

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

2T25

GRUPO SBF



GRUPO SBF

 **CENTAURO**

FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL NO BRASIL

ONEFAN

X3m

NWB
Network Brasil

fit dance



AGENDA

- > MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO E INICIATIVAS ESTRATÉGICAS
- > RESULTADOS FINANCEIROS 2T25
- > Q&A



**MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃO**

**GUSTAVO FURTADO
CEO**

GRUPO SBF

DESTAQUES DO TRIMESTRE

NOVO MOVIMENTO ESTRATÉGICO

INÍCIO DO NOVO PLANO ESTRATÉGICO ATRAVÉS DE UMA NOVA GESTÃO COM FORTE **FOCO NO VAREJO**

+19,1% DE LUCRO LÍQUIDO NO TRIMESTRE

EXPANSÃO DE LUCRO EM UM PERÍODO NO QUAL OS INVESTIMENTOS ESTRATÉGICOS INICIARAM

RESULTADOS SÓLIDOS NA CENTAURO

MAIOR FATURAMENTO EM UM SEGUNDO TRIMESTRE PARA A CENTAURO COM RENTABILIDADE

ALAVANCAGEM EM NÍVEL SAUDÁVEL

MANUTENÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA EM 0,68X NO 2T25, COM **REDUÇÃO DE 33,1% DA DÍVIDA LÍQUIDA**

RECUPERAÇÃO ATACADO FÍSIA

CRESCIMENTO DO CANAL IMPACTADO PELA NORMALIZAÇÃO DOS PREÇOS E SHOWROOMS REALIZADOS

OTIMIZAÇÃO DO CUSTO DA DÍVIDA

NOVA EMISSÃO DE DEBÊNTURES COM CUSTO ATRATIVO: CDI +0,85%



CONCLUSÃO DO CICLO DE ALAVANCAGEM
1,19X (DEZ/23) PARA 0,38X (DEZ/24)

INÍCIO DA EXECUÇÃO DO NOVO PLANO ESTRATÉGICO
FOCADO NO CRESCIMENTO DA CENTAURO E DA FISIA



NOVO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

GRUPO SBF

BACK TO BASICS: FORTE FOCO NO VAREJO DIAGNÓSTICO E PLANO DE AÇÃO LOJAS CENTAURO

LOJAS FÍSICAS

- ATENDIMENTO MAIS TÉCNICO E PERSONALIZADO;
- SORTIMENTO MAIS AMPLO E ASSERTIVO;
- APRESENTAÇÃO MAIS ATRATIVA DE PRODUTOS; E
- BENFEITORIAS E REFITS, SOBRETUDO EM LOJAS DE GERAÇÕES ANTERIORES.

DIGITAL

- EVOLUÇÃO CONTÍNUA DA PLATAFORMA TECNOLÓGICA;
- FORTALECIMENTO DA ESTRATÉGIA DE MULTICANALIDADE;
- MELHORIAS NA APRESENTAÇÃO DE PRODUTOS.

NOVO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

BACK TO BASICS: FORTE FOCO NO VAREJO DIAGNÓSTICO E PLANO DE AÇÃO LOJAS CENTAURO

- PARA AMPLIAR O SORTIMENTO E GARANTIR UMA DISTRIBUIÇÃO MAIS EFICIENTE, REFORÇAMOS A ESTRUTURA COMERCIAL DA CENTAURO;
 - DIRETORES DEDICADOS A CATEGORIAS-CHAVE, COMO CALÇADOS, VESTUÁRIO, FUTEBOL E OUTRAS COMPLEMENTARES (ARTES MARCIAIS, BASQUETE, ENTRE OUTRAS);
 - DIRETOR FOCADO EM MARCAS PRÓPRIAS E LICENCIADAS.
- FOCO NO ATENDIMENTO AO CLIENTE, COM A CONTRATAÇÃO MÉDIA DE QUATRO NOVOS ATLETAS (COLABORADORES) POR LOJA;
 - EQUIPES REGIONAIS DEDICADAS AO RECRUTAMENTO, SELEÇÃO E CAPACITAÇÃO TÉCNICA DOS VENDEDORES PARA DAR SUPORTE AS NOVAS ADIÇÕES;
 - NOVA LIDERANÇA DA DIRETORIA DE RECURSOS HUMANOS.
- FORTALECIMENTO DA ÁREA DE ENGENHARIA E ARQUITETURA, COM NOVA LIDERANÇA, PARA VIABILIZAR O PLANO DE REFORMAS E MELHORIAS NAS LOJAS.
- MAIOR CONVENÇÃO DE VENDAS DA HISTÓRIA DA CENTAURO, REUNINDO 600 COLABORADORES – INCLUINDO 227 GERENTES DE LOJA DE TODAS AS REGIÕES DO BRASIL;
 - FOCO EM INSPIRAR, CONECTAR E ALINHAR NOSSA LIDERANÇA EM TORNO DA NOVA ESTRATÉGIA.



NOVO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

SOB NOVA LIDERANÇA, A FISIA MANTÉM SEU COMPROMISSO COM AS ESTRATÉGIAS GLOBAIS DA NIKE

- › RETOMADA DO WHOLESALE;
- › AUMENTO DA PRESENÇA NO FUTEBOL;
- › IMPLEMENTAÇÃO DA NOVA ESTRATÉGIA DE CORRIDA;
- › MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA EM LIFESTYLE COM AJUSTES NAS FRANQUIAS "BIG 3";
- › FOCO EM MELHORIA DA EFICIÊNCIA DE ESTOQUES E AMPLIAÇÃO DA PRESENÇA DAS LOJAS NDIS.

RETOMADA DO ATACADO

INICIATIVAS EM 2024 COM FOCO EM ELEVAR O NÍVEL DE SERVIÇO NO CANAL

- › REFORÇO NO TIME COMERCIAL;
- › EVOLUÇÃO DO PORTAL –PLATAFORMA DE PEDIDOS;
- › RETOMADA DOS EVENTOS COM FOCO EM ESTRATÉGIA E APRESENTAÇÃO DE COLEÇÕES;
- › AJUSTES NA SEGMENTAÇÃO DE PRODUTOS;
- › REDUÇÃO NAS REMARCAÇÕES NOS CANAIS PRÓPRIOS.

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS DE 2025

- › APROFUNDAMENTO NA EXECUÇÃO DO PLANO E REFORÇO DA GESTÃO DAS COLEÇÕES FUTURAS;
- › TIME DE MERCHANDISING PARA A CURADORIA DE COLEÇÕES ALINHADAS ÀS NECESSIDADES DOS CLIENTES;
- › AMPLIAÇÃO DO TIME COMERCIAL FOCADO EM CONSUMIDORES DE FUTEBOL;
- › EQUIPE DE TECNOLOGIA DEDICADA À ACELERAÇÃO DO PORTAL;
- › NOVO SHOWROOM EXCLUSIVO.





SOB NOVA LIDERANÇA, A FISIA MANTÉM SEU COMPROMISSO COM AS ESTRATÉGIAS GLOBAIS DA NIKE

GRUPO SBF

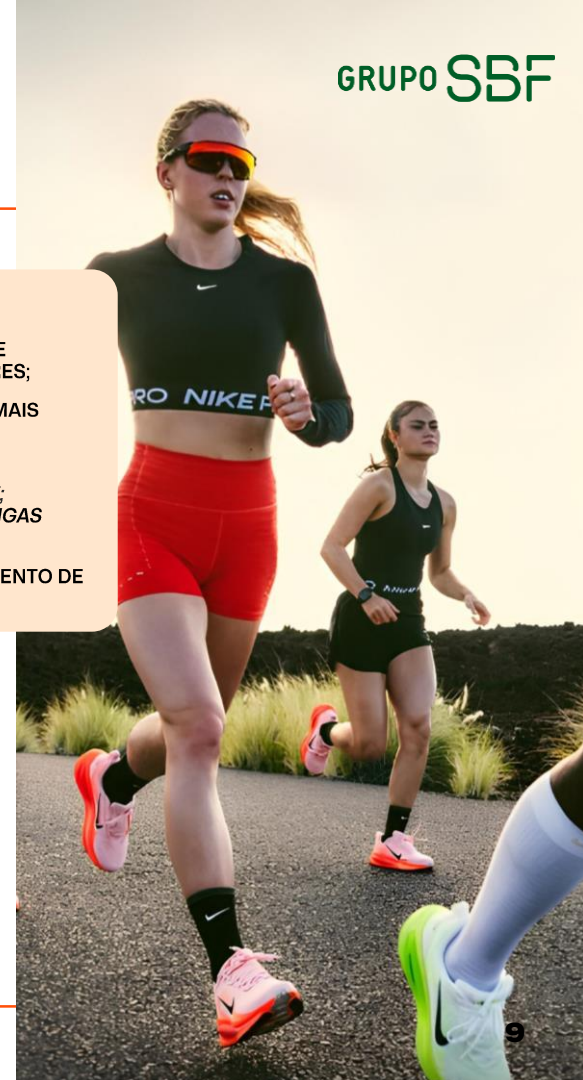
PRIORIZAÇÃO DE CATEGORIAS

CORRIDA

- › NOVA LINHA DE CORRIDA DE RUA, SIMPLIFICANDO A OFERTA DE PRODUTOS PARA ATENDER ÀS NECESSIDADES DOS CORREDORES;
- › RESPOSTA DIRETA AO FEEDBACK DOS CLIENTES - BUSCA POR MAIS CLAREZA NA HORA DE ESCOLHER O TÊNIS IDEAL;
- › **PEGASUS**: AMORTECIMENTO RESPONSIVO PARA O DIA A DIA;
- › **STRUCTURE**: AMORTECIMENTO COM SUPORTE E ESTABILIDADE;
- › **VOMERO**: MÁXIMO AMORTECIMENTO PARA CONFORTO EM LONGAS DISTÂNCIAS;
- › LANÇAMENTO DO MODELO VOMERO 18 APRESENTOU CRESCIMENTO DE 46% VS. O 2T24.

FUTEBOL

- › REFORÇO NA ÁREA DE SPORTS MARKETING (PROSPECÇÃO E RELACIONAMENTO COM CLUBES/EQUIPES/ATLETAS);
- › NOVOS UNIFORMES DA SELEÇÃO FEMININA;
- › RENOVAÇÃO CONTRATO COM CORINTHIANS E EXPECTATIVA DE ADIÇÃO DE NOVOS CLUBES BRASILEIROS AO PORTFÓLIO;
- › COPA DO MUNDO DE SELEÇÕES EM 2026 - NIKE COMO PATROCINADORA DA SELEÇÃO BRASILEIRA;



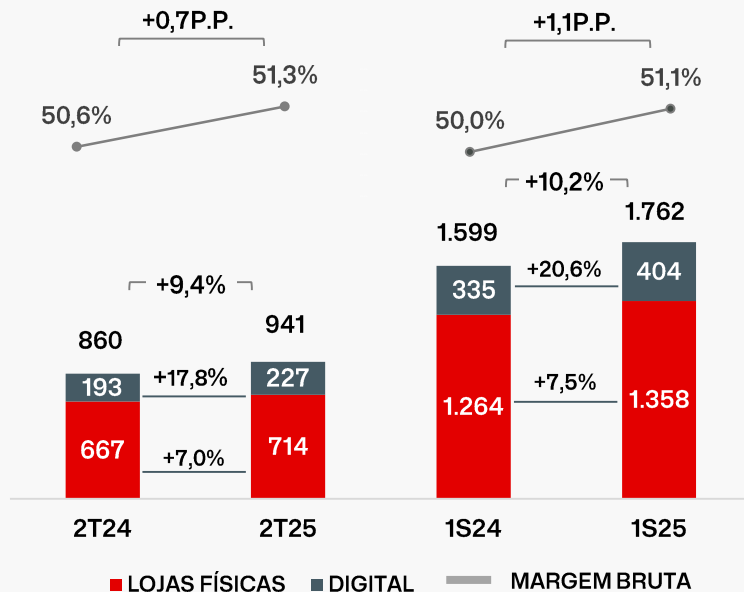


RESULTADOS FINANCEIROS

JOSÉ SALAZAR
CFO

GRUPO **SBF**

RECEITA LÍQUIDA E MARGEM BRUTA



CRESCIMENTO DE RECEITA E MARGEM BRUTA NOS DOIS CANAIS, DEMONSTRANDO CONSISTÊNCIA COM AS INICIATIVAS DE CRESCIMENTO E RENTABILIDADE

LOJAS

+14,4% EM CALÇADOS

DESTAQUE PARA TÊNIS DE ALTA PERFORMANCE DE CORRIDA, CASUAIS E CAMINHADA

+13,5% EM VESTUÁRIO

DESTAQUE PARA A COLEÇÃO DE INVERNO E MARCAS PRÓPRIAS

+6,4% DE TICKET MÉDIO

+8,0% DE UNIDADES VENDIDAS

DIGITAL

+22,3% DE VENDAS 1P

+58,5% DE VENDAS VIA APP

MAIOR PARTICIPAÇÃO HISTÓRICA (+1,8 P.P. VS. LY)

MARGEM BRUTA

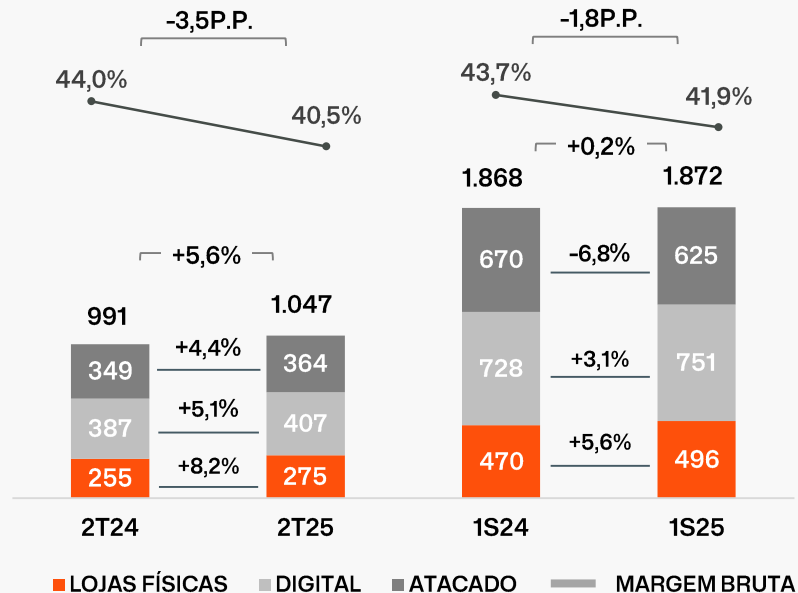
EXPANSÃO DE MARGEM EM AMBOS CANAIS

+1,0 P.P. NAS LOJAS FÍSICAS

+0,2 P.P. NO DIGITAL



RECEITA LÍQUIDA E MARGEM BRUTA



RECUPERAÇÃO GRADUAL DO CANAL WHOLESALE, COM PEDIDOS CONSISTENTES, MELHORA NO ATENDIMENTO E AUMENTO DE VENDAS PARA CENTAURO

LOJAS

+10,6% DE TICKET MÉDIO NA NVS

+9,5% DE TICKET MÉDIO NA NDIS

DESTAQUE PARA PRODUTOS DE **INVERNO** E CATEGORIA DE **CORRIDA** NAS LOJAS NDIS

DIGITAL

+6,5% DE TICKET MÉDIO

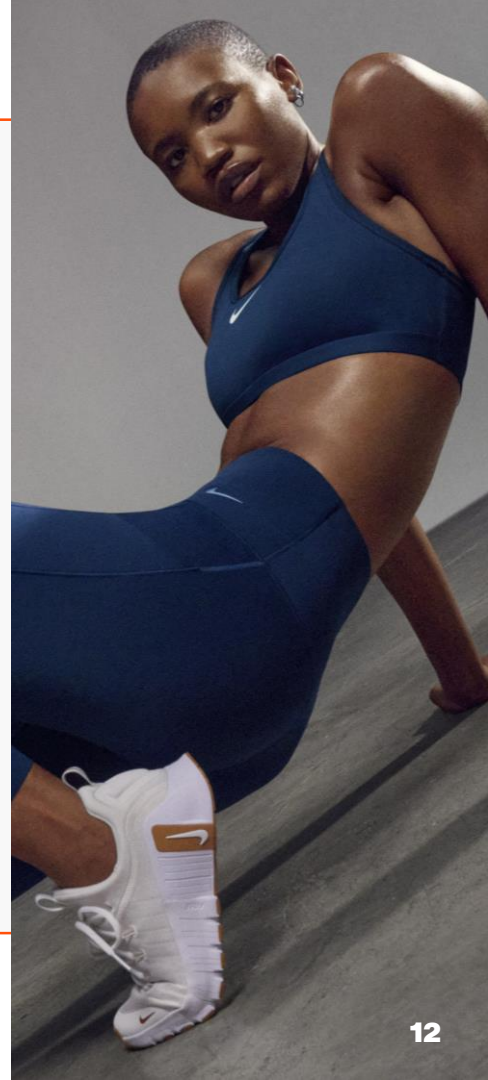
+11,2% DE VENDAS NO 1P

DESTAQUE PARA **CAMPANHAS** COMERCIAIS E **DIA DOS NAMORADOS**

MARGEM BRUTA

MAIOR CUSTO DAS MERCADORIAS IMPORTADAS (APROX. 55% DO CMV) DEVIDO À DESVALORIZAÇÃO DO REAL

NOVO INCENTIVO DE ICMS PARA LOJAS FÍSICAS, COMPENSANDO O IMPACTO NO LUCRO LÍQUIDO

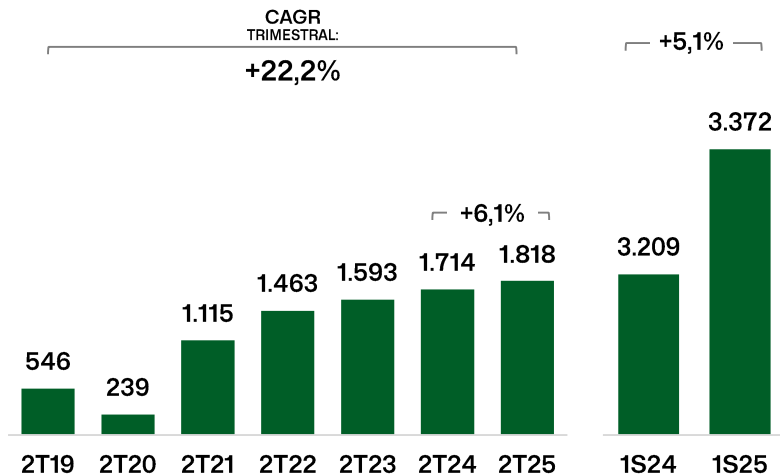


RECEITA LÍQUIDA E LUCRO BRUTO

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

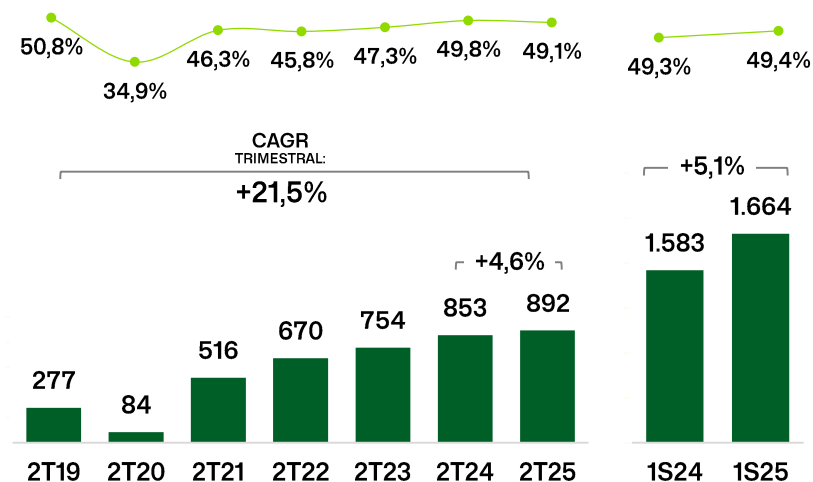
GRUPO SBF

RECEITA LÍQUIDA



CRESCIMENTO NAS DUAS UNIDADES DE NEGÓCIO E EM TODOS OS CANAIS. A CENTAURO FOI IMPULSIONADA PELA PERFORMANCE DE CALÇADOS, VESTUÁRIO E PELA COLEÇÃO DE INVERNO. JÁ A FISIA CONTOU COM A RETOMADA DO ATACADO IMPULSIONANDO O CONSOLIDADO.

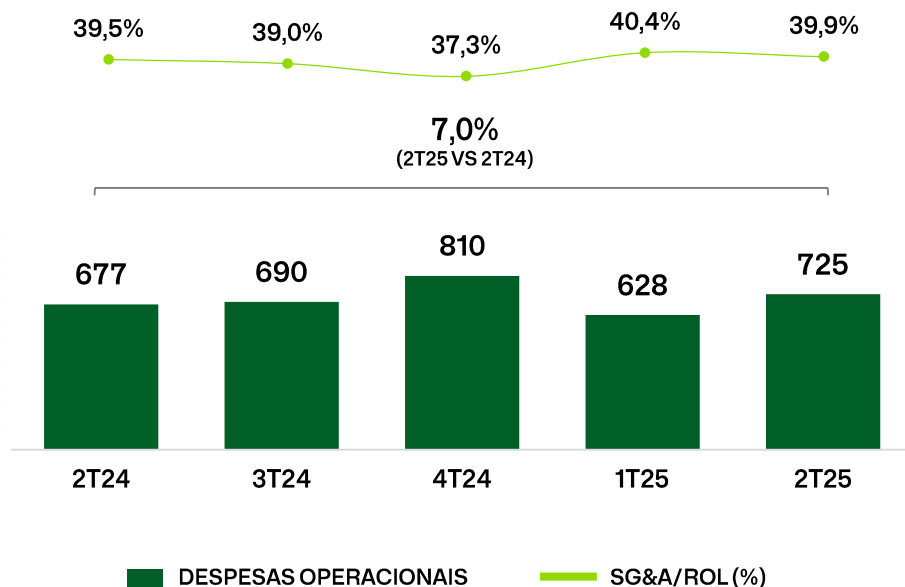
LUCRO BRUTO



MARGEM BRUTA IMPACTADA PELA PRESSÃO CAMBIAL NA FISIA, EFEITO PARCIALMENTE COMPENSADO PELA EXPANSÃO DE MARGEM NA CENTAURO.

DESPESAS OPERACIONAIS

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS



PRINCIPAIS IMPACTOS

INCREMENTO NAS DESPESAS OPERACIONAIS EXPLICADO PRINCIPALMENTE PELO INÍCIO DOS INVESTIMENTOS NAS LOJAS FÍSICAS DA CENTAURO.

A REDUÇÃO EM DESPESAS G&A FOI FUNDAMENTAL PARA MINIMIZAR O IMPACTO DO AUMENTO DAS DESPESAS COM VENDAS.

VENDAS:

- +11,7% DEVIDO AO REFORÇO DO QUADRO DE FUNCIONÁRIOS (MÉDIA DE 4 PESSOAS POR LOJA) E À CONTRATAÇÃO DE LIDERANÇAS SÊNIORAS PARA O TIME COMERCIAL (COM FOCO NAS CATEGORIAS PRIORITÁRIAS);
- REALIZAÇÃO DA MAIOR CONVENÇÃO DE VENDAS DA CENTAURO E IMPACTO DECORRENTE DESVALORIZAÇÃO CAMBIAL SOBRE OS ROYALTIES DE FÍSICA.

GERAIS E ADMINISTRATIVAS:

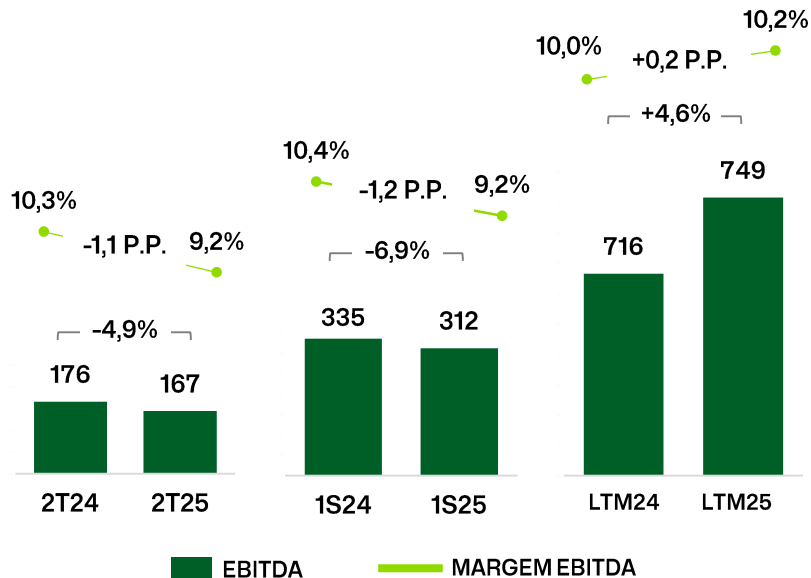
- REDUÇÃO DE 14,9%, REPRESENTANDO 6,5% DA RECEITA LÍQUIDA, -1,5 P.P. VS. 2T24;
- IMPACTO DO MENOR PROVISIONAMENTO DE REMUNERAÇÃO VARIÁVEL NO 2T25 EM COMPARAÇÃO COM O 2T24, QUANDO O MONTANTE PROVISIONADO FOI MAIOR, DADA A PROJEÇÃO DE ATINGIMENTO DE METAS ACIMA DO ESPERADO PARA O ANO;

EBITDA E LUCRO LÍQUIDO

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

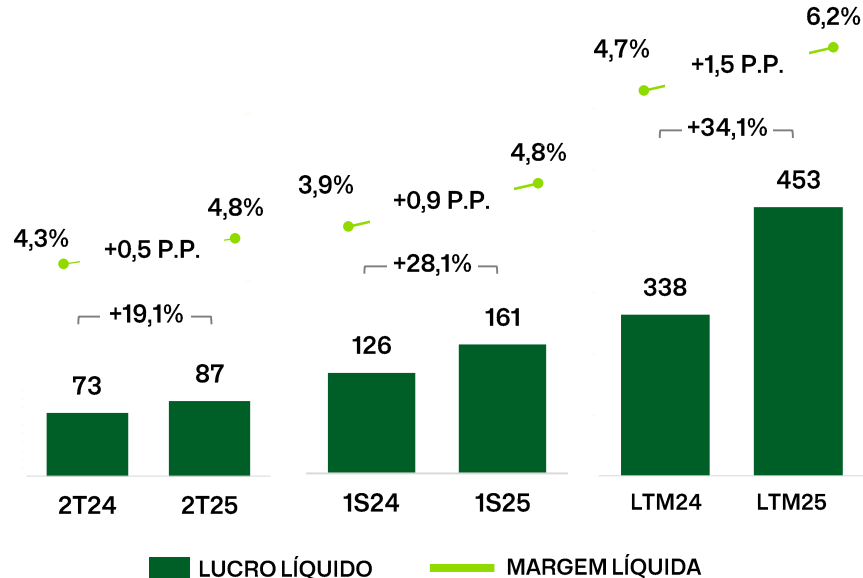
GRUPO SBF

EBITDA



APESAR DO CRESCIMENTO DA RECEITA, A QUEDA NO EBITDA FOI CAUSADA PELO IMPACTO CAMBIAL NA FISIA E POR DESPESAS ADICIONAIS RELACIONADAS AO NOVO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA CENTAURO.

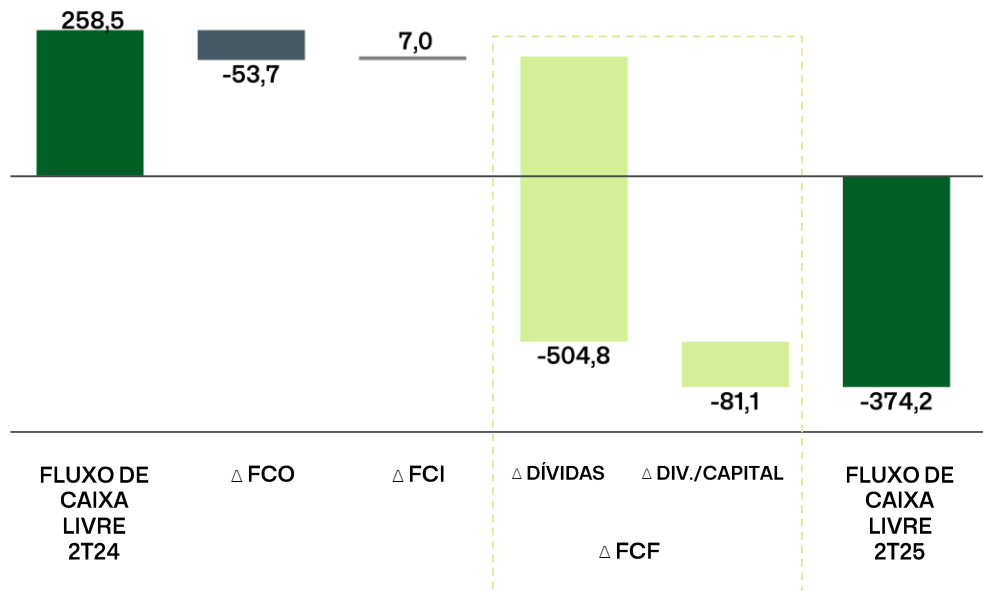
LUCRO LÍQUIDO



EXPANSÃO NO LUCRO DEVIDO A MENOR ALÍQUOTA EFETIVA DE IMPOSTO, IMPACTADA PELO PAGAMENTO DE JSCP INTERCOMPANY, NOVOS INCENTIVOS FISCAIS E MELHOR RESULTADO OPERACIONAL NA CENTAURO EM COMPARAÇÃO COM FISIA (UNIDADE DE NEGÓCIOS QUE POSSUI INCIDÊNCIA DE IR).

R\$ M

FLUXO DE CAIXA GERENCIAL (2T25)



PRINCIPAIS VARIAÇÕES

FCO

- DE R\$ 233,2M NO 2T24 PARA R\$ 179,5M NO 2T25;
- INCREMENTO DOS ESTOQUES EM LINHA COM A SAZONALIDADE NORMAL DA OPERAÇÃO, AO CONTRÁRIO DO ANO PASSADO, QUANDO A COMPANHIA HAVIA REDUZIDO AS COMPRAS EM UM PERÍODO DE DESALAVANCAGEM.

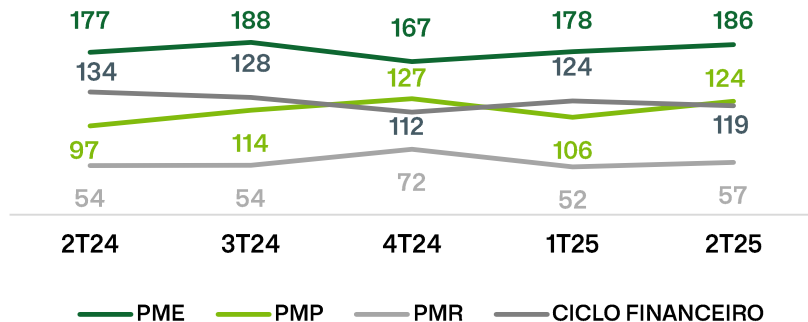
FCI

- DE -R\$ 63,6M NO 2T24 PARA -R\$ 56,6M NO 2T25;
- REDUÇÃO DE 10,6% NO CAPEX, EXPLICADA PELA BASE DE COMPARAÇÃO (CONCLUSÃO DA MIGRAÇÃO DO ABASTECIMENTO DAS LOJAS FÍSICAS DA FISIA);
- MESMO COM A REDUÇÃO DO CAPEX OBSERVADA NO 2T25, A COMPANHIA REALIZARÁ INVESTIMENTOS EM REFORMAS DE LOJAS ATÉ O FINAL DO ANO.

FCF

- DE R\$ 88,9M NO 2T24 PARA -R\$ 479,1M NO 2T25;
- VARIAÇÃO EXPLICADA PELO PAGAMENTO DE R\$ 373,8 MILHÕES EM DÍVIDAS E JUROS NO PERÍODO;
- PAGAMENTO DE R\$ 127,4 MILHÕES EM DIVIDENDOS.

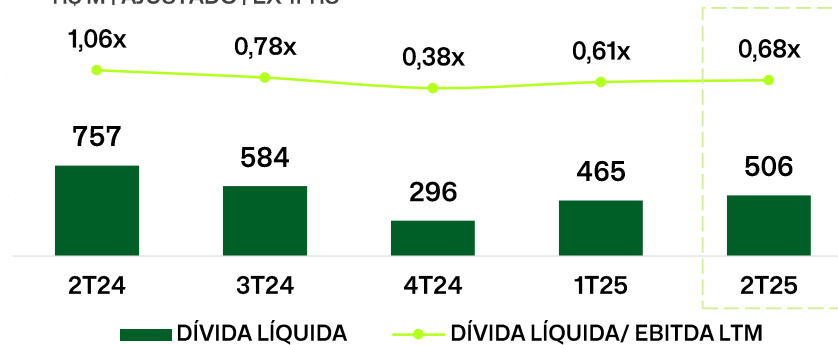
CICLO FINANCEIRO (DIAS)



- > CICLO FINANCEIRO: -15 DIAS;
- > PME (+9 DIAS): AUMENTO DO VOLUME DE COMPRAS NA CENTAURO PARA SUPORTAR O CRESCIMENTO ESPERADO PARA O ANO;
- > PMR (+3 DIAS): DEMONSTRANDO A MANUTENÇÃO DAS NOVAS POLÍTICAS IMPLEMENTADAS EM 2024;
- > PMP (+27 DIAS): MELHORA NO CONTAS A PAGAR COM A NORMALIZAÇÃO DA DINÂMICA DE COMPRAS EM FISIA.

ENDIVIDAMENTO

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS



DÍVIDA LÍQUIDA
-33,1% (vs. 2T24)

ALAVANCAGEM
-0,38x (vs. 2T24)

MESMO COM O PLANO ESTRATÉGICO EM ANDAMENTO, O GRUPO SBF PRETENDE MANTER O ENDIVIDAMENTO EM UM PATAMAR CONFORTÁVEL E SEGURO, ESPECIALMENTE DIANTE DO CENÁRIO MACROECONÔMICO BRASILEIRO.

Q&A

**PARA PERGUNTAS AO VIVO, POR ÁUDIO,
LEVANTE A MÃO PARA ENTRAR NA FILA.**

**AO SER ANUNCIADO, UMA SOLICITAÇÃO PARA
ATIVAR SEU MICROFONE APARECERÁ NA TELA
E, ENTÃO, VOCÊ DEVE ATIVAR O SEU
MICROFONE PARA FAZER PERGUNTAS.**

**SE PREFERIR, ESCREVA SUA PERGUNTA
DIRETAMENTE NO ÍCONE DE Q&A NA PARTE
INFERIOR DA TELA.**



GRUPO SBF

 **CENTAURO**

FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL  NO BRASIL

 **ONEFAN**

X3m


Network Brasil

 **Fit dance**

ri.gruposbf.com.br | ri@gruposbf.com.br

 **José Salazar**

 **Victoria Machado**

 **Luna Romeu**

 **Larissa Cristovão**

 **João Marques**

Aviso Legal

As declarações contidas neste relatório relativas à perspectiva dos negócios da Companhia, às projeções e resultados e ao potencial de crescimento dela constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas expectativas da administração em relação ao futuro da Companhia. Essas expectativas são altamente dependentes de mudanças no mercado e no desempenho econômico geral do País, do setor e do mercado internacional; estando, portanto, sujeitas a mudanças.

SMML B3 | ICON B3 | IGC B3 | IGC-MN B3 | IGCT B3 | ITAG B3 | IBRA B3 | IGPTW B3

EARNINGS RELEASE

2Q25

GRUPO SBF



GRUPO SBF

 **CENTAURO**

FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL NO BRASIL

 **ONEFAN**

X3m

NWB
Network Brasil

fit dance



AGENDA

- > MESSAGE FROM THE MANAGEMENT AND STRATEGIC INITIATIVES
- > FINANCIAL RESULTS 2Q25
- > Q&A



MESSAGE FROM THE MANAGEMENT

GUSTAVO FURTADO
CEO

GRUPO **SBF**

QUARTER HIGHLIGHTS

NEW STRATEGIC MOVEMENT

LAUNCH OF THE NEW STRATEGIC PLAN THROUGH A NEW MANAGEMENT WITH A **STRONG FOCUS ON RETAIL**

+19,1% IN NET INCOME FOR THE QUARTER

PROFIT EXPANSION IN A PERIOD WHERE STRATEGIC INVESTMENTS BEGAN

SOLID RESULTS AT CENTAURO

HIGHEST REVENUE FOR A SECOND QUARTER AT CENTAURO WITH PROFITABILITY

LEVERAGE AT A HEALTHY LEVEL

MAINTENANCE OF NET DEBT/EBITDA AT 0.68X IN 2Q25, WITH A **33.1% REDUCTION IN NET DEBT**

RECOVERY OF FISIA'S WHOLESALE CHANNEL

CHANNEL GROWTH IMPACTED BY PRICE NORMALIZATION AND SHOWROOM EVENTS

OPTIMIZATION OF DEBT COST

NEW DEBENTURE ISSUANCE WITH ATTRACTIVE COST: CDI +0.85%



CONCLUSION OF DELEVERAGING CYCLE
1.19X (DEC/23) TO 0.38X (DEC/24)

START OF EXECUTION OF THE NEW STRATEGIC PLAN
FOCUSED ON THE GROWTH OF CENTAURO AND FISIA



NEW STRATEGIC PLAN

GRUPO **SBF**

BACK TO BASICS: STRONG FOCUS ON RETAIL DIAGNOSIS AND ACTION PLAN FOR CENTAURO STORES

PHYSICAL STORES

- MORE TECHNICAL AND PERSONALIZED SERVICE;
- BROADER AND MORE ASSERTIVE ASSORTMENT;
- MORE ATTRACTIVE PRODUCT PRESENTATION; AND
- IMPROVEMENTS AND REFITS, ESPECIALLY IN OLDER-GENERATION STORES.

DIGITAL

- CONTINUOUS EVOLUTION OF THE TECHNOLOGICAL PLATFORM;
- STRENGTHENING OF THE OMNICHANNEL STRATEGY;
- IMPROVEMENTS IN PRODUCT PRESENTATION.

NEW STRATEGIC PLAN

BACK TO BASICS: STRONG FOCUS ON RETAIL DIAGNOSIS AND ACTION PLAN FOR CENTAURO STORES

- AIMING TO EXPAND THE ASSORTMENT AND ENSURE MORE EFFICIENT DISTRIBUTION, WE REINFORCED CENTAURO'S OUR COMMERCIAL STRUCTURE;
 - DIRECTORS DEDICATED TO KEY CATEGORIES, SUCH AS FOOTWEAR, APPAREL, SOCCER, AND OTHER COMPLEMENTARY CATEGORIES (MARTIAL ARTS, BASKETBALL, AMONG OTHERS);
 - DIRECTOR FOCUSED ON OWNED AND LICENSED BRANDS.
- FOCUS ON CUSTOMER SERVICE, WITH AN AVERAGE OF FOUR NEW "ATHLETES" (EMPLOYEES) HIRES PER STORE;
 - STRUCTURED REGIONAL TEAMS DEDICATED TO THE RECRUITMENT, SELECTION, AND TECHNICAL TRAINING OF SALESPeOPLE TO SUPPORT THIS EXPANSION;
 - NEW LEADERSHIP OF THE HUMAN RESOURCES DEPARTMENT.
- STRENGTHENING OF THE ENGINEERING AND ARCHITECTURE AREA, WITH NEW LEADERSHIP, TO ENABLE THE PLAN FOR STORE RENOVATIONS AND IMPROVEMENTS.
- THE LARGEST SALES CONVENTION IN CENTAURO'S HISTORY, BRINGING TOGETHER 600 EMPLOYEES – INCLUDING 227 STORE MANAGERS FROM ALL REGIONS OF BRAZIL;
 - THE GOAL WAS TO INSPIRE, CONNECT, AND ALIGN OUR LEADERSHIP AROUND THE NEW STRATEGY.



NEW STRATEGIC PLAN

UNDER NEW LEADERSHIP, FISIA REMAIN COMMITTED TO THE INITIATIVES ALIGNED WITH NIKE'S GLOBAL STRATEGY

- › RECOVERY OF WHOLESALE CHANNEL;
- › STRENGTHENING OUR PRESENCE IN SOCCER;
- › IMPLEMENTING THE NEW STRATEGY FOR RUNNING;
- › MAINTAINING LEADERSHIP IN LIFESTYLE WITH ADJUSTMENTS TO THE "BIG 3" FRANCHISES;
- › FOCUS ON IMPROVING INVENTORY EFFICIENCY AND EXPANDING THE PRESENCE OF NDIS STORES.

WHOLESALE RECOVERY

2024 INITIATIVES AIMED AT ENHANCING CHANNEL SERVICE LEVELS

- › REINFORCEMENT OF THE COMERCIAL TEAM;
- › EVOLUTION OF THE PORTAL – OUR ORDERING PLATFORM;
- › RESUMPTION OF BRAND EVENTS WITH FOCUS ON STRATEGY AND COLLETION PRESENTATIONS;
- › ADJUSTMENTS ON PRODUCT SEGMENTATION;
- › REDUCTION IN PRICE MARKDOWNS IN OUR OWN CHANNELS.

2025 STRATEGIC PRIORITIES

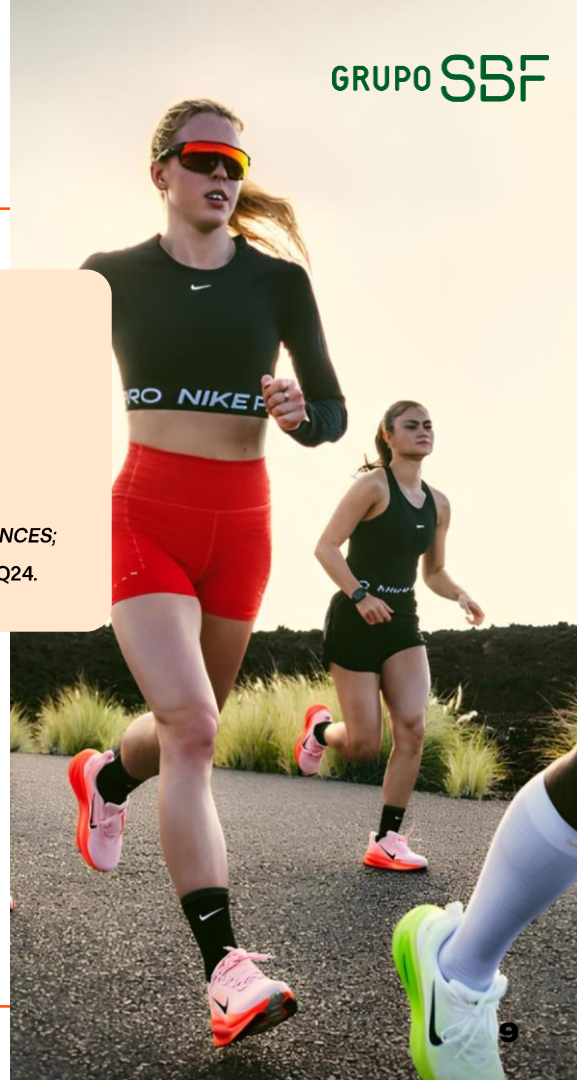
- › DEEPENING THE EXECUTION OF THE PLAN AND REINFORCING THE MANAGEMENT OF FUTURE COLLECTIONS;
- › MERCHANDISING TEAM FOR THE CURATION OF COLLECTIONS ALIGNED WITH CUSTOMER NEEDS;
- › EXPANSION OF THE COMMERCIAL TEAM FOCUSED ON SOCCER CONSUMERS;
- › TECHNOLOGY TEAM DEDICATED TO THE ACCELERATION OF THE PORTAL;
- › NEW EXCLUSIVE SHOWROOM.





**UNDER NEW LEADERSHIP, FISIA REMAIN
COMMITTED TO THE INITIATIVES ALIGNED WITH
NIKE'S GLOBAL STRATEGY**

GRUPO **SBF**



CATEGORY PRIORITIZATION

RUNNING

- › NEW ROAD RUNNING LINE, SYMPLIFYING THE PRODUCT OFFERING TO MEET RUNNERS NEEDS;
- › DIRECT RESPONSE TO CONSUMER FEEDBACK - SEEKING GREATER CLARITY WHEN CHOOSING THE IDEAL SHOE;
- › **PEGASUS**: RESPONSIVE CUSHIONING FOR DAILY USE;
- › **STRUCTURE**: CUSHIONING WITH SUPPORT AND STABILITY;
- › **VOMERO**: MAXIMUM CUSHIONING, IDEAL FOR LONG DISTANCES;
- › LAUNCH OF VOMERO 18 SHOWED A GROWTH OF 46% VS. 2Q24.

SOCCER

- › STRENGTHENING OF THE SPORTS AREA (PROSPECTION AND RELATIONSHIP WITH CLUBS/TEAMS/ATHLETES);
- › NEW BRAZILIAN WOMEN'S NATIONAL TEAM UNIFORMS;
- › CONTRACT RENEWAL WITH CORINTHIANS AND EXPECTATION OF ADDING NEW BRAZILIAN CLUBS TO THE PORTFOLIO;
- › 2026 FIFA WORLD CUP - NIKE AS SPONSOR OF BRAZILIAN NATIONAL TEAM;

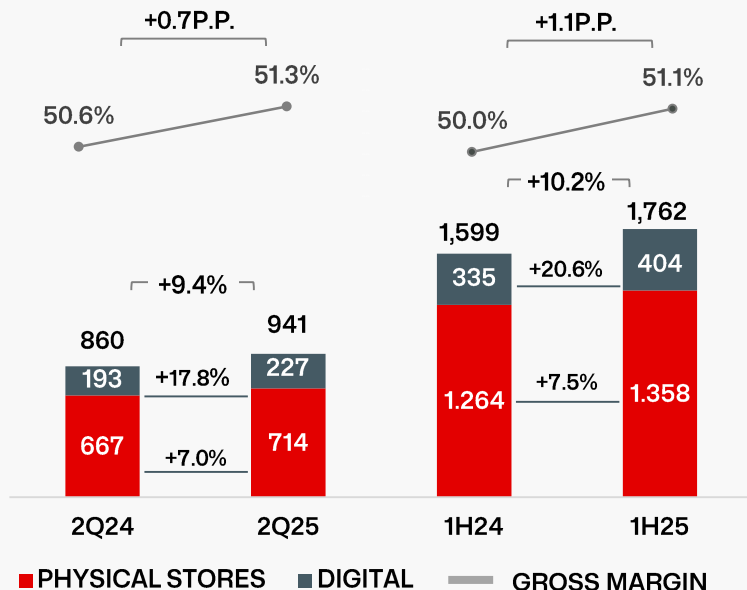


FINANCIAL RESULTS

JOSÉ SALAZAR
CFO

GRUPO **SBF**

NET REVENUE AND GROSS MARGIN



INCREASE IN REVENUE AND GROSS MARGIN ACROSS BOTH CHANNELS, DEMONSTRATING CONSISTENCY WITH GROWTH AND PROFITABILITY INITIATIVES

STORES

+14.4% IN FOOTWEAR

HIGHLIGHT FOR HIGH-PERFORMANCE RUNNING, CASUAL, AND WALKING SHOES

+13.5% IN APPAREL

HIGHLIGHT FOR THE WINTER COLLECTION AND OWNED BRANDS

+6.4% AVERAGE TICKET PRICE

+8.0% OF UNITS SOLD

DIGITAL

+22.3% SALES 1P

+58.5% SALES BY APP

HIGHEST HISTORICAL SHARE
(+1.8 P.P. VS. LY)

GROSS MARGIN

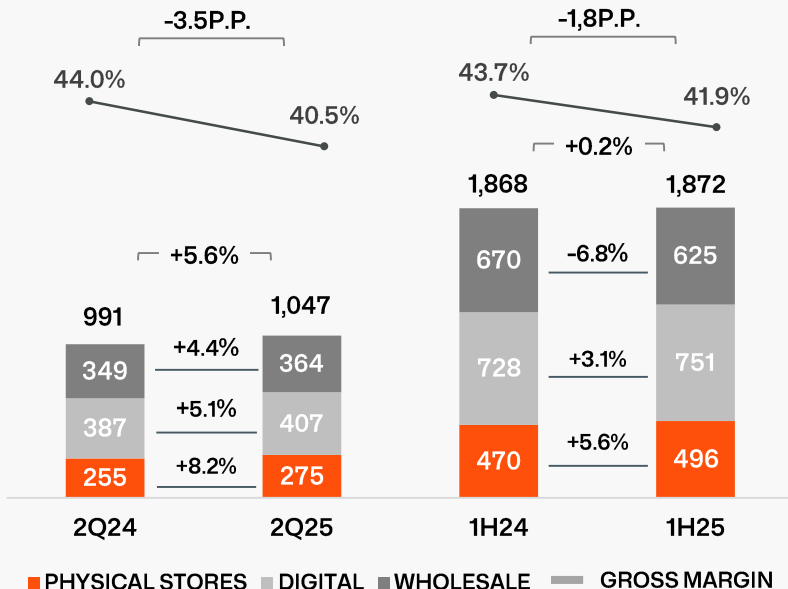
MARGIN EXPANSION IN BOTH CHANNELS

+1.0 P.P. IN PHYSICAL STORES

+0.2 P.P. IN DIGITAL



NET REVENUE AND GROSS MARGIN



GRADUAL RECOVERY OF THE WHOLESALE CHANNEL, WITH CONSISTENT ORDERS, IMPROVED SERVICE LEVELS, AND INCREASED SALES TO CENTAURO

STORES

+10.6% AVERAGE TICKET PRICE NVS

+9.5% AVERAGE TICKET PRICE NDIS

HIGHLIGHTS FOR **WINTER** PRODUCTS AND **RUNNING** CATEGORY IN NDIS STORES

DIGITAL

+6.5% AVERAGE TICKET PRICE

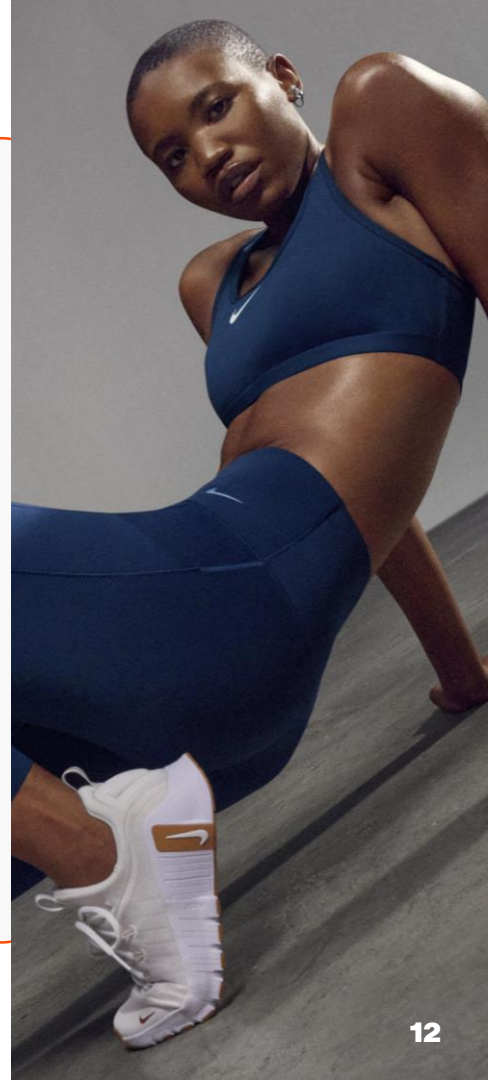
+11.2% SALES 1P

HIGHLIGHT FOR COMMERCIAL CAMPAIGNS AND **VALENTINE'S DAY**

GROSS MARGIN

INCREASED COST OF IMPORTED PRODUCTS (APPROX. 55% OF COGS) DUE TO THE DEVALUATION OF THE REAL

NEW ICMS INCENTIVE FOR PHYSICAL STORES, OFFSETTING THE IMPACT ON NET PROFIT

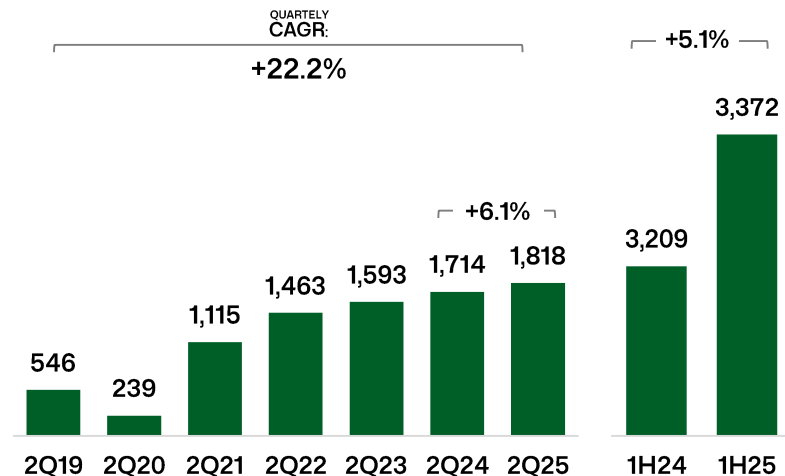


NET REVENUE AND GROSS PROFIT

R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS

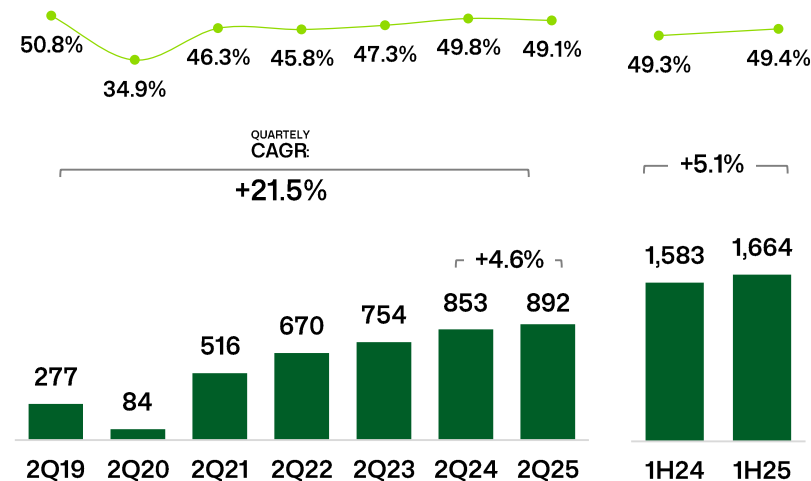
GRUPO SBF

NET REVENUE



GROWTH IN BOTH BUSINESS UNITS AND IN ALL CHANNELS. CENTAURO WAS BOOSTED BY THE PERFORMANCE OF FOOTWEAR, APPAREL, AND THE WINTER COLLECTION. FISIA, ON THE OTHER HAND, BENEFITED FROM THE WHOLESALE CHANNEL RECOVERY, BOOSTING CONSOLIDATED RESULTS.

GROSS PROFIT

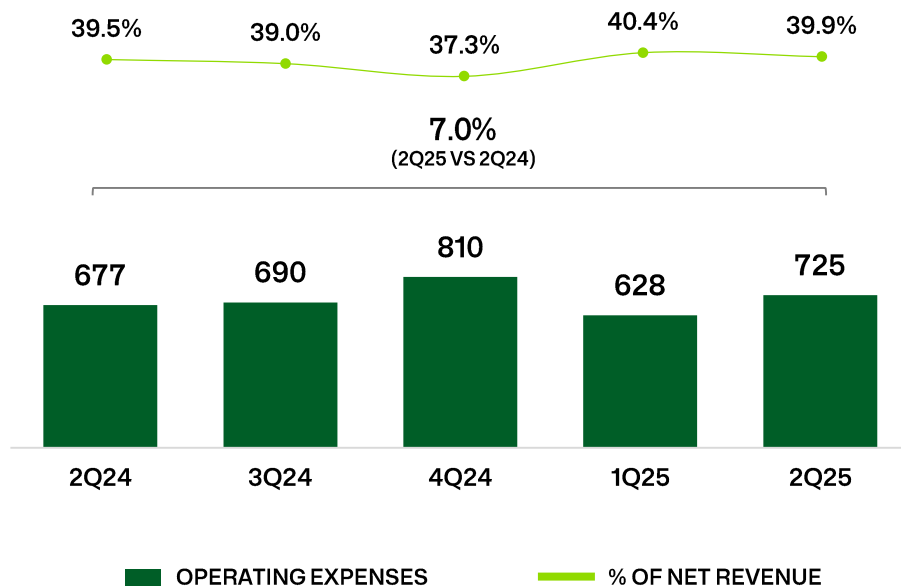


GROSS MARGIN IMPACTED BY THE PRESSURE OF EXCHANGE RATES AT FISIA, AND PARTIALLY OFFSET BY MARGIN EXPANSION AT CENTAURO.

OPERATING EXPENSES

R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS

GRUPO SBF



MAIN IMPACTS

INCREASE IN OPERATING EXPENSES MAINLY EXPLAINED BY THE START OF INVESTMENTS IN CENTAURO'S PHYSICAL STORES.

THE REDUCTION IN G&A EXPENSES WAS FUNDAMENTAL IN MINIMIZING THE IMPACT OF THE INCREASE IN SALES EXPENSES.

SELLING:

- +11.7% AS A RESULT OF INCREASING THE NUMBER OF EMPLOYEES (AN AVERAGE OF 4 PEOPLE PER STORE) AND HIRING SENIOR LEADERS FOR THE COMMERCIAL TEAM (WITH A FOCUS ON PRIORITY CATEGORIES);
- CENTAURO'S LARGEST SALES CONVENTION AND IMPACT OF CURRENCY DEVALUATION ON FISIA'S ROYALTIES.

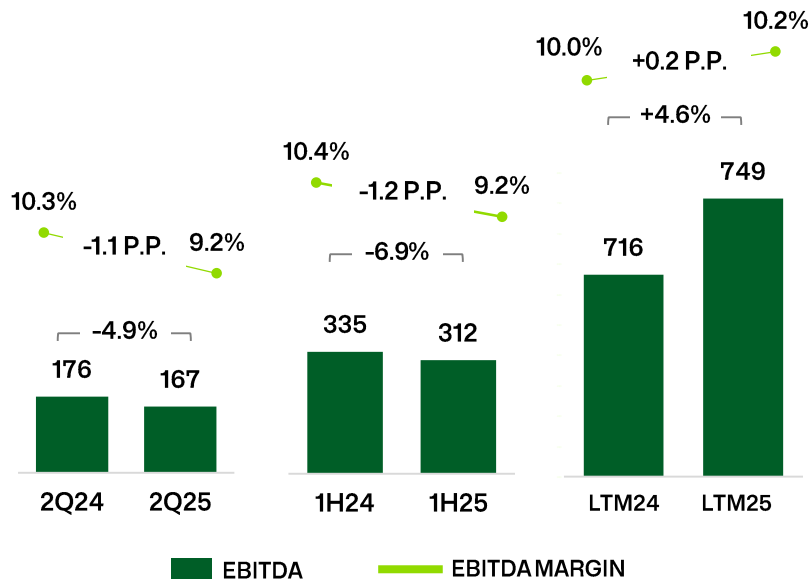
GENERAL AND ADMINISTRATIVE:

- REDUCTION OF 14.9%, REPRESENTING 6.5% OF NET REVENUE, -1.5 P.P. VS. 2Q24;
- IMPACT OF LOWER PROVISIONING FOR VARIABLE COMPENSATION IN 2Q25 COMPARED TO 2Q24, WHEN THE AMOUNT PROVISIONED WAS HIGHER, CONSIDERING THE PROJECTION OF ACHIEVING TARGETS ABOVE EXPECTATIONS FOR THE YEAR;

EBITDA AND NET PROFIT

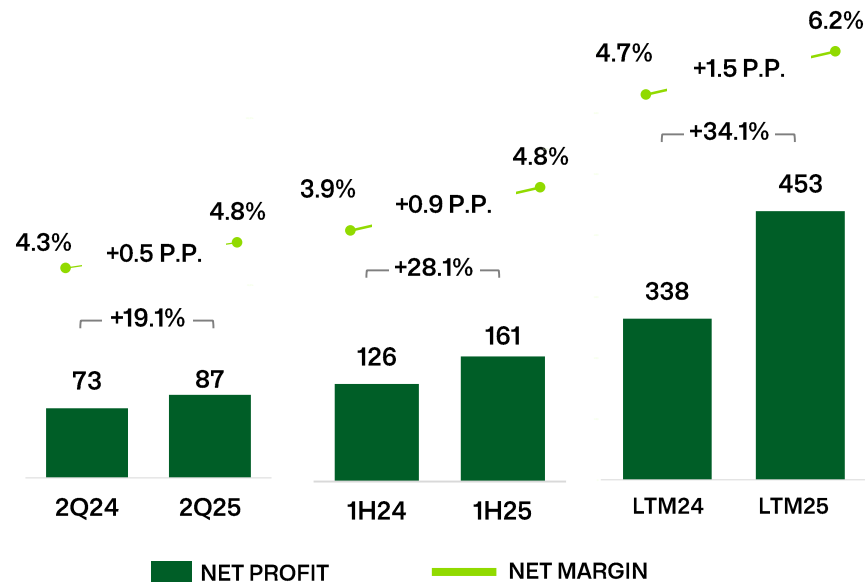
R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS

EBITDA



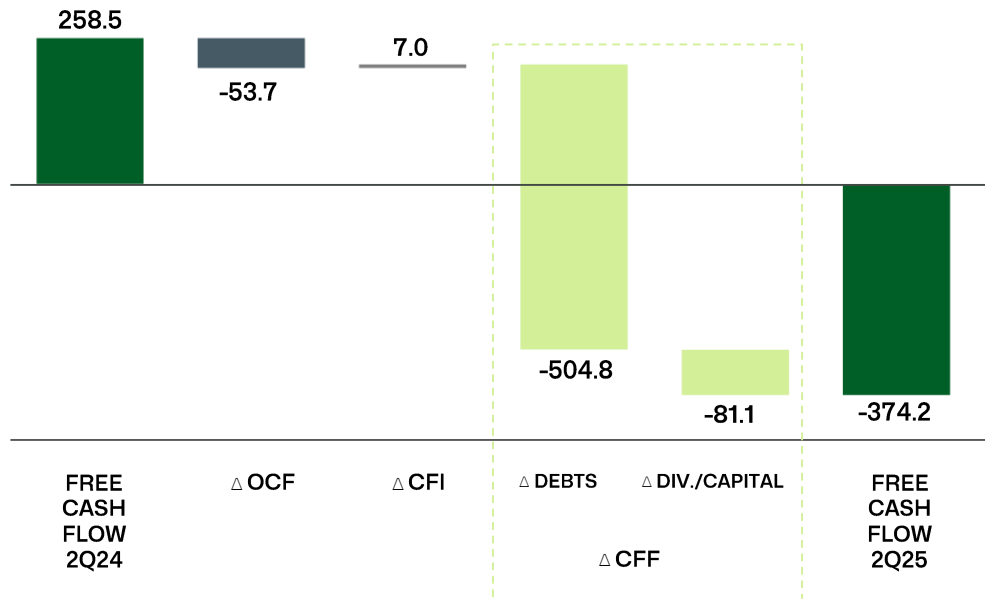
DESPITE REVENUE GROWTH, THE DECLINE IN EBITDA WAS CAUSED BY THE IMPACT OF EXCHANGE RATES ON FISIA AND TO CENTAURO'S NEW STRATEGIC PLAN ADDITIONAL EXPENSES.

NET PROFIT



PROFIT EXPANSION DUE TO LOWER EFFECTIVE TAX RATE, IMPACTED BY INTERCOMPANY INTEREST ON EQUITY PAYMENTS, NEW TAX INCENTIVES, AND BETTER OPERATING RESULTS AT CENTAURO COMPARED TO FISIA (BUSINESS UNIT SUBJECT TO INCOME TAX).

CASH FLOW MANAGEMENT (2Q25)



MAIN VARIATIONS

OCF

- FROM R\$233.2M IN 2Q24 TO R\$179.5M IN 2Q25;
- INCREASE IN INVENTORY IN LINE WITH NORMAL SEASONALITY OF THE OPERATION, UNLIKE LAST YEAR, WHEN THE COMPANY HAD REDUCED PURCHASES DUE TO THE DELEVERAGING PROCESS.

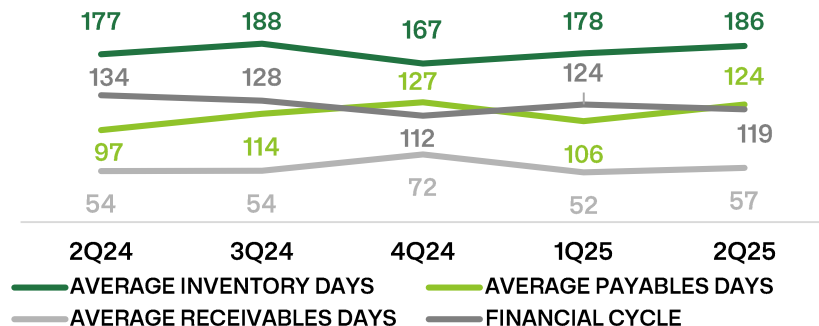
CFI

- FROM -R\$63.6M IN 2Q24 TO -R\$56.6M IN 2Q25;
- REDUCTION OF 10.6% IN CAPEX, EXPLAINED BY THE BASIS OF COMPARISON (CONCLUSION OF FISIA'S MIGRATION OF PHYSICAL STORES SUPPLIES);
- EVEN WITH THE REDUCTION IN CAPEX OBSERVED IN 2Q25, THE COMPANY WILL INVEST IN STORE RENOVATIONS BEFORE THE END OF THE YEAR.

CFF

- FROM R\$88.9M IN 2Q24 TO -R\$479.1M IN 2Q25;
- VARIATION IS EXPLAINED BY THE PAYMENT OF R\$ 373,8M IN DEBTS AND INTEREST DURING THE PERIOD;
- PAYMENT OF R\$ 127,4M IN DIVIDENDS.

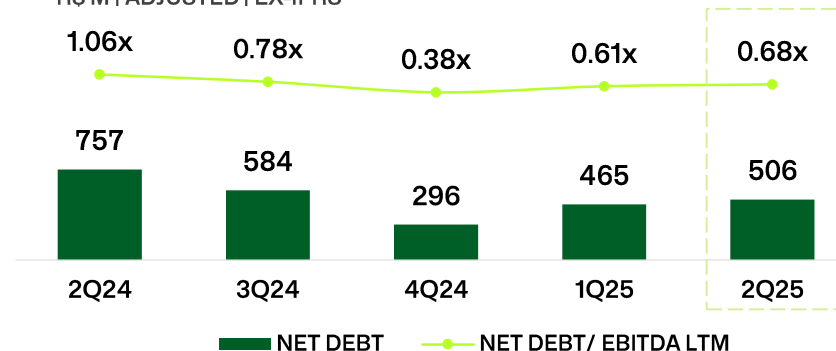
FINANCIAL CYCLE (DAYS)



- > FINANCIAL CYCLE: -15 DAYS;
- > AVERAGE INVENTORY DAYS (+9 DAYS): INCREASE IN PURCHASE VOLUME AT CENTAURO TO SUPPORT EXPECTED GROWTH FOR THE YEAR;
- > AVERAGE RECEIVABLES DAYS (+3 DAYS): DEMONSTRATING THE CONTINUATION OF NEW POLICIES IMPLEMENTED IN 2024;
- > AVERAGE RECEIVABLES DAYS (+27 DAYS): IMPROVEMENT IN ACCOUNTS PAYABLE WITH THE NORMALIZATION OF PURCHASING DYNAMICS AT FISIA.

INDEBTEDNESS

R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS



NET DEBT
-33.1% (vs. 2Q24)

LEVERAGE
-0.38x (vs. 2Q24)

EVEN WITH THE STRATEGIC PLAN IN PROGRESS, GRUPO SBF INTENDS TO MAINTAIN ITS DEBT AT A COMFORTABLE AND SAFE LEVEL, ESPECIALLY GIVEN THE MACROECONOMIC SCENARIO IN BRAZIL.

Q&A

FOR LIVE AUDIO QUESTIONS, RAISE YOUR HAND TO JOIN THE QUEUE.

WHEN ANNOUNCED, A REQUEST TO ACTIVATE YOUR MICROPHONE WILL APPEAR ON THE SCREEN, AND THEN YOU SHOULD TURN ON YOUR MICROPHONE TO ASK QUESTIONS.

ALTERNATIVELY, WRITE YOUR QUESTION DIRECTLY IN THE Q&A ICON AT THE BOTTOM OF THE SCREEN.



GRUPO SBF

 **CENTAURU**

FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL NO BRASIL

 **ONEFAN**

X3m

NWB
Network Brasil

fit dance

ri.gruposbf.com.br/en | ri@gruposbf.com.br

 **José Salazar**

 **Victoria Machado**

 **Luna Romeu**

 **Larissa Cristovão**

 **João Marques**

Legal Notice

The statements contained in this report regarding the Company's business outlook, projections and results and its growth potential are merely forecasts and are based on management's expectations regarding the Company's future. These expectations are highly dependent on changes in the market and in the general economic performance of the country, the sector and the international market, and are therefore subject to change.

SMLL B3 | ICON B3 | IGC B3 | IGC-MN B3 | IGCT B3 | ITAG B3 | IBRA B3 | IGPTW B3