

1.1. Histórico do emissor

Multinacional brasileira de produtos esportivos, o Grupo Cambuci construiu sua história com coragem, dedicação, esforço e muito trabalho. A história começou em 1945 quando os filhos de Assibe - Victório, Eduardo, Mario e Ernesto Estefano compraram a parte dos tios e fundaram, oficialmente, a Malharia Cambuci S/A, uma confecção de artigos de vestuário masculinos e femininos localizada no bairro do Cambuci, em São Paulo.

Pouco menos de 25 anos depois, em 1968, os irmãos Eduardo, Ricardo e Roberto Estefano, filhos de Eduardo e netos de Assibe, assumiram a empresa e deram um novo rumo ao negócio: o mercado esportivo. Em 1970, a Cambuci criou a marca Penalty e lançou produtos para a prática de futebol. Com o sucesso, anos mais tarde a Cambuci transferiu sua produção para o interior de São Paulo, em um complexo de fábricas criado para atender todo o mercado brasileiro. Em seguida, fechou o seu primeiro grande contrato com o São Paulo Futebol Clube.

Em 1979, a Cambuci, com a marca Penalty, acertou parceria com a Confederação Brasileira de Futebol de Salão ("CBFS"), que acabava de nascer. Os constantes investimentos no futebol por mais de 20 anos firmaram a Penalty como uma marca profissional intimamente ligada à modalidade e suas vertentes.

Antes da metade dos anos 80, a empresa tornou-se a maior fabricante brasileira de bolas. Neste período, transformou-se em sociedade por ações de capital aberto e adquiriu os direitos de fabricação de calçados da marca Asics, bem como de raquetes e bolas de tênis das marcas Wilson e Doonay, o que trouxe para a companhia a experiência e tecnologia que permitiram o avanço no mercado internacional.

Nos anos 90, a Penalty consolidou sua presença na América do Sul tornando-se a marca oficial das principais federações e confederações em diversas modalidades esportivas. Com resultado dos investimentos, a marca mostrou-se "pé quente", pois o São Paulo Futebol Clube, time patrocinado pela Penalty, foi bicampeão da Libertadores da América e do Mundial Interclubes, em 1992 e 1993. Dois anos depois, em 1995, o Grêmio de Football Portoalegrense, outro time patrocinado pela Penalty, foi campeão da Libertadores da América e vice-campeão no Mundial Interclubes. Além disso, a Seleção Brasileira de Futsal, também patrocinada pela marca, foi pentacampeã mundial (1982, 1985, 1989, 1992 e 1996), tornando a modalidade cada vez mais prestigiada em todo o Mundo.

Ainda na década de 90, a explosão do consumo de material esportivo estimulou a Cambuci a investir cada vez mais no crescimento da marca Penalty. Foram inauguradas fábricas em três estados brasileiros: São Paulo, Bahia e Paraíba. Com as novas plantas, forma ampliadas linhas de produtos, desenvolvidas novas tecnologias em bolas, calçados, confecção, equipamentos e acessórios, além da aplicação de investimentos estratégicos no setor esportivo.

Com isso, a Cambuci manteve sua competitividade no mercado nacional e firmou-se no mercado internacional, levando a marca Penalty para diversos países em toda a América, Ásia e Europa. Em 1998, foi fundada a Penalty Argentina, primeira filial fora do Brasil e que hoje tem presença massiva de Misiones a Ushuaia, sendo uma das principais marcas argentinas de futebol. Para assegurar a estratégia de ampliação de sua presença no universo esportivo, a Cambuci lançou, em 2005, a marca Stadium, complementando o extenso portfólio de produtos da empresa. Deste modo, buscou acompanhar o ritmo

de crescimento acelerado da economia nacional e a migração das classes C, D e E, apresentando a marca Stadium como uma nova opção para aquisição de produtos esportivos com excelente relação custo-benefício.

Em 2008, a Cambuci iniciou internamente um importante projeto de planejamento para reposicionar a marca Penalty e, em 2011, após três anos de pesquisas e investimentos, apresentou seu novo direcionamento estratégico amparado na legitimidade de ser a única marca genuinamente brasileira de futebol.

Focado em uma nova e arrojada identidade visual e na reformulação completa do portfólio de produtos, o novo posicionamento tem por objetivo manter a marca Penalty como um dos maiores expoentes do esporte nacional e fortalecer a presença no mercado internacional.

Para atender uma demanda cada vez maior, a Cambuci conta com instalações em linha com padrões internacionais e mantém uma produção de materiais esportivos que são exaustivamente testados em laboratórios próprios e, principalmente, por atletas profissionais.

Tamanho cuidado garante o endosso das principais confederações e federações esportivas do mundo. Ciente também de seu papel nas sociedades onde atua, o Grupo Cambuci emprega, só no Brasil, aproximadamente 1.400 funcionários diretos, que são treinados e contam com toda assistência necessária para a melhor prática de suas funções. Como empresa cidadã, apoia diversos projetos sociais, oferecendo oportunidades às pessoas menos favorecidas.