



# A p r e s e n t a ç ã o I n s t i t u c i o n a l

Agosto / 2019

azaleia

dijean



OPANKA



**VISÃO**

da companhia

**GERAL**



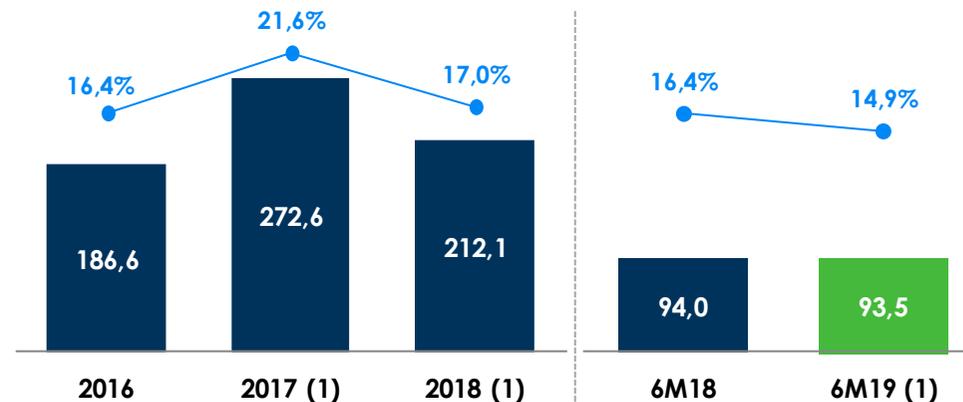
# Visão Geral da Vulcabras Azaleia

## 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<sup>(1)</sup>. É o representante exclusivo da **Under Armour** no Brasil, uma das maiores marcas esportivas do mundo.
- ✓ Produtos são distribuídos para mais de 12.000 clientes em todo Brasil, bem como em outros países da América Latina.
- ✓ Exportações representaram 8,2% da receita líquida no 6M19.
- ✓ Companhia de capital aberto no Novo Mercado.

## Destaques financeiros

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



(1) Ex- itens não recorrentes e ajuste do IFRS 16.

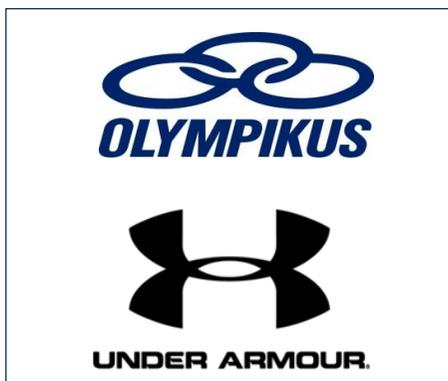
## Liderança de mercado

Maiores marcas esportivas em volume (4T18).



## Principais marcas por segmento

### ESPORTIVO



Marcas de calçados de alta performance, com tecnologia e materiais de alta qualidade.

### FEMININO



Sapatos e sandálias voltados para as classes B e C.

### OUTROS



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.

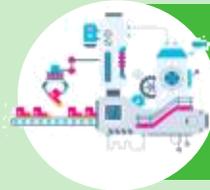
#### Azaleia

- 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: 52 escritórios de representação e mais de 300 pessoas.
- Melhor fornecedor de calçados esportivos para os varejistas.



### Produção integrada

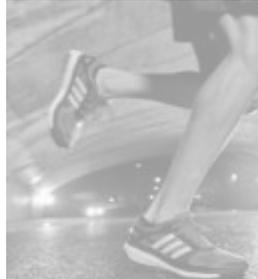
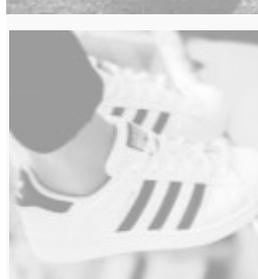
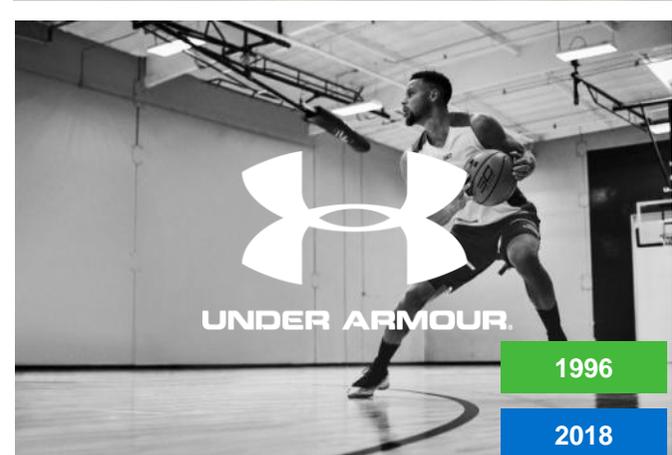
- Modelo verticalmente integrado garantindo uma ótima execução de vendas e atendimento aos clientes:
  - Menor tempo médio de entrega (*5 semanas vs 6 meses*).
  - Rápido *time to market* (*4 meses vs 12 meses*).
  - Baixo risco de liquidação de estoque.



### 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

      <p>1948 1986-1990</p>	      <p>1882 1981-1992</p>	      <p>1949 1973-1993</p>	      <p>1916 2001-2007</p>	      <p>1958 1993-2015</p>	 <p>azaleia</p> <p>1958 2007</p>	 <p>OLYMPIKUS</p> <p>1975 2007</p>	 <p>UNDER ARMOUR.</p> <p>1996 2018</p>
--	--	--	--	--	---	--	---



Ano de fundação da marca

Período de operação da VA

**VISÃO**

do mercado

**GERAL**



# 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.

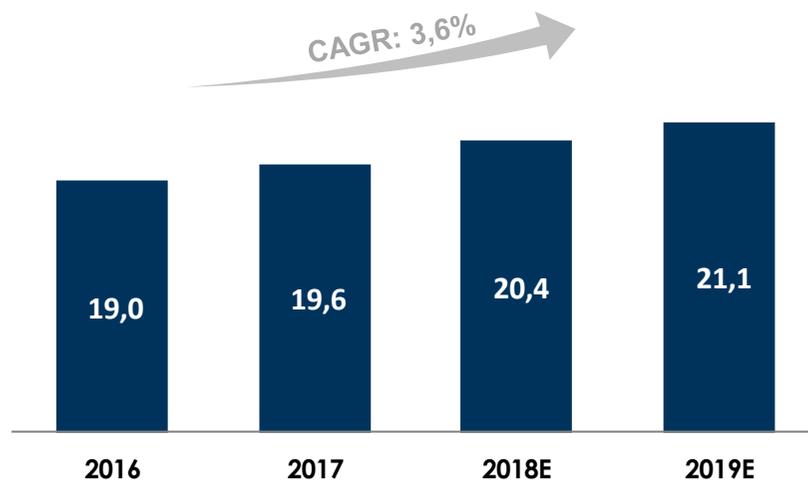


A produção mundial de calçados apresentou um crescimento saudável nos últimos anos (CAGR de 3,9% de 2016 a 2019E em número de pares).



O consumo global de calçados cresceu em ritmo saudável, em linha com o crescimento da produção de calçados (CAGR de 3,6% de 2016 para 2019E em volume).

## Consumo global (bilhões de pares)



## 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
<b>4</b>	<b>Brasil</b>	<b>4,3%</b>	<b>839</b>
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
	<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>19.620</b>

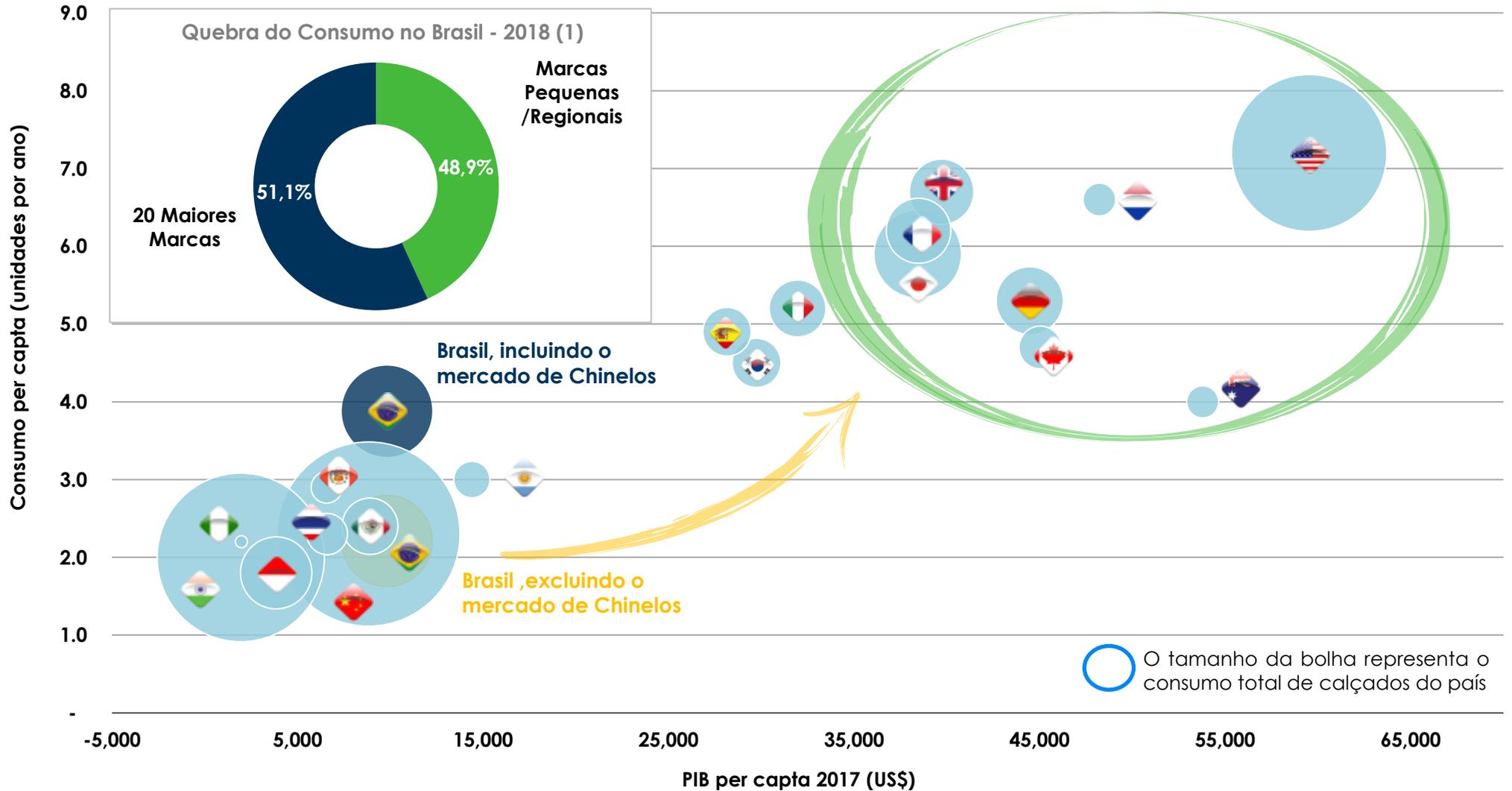
## 10 Maiores Produtores

	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
<b>4</b>	<b>Brasil</b>	<b>4,4%</b>	<b>943</b>
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
	<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>21.480</b>



# ...e ainda tem um enorme potencial de crescimento

## Análise do consumo anual de calçados e PIB per capita



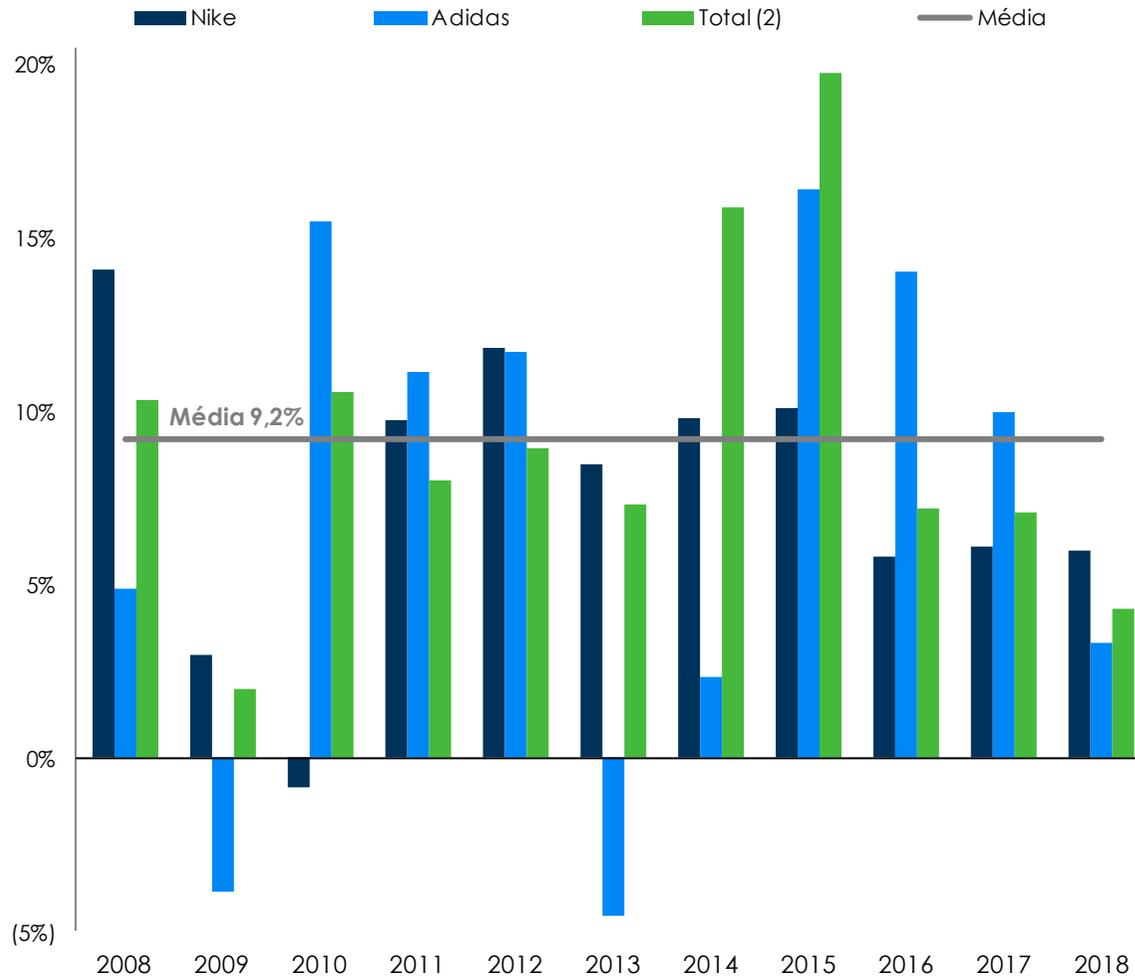
**O consumo *per capita* é o pilar de crescimento da indústria calçadista brasileira**

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

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

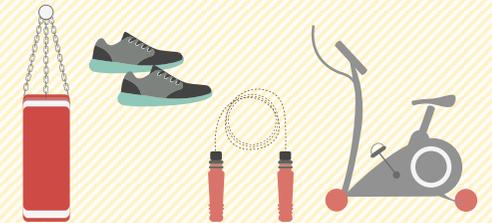
## As marcas esportivas globais têm tido um forte crescimento nos últimos anos<sup>(1)</sup>

(Crescimento de receita)

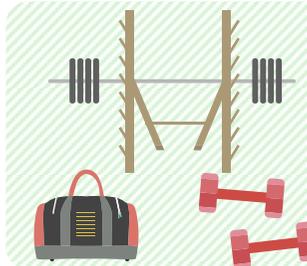


## Hábitos mais saudáveis

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

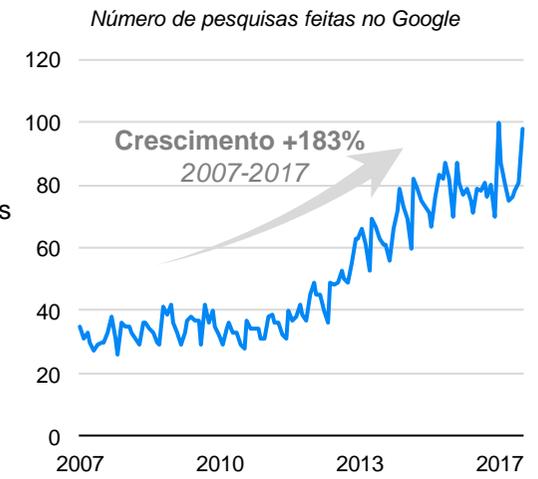


... Porém, menos de 5% da população brasileira está matriculada ou frequenta academias regularmente.



### Categoria procurada: Crescimento de *Fitness*

- ✓ 289% de crescimento no número de matriculados em corridas em SP nos últimos 5 anos
- ✓ A procura por academias nos SESC's aumento 38x desde 2009



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 frequentemente

23%

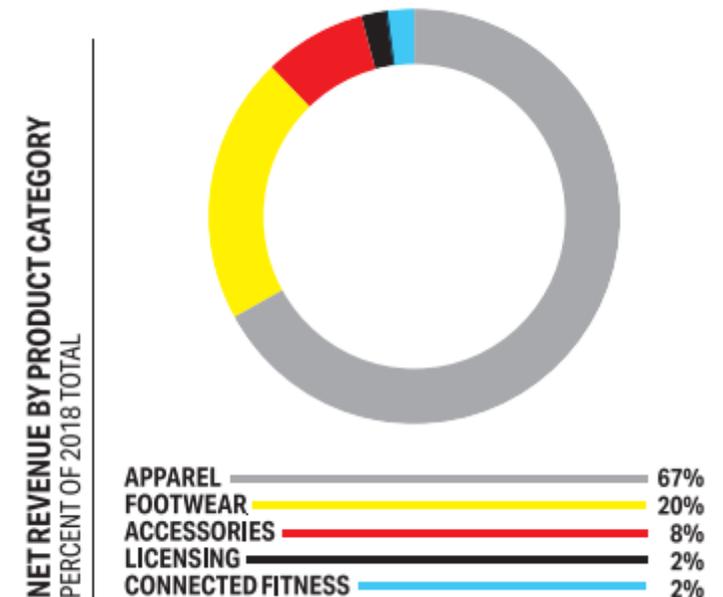
Prefere usar Olympikus



# 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)

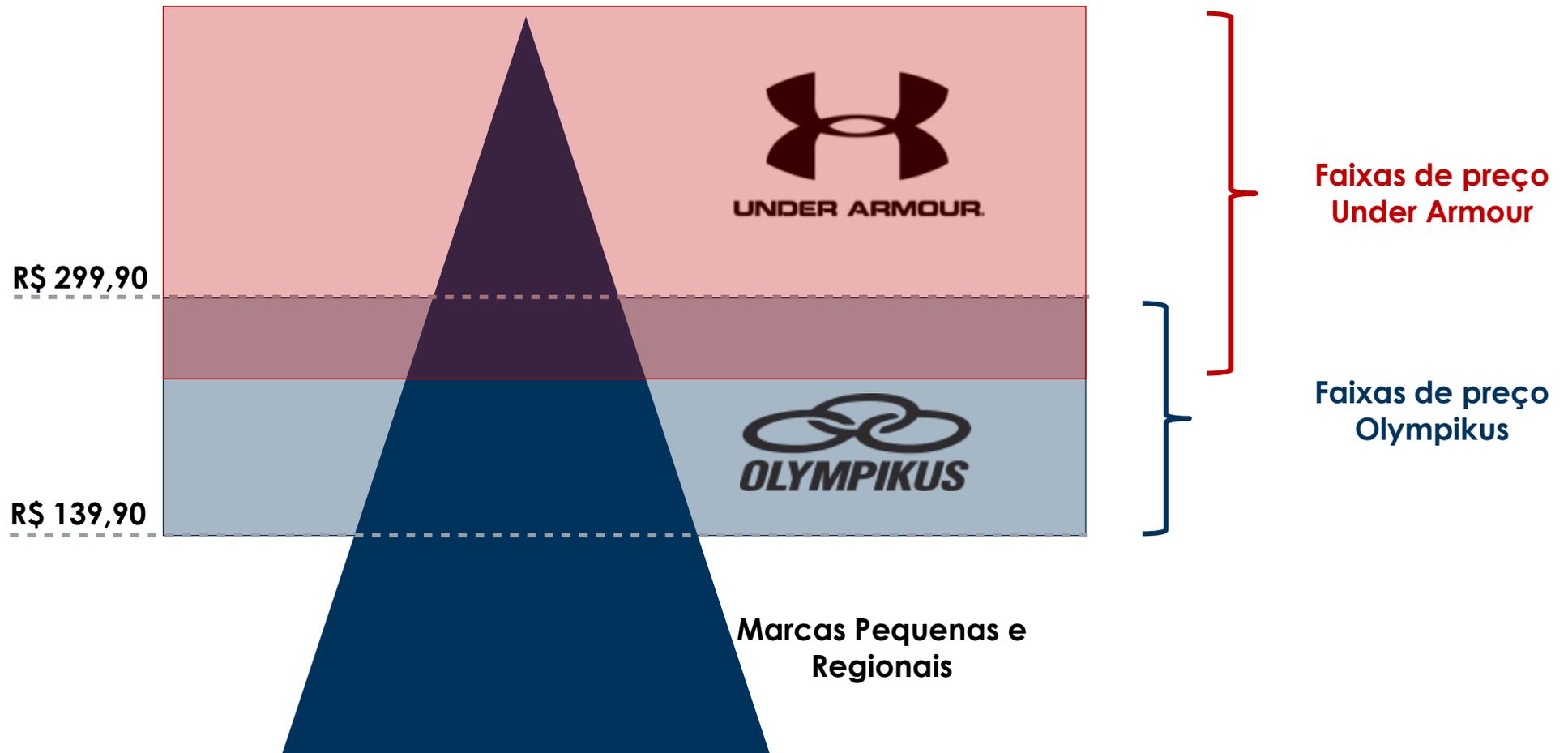


Fonte: 2018 Annual Report – site de RI da Under Armour Global



# Posicionamento das marcas esportivas (Calçados)

## OLYMPIKUS E UNDER ARMOUR





# 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<sup>(1)</sup> 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



Modelo de

# NEGÓCIOS



# Modelo de negócios único da Vulcabras Azaleia

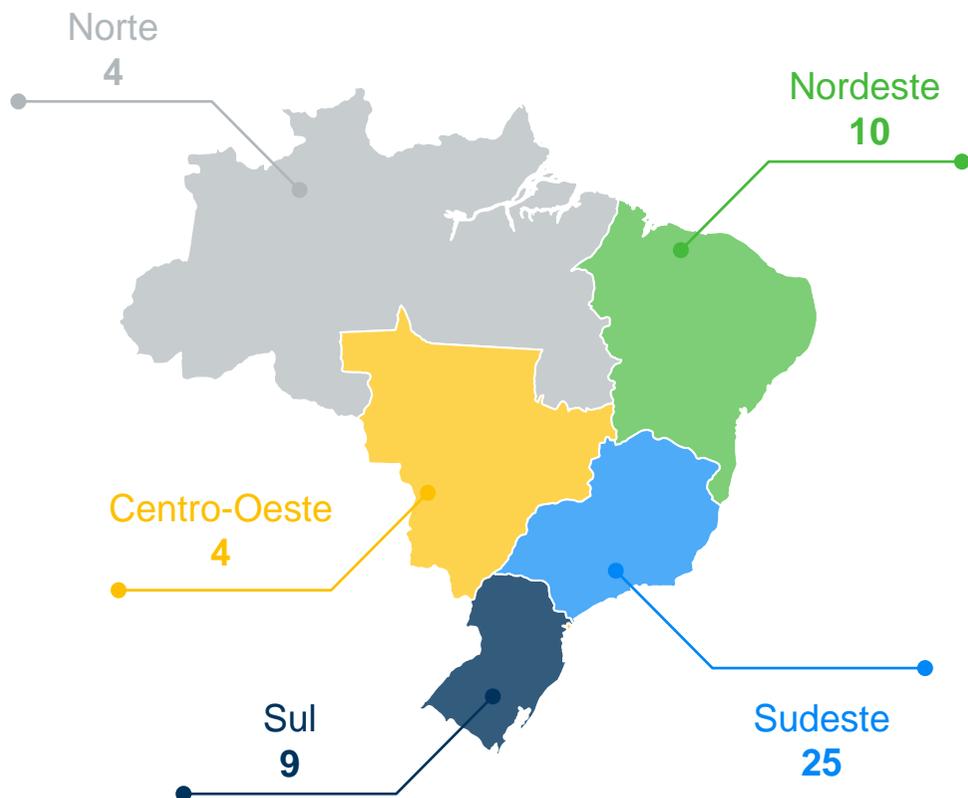


# 1 Equipe de vendas grande, dedicada a calçados esportivos e femininos no Brasil...

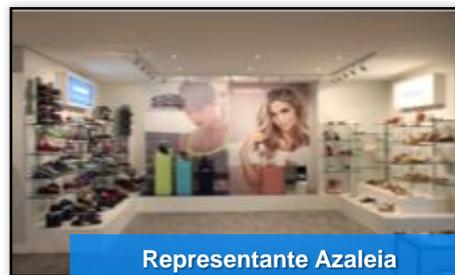
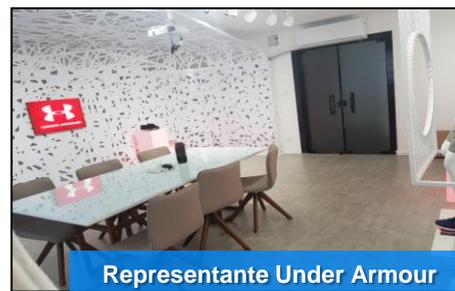
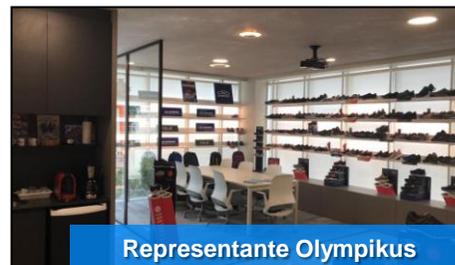
## Composição dos representantes de vendas por região

**52 escritórios de representação comercial** com mais de 300 pessoas dedicadas a vendas e merchandising + **13 Key Accounts.**

No. de escritórios de representação comercial



## Show rooms completos em todo o Brasil



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

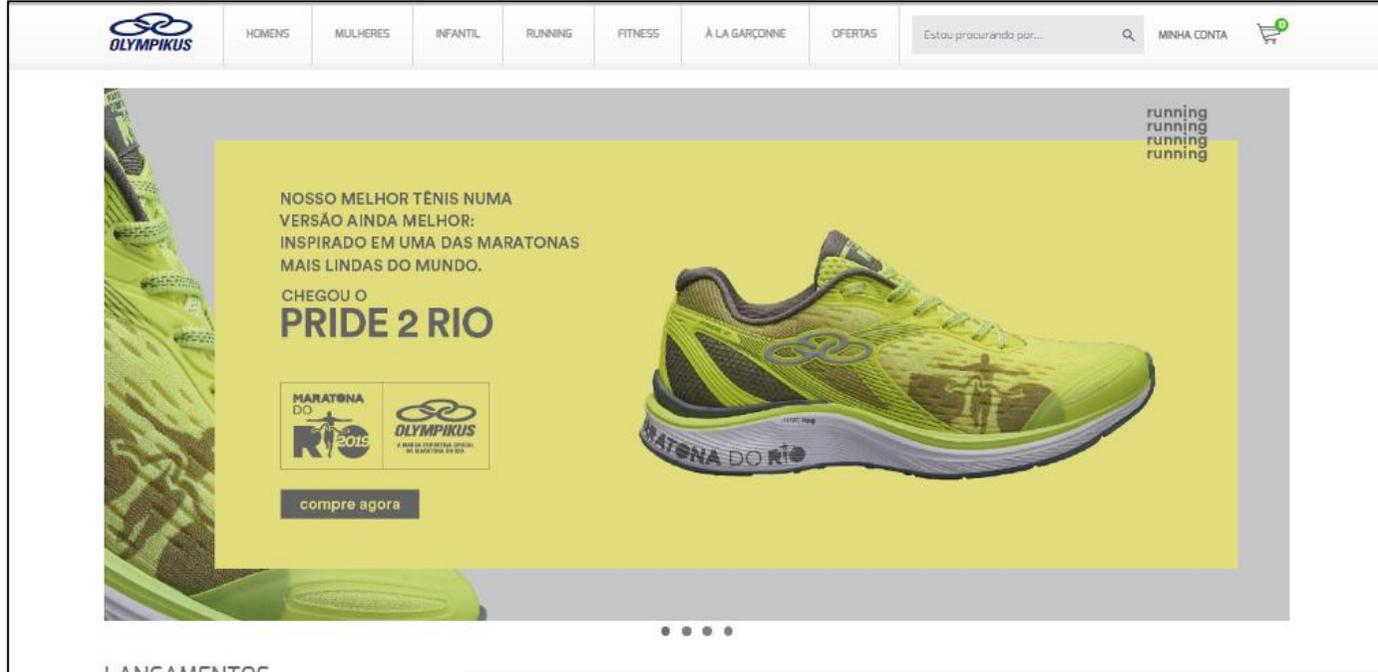


# 1 ...com uma estratégia bem definida para atender a cada um dos canais de venda e monitorar o desempenho do sell-out

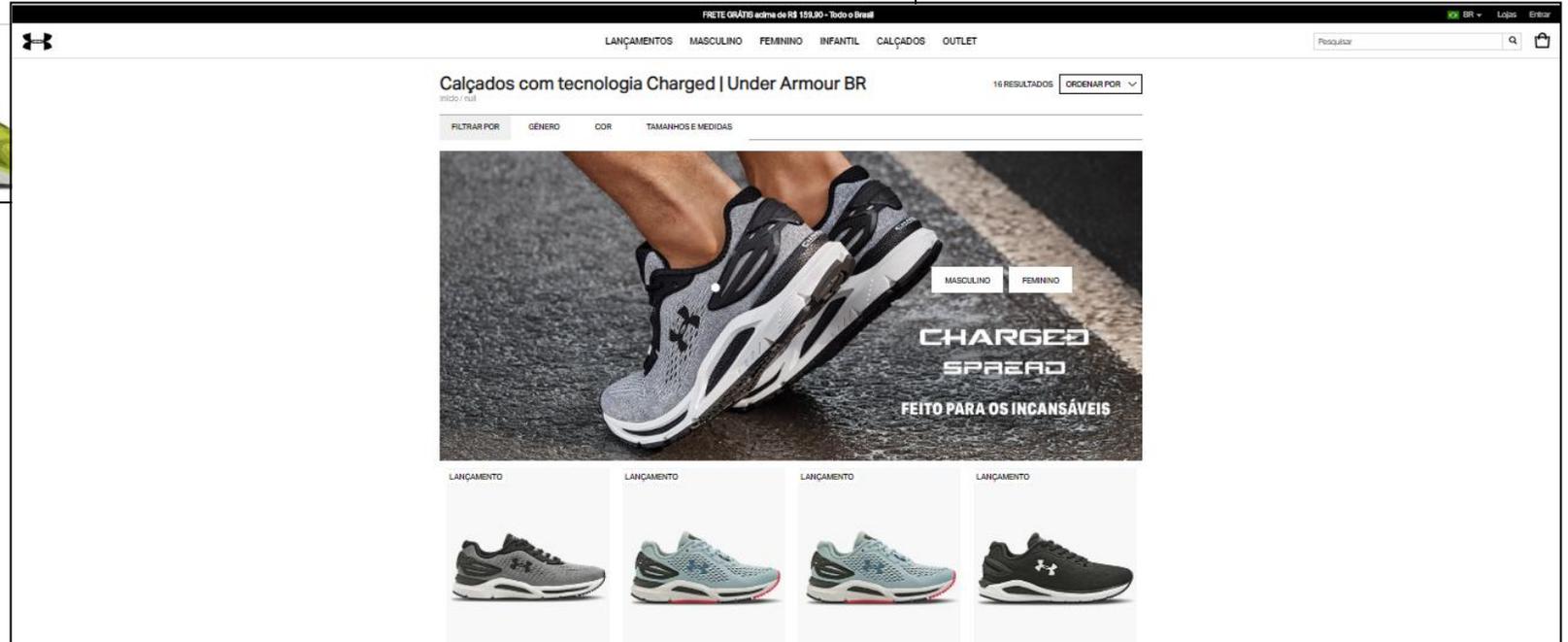
	Lojas de calçados	Lojas de artigos esportivos	Lojas de departamento	Lojas Virtuais e Auto-serviço	E-commerce próprio
<b>Produtos vendidos</b>					
Tênis	✓	✓	✓	✓	✓
Sapatos	✓		✓	✓	✓
Chinelos	✓		✓		✓
Sandálias	✓		✓		
Sapatilhas	✓		✓		
Acessórios	✓	✓	✓	✓	✓
Vestuário		✓	✓	✓	✓
<b>% das vendas em 6M19</b>	66%	18%	10%	5%	1%
<b>Oferta de produtos</b>	  Preço baixo    Preço médio	   Preço baixo    Preço médio    Preço alto	 Preço baixo	 Preço baixo	   Preço baixo    Preço médio    Preço alto
<b>Integração com o sistema de vendas</b>					



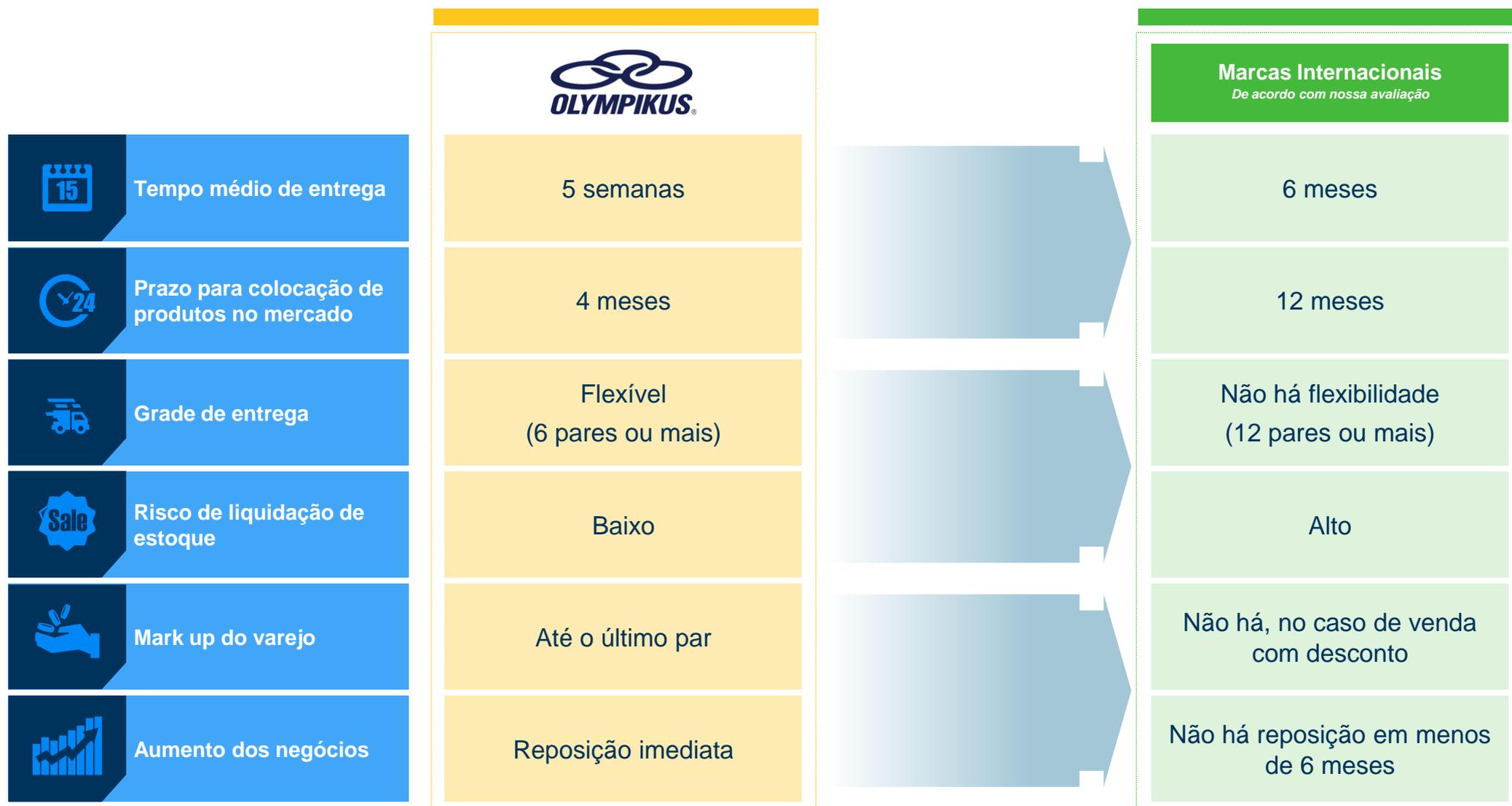
# 1 O e-commerce oferece um portfólio completo de produtos



## LANÇAMENTOS



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



## 2 Produção em larga escala concentrada em 3 fábricas

Itapetinga (BA)



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

Parobé (RS)



- Centro de P&D: 572 funcionários
- Outros: 325 total funcionários

Peru / Colômbia

- 296 funcionários / 42 lojas

São Paulo

- 240 funcionários / 7 lojas

Horizonte (CE)



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

Frei São Paulo (SE)



- Unidade de produção: calçados femininos
- 901 funcionários



Número total de empregados

14.565



# 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 RELOGIO**

Melhor Compra / Melhor Atualização  
2009, 2015, 2018 e 2019

MELHOR  
**RUNNERS**  
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

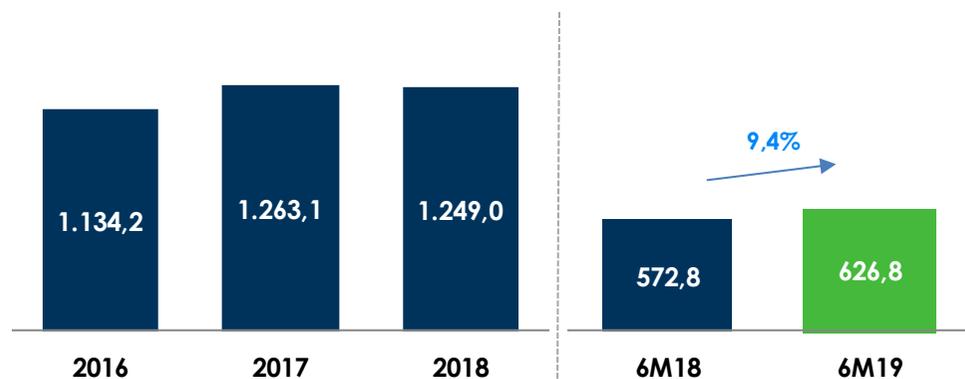
Desempenho

**FINANCEIRO**

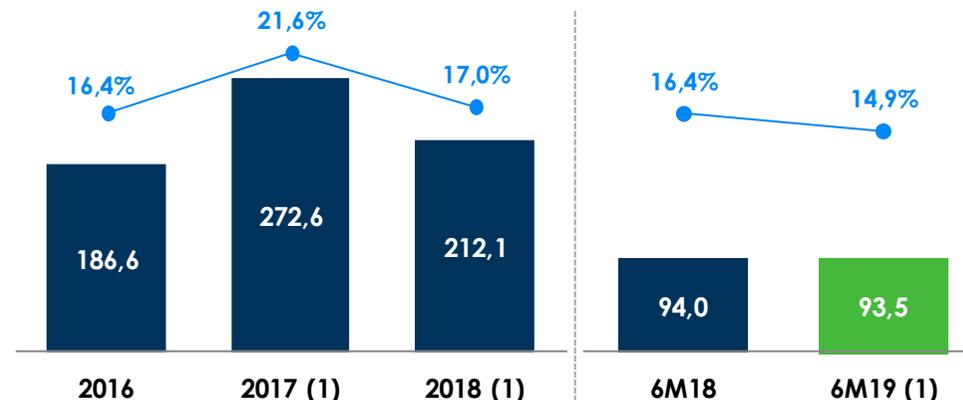


# Desempenho financeiro consolidado

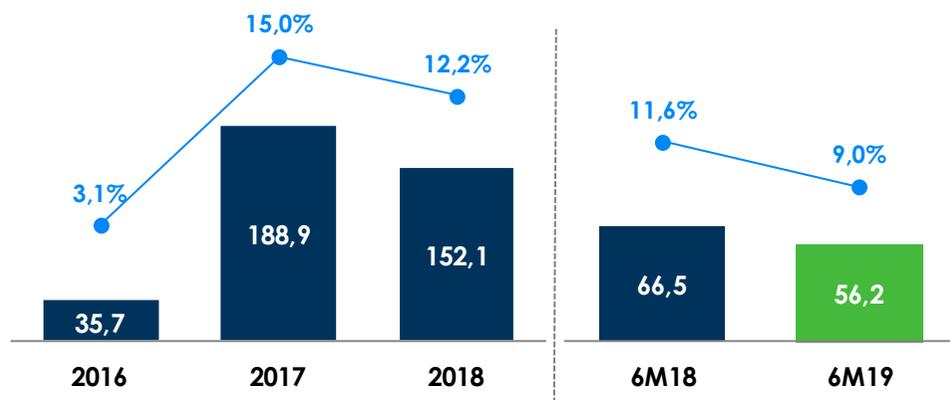
## Receita Líquida (R\$ milhões)



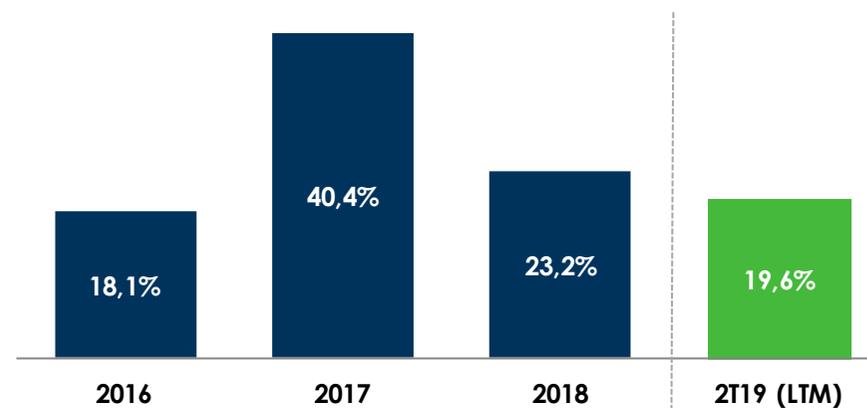
## EBITDA (R\$ milhões) e Margem EBITDA (%)



## Lucro Líquido (R\$ milhões) e Margem Líquida (%)



## ROIC Ajustado Ex-Ágio % (LTM)

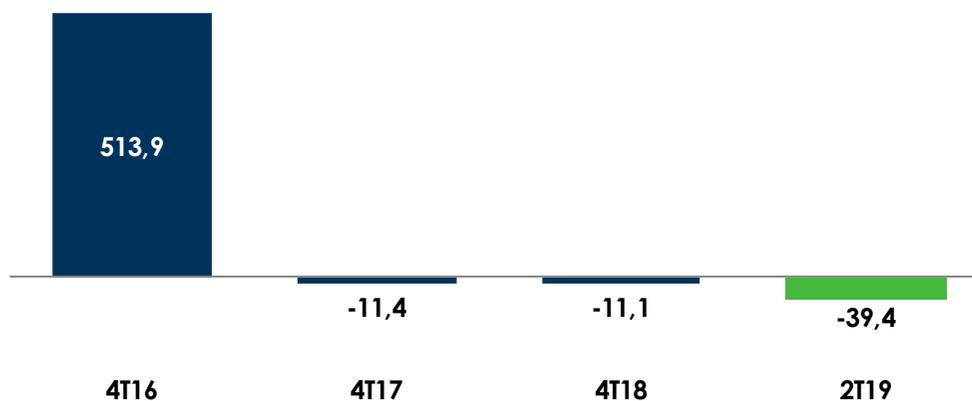


(1) Ex- itens não recorrentes e ajuste do IFRS 16.

# Endividamento

## Dívida Líquida (R\$ milhões)

Não inclui partes relacionadas



## Detalhamento da Dívida (R\$ milhões)

R\$ Milhões	4T16	4T17	4T18	2T19	Var. % 2T19/4T18
Financiamentos e empréstimos	539,3	94,8	60,0	47,2	-21,3%
Caixa e equivalentes de caixa	17,1	100,5	68,6	83,8	22,2%
Aplicações financeiras	8,3	5,7	2,5	2,8	12,0%
<b>Dívida Líquida</b>	<b>513,9</b>	<b>(11,4)</b>	<b>(11,1)</b>	<b>(39,4)</b>	<b>255,0%</b>