

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

3T25



DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

3T25

São Paulo, 10 de Novembro de 2025

O Grupo SBF S.A. (B3: SBFG3), divulga seus resultados do terceiro trimestre de 2025. As informações financeiras relativas aos períodos findos em 30 de Setembro de 2025 e 2024 compreendem a empresa controladora Grupo SBF S.A. e suas controladas.

GRUPO SBF

CENTAURO

FISIA

SBFG

B3 LISTED NM

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

11 de Novembro de 2025

10h (Brasília)

08h (Nova Iorque)

13h (Londres)

CLIQUE PARA
ACESSAR



DESTAQUES

- RECEITA LÍQUIDA DE R\$ 1,9BI, CRESCIMENTO DE 9,4% VS. 3T24.
- RECEITA LÍQUIDA DA FISIA DE R\$ 1,1BI NO 3T25, (+9,2% VS. 3T24), COM DESTAQUE PARA A RETOMADA DO ATACADO QUE REGISTROU +28,2% VS. 3T24.
- LUCRO LÍQUIDO DE R\$ 435,6M NO LTM25 (+12,1% VS. LTM24) COM MARGEM LÍQUIDA DE 5,8% (+0,3 P.P.).
- RECEITA LÍQUIDA DA CENTAURO DE R\$ 1,0BI NO 3T25, CRESCIMENTO DE +14,6% VS. 3T24. O SAME STORE SALES FOI DE +14,8%.
- LUCRO BRUTO DE R\$ 917,7M NO 3T25 (+3,0% VS. 3T24) COM MARGEM BRUTA DE 47,4%.
- ALAVANCAGEM DE 0,94X, COM MANUTENÇÃO EM UM NÍVEL SAUDÁVEL, APESAR DA ACELERAÇÃO DOS INVESTIMENTOS.
- CENTAURO COM CRESCIMENTO DE RECEITA LÍQUIDA EM AMBOS OS CANAIS: DIGITAL +20,1%, E LOJAS FÍSICAS +13,1%.
- CENTAURO COM LUCRO BRUTO DE R\$ 510,5M (+13,3% VS. 3T24) E MARGEM BRUTA DE 49,8% (-0,6 P.P.).
- ABERTURA DE LOJAS E MODERNIZAÇÃO DA REDE COM DUAS NOVAS LOJAS CENTAURO, UMA AMPLIAÇÃO E UM REFIT. NA FISIA, UMA NOVA NDIS E AMPLIAÇÃO DE UMA NVS.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O terceiro trimestre de 2025 foi marcado por um período de transição, no qual seguimos disciplinados na execução do ciclo estratégico e na continuidade dos investimentos iniciados no trimestre anterior. Mantivemos o foco no crescimento das nossas duas principais unidades de negócio, Centauro e Fisia, confiantes no retorno desses investimentos no curto e no médio prazo, e na consequente geração de valor.

Os primeiros efeitos da execução das iniciativas estratégicas já se refletem nos resultados do trimestre. Na Centauro, destaque do período, o crescimento foi de 15% vs. 3T24, sendo +13% nas lojas físicas e +20% no canal digital, sustentado majoritariamente pelo aumento de unidades vendidas (+11% vs. 3T24).

O foco em um atendimento mais técnico e personalizado, aliado a um sortimento de produtos mais amplo e assertivo, impulsionou a performance das lojas físicas. Na categoria de calçados, que responde em média por cerca de 50% do faturamento da Centauro, as vendas nas mesmas lojas (SSS) cresceram 21% no trimestre, acompanhadas de aumento de 15% na taxa de conversão. Além disso, a linha de alta performance em calçados foi um destaque, com crescimento de 54% em relação ao mesmo período do ano anterior. O resultado evidencia a efetividade da adição de novos atletas (vendedores), cuja expertise na categoria de calçados elevou a captura de demanda.

Após o reforço da equipe de vendas realizado em abril, a Centauro concentra esforços na formação e capacitação contínua dos novos vendedores, ajustando o dimensionamento conforme o potencial de cada loja. Ainda assim, existe espaço para reforçar o time, priorizando praças e lojas de maior tração, com o objetivo de capturar a demanda do 4T25.

Refletindo essa performance, a Centauro registrou o maior Dia dos Pais de sua história, com resultados que alcançaram patamares tradicionalmente vistos no Natal (maior evento de vendas do ano).

Desde o primeiro trimestre do ano, reforçamos a estrutura comercial com diretores dedicados por categoria (calçados, futebol, vestuário e complementares), elevando a disciplina de sortimento, a curadoria de mix e a eficiência de distribuição. Esse modelo de governança vem se refletindo nos resultados: na comparação com o 3T24, as categorias complementares, que também cancelam o posicionamento da Centauro como loja multiesportes e multimarcas, aceleraram – vestuário de basquete avançou 62%, rackets 26%, aquáticos 20% e alimentos 16% – confirmando a eficácia do reforço comercial.

A frente de marcas próprias permanece como pilar estratégico, com crescimento em todas as marcas. Responsável por cerca de 60% do portfólio de marcas próprias da Centauro, a Ozer foi o destaque do trimestre, avançando 9% (sobre sólida base de comparação). No período, a marca estreou na categoria de calçados com seus primeiros modelos de tênis. Em setembro, o desempenho dos novos produtos superou as expectativas, ampliando o portfólio de produtos e reforçando o posicionamento da Ozer como marca esportiva completa, com presença relevante nas principais categorias. Além disso, as vendas dos produtos licenciados da marca Asics expandiram 11,8% no trimestre.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Embora os investimentos mais relevantes estejam direcionados às lojas físicas, o canal digital acompanhou a boa performance, apoiado por um sortimento mais assertivo. No trimestre, o crescimento da categoria de calçados no online foi de +38%, refletindo a revisão de mix e profundidade. Adicionalmente, avançamos nos três pilares estratégicos – multicanalidade, experiência de compra e plataforma tecnológica. Em multicanalidade, cerca de 70% das trocas de pedidos 3P realizados no e-commerce já ocorrem em lojas físicas e, dessas, aproximadamente 65% são convertidas em produtos 1P. A Centauro também iniciou um projeto-piloto de integração das operações 3P às lojas físicas, oferecendo retirada nas lojas para as compras realizadas no site quando a Nike atua como seller. No pilar de plataforma tecnológica, ampliou as opções de meio de pagamento, disponibilizando Apple Pay e Google Pay no aplicativo da Centauro, aprimorando a experiência de compra no digital.

Por fim, a Centauro manteve a trajetória de melhoria na gestão de estoques, com evolução consistente trimestre a trimestre, resultando em redução de 3,0 p.p. do estoque de coleções passadas vs. 2T25 e de 4,0 p.p. vs. 1T25. Essa redução evidencia a maior assertividade do sortimento nas lojas e no digital – indicador claro de melhor acurácia de demanda, disciplina de compras e giro mais saudável.

Já a Fisia, no terceiro trimestre do ano, apresentou crescimento de 9%, desempenho impulsionado pelo canal de atacado (+28% no 3T25 vs. 3T24). A retomada foi sustentada também pelo crescimento da Centauro nesse canal, que elevou a demanda por Nike na própria Centauro. Com a normalização do canal, espera-se um comportamento consistente nos próximos trimestres.

Em agosto, a Fisia realizou um grande evento para parceiros do canal de atacado, com foco em estreitar o relacionamento. Além das maiores contas convidadas, o encontro também incluiu clientes menores, ampliando a proximidade comercial. A agenda foi estruturada em dois dias: um dedicado à categoria de futebol e outro à apresentação das demais categorias. No encontro, foram apresentadas as camisas da Seleção Brasileira para a próxima Copa do Mundo, os uniformes de clubes brasileiros com patrocínios que se iniciam em 2026, além de atualizações sobre a renovação com o Corinthians. Na categoria de corrida, foram apresentadas as renovações de Downshifter, Winflo e do novo Pegasus, abrangendo franquias em todas as faixas da pirâmide de preços, além das apostas-chave da coleção.

Em linha com a estratégia apresentada no trimestre anterior, que prioriza as frentes de futebol e corrida, o 3T25 trouxe avanços em ambas. Em futebol, a Fisia celebrou os 20 anos da linha Total 90 com um relançamento voltado ao uso casual, superando as expectativas de vendas. A coleção incluiu reedições inspiradas em seleções históricas e as Energy Jerseys, com proposta lifestyle. Em paralelo, foi lançada a terceira camisa do Corinthians inspirada em 2005, sob a campanha “Total Corinthians”. O produto registrou vendas recordes na primeira semana.

Na categoria de corrida, a Fisia deu sequência à reorganização do portfólio, do produto de entrada Revolution 8 aos ícones Pegasus, Structure e Vomero. No 3T25, expandiu a estratégia de road running com os lançamentos de Vomero Plus e Structure, além da inclusão do Vomero Premium na coleção. No trimestre, a franquia Vomero cresceu 66%.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Assim como na Centauro, a Fisia também avançou na multicanalidade. A partir deste trimestre, as 48 lojas Nike (NVS e NDIS) passaram a aceitar devoluções e realizar trocas de produtos adquiridos no canal digital, ampliando a conveniência do cliente e reduzindo atritos na jornada de compra.

Em relação às aberturas e reformas, no 3T25 entregamos projetos importantes nas duas unidades de negócio. A Centauro deu início à estratégia de modernização da rede e abriu duas novas lojas no período. Em agosto, reforçou a presença em Belo Horizonte com a loja do Shopping Cidade, que passou por troca de ponto e ampliação de área; e em setembro, concluiu três iniciativas focadas na experiência do cliente, com duas novas lojas G6 – modelo mais moderno, que prioriza uma jornada fluida e interativa – em São José do Rio Preto (SP) e Caruaru (PE), além do primeiro Refit, uma revitalização realizada com a operação em funcionamento para incorporar elementos do novo conceito de loja, finalizada no Partage Santana Shopping, em São Paulo.

A Fisia, por sua vez, inaugurou em agosto uma loja física no modelo NDIS no Shopping Iguatemi Campinas (SP), fortalecendo a presença no interior paulista. Adicionalmente, a loja NVS do Shopping Nova América (RJ) passou por reforma com expansão de área, ampliando sua capacidade de atendimento e, desde a reinauguração, apresentou crescimento de 130% *vs.* o mesmo período do ano anterior.

RESULTADOS 3T25

Neste terceiro trimestre de 2025, a receita líquida consolidada do Grupo SBF cresceu 9% em comparação com o 3T24, totalizando R\$ 1,9 bilhão. O lucro bruto consolidado atingiu R\$ 917,7 milhões, crescimento de 3% (*vs.* 3T24). Por outro lado, a margem bruta registrou 47,4%, queda de 2,9 p.p. *vs.* 3T24, conforme esperado em trimestre marcado pelo maior impacto da variação cambial na Fisia.

No 3T25, o EBITDA ajustado (ex-IFRS) totalizou R\$ 169,0 milhões (-16% *vs.* 3T24), enquanto a margem EBITDA atingiu 8,7% (-2,7 p.p. *vs.* 3T24). A variação reflete, principalmente, a menor margem bruta, conforme explicado no parágrafo anterior.

O lucro líquido ajustado (ex-IFRS) atingiu R\$ 103,8 milhões no 3T25 (-14% *vs.* 3T24). A margem líquida registrou 5,4% (-1,4 p.p.), com efeito parcialmente mitigado através da adesão aos incentivos fiscais de ICMS nos canais de lojas físicas (implementado no 2T25) e de atacado (implementado no 3T25) da Fisia. Vale destacar que o incentivo fiscal no canal de atacado passou a vigorar no início de agosto, de modo que seu efeito foi parcial no 3T25 e não se refletiu integralmente no resultado do trimestre.

Encerramos o trimestre com dívida líquida de R\$ 674,4 milhões (+16% *vs.* 3T24). O aumento reflete, principalmente, a maior necessidade de capital de giro, com reforço de estoques em função da sazonalidade do 4T25, além de maior CAPEX no período, em linha com o plano de investimentos. A alavancagem encerrou o trimestre em 0,94x EBITDA (ex-IFRS), +0,16x *vs.* 30 de setembro de 2024, em linha com o compromisso de manter níveis saudáveis de endividamento.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Em nossas unidades de negócio:

A Centauro apresentou um crescimento de 15% de receita líquida em relação ao 3T24, totalizando R\$ 1,0 bilhão de receita. A receita líquida do canal de lojas físicas da Centauro no trimestre foi de R\$ 797,0 milhões, um crescimento de 13% em comparação com o 3T24. Já o canal digital apresentou receita líquida de R\$ 228,1 milhões, uma expansão de 20% versus o 3T24.

O crescimento de receita foi acompanhado de uma expansão de 13% no lucro bruto, que atingiu R\$ 510,5 milhões no trimestre, embora a margem bruta tenha apresentado uma leve compressão de 0,6 p.p. vs. o 3T24, atingindo 49,8%.

A Fisia apresentou expansão de 9% na receita líquida em comparação com o 3T24, atingindo R\$ 1,1 bilhão de receita. Com destaque para o crescimento de 28% do canal de atacado que segue em uma trajetória de recuperação gradual de receita. Os canais DTC também apresentaram crescimento em relação ao mesmo período do ano anterior, as lojas físicas da Nike (NDIS + NVS) expandiram 2%, e o canal digital registrou crescimento mais modesto de 0,2%.

Apesar do crescimento em receita líquida, o lucro bruto da Fisia apresentou uma retração de 3%, atingindo R\$ 424,8 milhões, acompanhado de margem bruta de 40,0%, uma compressão de 5,2 pontos percentuais em relação ao 3T24, influenciada principalmente pela desvalorização do real, que impactou o custo de produtos importados pela Fisia.

Por fim, reforçamos nosso compromisso com a execução do ciclo estratégico em curso, com foco no crescimento da Centauro e da Fisia. Os primeiros efeitos já são visíveis e, com a maturação das iniciativas, esperamos evolução operacional e de rentabilidade. Seguimos trabalhando para gerar valor sustentável para acionistas, colaboradores, clientes e parceiros.

A Diretoria
GRUPO SBF

RECEITA BRUTA E INDICADORES OPERACIONAIS

CENTAURO R\$ MIL	3T25	3T24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Receita Bruta ¹	1.300.070	1.117.409	16,3%	3.547.717	3.117.008	13,8%
Lojas Físicas	1.005.839	871.755	15,4%	2.732.862	2.441.490	11,9%
Plataforma Digital	294.231	245.654	19,8%	814.854	675.517	20,6%
Nº de Lojas - Centauro	228	226	0,9%	228	226	0,9%
Área de Vendas - Centauro (m²)	235.891	233.615	1,0%	235.891	233.615	1,0%
FISIA R\$ MIL	3T25	3T24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Receita Bruta ¹	1.283.318	1.226.391	4,6%	3.642.817	3.586.378	1,6%
Atacado	425.973	357.678	19,1%	1.214.808	1.183.575	2,6%
Plataforma Digital	510.074	505.919	0,8%	1.447.864	1.415.766	2,3%
Lojas Físicas	347.271	362.794	-4,3%	980.145	987.037	-0,7%
Share vendas DTC ²	53,9%	56,0%	-2,1 p.p.	53,6%	52,7%	+0,9 p.p.
Nº de Lojas - Nike Value	38	37	2,7%	38	37	2,7%
Área de Vendas - Nike Value (m²)	43.494	41.832	4,0%	43.494	41.832	4,0%
Nº de Lojas - Nike Direct Inline	10	9	11,1%	10	9	11,1%
Área de Vendas - Nike Direct Inline (m²)	6.533	5.603	16,6%	6.533	5.603	16,6%
GRUPO SBF R\$ MIL	3T25	3T24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Receita Bruta ¹ Total	2.399.866	2.226.288	7,8%	6.663.043	6.265.184	6,4%
Receita Bruta ¹ Centauro	1.300.070	1.117.409	16,3%	3.547.717	3.117.008	13,8%
Receita Bruta ¹ Fisia	1.283.318	1.226.391	4,6%	3.642.817	3.586.378	1,6%
(+) Eliminação intercompany	-183.522	-117.512		-527.490	-438.201	
Share de vendas no digital	33,5%	33,8%	-0,3 p.p.	34,0%	33,4%	+0,6 p.p.

SAME STORE SALES (SSS)

CENTAURO	3T25	3T24	9M25	9M24	FISIA	3T25	3T24	9M25	9M24
SSS total (lojas + digital) ³	14,8%	0,7%	12,9%	3,9%	SSS total (NVS + digital) ³	-1,6%	-1,8%	1,0%	3,5%
SSS loja	15,1%	-0,2%	12,3%	3,6%	SSS Nike Value Store	-6,1%	-2,6%	-1,7%	2,0%
GMV Digital (1P + 3P) ⁴	14,0%	3,5%	14,6%	4,5%	GMV Digital	0,8%	-1,0%	2,3%	4,8%
GMV - share da venda total	26,0%	26,2%	26,7%	26,4%					



(1) Receita Bruta excluindo devolução de mercadorias;

(2) DTC considera receitas provenientes das lojas físicas e da modalidade 1P da plataforma digital;

(3) SSS (Same Store Sales) significa a variação da nossa receita desconsiderando a receita de lojas fechadas para reforma ou que não haviam sido inauguradas nos meses equivalentes dos dois períodos analisados;

(4) GMV ou Gross Merchandise Value: receita de venda de mercadorias, incluindo marketplace.

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS

Os resultados **ajustados** desconsideram os efeitos não recorrentes e quando sinalizado com “ex-IFRS” desconsideram também os impactos do IFRS-16 para melhor representar a realidade econômica do negócio e viabilizar comparação com o resultado histórico da Companhia.

CONSOLIDADO							
R\$ MIL	3T25	3T24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)	
Receita Bruta¹	2.399.866	2.226.288	7,8%	6.663.043	6.265.184	6,4%	
Receita Líquida	1.936.522	1.770.288	9,4%	5.308.581	4.979.444	6,6%	
Lucro Bruto	917.697	883.901	3,8%	2.581.944	2.466.968	4,7%	
Margem Bruta	47,4%	49,9%	-2,5 p.p	48,6%	49,5%	-0,9 p.p	
EBITDA	242.677	271.978	-10,8%	680.420	724.503	-6,1%	
Margem EBITDA	12,5%	15,4%	-2,9 p.p	12,8%	14,5%	-1,7 p.p	
Lucro Líquido	85.854	133.733	-35,8%	199.637	400.538	-50,2%	
Margem Líquida	4,4%	7,6%	-3,2 p.p	3,8%	8,0%	-4,2 p.p	
Lucro Bruto ajustado	917.697	890.700	3,0%	2.581.944	2.473.767	4,4%	
Margem Bruta ajustada	47,4%	50,3%	-2,9 p.p	48,6%	49,7%	-1,1 p.p	
EBITDA ajustado	248.097	271.957	-8,8%	712.988	753.073	-5,3%	
Margem EBITDA ajustada	12,8%	15,4%	-2,6 p.p	13,4%	15,1%	-1,7 p.p	
Lucro Líquido ajustado	96.680	112.371	-14,0%	243.596	232.803	4,6%	
Margem Líquida ajustada	5,0%	6,3%	-1,3 p.p	4,6%	4,7%	-0,1 p.p	
EBITDA ajustado (ex-IFRS)	169.001	201.113	-16,0%	480.868	536.266	-10,3%	
Margem EBITDA ajustada (ex-IFRS)	8,7%	11,4%	-2,7 p.p	9,1%	10,8%	-1,7 p.p	
Lucro Líquido ajustado (ex-IFRS)	103.802	121.128	-14,3%	265.194	247.128	7,3%	
Margem Líquida ajustada (ex-IFRS)	5,4%	6,8%	-1,4 p.p	5,0%	5,0%	0,0 p.p	
POR UNIDADE DE NEGÓCIO							
R\$ MIL	3T25	3T24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)	
 Receita Bruta¹	1.300.070	1.117.409	16,3%	3.547.717	3.117.008	13,8%	
	Receita Líquida	1.025.039	894.361	14,6%	2.787.158	2.493.004	11,8%
	Lucro Bruto	510.492	450.568	13,3%	1.410.179	1.250.596	12,8%
	Margem Bruta	49,8%	50,4%	-0,6 p.p	50,6%	50,2%	0,4 p.p
 Receita Bruta¹	1.283.318	1.226.391	4,6%	3.642.817	3.586.378	1,6%	
	Receita Líquida	1.061.327	971.569	9,2%	2.933.287	2.839.659	3,3%
	Lucro Bruto ajustado	424.746	439.449	-3,3%	1.208.631	1.256.232	-3,8%
	Margem Bruta ajustada	40,0%	45,2%	-5,2 p.p	41,2%	44,2%	-3,0 p.p



(1) Receita Bruta excluindo devolução de mercadorias

AJUSTES NÃO RECORRENTES

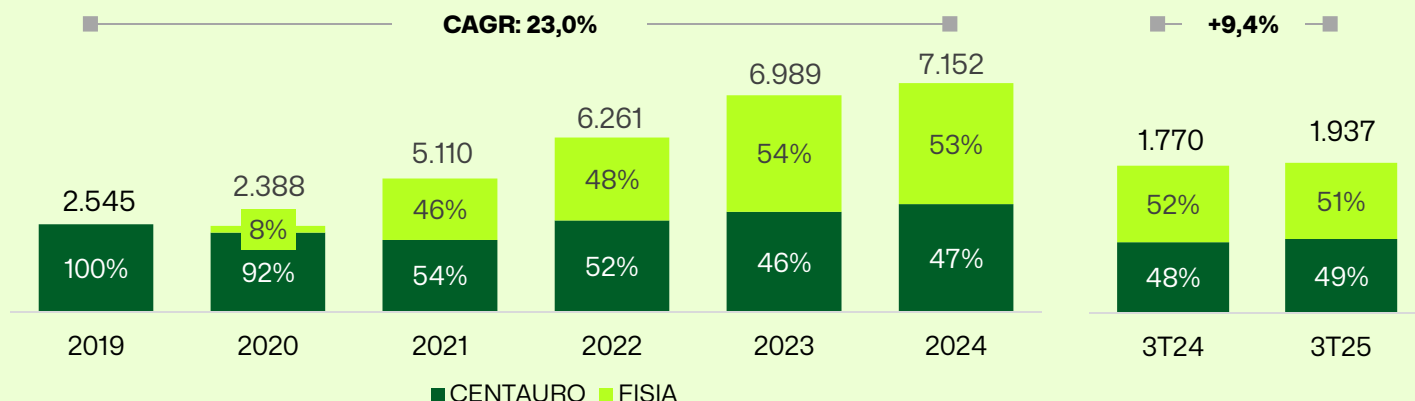
Os resultados **ajustados** apresentados nesse relatório desconsideram os efeitos não recorrentes apresentados abaixo para melhor representar a realidade econômica do negócio e viabilizar comparação com o resultado histórico da Companhia.

GRUPO SBF R\$ MIL	3T25	9M25
Efeitos contábeis de aquisição (PPA) – Despesas	-3.935	-11.805
Plano de Opção / Não-caixa (SOP)	396	-509
Reestruturação organizacional	0	31.340
Créditos, Débitos, Provisões Tributárias e Outras – Despesas	6.361	10.944
Baixa Ativo Imobilizado	2.598	2.598
Impacto dos efeitos não recorrentes no EBITDA	5.420	32.568
EBITDA	242.677	680.420
EBITDA Ajustado	248.097	712.988
<i>Margem EBITDA ajustada</i>	<i>12,8%</i>	<i>13,4%</i>
EBITDA (ex-IFRS)	163.581	448.300
EBITDA Ajustado (ex-IFRS)	169.001	480.868
<i>Margem EBITDA ajustada (ex-IFRS)</i>	<i>8,7%</i>	<i>9,1%</i>
Efeitos contábeis de aquisição (PPA) - Depreciação e Amortização	4.618	13.856
Créditos, Débitos, Provisões Tributárias e Outras – Resultado Financeiro	-657	-8.251
Impacto dos efeitos não recorrentes no Imposto de Renda	1.445	5.787
Impacto dos efeitos não recorrentes no Lucro Líquido	10.826	43.959
Lucro Líquido	85.854	199.637
Lucro Líquido ajustado	96.680	243.596
<i>Margem Líquida ajustada</i>	<i>5,0%</i>	<i>4,6%</i>
Lucro Líquido (ex-IFRS)	92.977	221.235
Lucro Líquido ajustado (ex-IFRS)	103.802	265.194
<i>Margem Líquida ajustada (ex-IFRS)</i>	<i>5,4%</i>	<i>5,0%</i>

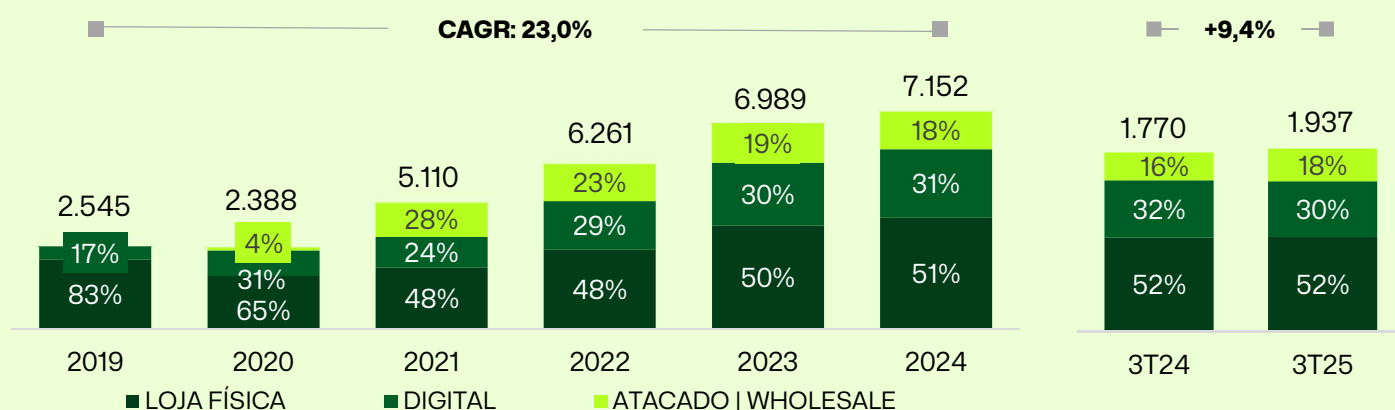
DESEMPENHO FINANCEIRO E OPERACIONAL

R\$M

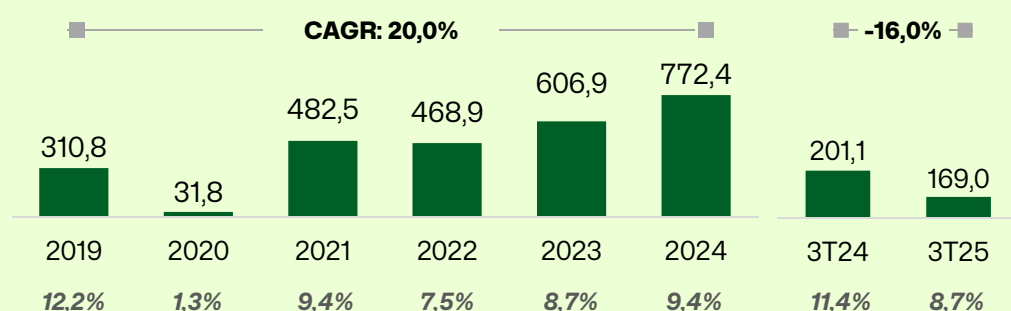
RECEITA LÍQUIDA E SHARE POR BU



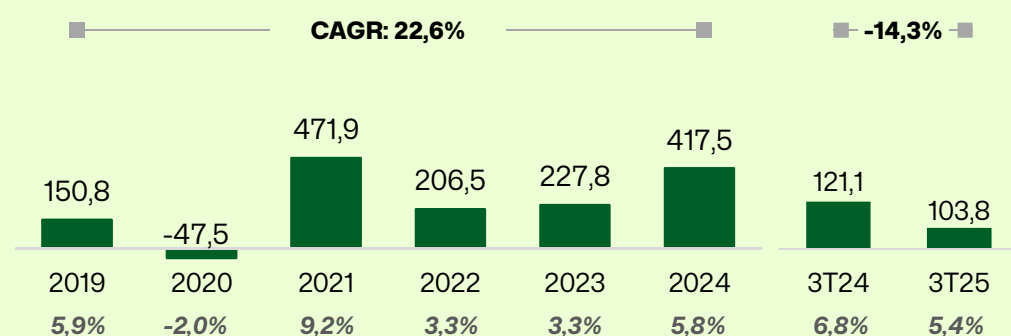
RECEITA LÍQUIDA E SHARE POR CANAL



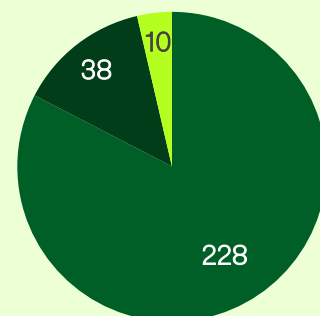
EBITDA AJUSTADO (EX-IFRS) E MARGEM EBITDA



LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO (EX-IFRS) E MARGEM LÍQUIDA



FOOTPRINT 276 LOJAS NO BRASIL



■ CENTAURO
■ NIKE VALUE STORE
■ NIKE DIRECT INLINE STORE



DESEMPENHO FINANCEIRO

- Conforme sinalizado ao longo desse relatório, os resultados serão explicados **desconsiderando o impacto do IFRS 16** nas despesas operacionais, no EBITDA, no resultado financeiro e no lucro líquido, tanto para o período de 2024 quanto de 2025. Com esse ajuste é possível analisar a companhia considerando a despesa de aluguel como despesa operacional.
- Os resultados **ajustados** apresentados nesse relatório desconsideram os efeitos não recorrentes listados na página 09. Para o terceiro trimestre do ano de 2025, desconsideram-se os efeitos não recorrentes apresentados no release do 3T24.
- Os quadros de receita líquida e lucro bruto estão apresentados por unidade de negócio. Os demais quadros estão apresentados na visão consolidada do Grupo SBF.

RECEITA LÍQUIDA

R\$ MIL	3T25	3T24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
CENTAURO	1.025.039	894.361	14,6%	2.787.158	2.493.004	11,8%
Lojas Físicas	796.965	704.425	13,1%	2.154.795	1.967.945	9,5%
Plataforma Digital	228.075	189.936	20,1%	632.363	525.059	20,4%
FISIA	1.061.327	971.569	9,2%	2.933.287	2.839.659	3,3%
Atacado	374.972	292.533	28,2%	999.649	962.478	3,9%
Plataforma Digital	408.058	407.244	0,2%	1.159.088	1.135.344	2,1%
Lojas Físicas	278.297	271.792	2,4%	774.550	741.837	4,4%
(+) Eliminação intercompany	-149.844	-95.642		-411.864	-353.219	
GRUPO SBF	1.936.522	1.770.288	9,4%	5.308.581	4.979.444	6,6%

CENTAURO

No terceiro trimestre de 2025, a Centauro atingiu R\$ 1,0 bilhão de receita líquida (+14,6% vs. 3T24), com same store sales de 14,8%, crescimento sustentado pelo aumento de unidades vendidas (+11,0% vs. 3T24). No acumulado do ano, a receita líquida alcançou R\$ 2,8 bilhão (+11,8% vs. 9M24).

A receita líquida das lojas físicas atingiu R\$ 797,0 milhões, expansão de 13,1% vs. o 3T24, com same store sales de 15,1%. O desempenho positivo decorreu da adição de vendedores nas lojas e de ajustes de sortimento, resultando no avanço de 15,2% no faturamento por m², elevação de 5,1% no ticket médio e ganho de 0,6 p.p. na conversão. A categoria de calçados, que representa aproximadamente 50% das vendas das lojas, apresentou crescimento de 23,0% nas vendas e de 15,0% na conversão. No acumulado do ano, o canal registrou R\$ 2,2 bilhões de receita líquida, expansão de 9,5% vs. o mesmo período de 2024.

Já o canal digital alcançou receita líquida de R\$ 228,1 milhões no 3T25, expansão de 20,1% vs. 3T24. O desempenho foi sustentado pela categoria de calçados, que cresceu 38% no período, apoiada pela recomposição de estoques e foco em best-sellers. No acumulado do ano, o canal registrou R\$ 632,4 milhões de receita líquida, expansão de 20,4% vs. o mesmo período de 2024.

No período de Dia dos Pais, as vendas cresceram 21,8% vs. 2024, com expansão nos dois canais – desempenho que, para a Centauro, se aproximou do observado no Natal, tradicionalmente o maior período de vendas. Nas lojas, houve ganho de conversão de 0,9 p.p., com destaque para a categoria de futebol (+28,0%). No digital, a campanha focada em presentes e facilidades de pagamento reforçou a aceleração de calçados.

RECEITA LÍQUIDA

FISIA

A Fisia apresentou receita líquida de R\$ 1,1 bilhão no 3T25, expansão de 9,2% *vs.* 3T24. No acumulado do ano, atingiu R\$ 2,9 bilhões, expansão de 3,3% *vs.* o mesmo período de 2024. A variação do trimestre foi positivamente impactada pela retomada do crescimento do canal de atacado e pela implementação do incentivo fiscal de ICMS nos canais de lojas físicas e atacado, decorrente da distribuição de produtos pelo centro de distribuição próprio em Extrema (MG), o que reduziu a linha de deduções e, conseqüentemente, elevou a receita líquida.

A receita líquida das lojas físicas alcançou R\$ 278,3 milhões no trimestre, crescimento de 2,4% *vs.* o 3T24. No acumulado do ano, o canal registrou R\$ 774,6 milhões, expansão de 4,4% *vs.* o mesmo período de 2024. Nas lojas NDIS, a receita cresceu 18,3% no trimestre (*vs.* o 3T24), refletindo os sinais iniciais das mudanças no modelo de comissionamento dos vendedores, com foco em atendimento mais premium e alinhado ao seu público-alvo. Nas lojas NVS, a receita avançou 0,4% no período (*vs.* o 3T24). O resultado refletiu a priorização do atacado na retomada do relacionamento com parceiros, o que reduziu as sobras normalmente direcionadas às lojas NVS. Com o planejamento de compras já redimensionado, a dinâmica deve se normalizar ao longo de 2026.

A receita líquida da plataforma digital (1P e 3P) da Fisia atingiu R\$ 408,1 milhões no trimestre, crescimento de 0,2% *vs.* o 3T24. No acumulado do ano, o canal somou R\$ 1,2 bilhão, alta de 2,1% *vs.* o mesmo período de 2024. No 1P, a receita avançou 5,8%, evidenciando a saudabilidade do e-commerce próprio da Fisia. Já o 3P foi temporariamente afetado pela redução de vendas para alguns *sellers* específicos, efeito pontual concentrado no trimestre.

O canal de atacado registrou receita líquida de R\$ 375,0 milhões no 3T25, expansão de 28,2% *vs.* o 3T24. No acumulado do ano, alcançou R\$ 999,6 milhões, expansão de 3,9% *vs.* o mesmo período de 2024. O desempenho do trimestre refletiu (i) a maior demanda da Centauro por Nike no canal e (ii) o incremento de volume para distribuidores. Como exemplo de ações adotadas pela Fisia para retomar o crescimento do canal e se aproximar dos clientes, em agosto foi realizado um encontro com parceiros de atacado, incluindo contas âncora e clientes menores, para apresentação de coleções com ênfase em futebol e corrida.

LUCRO BRUTO

R\$ MIL	3T25	3T24 ajustado	Δ(%)	9M25	9M24 ajustado	Δ(%)
CENTAURO						
Lucro Bruto	510.492	450.568	13,3%	1.410.179	1.250.596	12,8%
Margem Bruta	49,8%	50,4%	-0,6 p.p	50,6%	50,2%	0,4 p.p
FISIA						
Lucro Bruto	424.756	439.449	-3,3%	1.208.641	1.256.232	-3,8%
Margem Bruta	40,0%	45,2%	-5,2 p.p	41,2%	44,2%	-3,0 p.p
(+) Eliminação intercompany	-17.552	683		-36.876	-33.061	
GRUPO SBF						
Lucro Bruto	917.697	890.700	3,0%	2.581.944	2.473.767	4,4%
Margem Bruta	47,4%	50,3%	-2,9 p.p	48,6%	49,7%	-1,1 p.p

CENTAURO

No 3T25, o lucro bruto da Centauro foi de R\$ 510,5 milhões (+13,3% vs. o 3T24), com margem de 49,8%, retração de 0,6 p.p. No acumulado do ano, o lucro bruto somou R\$ 1,4 bilhão (+12,8%), com margem de 50,6%, expansão de 0,4 p.p.

A variação trimestral da margem reflete o mix de canais e categorias, com maior participação do digital, cuja rentabilidade é ligeiramente inferior à das lojas físicas, além do efeito de base de comparação, já que a margem do 3T24 totalizou 50,4%. É importante destacar o menor volume de estoques antigos e a baixa necessidade de remarcações, sustentando a performance de vendas a preço cheio.

FISIA

No 3T25, o lucro bruto da Fisia totalizou R\$ 424,8 milhões, contração de 3,3% vs. o 3T24, e a margem bruta foi de 40,0%, retração de 5,2 p.p. No acumulado do ano, o lucro bruto alcançou R\$ 1,2 bilhão, contração de 3,8% vs. o mesmo período de 2024, com margem de 41,2%, retração de 3,0 p.p.

A compressão de margem no trimestre decorre, principalmente, da desvalorização do real frente ao dólar em 2024, que elevou o custo das mercadorias importadas (cerca de 55% do CMV). Esse efeito foi parcialmente mitigado pelo incentivo fiscal de ICMS, vigente desde abril/25 para lojas físicas e estendido ao atacado a partir de agosto/25.

O mix de canais também impactou a margem, com maior participação do atacado no trimestre (menor rentabilidade). Além disso, o atacado operou com margem menor no período em função da priorização de vendas à contas mais relevantes que naturalmente possuem negociações comerciais específicas.

DESPESAS OPERACIONAIS

AJUSTADO

R\$ MIL	3T25 ajustado	3T24 ajustado	Δ(%)	9M25 ajustado	9M24 ajustado	Δ(%)
Despesas Operacionais	-669.600	-618.742	8,2%	-1.868.956	-1.720.694	8,6%
% Receita Líquida	34,6%	35,0%	-0,4 p.p	35,2%	34,6%	0,6 p.p
(+) Impactos IFRS16 nas Despesas	-79.096	-70.846	11,6%	-232.121	-216.807	7,1%
Despesas Operacionais (ex-IFRS)	-748.697	-689.587	8,6%	-2.101.077	-1.937.501	8,4%
% Receita Líquida	38,7%	39,0%	-0,3 p.p	39,6%	38,9%	0,7 p.p
Vendas (ex-IFRS)	-626.494	-574.199	9,1%	-1.767.838	-1.598.251 ¹	10,6%
% Receita Líquida	32,4%	32,4%	-0,0 p.p	33,3%	32,1%	1,2 p.p
Gerais e Administrativas (ex-IFRS)	-126.529	-118.896	6,4%	-341.891	-358.482 ¹	-4,6%
% Receita Líquida	6,5%	6,7%	-0,2 p.p	6,4%	7,2%	-0,8 p.p
Outras (despesas) receitas operacionais líquidas (ex-IFRS)	4.326	3.508	23,3%	8.652	19.233	-55,0%

 Despesas operacionais apresentadas excluindo Depreciação e Amortização.

(1) Houve a realocação de um efeito não recorrente do 2T24 no valor de R\$ 78,5 milhões. O valor foi realocado da linha de Despesas com Vendas para a linha de Despesas Gerais e Administrativas. O valor total do SG&A não teve alterações.

No terceiro trimestre de 2025, as despesas operacionais (ex-IFRS) expandiram 8,6%. Como percentual da receita líquida o SG&A (ex-IFRS) representou 38,7% da receita, uma redução de 0,3 pontos percentuais em relação ao 3T24.

As despesas com vendas cresceram em linha com o crescimento de receita, enquanto as despesas gerais e administrativas cresceram em patamar inferior. Ambas permaneceram estáveis como percentual da receita líquida em relação ao 3T24. Esse desempenho reforça a disciplina da Companhia na gestão de despesas, mesmo em um contexto de maiores investimentos na operação.

Em despesas com vendas, a linha de pessoal refletiu principalmente o reforço de headcount nas lojas da Centauro realizado no 2T25, além das contratações necessárias para operar as novas lojas inauguradas no trimestre. A linha de publicidade e propaganda apresentou aumento por maior investimento em marketing de performance na Centauro e por royalties maiores na Fisia, em linha com o maior recebimento de mercadorias e o efeito da desvalorização cambial.

EBITDA

AJUSTADO

R\$ MIL	3T25 ajustado	3T24 ajustado	Δ(%)	9M25 ajustado	9M24 ajustado	Δ(%)
Lucro Líquido	96.680	112.371	-14,0%	243.596	232.803	4,6%
(+) Imposto de renda e CSS	21.053	6.664	215,9%	28.008	-23.750	217,9%
(+) Resultado financeiro líquido	-73.369	-72.244	1,6%	-194.092	-206.106	-5,8%
(+) Depreciação e amortização	-99.101	-94.006	5,4%	-303.307	-290.414	4,4%
(=) EBITDA	248.097	271.957	-8,8%	712.988	753.073	-5,3%
Margem EBITDA	12,8%	15,4%	-2,6 p.p	13,4%	15,1%	-1,7 p.p
(+) Impactos IFRS16 nas Despesas	-79.096	-70.846	11,6%	-232.121	-216.807	7,1%
EBITDA (ex-IFRS)	169.001	201.113	-16,0%	480.868	536.266	-10,3%
Margem EBITDA (ex-IFRS)	8,7%	11,4%	-2,7 p.p	9,1%	10,8%	-1,7 p.p

R\$ MIL	LTM25 ajustado	LTM24 ajustado	Δ(%)
EBITDA (ex-IFRS)	716.960	747.695	-4,1%
Margem EBITDA (ex-IFRS)	9,6%	10,5%	-0,9 p.p

O EBITDA do Grupo SBF totalizou R\$ 169,0 milhões no terceiro trimestre de 2025, retração de 16,0% vs. o mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA alcançou 8,7%, contração de 2,7 pontos percentuais vs. o 3T24. No período acumulado dos últimos 12 meses, o EBITDA teve um decréscimo de 4,1% e a margem EBITDA atingiu 9,6% (-0,9 p.p. vs. LTM24).

Mesmo com crescimento de receita na Centauro e na Fisia e redução do SG&A sobre a receita líquida em 0,3 p.p. vs. 3T24, o EBITDA foi impactado pela desvalorização cambial, que elevou o custo das mercadorias importadas pela Fisia, refletindo-se na contração de 2,9 p.p. da margem bruta no trimestre.

É importante reforçar que os indicadores demonstrados acima desconsideram os impactos não recorrentes citados na página 9.

LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

AJUSTADO

R\$ MIL	3T25 ajustado	3T24 ajustado	Δ(%)	9M25 ajustado	9M24 ajustado	Δ(%)
Lucro Líquido	96.680	112.371	-14,0%	243.596	232.803	4,6%
Margem Líquida	5,0%	6,3%	-1,3 p.p	4,6%	4,7%	-0,1 p.p
(+) Impactos IFRS16 nas Despesas	-79.096	-70.846	11,6%	-232.121	-216.807	7,1%
(+) Depreciação e Amortização Direito de Uso (IFRS16)	49.518	46.285	7,0%	146.730	140.604	4,4%
(+) Despesas Financeiras Direito de Uso (IFRS16)	37.945	34.241	10,8%	109.189	93.418	16,9%
(+) Imposto de Renda (IFRS16)	-1.245	-925	34,5%	-2.201	-2.891	-23,9%
Lucro Líquido (ex-IFRS)	103.802	121.128	-14,3%	265.194	247.128	7,3%
Margem Líquida (ex-IFRS)	5,4%	6,8%	-1,4 p.p	5,0%	5,0%	0,0 p.p

R\$ MIL	LTM25 ajustado	LTM24 ajustado	Δ(%)
Lucro Líquido (ex-IFRS)	435.610	388.431	12,1%
Margem Líquida (ex-IFRS)	5,8%	5,5%	0,3 p.p

O lucro líquido do Grupo SBF totalizou R\$ 103,8 milhões no terceiro trimestre, retração de 14,3% em comparação com o 3T24. A margem líquida do trimestre atingiu 5,4%, queda de 1,4 p.p. em comparação com o mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, o lucro líquido contou com a expansão de 7,3%.

A queda do lucro líquido, menor que a do EBITDA, deve-se principalmente (i) à melhora do resultado financeiro, reflexo de menor dívida média vs. 3T24, e (ii) à redução da alíquota efetiva de IR, decorrente do incentivo de ICMS da Fisia, implementado nas lojas físicas desde o 2T25 e no atacado a partir do 3T25, com distribuição pelo CD de Extrema-MG.

Com o incentivo fiscal já implementado em todos os canais, a Companhia espera mitigar substancialmente o impacto da desvalorização cambial observado na Fisia, preservando a margem líquida.

Os indicadores demonstrados acima desconsideram os impactos não recorrentes citados na página 9.

CAPITAL DE GIRO LÍQUIDO

R\$ MIL	30/09/2025	30/09/2024	Δ(%)
Contas a receber ¹	1.481.025	1.329.209	11,4%
Tributos e IR a compensar	289.321	361.768	-20,0%
Estoques	2.067.502	1.888.703	9,5%
Outros Ativos Circulantes	165.843	157.827	5,1%
	4.003.691	3.737.507	7,1%
Outras contas a pagar ¹	178.244	165.297	7,8%
Fornecedores de revenda ¹	1.370.267	993.786	37,9%
Obrigações Tributárias	667.608	429.573	55,4%
Arrendamento a pagar	233.999	223.592	4,7%
Obrigações Trabalhistas	217.183	232.287	-6,5%
Outras Obrigações	161.239	142.920	12,8%
	2.828.540	2.187.455	29,3%
Capital de Giro Líquido	1.175.151	1.550.052	-24,2%

 O conceito do Capital de Giro Líquido utilizado se baseia em apurar a diferença entre Passivo Circulante e Ativo Circulante, excluindo Caixa e Dívida e incluindo Antecipação de Recebíveis. A linha "outras obrigações" compreende também os parcelamentos tributários que até o primeiro trimestre de 2024 eram considerados no cálculo do endividamento.

(1) A partir deste trimestre, a linha de Fornecedores de Revenda passa a considerar a linha de Ajuste Patrimonial (PL), de Derivativos (Ativo), antes alocada em Contas a Receber, e Derivativos (Passivo), antes alocada em Contas a Pagar.

O capital de giro líquido do Grupo SBF apresentou uma redução de 24,2% em relação a 2024, totalizando R\$ 1,2 bilhão no 3T25. As principais variações nas linhas do capital de giro foram:

- Contas a receber: oscilação em linha com as campanhas promocionais, refletindo a flexibilização temporária das condições de pagamento e parcelamento em Centauro e Nike.
- Tributos e IR a compensar: consumo de créditos de ICMS na operação da Fisia, referente ao período anterior à implementação do corredor de importação (incentivo fiscal).
- Estoques: variação justificada pelo maior volume de estoque em Centauro e Fisia para suportar a sazonalidade de vendas do 4º trimestre de 2025. Reforçamos que Centauro segue com os níveis mais saudáveis de estoque dos últimos anos.
- Fornecedores de Revenda: variação justificada pelo maior volume de compras para Centauro e Fisia, além da normalização do calendário de compras da Fisia, refletindo recebimentos maiores no 3T25 sobre uma base mais fraca no período de comparação.
- Obrigações tributárias: provisões para o pagamento do DIFAL (Diferencial de Alíquota). A contrapartida destas provisões está em depósitos judiciais (ativo não circulante). Estas contas devem ser compensadas nos próximos períodos.

FLUXO DE CAIXA

R\$ MIL	3T25	3T24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
EBITDA ajustado (ex-IFRS)	169.001	201.113	-16,0%	480.868	536.266	-10,3%
Variação Capital de Giro ¹	-130.809	66.464	-296,8%	-285.727	-83.521	242,1%
Contas a receber	-52.943	3.427	n.a	124.448	268.205	-53,6%
Estoques	-173.422	-73.444	136,1%	-401.566	-189.364	112,1%
Contas a pagar CMV	155.218	47.966	223,6%	319.142	-221.337	244,2%
Contas a pagar SG&A	31.241	66.129	-52,8%	-90.265	167.554	-153,9%
Outros Ativos/Passivos	-90.903	22.386	n.a	-237.486	-108.579	118,7%
Fluxo de Caixa Operacional	38.192	267.577	-85,7%	195.141	452.746	-56,9%
M&A	0	0	n.a	-6.000	-13.225	-54,6%
CAPEX	-144.575	-56.455	156,1%	-233.834	-146.770	59,3%
Fluxo de Caixa de Investimento	-144.575	-56.455	156,1%	-239.834	-159.995	49,9%
Fluxo de Caixa Livre	-106.383	211.122	-150,4%	-44.694	292.750	-115,3%
Resultado Financeiro	-35.424	-38.004	-6,8%	-84.903	-112.688	-24,7%
Dividendos	0	-4	n.a	-127.358	-42.284	201,2%
Capital	98	-173	156,6%	4.222	0	n.a
Recompra de Ações	-26.528	0	n.a	-125.972	0	n.a
Fluxo de Caixa de Financiamentos	-61.854	-38.181	62,0%	-334.011	-154.972	115,5%
Variação de Dívida Líquida	-168.237	172.941	-197,3%	-378.705	137.778	-374,9%
Emissão/Pagamento Líquido de Dívidas ²	446.550	-110.712	n.a	89.337	-248.352	136,0%
Variação de Caixa Total	278.313	62.229	347,2%	-289.368	-110.574	161,7%



(1) Antecipações de recebíveis e parcelamentos de tributos são classificados como fluxo de caixa de financiamentos;

(2) Inclui valor líquido entre pagamento e novas captações de dívidas.

No terceiro trimestre de 2025, a Companhia gerou R\$ 38,2 milhões de caixa operacional. Em comparação com o 3T24, houve uma redução de 85,7% no fluxo de caixa operacional. O aumento em Contas a Receber, Estoques e Contas a Pagar (CMV e SG&A) reflete a sazonalidade do negócio, com reforço de estoques para o fim de ano. O maior volume de vendas no segundo semestre eleva o saldo de contas a receber e de contas a pagar, cujo pagamento ocorre no primeiro trimestre seguinte. Além disso, a linha de Outros Ativos/Passivos foi impactada pela conta de ativos disponíveis para venda no balanço, em razão da reclassificação dos ativos de NWB e X3M após o anúncio de desinvestimento no 3T25, porém ainda não concluído, e pela antecipação do saldo de um contrato de patrocínio de futebol renovado pela Fisia (Nike).

No trimestre, o fluxo de caixa de investimentos foi de – R\$ 144,6 milhões, ampliando em 156,1% o consumo de caixa em relação ao 3T24. A variação no período decorre principalmente do incremento no CAPEX, conforme detalhado na próxima página.

A variação do fluxo de caixa de financiamentos é explicada principalmente pela recompra de ações da própria Companhia no valor de R\$ 26,5 milhões, conforme o programa aprovado em 13 de dezembro de 2024.

O incremento na linha de emissão e pagamento de dívidas reflete o recebimento dos recursos da emissão de debêntures no valor de R\$ 500,0 milhões realizada em julho/2025.

ENDIVIDAMENTO

R\$ MIL	30/09/2025 ajustado	30/09/2024 ajustado	Δ(%)
(+) Empréstimos e Financiamentos	1.381.705	1.349.148	2,4%
(-) Caixa e Equivalentes	707.345	765.340	-7,6%
(=) Dívida Líquida	674.360	583.808	15,5%
Dívida Líquida ./EBITDA Aj. (Últ. 12 meses)	0,65x	0,56x	0,09x
Dívida Líquida / EBITDA Aj. (ex-IFRS) (Últ. 12 meses)	0,94x	0,78x	0,16x

 (1) Não considera parcelamento de impostos.

O Grupo SBF apresentou incremento de 15,5% na dívida líquida no período, o que resultou no aumento da alavancagem de 0,78x para 0,94x em 30 de setembro de 2025. Apesar da expansão observada, a Companhia reforça o compromisso com uma estrutura de capital equilibrada, mantendo a alavancagem em um patamar saudável.

O crescimento da dívida líquida no período reflete o pagamento de dividendos e a conclusão do programa de recompra de ações finalizado em setembro deste ano. Além disso, em 2025, a Companhia iniciou um ciclo de aceleração de investimentos, após a desalavancagem de 2024, o que resultou em maior consumo de caixa.

INVESTIMENTOS - CAPEX

R\$ MIL	3T25	3T24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Novas Lojas	16.558	487	n.a	24.486	9.352	161,8%
Reformas	13.859	9.793	41,5%	23.282	12.015	93,8%
Tecnologia e Inovação	32.377	29.115	11,2%	93.785	89.120	5,2%
Logística	12.684	6.085	108,4%	16.402	15.039	9,1%
Outros	69.097	10.975	n.a	75.879	21.244	257,2%
Total Investimentos	144.575	56.455	156,1%	233.834	146.770	59,3%

No terceiro trimestre de 2025, o CAPEX alcançou R\$ 144,6 milhões, representando um aumento de 156,1% vs. o 3T24, e de 59,3% no acumulado do ano vs. o 9M24.

O incremento reflete a continuidade do plano estratégico através dos investimentos em lojas sendo duas reformas, o primeiro refit no Santana Partage Shopping e três novas aberturas no trimestre, impulsionando as linhas de Novas Lojas e Reformas.

Além disso, na linha de Outros, há um impacto explicado principalmente pela aquisição de uma aeronave pela Companhia, buscando viabilizar e garantir maior eficiência nas visitas à operação pelos executivos.

BALANÇO PATRIMONIAL

R\$ MIL	30/09/2025	31/12/2024
Ativo	9.069.848	8.945.967
Circulante	4.783.598	4.874.554
Caixa e equivalentes de caixa	707.345	996.713
Contas a receber	1.481.025	1.605.473
Derivativos	9.282	165.816
Tributos a compensar	281.894	264.496
Imposto de renda e contribuição social a compensar	7.427	35.803
Estoques	2.067.502	1.665.936
Dividendos a receber	73	245
Outras contas a receber	165.843	140.072
Ativos mantidos para venda	63.207	0
Não Circulante	4.286.250	4.071.413
Tributos a compensar	125.925	129.402
IR e CS a compensar	26.112	24.809
Mútuos a receber	9.889	9.844
Ativo fiscal diferido	799.790	698.756
Depósitos judiciais	735.426	619.380
Outros valores a receber	108.577	46.827
Investimentos	0	4.350
Imobilizado	710.390	649.918
Intangível	464.115	529.226
Direito de uso	1.306.026	1.358.901
Passivo	9.069.848	8.945.967
Circulante	3.330.494	3.222.231
Fornecedores	1.233.198	1.147.769
Empréstimos e financiamentos	71.612	49.405
Debêntures	366.308	409.190
Instrumentos financeiros derivativos	201.098	573
Obrigações tributárias	653.418	620.546
IR e CS a recolher	14.190	5.197
Impostos parcelados	62.908	44.078
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	217.183	259.307
Dividendos a pagar	5	127.451
Arrendamentos a pagar	233.999	244.853
Outras contas a pagar	178.244	209.481
Outras Obrigações	98.331	104.381
Não Circulante	2.760.679	2.711.392
Empréstimos e financiamentos	130.399	123.385
Debêntures	813.386	710.388
Impostos parcelados	179.095	197.885
Provisões para contencioso	198.291	201.372
IR e CS diferidos	13.105	12.046
Arrendamentos a pagar	1.348.750	1.380.089
Outras Obrigações	63.967	75.772
Outras contas a pagar	13.686	10.455
Patrimônio Líquido	2.978.675	3.012.344
Capital social	1.836.549	1.832.326
Reservas de capital	286.667	283.003
Reservas de incentivo	867.456	867.456
Ajustes de avaliação patrimonial	-54.747	68.599
Participações de acionistas não controladores	0	133
Lucros acumulados	195.808	0
Ações em Tesouraria	-153.058	-39.173

FLUXO DE CAIXA

R\$ MIL	30/09/2025	30/09/2024
Lucro antes dos impostos	177.416	427.728
Ajustado por:		
Depreciação e amortização	344.762	319.543
Juros	266.159	240.586
Reversão por redução ao valor recuperável de contas a receber	2.751	-705
Resultado de equivalência patrimonial	958	-549
Pagamento baseado em ações	-509	8.340
Resultado da baixa de ativo imobilizado e intangível	6.148	4.768
Baixa residual arrendamentos	-7.318	-3.779
Perda no valor realizável do estoque	29.306	41.194
Constituição líquida de provisão para contencioso	17.164	-378.766
Descontos sobre arrendamentos	0	-1.719
	836.837	656.641
(Aumento) redução nos ativos		
Contas a receber	119.420	268.910
Estoques	-430.872	-230.558
Instrumentos financeiros derivativos	-30.354	1.661
Tributos a compensar, Diferido, IRPJ e CSLL a compensar	11.071	137.606
Depósitos judiciais	-116.046	-95.756
Ativos disponíveis para venda	-769	0
Outras contas a receber	-87.682	-62.417
Aumento (redução) nos passivos		
Fornecedores	82.022	-113.655
Obrigações tributárias	32.443	68.998
Parcelamentos de tributos	-18.079	137.544
Instrumentos financeiros derivativos	200.525	-87.804
Contingências pagas	-20.245	-20.294
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	-41.772	57.997
Outras contas a pagar	-14.738	-24.630
Outras Obrigações	-15.838	17.505
Variação nos ativos e passivos:	-330.914	55.107
Juros pagos sobre financiamentos	-18.336	-19.634
Juros pagos sobre debêntures	-84.248	-101.626
Imposto de renda e contribuição social pagos	-4.957	-2.473
Caixa líq. das atividades operacionais	398.382	588.016
Fluxo de caixa das atividades de investimentos		
Adições de ativo imobilizado	-137.908	-66.052
Adições no intangível	-92.905	-85.010
Caixa líq. das atividades de investimento	-230.813	-151.062
Fluxo de caixa das atividades de financiamentos		
Empréstimos e financiamentos tomados	68.083	0
Empréstimos e financiamentos pagos	-510.086	-563.155
Emissão de debentures	496.037	298.008
Arrendamentos Pagos	-261.863	-241.551
Adiantamento para futuro aumento de capital	4.222	1.454
Dividendos pagos	-127.358	-42.284
Recompra de ações	-125.972	0
Caixa líq. das atividades de financiamento	-456.937	-547.528
Redução (aumento) de caixa e equivalentes de caixa	-289.368	-110.574
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	996.713	875.914
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	707.345	765.340

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

IFRS

R\$ MIL	3T25	3T24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Receita líquida	1.936.522	1.770.288	9,4%	5.308.581	4.979.444	6,6%
Custo das vendas	-1.018.825	-886.387	14,9%	-2.726.637	-2.512.476	8,5%
Lucro bruto	917.697	883.901	3,8%	2.581.944	2.466.968	4,7%
Despesas Operacionais	-675.020	-611.922	10,3%	-1.901.524	-1.742.465	9,1%
Despesas de vendas	-542.943	-494.815	9,7%	-1.532.436	-1.399.010	9,5%
Despesas administrativas e gerais	-136.093	-127.384	6,8%	-381.344	-369.673	3,2%
Outras (despesas) receitas operacionais líquidas	4.016	10.277	-60,9%	12.256	26.218	-53,3%
Depreciação e amortização	-103.719	-98.624	5,2%	-317.163	-295.345	7,4%
Lucro (Prejuízo) operacional	138.958	173.354	-19,8%	363.257	429.158	-15,4%
Receitas financeiras	97.370	62.323	56,2%	191.621	140.962	35,9%
Despesas Financeiras	-170.082	-109.758	55,0%	-377.462	-142.392	165,1%
Receitas (Despesas) financeiras líquidas	-72.712	-47.435	53,3%	-185.841	-1.430	n.a
Lucro antes dos impostos	66.246	125.919	-47,4%	177.416	427.728	-58,5%
IR e CS	19.608	7.814	150,9%	22.221	-27.190	181,7%
Lucro líquido do período	85.854	133.733	-35,8%	199.637	400.538	-50,2%

IFRS + AJUSTES NÃO RECORRENTES

R\$ MIL	3T25 ajustado	3T24 ajustado	Δ(%)	9M25 ajustado	9M24 ajustado	Δ(%)
Receita líquida	1.936.522	1.770.288	9,4%	5.308.581	4.979.444	6,6%
Custo das vendas	-1.018.825	-879.588	15,8%	-2.726.637	-2.505.677	8,8%
Lucro bruto	917.697	890.700	3,0%	2.581.944	2.473.767	4,4%
Despesas Operacionais	-669.600	-618.742	8,2%	-1.868.956	-1.720.694	8,6%
Despesas de vendas	-550.964	-498.750	10,5%	-1.546.290	-1.393.876 ¹	10,9%
Despesas administrativas e gerais	-125.646	-123.504	1,7%	-338.530	-349.969 ¹	-3,3%
Outras (despesas) receitas operacionais líquidas	7.009	3.512	99,6%	15.864	23.152	-31,5%
Depreciação e amortização	-99.101	-94.006	5,4%	-303.307	-290.414	4,4%
Lucro (Prejuízo) operacional	148.996	177.951	-16,3%	409.681	462.659	-11,5%
Receitas financeiras	97.370	35.017	178,1%	191.621	113.800	68,4%
Despesas Financeiras	-170.739	-107.261	59,2%	-385.713	-319.906	20,6%
Receitas (despesas) financeiras líquidas	-73.369	-72.244	1,6%	-194.092	-206.106	-5,8%
Lucro antes dos impostos	75.627	105.707	-28,5%	215.589	256.553	-16,0%
IR e CS	21.053	6.664	215,9%	28.008	-23.750	217,9%
Lucro líquido do período	96.680	112.371	-14,0%	243.596	232.803	4,6%

(1) Houve a realocação de um efeito não recorrente do 2T24 no valor de R\$ 78,5 milhões. O valor foi realocado da linha de Despesas com Vendas para a linha de Despesas Gerais e Administrativas. O valor total do SG&A não teve alterações.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

EX-IFRS

R\$ MIL	3T25	3T24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Receita líquida	1.936.522	1.770.288	9,4%	5.308.581	4.979.444	6,6%
Custo das vendas	-1.018.825	-886.387	14,9%	-2.726.637	-2.512.476	8,5%
Lucro bruto	917.697	883.901	3,8%	2.581.944	2.466.968	4,7%
Despesas Operacionais	-754.116	-682.767	10,5%	-2.133.645	-1.959.272	8,9%
Despesas de vendas	-618.473	-570.264	8,5%	-1.753.984	-1.603.385	9,4%
Despesas administrativas e gerais	-136.976	-122.776	11,6%	-384.705	-378.187	1,7%
Outras (despesas) receitas operacionais líquidas	1.333	10.273	-87,0%	5.044	22.299	-77,4%
Depreciação e amortização	-54.201	-52.339	3,6%	-170.433	-154.741	10,1%
Lucro (Prejuízo) operacional	109.380	148.795	-26,5%	277.867	352.956	-21,3%
Receitas financeiras	97.370	62.323	56,2%	191.621	140.962	35,9%
Despesas Financeiras	-132.137	-75.518	75,0%	-268.273	-48.974	n.a
Receitas (Despesas) financeiras líquidas	-34.767	-13.194	163,5%	-76.652	91.988	-183,3%
Lucro antes dos impostos	74.614	135.601	-45,0%	201.215	444.944	-54,8%
IR e CS	18.363	6.889	166,6%	20.020	-30.081	166,6%
Lucro líquido do período	92.977	142.489	-34,7%	221.235	414.863	-46,7%

EX-IFRS + AJUSTES NÃO RECORRENTES

R\$ MIL	3T25 ajustado	3T24 ajustado	Δ(%)	9M25 ajustado	9M24 ajustado	Δ(%)
Receita líquida	1.936.522	1.770.288	9,4%	5.308.581	4.979.444	6,6%
Custo das vendas	-1.018.825	-879.588	15,8%	-2.726.637	-2.505.677	8,8%
Lucro bruto	917.697	890.700	3,0%	2.581.944	2.473.767	4,4%
Despesas Operacionais	-748.697	-689.587	8,6%	-2.101.077	-1.937.501	8,4%
Despesas de vendas	-626.494	-574.199	9,1%	-1.767.838	-1.598.251 ¹	10,6%
Despesas administrativas e gerais	-126.529	-118.896	6,4%	-341.891	-358.482 ¹	-4,6%
Outras (despesas) receitas operacionais líquidas	4.326	3.508	23,3%	8.652	19.233	-55,0%
Depreciação e amortização	-49.582	-47.720	3,9%	-156.577	-149.810	4,5%
Lucro (Prejuízo) operacional	119.418	153.393	-22,1%	324.291	386.457	-16,1%
Receitas financeiras	97.370	35.017	178,1%	191.621	113.800	68,4%
Despesas Financeiras	-132.794	-73.021	81,9%	-276.524	-226.488	22,1%
Receitas (despesas) financeiras líquidas	-35.424	-38.004	-6,8%	-84.903	-112.688	-24,7%
Lucro antes dos impostos	83.994	115.389	-27,2%	239.388	273.769	-12,6%
IR e CS	19.808	5.739	245,2%	25.806	-26.641	196,9%
Lucro líquido do período	103.802	121.128	-14,3%	265.194	247.128	7,3%

(1) Houve a realocação de um efeito não recorrente do 2T24 no valor de R\$ 78,5 milhões. O valor foi realocado da linha de Despesas com Vendas para a linha de Despesas Gerais e Administrativas. O valor total do SG&A não teve alterações.

SOBRE O GRUPO SBF

GRUPO SBF

 **CENTAURO**

FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL NO BRASIL

O Grupo SBF é uma empresa de esporte que foi fundada em 1981 e até 2020 atuou no mercado brasileiro com a Centauro, maior varejista de artigos esportivos do Brasil e primeira varejista *omnichannel* do Brasil, com 100% das operações de lojas física e plataforma digital integradas desde de 2018. Em dezembro de 2020, uma nova unidade de negócio passou a integrar o Grupo SBF: a FISIA, representante exclusiva da Nike no Brasil, a maior marca esportiva do mundo. No Grupo SBF, acreditamos que o esporte transforma vidas, e acordamos todos os dias para impulsionar o esporte no Brasil.



José Salazar



Victoria Machado Buono



Luna Romeu



Larissa Cristovão



João Marques



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

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.

GRUPO SBF

SMLL B3 | ICON B3 | IGC B3 | IGC-NM B3 | IGCT B3 | ITAG B3 | IBRA B3

EARNINGS RELEASE 3Q25



EARNINGS RELEASE

3Q25

São Paulo, November 10, 2025

Grupo SBF S.A. (B3: SBFG3) announces its results for the third quarter of 2025. The financial information for the periods ended September 30, 2025, and 2024 includes the parent company Grupo SBF S.A. and its subsidiaries.

GRUPO SBF

CENTAURO

FISIA

SBFG

B3 LISTED NM

CONFERENCE CALL

November 11, 2025

08 a.m. (New York)

10 a.m. (Brazil)

01 p.m. (London)

**CLICK HERE
TO ACCESS**



HIGHLIGHTS

- NET REVENUE OF R\$ 1.9BN, WITH GROWTH OF 9.4% VS. 3Q24.
- CENTAURO'S NET REVENUE OF R\$ 1.0BN, GROWTH OF +14.6% VS. 3Q24. SAME STORES SALES OF +14.8%.
- CENTAURO WITH GROWTH OF NET REVENUE IN BOTH CHANNELS: DIGITAL CHANNEL +20.1%, AND PHYSICAL STORES +13.1%.
- FISIA'S NET REVENUE OF R\$ 1.1BN IN 3Q25 (+9.2% VS. 3Q24), HIGHLIGHT FOR THE RECOVERY OF THE WHOLESALE CHANNEL WITH +28.2% VS. 3Q24.
- GROSS PROFIT OF R\$ 917.7M IN 3Q25 (+3.0% VS. 3Q24) WITH A GROSS MARGIN OF 47.4%.
- CENTAURO'S GROSS PROFIT OF R\$ 510.5M (+13.3% VS. 3Q24) WITH A GROSS MARGIN OF 49.8% (-0.6 P.P.).
- NET PROFIT OF R\$ 435.6M AT LTM25 (+12.1% VS. LTM24) WITH A NET MARGIN OF 5.8% (+0.3 P.P.).
- LEVERAGE OF 0.94X, MAINTAINED AT A HEALTHY LEVEL DESPITE ACCELERATING INVESTMENTS.
- STORE OPENINGS AND RENOVATIONS WITH TWO NEW CENTAURO STORES, ONE EXPANSION AND ONE REFIT. AT FISIA ONE NEW NDIS AND ONE NVS EXPANSION.

MESSAGE FROM THE MANAGEMENT

The third quarter of 2025 was marked by a period of transition, during which we remained disciplined in executing the strategic cycle and continuing to implement the investments initiated in the previous quarter. We maintained our focus on the growth of our two main business units, Centauro and Fisia, confident in the short - and medium - term returns on these investments and the resulting value creation.

The initial effects of executing the strategic initiatives are already reflected in this quarter's results. Centauro, the highlight of the period, posted growth of 15% vs. 3Q24, with +13% in physical stores and +20% in the digital channel, primarily driven by an increase in units sold (+11% vs. 3Q24).

The focus on more technical and personalized service, combined with a broader and more assertive assortment, boosted the performance of physical stores. In the footwear category, which accounts for roughly 50% of Centauro's revenue, same store sales (SSS) grew 21% in the quarter, accompanied by a 15% increase in the conversion rate. Furthermore, the high-performance footwear line stood out, with 54% growth compared to the same period last year. The result demonstrates the effectiveness of adding new athletes (salespeople), whose expertise in the footwear category enhanced demand capture.

After reinforcing the sales team in April, Centauro is now focusing efforts on the continuous training and qualification of new salespeople, adjusting the sizing according to the potential of each store. Even so, there is room to further reinforce the team, prioritizing locations and stores with higher traction, aiming to capture the demand of 4Q25.

Reflecting this performance, Centauro recorded the biggest Father's Day in its history achieving results typically seen during Christmas, the year's largest sales event.

Since the first quarter of the year, we have strengthened the commercial structure with category-dedicated directors (footwear, football, apparel, and complementary categories), increasing assortment discipline, mix curation, and distribution efficiency. This governance model has been reflected in the results: compared to 3Q24, complementary categories - which also reinforce Centauro's positioning as a multi-sport and multi-brand retailer - have accelerated, with basketball apparel up 62%, rackets +26%, aquatics +20%, and food +16% – confirming the effectiveness of the commercial strengthening.

The owned brands front remains a strategic pillar, with growth across all brands. Representing around 60% of Centauro's owned brands portfolio, Oxeer was the highlight of the quarter, advancing 9% over a solid comparison base. During the period, the brand made its debut in the footwear category with its first sneaker models. In September, the performance of the new products exceeded expectations, expanding the product portfolio and reinforcing Oxeer's positioning as a complete sports brand, with a strong presence in key categories. In addition, sales of Asics licensed products grew 11.8% in the quarter.

MESSAGE FROM THE MANAGEMENT

Although the most relevant investments are directed towards physical stores, the digital channel delivered equally solid performance, supported by a more assertive assortment. In the quarter, online footwear sales grew +38%, reflecting the review of product mix and depth. Additionally, we advanced on the three strategic pillars – omnichannel, buying experience, and technological platform. In omnichannel, approximately 70% of 3P order exchanges made through e-commerce already take place in physical stores, and of these, approximately 65% are converted into 1P products. Centauro also launched a pilot project integrating 3P operations with physical stores, enabling in-store pickup for purchases made on the website when Nike operates as a seller. In the technological platform pillar, new payment methods have been added - including Apple Pay and Google Pay in the Centauro app - enhancing the digital buying experience.

Finally, Centauro maintained the trajectory of improvement in inventory management, with consistent evolution quarter after quarter, resulting in a reduction of 3.0 p.p. in past collections inventory vs. 2Q25 and 4.0 p.p. vs. 1Q25. This reduction highlights the greater accuracy of the assortment in both physical and digital channels – a clear indicator of improved demand forecasting, purchasing discipline, and healthier turnover.

Fisia posted 9% growth in the third quarter, driven by the wholesale channel (+28% in 3Q25 vs. 3Q24). The recovery was also sustained by Centauro's growth in this channel, which increased Nike's demand within Centauro itself. With the channel normalization, a consistent performance is expected in the coming quarters.

In August, Fisia held a large event for wholesale channel partners, focusing on strengthening relationships. In addition to the largest invited accounts, the event also included smaller clients, enhancing commercial engagement. The agenda was structured over two days: one dedicated to the football category and the other to the presentation of the other categories. At the event, the Brazilian National Team jerseys for the next World Cup were presented, along with the uniforms of Brazilian clubs whose sponsorships begin in 2026, in addition to updates on the renewal with Corinthians. In the running category, the renewals of Downshifter, Winflo, and the new Pegasus were presented, covering models across all price tiers, in addition to the collection's key highlights.

In line with the strategy presented in the previous quarter, which prioritizes football and running categories, 3Q25 showed advancements in both areas. In football, Fisia celebrated the 20th anniversary of the Total 90 line with a relaunch designed for casual use, exceeding sales expectations. The collection included re-editions inspired by historic national teams and Energy Jerseys with a lifestyle approach. At the same time, the third Corinthians jersey, inspired by 2005, was launched under the "Total Corinthians" campaign, achieving record sales in its first week.

In the running category, Fisia continued the portfolio reorganization, from the entry-level Revolution 8 product to the icons Pegasus, Structure, and Vomero. In 3Q25, it expanded the road running strategy with the launches of Vomero Plus and Structure, in addition to the inclusion of Vomero Premium in the collection. In the quarter, the Vomero franchise grew 66%.

MESSAGE FROM THE MANAGEMENT

Similar to Centauro, Fisia also advanced in omnichannel. Starting this quarter, the 48 Nike stores (NVS and NDIS) began accepting returns and making exchanges for products purchased on the digital channel, increasing customer convenience and reducing friction in the shopping journey.

Regarding openings and refurbishments, in 3Q25 we delivered important projects in both business units. Centauro initiated its network modernization strategy and opened two new stores during the period. In August, it strengthened its presence in Belo Horizonte with the Cidade Mall store, which involved a location change and area expansion; and in September, it concluded three initiatives focused on the customer experience, with two new G6 stores - a more modern model that prioritizes a fluid and interactive journey - in São José do Rio Preto (SP) and Caruaru (PE), in addition to the first Refit, a revitalization carried out with the operation running to incorporate elements of the new store concept, finalized at Partage Santana Mall, in São Paulo.

Fisia, in turn, opened in August a physical store under the NDIS model at Iguatemi Campinas Mall (SP), strengthening its presence in the countryside of São Paulo state. Additionally, the NVS store at Nova América Mall (RJ) underwent renovation with area expansion, increasing its service capacity and, since the reopening, has shown 130% growth compared to the same period last year.

3Q25 RESULTS

In this third quarter of 2025, Grupo SBF consolidated net revenue grew 9% compared to 3Q24, totaling R\$ 1.9 billion. Consolidated gross profit reached R\$ 917.7 million, a 3% growth (vs. 3Q24). On the other hand, the gross margin registered 47.4%, a decrease of 2.9 p.p. vs. 3Q24, as expected in a quarter marked by the greater impact of exchange rate variation at Fisia.

In 3Q25, adjusted EBITDA (ex-IFRS) totaled R\$ 169.0 million (-16% vs. 3Q24), with an EBITDA margin of 8.7% (-2.7 p.p. vs. 3Q24). The variation primarily reflects the lower gross margin, as explained in the previous paragraph.

Adjusted net income (ex-IFRS) reached R\$ 103.8 million in 3Q25 (-14% vs. 3Q24). The net margin registered 5.4% (-1.4 p.p.), with the impact partially offset by the ICMS tax incentives in Fisia's physical store (implemented in 2Q25) and wholesale (implemented in 3Q25) channels. It is worth noting that the tax incentive for the wholesale channel came into effect at the beginning of August, so its impact was only partial in 3Q25 and was not fully reflected in the quarter's result.

We ended the quarter with a net debt of R\$ 674.4 million (+16% vs. 3Q24). The increase primarily reflects the greater need for working capital, with a reinforcement of inventories due to the seasonality of 4Q25, in addition to higher CAPEX in the period, in line with the investment plan. Leverage closed the quarter at 0.94x EBITDA (ex-IFRS), +0.16x vs. September 30, 2024, in line with the commitment to maintain healthy debt levels.

MESSAGE FROM THE MANAGEMENT

In our business units:

Centauro presented a 15% growth in net revenue compared to 3Q24, totaling R\$ 1.0 billion in revenue. The net revenue of Centauro's physical store channel in the quarter was R\$ 797.0 million, a 13% growth compared to 3Q24. The digital channel, in turn, presented net revenue of R\$ 228.1 million, an expansion of 20% versus 3Q24.

Revenue growth was accompanied by a 13% expansion in gross profit, which reached R\$ 510.5 million in the quarter, although the gross margin showed a slight compression of 0.6 p.p. vs. 3Q24, reaching 49.8%.

Fisia reported a 9% increase in net revenue compared to 3Q24, reaching R\$ 1.1 billion in revenue. Notably, the wholesale channel grew 28%, continuing its gradual revenue recovery trajectory. The DTC channels also showed growth compared to the same period last year: Nike's physical stores (NDIS + NVS) expanded 2%, and the digital channel posting more modest growth of 0.2%.

Despite the growth in net revenue, Fisia's gross profit showed a 3% retraction, reaching R\$ 424.8 million, followed by a gross margin of 40.0%, a compression of 5.2 percentage points compared to 3Q24, mainly influenced by the devaluation of the Real, which impacted the cost of Fisia's imported products.

Finally, we reinforce our commitment to executing the ongoing strategic cycle, focusing on the growth of Centauro and Fisia. The initial effects are already visible, and as the initiatives mature, we expect operational and profitability evolution. We continue working to generate sustainable value for shareholders, employees, customers, and partners.

The Management
GRUPO SBF

GROSS REVENUE AND OPERATING INDICATORS

CENTAURO R\$ Thousand	3Q25	3Q24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Gross Revenue¹	1,300,070	1,117,409	16.3%	3,547,717	3,117,008	13.8%
Physical Stores	1,005,839	871,755	15.4%	2,732,862	2,441,490	11.9%
Digital Platform	294,231	245,654	19.8%	814,854	675,517	20.6%
Number of Stores – Centauro	228	226	0.9%	228	226	0.9%
Sales Area – Centauro (square meter)	235,891	233,615	1.0%	235,891	233,615	1.0%
FISIA R\$ Thousand	3Q25	3Q24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Gross Revenue¹	1,283,318	1,226,391	4.6%	3,642,817	3,586,378	1.6%
Wholesale	425,973	357,678	19.1%	1,214,808	1,183,575	2.6%
Digital Platform	510,074	505,919	0.8%	1,447,864	1,415,766	2.3%
Nike Value Store	347,271	362,794	-4.3%	980,145	987,037	-0.7%
Share of DTC sales²	53.9%	56.0%	-2.1 p.p.	53.6%	52.7%	+0.9 p.p.
Total Number of Stores – Nike Value	38	37	2.7%	38	37	2.7%
Sales Area – Nike Value (sqm)	43,494	41,832	4.0%	43,494	41,832	4.0%
Total Number of Stores – Nike Store	10	9	11.1%	10	9	11.1%
Sales Area – Nike Store (sqm)	6,533	5,603	16.6%	6,533	5,603	16.6%
GRUPO SBF R\$ Thousand	3Q25	3Q24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Total Gross Revenue¹	2,399,866	2,226,288	7.8%	6,663,043	6,265,184	6.4%
Centauro Gross Revenue ¹	1,300,070	1,117,409	16.3%	3,547,717	3,117,008	13.8%
Fisia Gross Revenue ¹	1,283,318	1,226,391	4.6%	3,642,817	3,586,378	1.6%
(+) Intercompany elimination	-183,522	-117,512		-527,490	-438,201	
Share of digital sales	33.5%	33.8%	-0.3 p.p.	34.0%	33.4%	+0.6 p.p.

SAME STORE SALES (SSS)

 CENTAURO	3Q25	3Q24	9M25	9M24	FISIA	3Q25	3Q24	9M25	9M24
SSS (store + digital)³	14.8%	0.7%	12.9%	3.9%	SSS (NVS + digital)³	-1.6%	-1.8%	1.0%	3.5%
SSS Physical stores	15.1%	-0.2%	12.3%	3.6%	SSS Nike Value Store	-6.1%	-2.6%	-1.7%	2.0%
GMV Digital (1P + 3P) ⁴	14.0%	3.5%	14.6%	4.5%	GMV Digital	0.8%	-1.0%	2.3%	4.8%
GMV – as % of total sales	26.0%	26.2%	26.7%	26.4%					



(1) Gross revenue excluding merchandise returns;

(2) DTC considers revenue from physical stores and the 1P modality of the digital platform;

(3) SSS (Same Store Sales) means the variation in our revenue excluding revenue from stores closed for refurbishment or which had not been opened in the equivalent months of the two periods analyzed.

(4) GMV or Gross Merchandise Value: revenue from the sale of merchandise, including marketplace.

MAIN FINANCIAL INDICATORS



The **adjusted** results presented in this report disregard the nonrecurring effects. The figures marked with (ex-IFRS) also disregard the impacts of IFRS-16, aiming to better represent the economic reality of the business and enable comparison with the Company's historical results.

CONSOLIDATED R\$ Thousand	3Q25	3Q24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Gross Revenue	2,399,866	2,226,288	7.8%	6,663,043	6,265,184	6.4%
Net revenue	1,936,522	1,770,288	9.4%	5,308,581	4,979,444	6.6%
Gross Profit	917,697	883,901	3.8%	2,581,944	2,466,968	4.7%
Gross Margin	47.4%	49.9%	-2.5 p.p	48.6%	49.5%	-0.9 p.p
EBITDA	242,677	271,978	-10.8%	680,420	724,503	-6.1%
EBITDA Margin	12.5%	15.4%	-2.9 p.p	12.8%	14.5%	-1.7 p.p
Net Profit	85,854	133,733	-35.8%	199,637	400,538	-50.2%
Net Margin	4.4%	7.6%	-3.2 p.p	3.8%	8.0%	-4.2 p.p
Gross Profit (adjusted)	917,697	890,700	3.0%	2,581,944	2,473,767	4.4%
Gross Margin (adjusted)	47.4%	50.3%	-2.9 p.p	48.6%	49.7%	-1.1 p.p
EBITDA (adjusted)	248,097	271,957	-8.8%	712,988	753,073	-5.3%
EBITDA Margin (adjusted)	12.8%	15.4%	-2.6 p.p	13.4%	15.1%	-1.7 p.p
Net Profit (adjusted)	96,680	112,371	-14.0%	243,596	232,803	4.6%
Net Profit Margin (adjusted)	5.0%	6.3%	-1.3 p.p	4.6%	4.7%	-0.1 p.p
EBITDA (ex-IFRS / adjusted)	169,001	201,113	-16.0%	480,868	536,266	-10.3%
EBITDA Margin (ex-IFRS / adjusted)	8.7%	11.4%	-2.7 p.p	9.1%	10.8%	-1.7 p.p
Net Profit (ex-IFRS / adjusted)	103,802	121,128	-14.3%	265,194	247,128	7.3%
Net Profit Margin (ex-IFRS / adjusted)	5.4%	6.8%	-1.4 p.p	5.0%	5.0%	0.0 p.p

BY BUSINESS UNIT R\$ Thousand	3Q25	3Q24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
CENTAURO Gross Revenue	1,300,070	1,117,409	16.3%	3,547,717	3,117,008	13.8%
Net Revenue	1,025,039	894,361	14.6%	2,787,158	2,493,004	11.8%
Gross Profit	510,492	450,568	13.3%	1,410,179	1,250,596	12.8%
Gross Margin	49.8%	50.4%	-0.6 p.p	50.6%	50.2%	0.4 p.p
FISIA Gross Revenue	1,283,318	1,226,391	4.6%	3,642,817	3,586,378	1.6%
Net Revenue	1,061,327	971,569	9.2%	2,933,287	2,839,659	3.3%
Gross Profit adjusted	424,756	439,449	-3.3%	1,208,641	1,256,232	-3.8%
Gross Margin adjusted	40.0%	45.2%	-5.2 p.p	41.2%	44.2%	-3.0 p.p

NON-RECURRING ADJUSTMENTS



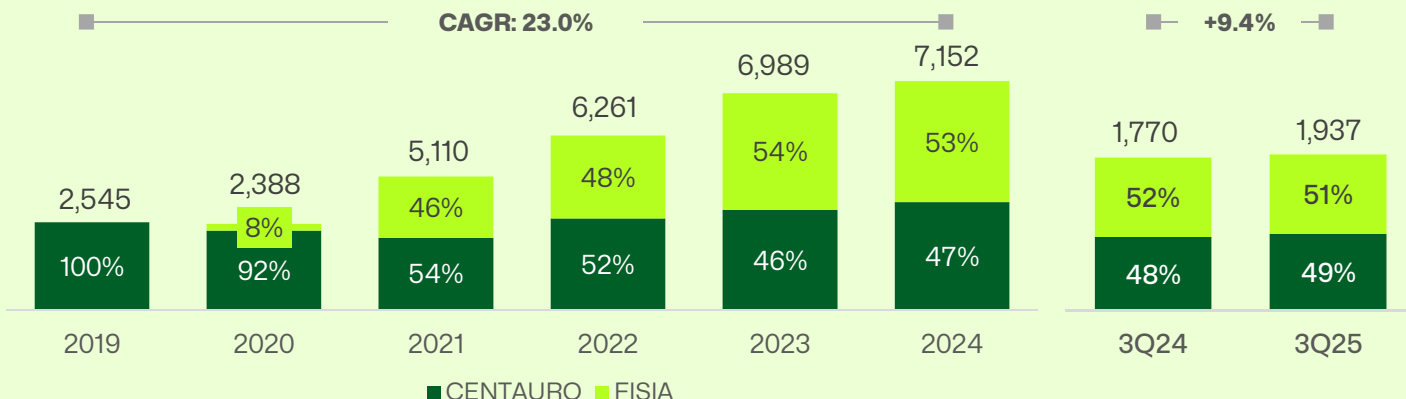
The **adjusted** results presented in this report disregard the nonrecurring effects, aiming to better represent the economic reality of the business and enable comparison with the Company's historical results.

GRUPO SBF R\$ Thousand	3Q25	9M25
Accounting effects of acquisition (PPA) - Expenses	-3,935	-11,805
Stock Option Plan / Non-cash (SOP)	396	-509
Organizational restructuring	0	31,340
Credits, Debits, Tax Provision and Others - Expenses	6,361	10,944
Disposal of Fixed Assets	2,598	2,598
Impact of non-recurring effects on EBITDA	5,420	32,568
EBITDA	242,677	680,420
EBITDA (adjusted)	248,097	712,988
<i>EBITDA Margin (adjusted)</i>	<i>12.8%</i>	<i>13.4%</i>
EBITDA (ex-IFRS)	163,581	448,300
EBITDA (ex-IFRS / adjusted)	169,001	480,868
<i>EBITDA margin (ex-IFRS / adjusted)</i>	<i>8.7%</i>	<i>9.1%</i>
Accounting effects of acquisition (PPA) - Depreciation and Amortization	4,618	13,856
Credits, Debits, Tax Provision and Others - Financial Result	-657	-8,251
Income Tax and Social Contribution	1,445	5,787
Impact of non-recurring effects on Net Profit	10,826	43,959
Net Profit	85,854	199,637
Net Profit (adjusted)	96,680	243,596
<i>Net Margin (adjusted)</i>	<i>5.0%</i>	<i>4.6%</i>
Net Profit (ex-IFRS)	92,977	221,235
Net Profit (ex-IFRS / adjusted)	103,802	265,194
<i>Adjusted Net Margin (ex-IFRS / adjusted)</i>	<i>5.4%</i>	<i>5.0%</i>

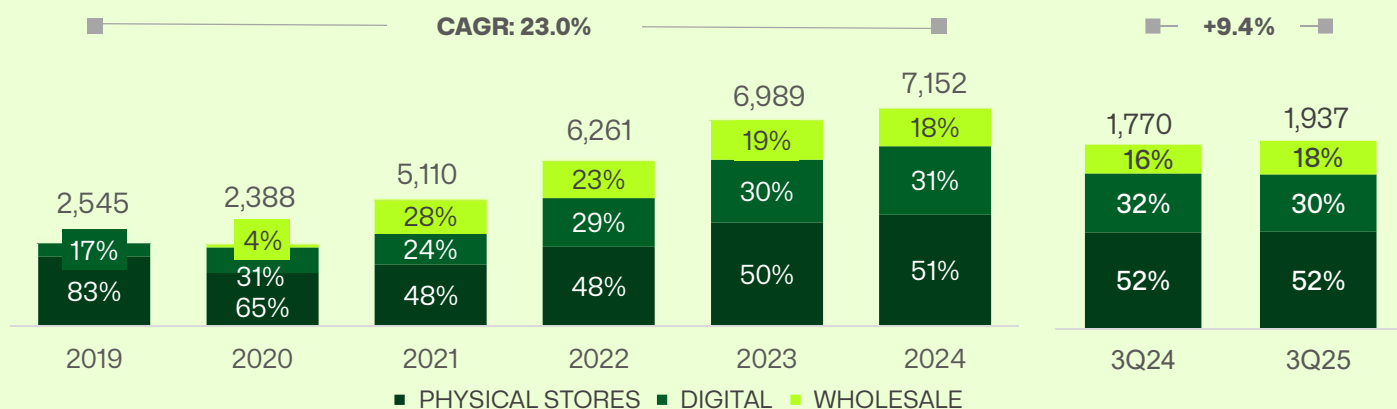
FINANCIAL AND OPERATING PERFORMANCE

R\$M

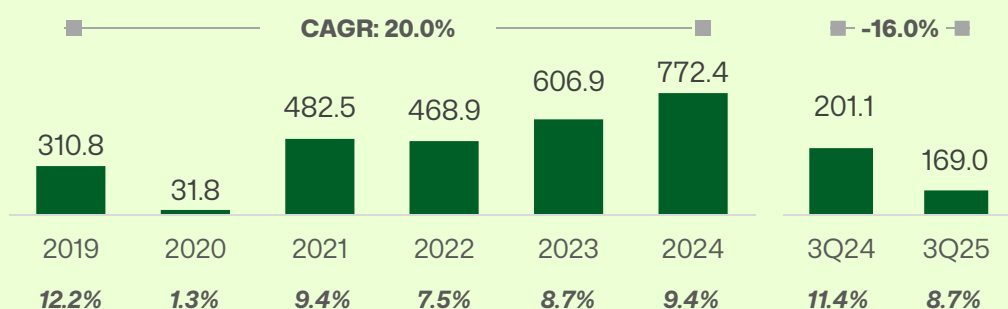
NET REVENUE AND SHARE BY BUSINESS UNIT



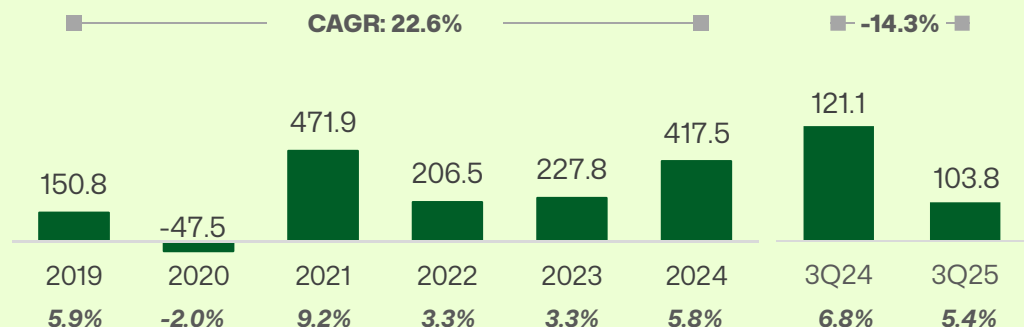
NET REVENUE AND SHARE BY CHANNEL



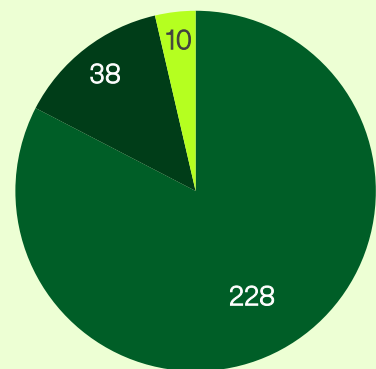
EBITDA (ADJUSTED / EX-IFRS) AND EBITDA MARGIN



NET PROFIT (ADJUSTED / EX-IFRS) E NET MARGIN



FOOTPRINT 276 STORES IN BRAZIL



■ CENTAURO
■ NIKE VALUE STORE
■ NIKE DIRECT INLINE STORE



FINANCIAL PERFORMANCE

- As indicated throughout this report, the results will be explained, **disregarding the impact of IFRS-16** on operating expenses, EBITDA, financial results, and net income for 2025 and 2024. Through this adjustment, it is possible to analyze the company considering the rental expense as an operating expense.
- The **adjusted** results presented in this report disregard the non-recurring effects listed on page 09. For the third quarter of 2025 the non-recurring effects presented in the 3Q24 release are disregarded.
- The net revenue and gross profit tables are presented by business unit. The other tables are presented in the Grupo SBF consolidated view.

NET REVENUE

R\$ Thousand	3Q25	3Q24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
CENTAURO	1,025,039	894,361	14.6%	2,787,158	2,493,004	11.8%
Physical Stores	796,965	704,425	13.1%	2,154,795	1,967,945	9.5%
Digital Platform	228,075	189,936	20.1%	632,363	525,059	20.4%
FISIA	1,061,327	971,569	9.2%	2,933,287	2,839,659	3.3%
Wholesale	374,972	292,533	28.2%	999,649	962,478	3.9%
Digital Platform	408,058	407,244	0.2%	1,159,088	1,135,344	2.1%
Physical Stores	278,297	271,792	2.4%	774,550	741,837	4.4%
(+) Intercompany elimination	-149,844	-95,642		-411,864	-353,219	
GRUPO SBF	1,936,522	1,770,288	9.4%	5,308,581	4,979,444	6.6%

CENTAURO

In the third quarter of 2025, Centauro reached R\$ 1.0 billion in net revenue (+14.6% vs. 3Q24), with same store sales of 14.8%, a growth sustained by an increase in units sold (+11.0% vs. 3Q24). Year-to-date, net revenue reached R\$ 2.8 billion (+11.8% vs. 9M24).

Net revenue from Physical Stores reached R\$ 797.0 million, an expansion of 13.1% vs. 3Q24, with same store sales of 15.1%. This positive performance was driven by the addition of salespeople in stores and assortment adjustments, resulting in a 15.2% increase in revenue per square meter (m²), a 5.1% increase in average ticket, and a 0.6 p.p. gain in conversion. The footwear category, which represents approximately 50% of store sales, showed 23.0% growth in sales and 15.0% in conversion. Year-to-date, the channel recorded R\$ 2.2 billion in net revenue, an expansion of 9.5% compared to the same period in 2024.

The Digital Channel posted net revenue of R\$ 228.1 million in 3Q25, an expansion of 20.1% vs. 3Q24. This performance was driven by the footwear category, which grew 38% during the period, supported by inventory replenishment and a focus on best-sellers. Year-to-date, the channel recorded R\$ 632.4 million in net revenue, an expansion of 20.4% vs. the same period in 2024.

During the Father's Day period, sales increased 21.8% vs. 2024, with growth across both channels - a performance that, for Centauro, approached the level observed during Christmas, traditionally the the largest sales event. In stores, there was a 0.9 p.p. gain in conversion, with notable growth in the football category (+28.0%). In the digital channel, the campaign, which focused on gifts and flexible payment options, reinforced the acceleration in footwear sales.

NET REVENUE

FISIA

Fisia reported net revenue of R\$ 1.1 billion in 3Q25, a 9.2% expansion vs. 3Q24. Year-to-date Fisia reached R\$ 2.9 billion, a 3.3% expansion vs. the same period in 2024. The quarterly variation was positively impacted by the recovery growth of wholesale channel and the implementation of the ICMS tax incentive in both physical store and wholesale channels, resulting from the products distribution through the company's own distribution center in Extrema (MG), which reduced deductions and, consequently, increased net revenue.

The net revenue from physical stores reached R\$ 278.3 million in the quarter, a 2.4% growth vs. 3Q24. Year-to-date, the channel recorded R\$ 774.6 million, a 4.4% increase vs. the same period in 2024. NDIS stores grew 18.3% in the quarter (vs. 3Q24), reflecting initial signs of changes in the sales staff commission model, now focused on providing a more premium service aligned with the target audience. NVS stores grew 0.4% in the period (vs. 3Q24), reflecting the prioritization of the wholesale channel in reestablishing relationships with partners, which reduced the excess inventory normally directed to NVS stores. With the purchasing plan already resized, the dynamic is expected to normalize throughout 2026.

The net revenue from Fisia's digital platform (1P and 3P) reached R\$ 408.1 million in the quarter, a 0.2% growth vs. 3Q24. Year-to-date, the channel totaled R\$ 1.2 billion, up 2.1% vs. the same period in 2024. In the 1P channel, revenue grew 5.8%, reflecting the continued strength and health of Fisia's own e-commerce business. The 3P channel, however, was temporarily impacted by lower sales to specific sellers, a one-off effect concentrated in the quarter.

The Wholesale Channel recorded net revenue of R\$ 375.0 million in 3Q25, an increase of 28.2% vs. 3Q24. Year-to-date, it reached R\$ 999.6 million, a 3.9% expansion vs. the same period in 2024. The quarterly performance reflected (i) higher Centauro demand for Nike within the channel and (ii) increased volume to distributors. As an example of Fisia's initiatives to drive growth strengthen relationships with partners, in August the company hosted an event with wholesale clients, including both key accounts and smaller partners, to present new collections with emphasis on football and running categories.

GROSS PROFIT

R\$ Thousand	3Q25	3Q24 adjusted	Δ(%)	9M25	9M24 adjusted	Δ(%)
CENTAURO						
Gross Profit	510,492	450,568	13.3%	1,410,179	1,250,596	12.8%
Gross Margin	49.8%	50.4%	-0.6 p.p	50.6%	50.2%	0.4 p.p
FISIA						
Gross Profit	424,756	439,449	-3.3%	1,208,641	1,256,232	-3.8%
Gross Margin	40.0%	45.2%	-5.2 p.p	41.2%	44.2%	-3.0 p.p
(+) Intercompany elimination	-17,552	683		-36,876	-33,061	
GRUPO SBF						
Gross Profit	917,697	890,700	3.0%	2,581,944	2,473,767	4.4%
Gross Margin	47.4%	50.3%	-2.9 p.p	48.6%	49.7%	-1.1 p.p

CENTAURO

In 3Q25, Centauro's gross profit totaled R\$ 510.5 million (+13.3% vs. 3Q24), with a margin of 49.8%, a retraction of 0.6 p.p. Year-to-date, Centauro's gross profit reached R\$ 1.4 billion (+12.8%), with a margin of 50.6%, an expansion of 0.4 p.p.

The quarterly margin variation reflects the channel and category mix, with a higher contribution from the digital channel, whose profitability is slightly lower than that of physical stores, in addition to the base of comparison effect, since the 3Q24 margin totaled 50.4%. It is important to highlight the lower volume of old inventory and the low need for markdowns, which sustained the full-price sales performance.

FISIA

In 3Q25, Fisia's gross profit totaled R\$ 424.8 million, a contraction of 3.3% vs. 3Q24, and the gross margin was 40.0%, a retraction of 5.2 p.p. Year-to-date, gross profit reached R\$ 1.2 billion, a contraction of 3.8% vs. the same period in 2024, with a margin of 41.2%, a retraction of 3.0 p.p.

The quarterly margin compression primarily resulted from the devaluation of the real against the dollar in 2024, which increased the cost of imported goods (approximately 55% of COGS). This effect was partially mitigated by the ICMS tax incentive, effective since April/25 for physical stores and extended to the wholesale channel starting in August/25.

The channel mix also impacted the margin, with a higher contribution from the wholesale channel during the quarter (lower profitability). Furthermore, the wholesale channel operated with a lower margin in the period due to the prioritization of sales to more relevant accounts, which naturally have specific commercial negotiations.

OPERATING EXPENSES

ADJUSTED

R\$ Thousand	3Q25 adjusted	3Q24 adjusted	Δ(%)	9M25 adjusted	9M24 adjusted	Δ(%)
Operating Expenses	-669,600	-618,742	8.2%	-1,868,956	-1,720,694	8.6%
<i>% of Net Revenue</i>	34.6%	35.0%	-0.4 p.p	35.2%	34.6%	0.6 p.p
 (+) IFRS16 Impact on Expenses	-79,096	-70,846	11.6%	-232,121	-216,807	7.1%
 Operating Expenses (ex-IFRS)	-748,697	-689,587	8.6%	-2,101,077	-1,937,501	8.4%
<i>% of Net Revenue</i>	38.7%	39.0%	-0.3 p.p	39.6%	38.9%	0.7 p.p
Selling Expenses (ex-IFRS)	-626,494	-574,199	9.1%	-1,767,838	-1,598,251 ¹	10.6%
<i>% of Net Revenue</i>	32.4%	32.4%	-0.0 p.p	33.3%	32.1%	1.2 p.p
General and Administrative Expenses (ex-IFRS)	-126,529	-118,896	6.4%	-341,891	-358,482 ¹	-4.6%
<i>% of Net Revenue</i>	6.5%	6.7%	-0.2 p.p	6.4%	7.2%	-0.8 p.p
 Other net operating income/expenses (ex-IFRS)	4,326	3,508	23.3%	8,652	19,233	-55.0%



*Operating expenses are presented net of Depreciation and Amortization Expenses

(1) A non-recurring effect from 2Q24 amounting to R\$ 78.5 million was reallocated from the Selling Expenses line to the General and Administrative Expenses line. The total SG&A amount remained unchanged.

In the third quarter of 2025, operating expenses (ex-IFRS) expanded 8.6%. As a percentage of net revenue, SG&A (ex-IFRS) represented 38.7% of revenue, a reduction of 0.3 percentage points compared to 3Q24.

Selling expenses grew in line with revenue growth, while general and administrative expenses grew at a lower rate. Both remained stable as a percentage of net revenue compared to 3Q24. This performance reinforces the Company's discipline in expense management, even in a context of increased investments in the operation.

In selling expenses, the personnel line mainly reflected the headcount reinforcement in Centauro stores carried out in 2Q25, in addition to the necessary hiring to operate the new stores inaugurated in the quarter. The advertising and publicity line showed an increase due to greater investment in performance marketing at Centauro and higher royalties at Fisia, in line with increased merchandise receipts and the effect of the exchange rate devaluation.

EBITDA

ADJUSTED

R\$ Thousand	3Q25 adjusted	3Q24 adjusted	Δ(%)	9M25 adjusted	9M24 adjusted	Δ(%)
Net Income	96,680	112,371	-14.0%	243,596	232,803	4.6%
(+) Income tax and social contribution	21,053	6,664	215.9%	28,008	-23,750	217.9%
(+) Net financial result	-73,369	-72,244	1.6%	-194,092	-206,106	-5.8%
(+) Depreciation and amortization	-99,101	-94,006	5.4%	-303,307	-290,414	4.4%
EBITDA	248,097	271,957	-8.8%	712,988	753,073	-5.3%
EBITDA Margin	12.8%	15.4%	-2.6 p.p	13.4%	15.1%	-1.7 p.p
(+) IFRS16 Impact on Expenses	-79,096	-70,846	11.6%	-232,121	-216,807	7.1%
EBITDA (ex-IFRS)	169,001	201,113	-16.0%	480,868	536,266	-10.3%
EBITDA Margin (ex-IFRS)	8.7%	11.4%	-2.7 p.p	9.1%	10.8%	-1.7 p.p

R\$ Thousand	LTM25 adjusted	LTM24 adjusted	Δ(%)
EBITDA (ex-IFRS)	716,960	747,695	-4.1%
EBITDA Margin (ex-IFRS)	9.6%	10.5%	-0.9 p.p

Grupo SBF's EBITDA totaled R\$ 169.0 million in the third quarter of 2025, down 16.0% vs. the same period last year. The EBITDA margin reached 8.7%, a contraction of 2.7 percentage points vs. 3Q24. In the last twelve months period, EBITDA decreased 4.1% and the EBITDA margin reached 9.6% (-0.9 p.p. vs. LTM24).

Despite revenue growth at Centauro and Fisia and a 0.3 p.p. reduction in SG&A as a percentage of net revenue vs. 3Q24, EBITDA was impacted by the exchange rate devaluation, which raised the cost of Fisia's imported goods, reflecting a 2.9 p.p. contraction in the gross margin during the quarter.

It is important to emphasize that the indicators demonstrated above disregard the non-recurring impacts cited on page 9.

NET PROFIT

ADJUSTED

R\$ Thousand	3Q25 adjusted	3Q24 adjusted	Δ(%)	9M25 adjusted	9M24 adjusted	Δ(%)
Net Profit (Loss)	96,680	112,371	-14.0%	243,596	232,803	4.6%
<i>Net Margin</i>	5.0%	6.3%	-1.3 p.p	4.6%	4.7%	-0.1 p.p
<i>(+) IFRS16 Impact on Expenses</i>	-79,096	-70,846	11.6%	-232,121	-216,807	7.1%
<i>(+) Depreciation and amortization - Right of Use (IFRS16)</i>	49,518	46,285	7.0%	146,730	140,604	4.4%
<i>(+) Financial Expenses – Right of Use (IFRS16)</i>	37,945	34,241	10.8%	109,189	93,418	16.9%
<i>(+) Income tax (IFRS16)</i>	-1,245	-925	34.5%	-2,201	-2,891	-23.9%
Net Profit (ex-IFRS)	103,802	121,128	-14.3%	265,194	247,128	7.3%
<i>Net Profit Margin (ex-IFRS)</i>	5.4%	6.8%	-1.4 p.p	5.0%	5.0%	0.0 p.p

R\$ Thousand	LTM25 adjusted	LTM24 adjusted	Δ(%)
Net Profit (ex-IFRS)	435,610	388,431	12.1%
Net Profit Margin (ex-IFRS)	5.8%	5.5%	0.3 p.p

Grupo SBF's net income totaled R\$ 103.8 million in the third quarter, down 14.3% vs. 3Q24. The quarterly net margin reached 5.4%, a decrease of 1.4 p.p. compared to the same period last year. Year-to-date, net income showed an expansion of 7.3%.

The decrease in net income, which was smaller than that of EBITDA, was mainly driven by (i) the improvement in financial results, reflecting a lower average debt vs. 3Q24, and (ii) the reduction in the effective income tax rate, resulting from Fisia's ICMS tax incentive, which was implemented in physical stores since 2Q25 and in wholesale as of 3Q25, following distribution through the Extrema-MG Distribution Center (DC).

With the tax incentive now implemented across all channels, the Company expects to significantly mitigate the impact of the exchange rate devaluation observed at Fisia, thereby preserving net margin.

The indicators demonstrated above disregard the non-recurring impacts cited on page 9.

NET WORKING CAPITAL

R\$ Thousand	09/30/2025	09/30/2024	Δ(%)
Accounts receivable ¹	1,481,025	1,329,209	11.4%
Taxes and income tax to be offset	289,321	361,768	-20.0%
Inventories	2,067,502	1,888,703	9.5%
Other accounts receivable	165,843	157,827	5.1%
	4,003,691	3,737,507	7.1%
Other accounts payable ¹	178,244	165,297	7.8%
Resale suppliers ¹	1,370,267	993,786	37.9%
Tax liabilities	667,608	429,573	55.4%
Lease payable	233,999	223,592	4.7%
Labor liabilities	217,183	232,287	-6.5%
Other liabilities	161,239	142,920	12.8%
	2,828,540	2,187,455	29.3%
Net Working Capital	1,175,151	1,550,052	-24.2%

 The Net Working Capital concept adopted is based on calculating the difference between Current Liabilities and Current Assets, excluding Cash e Debt and including Factoring of Receivables. The "other liabilities" also include tax installment payments that until the first quarter of 2024 were considered in calculating indebtedness.

(1) Starting this quarter, the Resale Suppliers line, now includes the Equity Adjustment (Shareholder's Equity) line, Derivatives (Assets), previously classified under Accounts Receivable, and Derivatives (Liabilities), previously classified under Accounts Payable.

Grupo SBF's Net Working Capital showed a 24.2% reduction compared to 2024, totaling R\$ 1.2 billion in 3Q25. The main variations in the working capital lines were:

- Accounts Receivable: Variation in line with promotional campaigns, reflecting the temporary flexibility of payment and installment conditions at Centauro and Nike.
- Taxes and Income Tax Recoverable: Consumption of ICMS credits in Fisia's operation, related to the prior period to the implementation of the import corridor (tax incentive).
- Inventories: Variation explained by the higher inventory levels at Centauro and Fisia to support the sales seasonality of the 4th quarter 2025. We reiterate that Centauro continues to operate with the healthiest inventory levels in recent years.
- Trade Payables: Variation explained by the higher volume of purchases for Centauro and Fisia, in addition to the normalization of Fisia's purchasing calendar, resulting higher receipts 3Q25 over a weaker comparison base.
- Tax Liabilities: Provisions to the payment of DIFAL (Tax Rate Differential). The corresponding entry for these provisions is recorded in judicial deposits (non-current assets). These accounts are expected to be offset in the coming periods.

CASH FLOW

R\$ Thousand	3Q25	3Q24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
EBITDA (ex-IFRS / adjusted)	169,001	201,113	-16.0%	480,868	536,266	-10.3%
Working Capital Variation ¹	-130,809	66,464	-296.8%	-285,727	-83,521	242.1%
Accounts Receivable	-52,943	3,427	n.a	124,448	268,205	-53.6%
Inventory	-173,422	-73,444	136.1%	-401,566	-189,364	112.1%
Accounts Payable (COGS)	155,218	47,966	223.6%	319,142	-221,337	244.2%
Accounts Payable (SG&A)	31,241	66,129	-52.8%	-90,265	167,554	-153.9%
Others Assets/Liabilities	-90,903	22,386	n.a	-237,486	-108,579	118.7%
Operating Cash Flow	38,192	267,577	-85.7%	195,141	452,746	-56.9%
M&A	0	0	n.a	-6,000	-13,225	-54.6%
CAPEX	-144,575	-56,455	156.1%	-233,834	-146,770	59.3%
Cash Flow from Investing Activities	-144,575	-56,455	156.1%	-239,834	-159,995	49.9%
Free Cash Flow	-106,383	211,122	-150.4%	-44,694	292,750	-115.3%
Financial Result	-35,424	-38,004	-6.8%	-84,903	-112,688	-24.7%
Dividends	0	-4	n.a	-127,358	-42,284	201.2%
Capital	98	-173	156.6%	4,222	0	n.a
Shares buyback	-26,528	0	n.a	-125,972	0	n.a
Cash Flow from Financing	-61,854	-38,181	62.0%	-334,011	-154,972	115.5%
Change in Net Debt	-168,237	172,941	-197.3%	-378,705	137,778	-374.9%
Net Issuance / Repayment of Debt ²	446,550	-110,712	n.a	89,337	-248,352	136.0%
Total Change in Cash	278,313	62,229	347.2%	-289,368	-110,574	161.7%



(1) Factoring of receivables and installment payment of taxes are classified as cash flow from financing;

(2) Includes net amount between payment and new debt funding.

In the third quarter of 2025, the Company generated R\$ 38.2 million in operating Cash Flow. Compared to 3Q24, there was an 85.7% decrease in operating cash generation. The increase in Accounts Receivable, Inventories, and Accounts Payables (COGS and SG&A) reflects the seasonality of the business, with inventory reinforcement for the year-end sales period. The higher sales volume in the second half of the year increases the balance of accounts receivable and accounts payable, with payments occurring in the following first quarter. Additionally, the Other Assets/Liabilities line was impacted by assets held for sale on the balance sheet, due to the reclassification of NWB and X3M assets following the announcement in 3Q25 (though not yet concluded), and by the advance payment of a renewed football sponsorship contract signed by Fisia (Nike).

In the quarter, Cash Flow from Investing totaled R\$ 144.6 million, expanding the cash consumption by 156.1% compared to 3Q24. The variation in the period is mainly due to the increase in CAPEX, as detailed on the next page.

The variation in Cash Flow from Financing is primarily explained by the repurchase of the Company's own shares in the amount of R\$ 26.5 million, in accordance with the share buyback program approved on December 13, 2024.

The increment in the issuance and repayment of Debt line reflects the proceeds from the issuance of debentures totaling R\$ 500.0 million carried out in July/2025.

INDEBTEDNESS

R\$ Thousand	09/30/2025 adjusted	09/30/2024 adjusted	Δ(%)
(+) Loans and financing	1,381,705	1,349,148	2.4%
(-) Cash and cash equivalents	707,345	765,340	-7.6%
(=) Net Debt	674,360	583,808	15.5%
Net Debt /Adj. EBITDA (LTM)	0.65x	0.56x	0.09x
Net Debt /Adj. EBITDA (ex-IFRS) (LTM)	0.94x	0.78x	0.16x

 (1) Tax installments are not classified as Debt.

Grupo SBF reported a 15.5% increase in net debt during the period, leading leverage to rise from 0.78x to 0.94x as of September 30, 2025. Despite the observed expansion, the Company reiterates its commitment to a balanced capital structure, maintaining leverage at a healthy level.

The growth in net debt during the period reflects the payment of dividends and the conclusion of the share repurchase program finalized in September of this year. Furthermore, in 2025, the Company initiated a cycle of investment acceleration, following the deleveraging observed in 2024, which resulted in higher cash consumption.

INVESTMENTS - CAPEX

R\$ thousand	3Q25	3Q24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
New Stores	16,558	487	n.a	24,486	9,352	161.8%
Stores Refurbishment	13,859	9,793	41.5%	23,282	12,015	93.8%
Technology	32,377	29,115	11.2%	93,785	89,120	5.2%
Logistics	12,684	6,085	108.4%	16,402	15,039	9.1%
Others	69,097	10,975	n.a	75,879	21,244	257.2%
Total Investments	144,575	56,455	156.1%	233,834	146,770	59.3%

In the third quarter of 2025, CAPEX totaled R\$ 144.6 million, an increase of 156.1% vs. 3Q24 and 59.3% year-to-date vs. 9M24.

The increase reflects the continuation of the strategic plan through store investments, including two refurbishments - one being the first refit at Santana Partage Mall - and three new openings during the quarter, driving growth in the New Stores and Refurbishment lines.

Additionally, in the Others line, the variation is mainly explained by the acquisition of an aircraft by the Company, aimed at enabling and ensuring greater efficiency in executive visits to operations.

CONSOLIDATED BALANCE SHEET

R\$ Thousand	09/30/2025	12/31/2024
Assets	9,069,848	8,945,967
Current	4,783,598	4,874,554
Cash and cash equivalentes	707,345	996,713
Accounts receivable	1,481,025	1,605,473
Derivative financial instruments	9,282	165,816
Recoverable taxes	281,894	264,496
Income tax and social contribution to be offset	7,427	35,803
Inventories	2,067,502	1,665,936
Dividends receivable	73	245
Other accounts receivable	165,843	140,072
Available-for-Sale Assets	63,207	0
Non-current	4,286,250	4,071,413
Taxes to be offset	125,925	129,402
Income tax and social contribution to be offset	26,112	24,809
Loans receivable	9,889	9,844
Deferred tax assets	799,790	698,756
Judicial deposits	735,426	619,380
Other amounts receivable	108,577	46,827
Investments	0	4,350
Property and equipment	710,390	649,918
Intangible assets	464,115	529,226
Right of use	1,306,026	1,358,901
Liabilities	9,069,848	8,945,967
Current	3,330,494	3,222,231
Suppliers	1,233,198	1,147,769
Loans and financing	71,612	49,405
Debentures	366,308	409,190
Derivative financial instruments	201,098	573
Tax liabilities	653,418	620,546
Income tax and social contribution payable	14,190	5,197
Tax installment payment	62,908	44,078
Labor and social security liabilities	217,183	259,307
Dividends payable	5	127,451
Lease payable	233,999	244,853
Other accounts payable	178,244	209,481
Other obligations	98,331	104,381
Non-current	2,760,679	2,711,392
Loans and financing	130,399	123,385
Debentures	813,386	710,388
Tax installment payment	179,095	197,885
Provisions for contingencies	198,291	201,372
Deferred income tax and social contribution	13,105	12,046
Lease payable	1,348,750	1,380,089
Other obligations	63,967	75,772
Other accounts payable	13,686	10,455
Shareholders' equity	2,978,675	3,012,344
Capital stock	1,836,549	1,832,326
Capital reserves	286,667	283,003
Incentive reserves	867,456	867,456
Equity valuation adjustments	-54,747	68,599
Non-controlling shareholdings	0	133
Accumulated profits	195,808	0
Treasury shares	-153,058	-39,173

CASH FLOW

R\$ Thousand	09/30/2025	09/30/2024
Profit before taxes	177,416	427,728
Adjusted by:		
Depreciation and amortization	344,762	319,543
Interest rates	266,159	240,586
Impairment losses on accounts receivables	2,751	-705
Equity Income	958	-549
Share-based payment	-509	8,340
Income (loss) from write-off of property, plant and equipment and intangible assets	6,148	4,768
Write-off of residual leases	-7,318	-3,779
Provision for inventory obsolescence	29,306	41,194
Net recording of provision for contingencies	17,164	-378,766
Lease discounts	0	-1,719
	836,837	656,641
(Increase) decrease in Assets		
Accounts receivable	119,420	268,910
Inventory	-430,872	-230,558
Derivative financial instruments	-30,354	1,661
Deferred taxes, income tax and social contribution to be offset	11,071	137,606
Judicial deposits	-116,046	-95,756
Available-for-Sale Assets	-769	0
Other accounts receivable	-87,682	-62,417
Increase (decrease) in liabilities		
Suppliers	82,022	-113,655
Tax liabilities	32,443	68,998
Tax installment payment	-18,079	137,544
Derivative financial instruments	200,525	-87,804
Contingencies paid	-20,245	-20,294
Labor and social security liabilities	-41,772	57,997
Other accounts payable	-14,738	-24,630
Other obligations	-15,838	17,505
Chg. in assets and liabilities:	-330,914	55,107
Interest rate paid on financing	-18,336	-19,634
Interest rate paid on debentures	-84,248	-101,626
Income tax and social contribution paid	-4,957	-2,473
Net cash (used in) generated by operating activities	398,382	588,016
Cash flow from investing activities		
Additions to property and equipment	-137,908	-66,052
Additions to intangible assets	-92,905	-85,010
Net cash (used in) investing activities	-230,813	-151,062
Cash flow from financing activities		
Loans and financing paid	68,083	0
Issue of debentures	-510,086	-563,155
Lease Paid	496,037	298,008
Advance for future capital increase	-261,863	-241,551
Capital increase	4,222	1,454
Dividends paid	-127,358	-42,284
Share buyback	-125,972	0
Net cash (used in) financing activities	-456,937	-547,528
Decrease/Increase of cash and cash equivalents	-289,368	-110,574
Cash and cash equivalents at the beginning of the year	996,713	875,914
Cash and cash equivalents at the end of the year	707,345	765,340

INCOME STATEMENT

IFRS

R\$ Thousand	3Q25	3Q24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Net revenue	1,936,522	1,770,288	9.4%	5,308,581	4,979,444	6.6%
Cost of sales	-1,018,825	-886,387	14.9%	-2,726,637	-2,512,476	8.5%
Gross Profit	917,697	883,901	3.8%	2,581,944	2,466,968	4.7%
Operating expenses	-675,020	-611,922	10.3%	-1,901,524	-1,742,465	9.1%
Selling expenses	-542,943	-494,815	9.7%	-1,532,436	-1,399,010	9.5%
Administrative and general expenses	-136,093	-127,384	6.8%	-381,344	-369,673	3.2%
Other net operating income/expenses	4,016	10,277	-60.9%	12,256	26,218	-53.3%
Depreciation and amortization expenses	-103,719	-98,624	5.2%	-317,163	-295,345	7.4%
Operating Income (Loss)	138,958	173,354	-19.8%	363,257	429,158	-15.4%
Financial income	97,370	62,323	56.2%	191,621	140,962	35.9%
Financial expenses	-170,082	-109,758	55.0%	-377,462	-142,392	165.1%
Net financial income (expenses)	-72,712	-47,435	53.3%	-185,841	-1,430	n.a
Profit before taxes	66,246	125,919	-47.4%	177,416	427,728	-58.5%
Income tax and social contribution	19,608	7,814	150.9%	22,221	-27,190	181.7%
Net income for the period	85,854	133,733	-35.8%	199,637	400,538	-50.2%

IFRS adjusted by non-recurring effects

R\$ Thousand	3Q25 adjusted	3Q24 adjusted	Δ(%)	9M25 adjusted	9M24 adjusted	Δ(%)
Net revenue	1,936,522	1,770,288	9.4%	5,308,581	4,979,444	6.6%
Cost of sales	-1,018,825	-879,588	15.8%	-2,726,637	-2,505,677	8.8%
Gross Profit	917,697	890,700	3.0%	2,581,944	2,473,767	4.4%
Operating expenses	-669,600	-618,742	8.2%	-1,868,956	-1,720,694	8.6%
Selling expenses	-550,964	-498,750	10.5%	-1,546,290	-1,393,876 ¹	10.9%
Administrative and general expenses	-125,646	-123,504	1.7%	-338,530	-349,969 ¹	-3.3%
Other net operating income/expenses	7,009	3,512	99.6%	15,864	23,152	-31.5%
Depreciation and amortization expenses	-99,101	-94,006	5.4%	-303,307	-290,414	4.4%
Operating Income (Loss)	148,996	177,951	-16.3%	409,681	462,659	-11.5%
Financial income	97,370	35,017	178.1%	191,621	113,800	68.4%
Financial expenses	-170,739	-107,261	59.2%	-385,713	-319,906	20.6%
Net financial income (expenses)	-73,369	-72,244	1.6%	-194,092	-206,106	-5.8%
Profit before taxes	75,627	105,707	-28.5%	215,589	256,553	-16.0%
Income tax and social contribution	21,053	6,664	215.9%	28,008	-23,750	217.9%
Net income for the period	96,680	112,371	-14.0%	243,596	232,803	4.6%



(1) A non-recurring effect from 2Q24 amounting to R\$ 78.5 million was reallocated from the Selling Expenses line to the General and Administrative Expenses line. The total SG&A amount remained unchanged.

INCOME STATEMENT

EX - IFRS

R\$ Thousand	3Q25	3Q24	Δ(%)	9M25	9M24	Δ(%)
Net revenue	1,936,522	1,770,288	9.4%	5,308,581	4,979,444	6.6%
Cost of sales	-1,018,825	-886,387	14.9%	-2,726,637	-2,512,476	8.5%
Gross Profit	917,697	883,901	3.8%	2,581,944	2,466,968	4.7%
Operating expenses	-754,116	-682,767	10.5%	-2,133,645	-1,959,272	8.9%
Selling expenses	-618,473	-570,264	8.5%	-1,753,984	-1,603,385	9.4%
Administrative and general expenses	-136,976	-122,776	11.6%	-384,705	-378,187	1.7%
Other net operating income/expenses	1,333	10,273	-87.0%	5,044	22,299	-77.4%
Depreciation and amortization expenses	-54,201	-52,339	3.6%	-170,433	-154,741	10.1%
Operating Income (Loss)	109,380	148,795	-26.5%	277,867	352,956	-21.3%
Financial income	97,370	62,323	56.2%	191,621	140,962	35.9%
Financial expenses	-132,137	-75,518	75.0%	-268,273	-48,974	n.a
Net financial income (expenses)	-34,767	-13,194	163.5%	-76,652	91,988	-183.3%
Profit before taxes	74,614	135,601	-45.0%	201,215	444,944	-54.8%
Income tax and social contribution	18,363	6,889	166.6%	20,020	-30,081	166.6%
Net income for the period	92,977	142,489	-34.7%	221,235	414,863	-46.7%

EX -IFRS adjusted by non-recurring effects

R\$ Thousand	3Q25 adjusted	3Q24 adjusted	Δ(%)	9M25 adjusted	9M24 adjusted	Δ(%)
Net revenue	1,936,522	1,770,288	9.4%	5,308,581	4,979,444	6.6%
Cost of sales	-1,018,825	-879,588	15.8%	-2,726,637	-2,505,677	8.8%
Gross Profit	917,697	890,700	3.0%	2,581,944	2,473,767	4.4%
Operating expenses	-748,697	-689,587	8.6%	-2,101,077	-1,937,501	8.4%
Selling expenses	-626,494	-574,199	9.1%	-1,767,838	-1,598,251 ¹	10.6%
Administrative and general expenses	-126,529	-118,896	6.4%	-341,891	-358,482 ¹	-4.6%
Other net operating income/expenses	4,326	3,508	23.3%	8,652	19,233	-55.0%
Depreciation and amortization expenses	-49,582	-47,720	3.9%	-156,577	-149,810	4.5%
Operating Income (Loss)	119,418	153,393	-22.1%	324,291	386,457	-16.1%
Financial income	97,370	35,017	178.1%	191,621	113,800	68.4%
Financial expenses	-132,794	-73,021	81.9%	-276,524	-226,488	22.1%
Net financial income (expenses)	-35,424	-38,004	-6.8%	-84,903	-112,688	-24.7%
Profit before taxes	83,994	115,389	-27.2%	239,388	273,769	-12.6%
Income tax and social contribution	19,808	5,739	245.2%	25,806	-26,641	196.9%
Net income for the period	103,802	121,128	-14.3%	265,194	247,128	7.3%



(1) A non-recurring effect from 2Q24 amounting to R\$ 78.5 million was reallocated from the Selling Expenses line to the General and Administrative Expenses line. The total SG&A amount remained unchanged.

ABOUT GRUPO SBF

GRUPO SBF

 **CENTAURO**

FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL NIKE NO BRASIL

Grupo SBF is a sports company founded in 1981 and until 2020 operated in the Brazilian market through Centauro, the largest sporting goods retailer and first omnichannel retailer, with 100% of its physical store and digital platform operations integrated since 2018. In December 2020, a new business unit joined the Grupo SBF: FISIA, the exclusive representative of Nike in Brazil, the world's largest sports brand. At Grupo SBF, we believe that sport transforms lives, and we wake up every day to boost sports in Brazil.



José Salazar



Victoria Machado Buono



Luna Romeu



Larissa Cristovão



João Marques

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



Disclaimer

The assumptions contained in this report relating to the business outlook, projections and results and the growth potential of the Company constitute mere forecasts and were based on management's expectations in relation to the future of the Company. These expectations are highly dependent on changes in the market and in the overall economic performance of the country, the industry and the international market; therefore, they are subject to changes.

GRUPO SBF

SMLL B3 | ICON B3 | IGC B3 | IGC-NM B3 | IGCT B3 | ITAG B3 | IBRA B3