ Preço baixo	$ Preço baixo	$ Preço baixo; $ Preço médio; $ Preço alto
Integração com o sistema de vendas	GTM ONLINE	GTM ONLINE	*Em desenvolvimento*	*Em desenvolvimento*	GTM ONLINE

1 O e-commerce oferece um portfólio completo de produtos





2 Modelo verticalmente integrado: execução superior com *time-to-market* e entrega de produtos mais rápidos comparados aos competidores

	OLYMPIKUS	Marcas Internacionais *De acordo com nossa avaliação*
Tempo médio de entrega	5 semanas	6 meses
Prazo para colocação de produtos no mercado	4 meses	12 meses
Grade de entrega	Flexível (6 pares ou mais)	Não há flexibilidade (12 pares ou mais)
Risco de liquidação de estoque	Baixo	Alto
Mark up do varejo	Até o último par	Não há, no caso de venda com desconto
Aumento dos negócios	Reposição imediata	Não há reposição em menos de 6 meses

2 Produção em larga escala concentrada em 3 fábricas

Itapetinga (BA)



- Unidade de produção: calçados esportivos e femininos, botas e componentes
- 3.869 funcionários

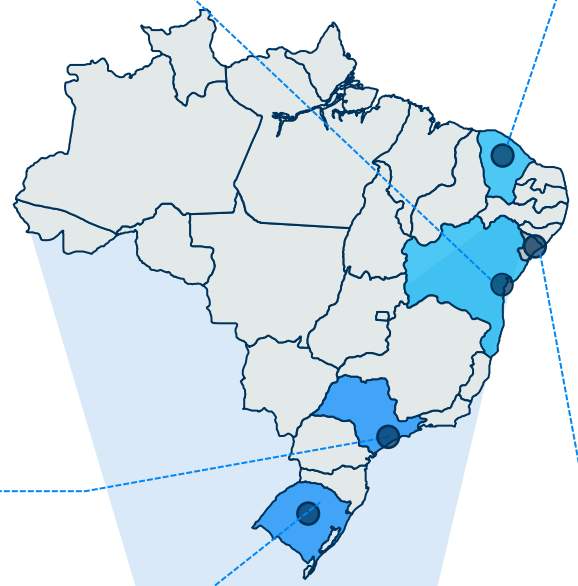
Parobé (RS)



- Centro de P&D: 553 funcionários
- Outros: 346 total funcionários

Peru / Colômbia
- 310 funcionários / 42 lojas

São Paulo
- 232 funcionários / 7 lojas



Número total de empregados

14.637

Horizonte (CE)



- Unidade de produção: componentes e calçados esportivos
- 8.357 funcionários

Frei São Paulo (SE)



- Unidade de produção: calçados femininos
- 970 funcionários

*Dados referentes ao 1T19.

3 Forte cultura de inovação sustentada pelo maior centro de P&D da América Latina

Capacidade de desenvolvimento

1.  Mais de 550 pessoas dedicadas ao processo de desenvolvimento
2.  Vale dos Sinos: "A Milão do Brasil"
3.  ~R$ 30 mi investidos em P&D / ano
4.  Monitoramento da imprensa: websites e mídia on-line com foco nas tendências da moda e no comportamento dos consumidores
5.  Busca em coleção catalogada: coleções catalogadas desde 1976
6.  Mais de 800 modelos desenvolvidos por ano
7.  Grande centro de tecnologia e desenvolvimento na América Latina

Forte cultura de inovação e processo de desenvolvimento bem estabelecido

Prêmios

CONTRA RELÓGIO

Melhor Compra
2009, 2015, 2018 e 2019

MELHOR RUNNER'S COMPRA

Melhor Compra
2015, 2016

Top of Mind

Olympikus 2013 e Azaleia desde 2003

Pesquisa de moda em feiras: Bread and Butter / Berlin, São Paulo Fashion Week, etc.

Sinergias de produção

Processo de P&D 100% integrado com a produção

Foco em tendências locais

Coleções exclusivas

Entre a concepção do produto e sua distribuição nas lojas, a Companhia leva somente quatro meses para identificar tendências e lançar novos produtos

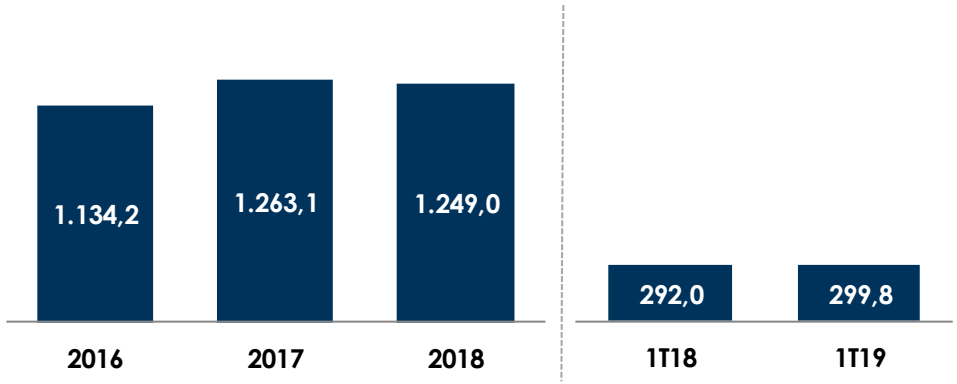
Desempenho

FINANCEIRO

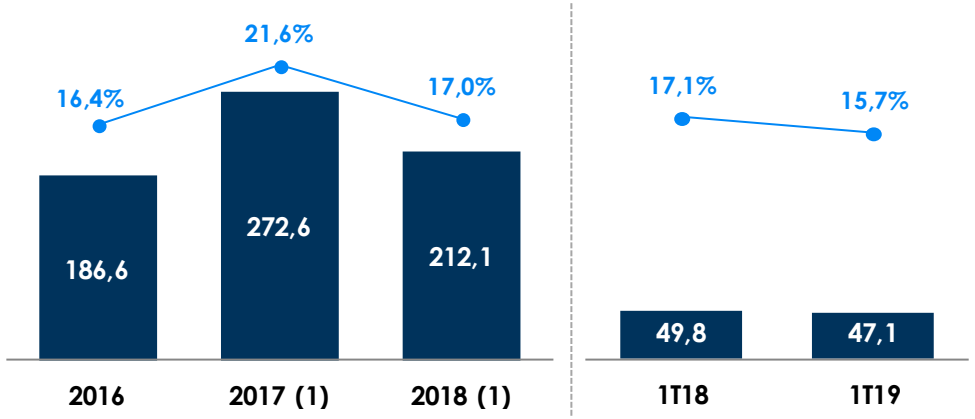


Desempenho financeiro consolidado

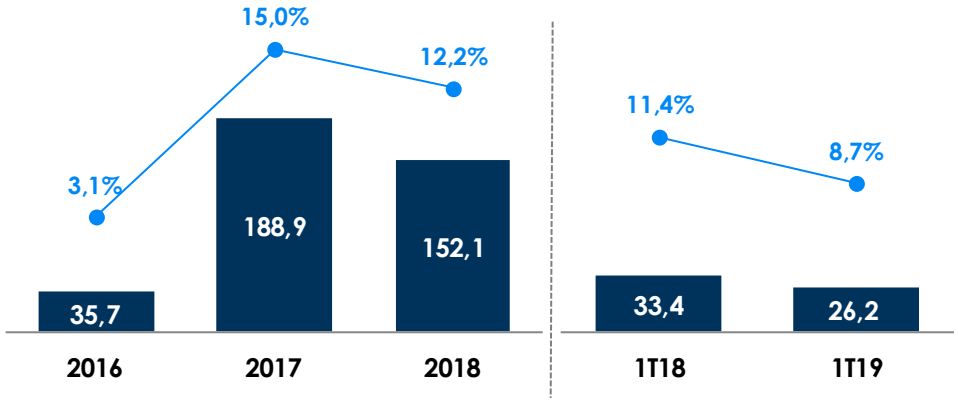
Receita Líquida (R$ milhões)



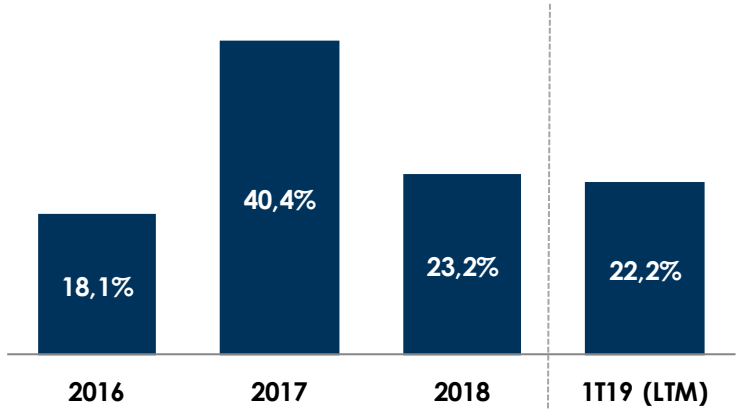
EBITDA (R$ milhões) **e Margem EBITDA** (%)



Lucro líquido (R$ milhões) **e Margem Líquida** (%)



ROIC Ajustado Ex-Ágio % (LTM)



(1) Ex- itens não recorrentes.

Endividamento

Dívida Líquida (R$ milhões)

Não inclui partes relacionadas



Detalhamento da Dívida (R$ millhões)

R$ Milhões	4T16	4T17	4T18	1T19	Var. % 1T19/4T18
Financiamentos e empréstimos	539,3	94,8	60,0	52,2	-13,0%
Caixa e equivalentes de caixa	17,1	100,5	68,6	109,6	59,8%
Aplicações financeiras	8,3	5,7	2,5	2,6	4,0%
Dívida Líquida	**513,9**	**(11,4)**	**(11,1)**	**(60,0)**	**440,5%**