

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

3T25

GRUPO SBF



GRUPO SBF

CENTAURO

FISIA
FEDERAÇÃO SUL-AMERICANA DE FÍSICA



AGENDA

- > **MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO E INICIATIVAS ESTRATÉGICAS**
- > **RESULTADOS FINANCEIROS 3T25**
- > **Q&A**



**MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃO**

**GUSTAVO FURTADO
CEO**

GRUPO SBF

DESTAQUES DO TRIMESTRE

CONTINUIDADE DO PLANO
E FOCO NO VAREJO

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS EM
EXECUÇÃO COM FOCO NO
CRESCIMENTO DE **CENTAURO E
FISIA**, JÁ COM EFEITOS VISÍVEIS NAS
DUAS UNIDADES DE NEGÓCIOS.

AVANÇOS EM
MULTICANALIDADE

NA CENTAURO, **~70% DAS TROCAS 3P
DO E-COMMERCE OCORREM EM
LOJA**, DESSAS ~65% CONVERTIDAS EM
1P; PILOTO DE RETIRADA EM LOJA PARA
COMPRAS NIKE (COMO SELLER).

RESULTADOS SÓLIDOS
NA CENTAURO

+15% DE RECEITA LÍQUIDA VS. 3T24, COM
+13% EM LOJAS E **+20%** NO DIGITAL;
SSS DE CENTAURO DE **+15%**;
EM CALÇADOS, SSS DE **+21%** E
+15% DE CONVERSÃO.

EXPANSÃO E
MODERNIZAÇÃO DA REDE

DUAS NOVAS LOJAS E UM REFIT NA
CENTAURO, ALÉM DE TROCA DE PONTO
E AMPLIAÇÃO EM BH;
ABERTURA DE NDIS EM CAMPINAS E
EXPANSÃO DE NVS NO RJ.

RECUPERAÇÃO
ATACADO FISIA

CRESCIMENTO DE +28% VS. 3T24
APOIADO POR AGENDA COMERCIAL,
SHOWROOMS E RETOMADA DO
RELACIONAMENTO.

LUCRO LÍQUIDO DE
R\$ 435,6M NO LTM25

CRESCIMENTO DE 12% VS. LTM24,
COM MARGEM LÍQUIDA DE
5,8% (+0,3 P.P.).

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

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

ATENDIMENTO MAIS TÉCNICO E PERSONALIZADO ALIADO A UM SORTIMENTO MAIS AMPLO E ASSERTIVO

- CRESCIMENTO REPRESENTATIVO NAS VENDAS DE CALÇADOS;
- EM CALÇADOS, **+21%** EM SSS E **+15%** EM CONVERSÃO VS. 3T24;
- **+54%** EM RECEITA DE CALÇADOS DE ALTA PERFORMANCE.

REFORÇO DA EQUIPE DE VENDAS

- ATENDIMENTO REDIMENSIONADO CONFORME O POTENCIAL DE CADA LOJA;
- CONCENTRAÇÃO DE ESFORÇOS NA FORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO CONTÍNUA;
- ESPAÇO PARA REFORÇO DE TIME, PRIORIZANDO PRAÇAS E LOJAS DE MAIOR TRAÇÃO, COM OBJETIVO DE CAPTURAR A DEMANDA DO 4T25.

MAIOR DIA DOS PAIS DA HISTÓRIA

- RESULTADOS EM PATAMARES TRADICIONALMENTE VISTOS NO NATAL;
- CRESCIMENTO DE **21,8%** VS. 2024, **+0,9 P.P.** EM CONVERSÃO EM LOJAS, E DESTAQUE PARA **+28,0%** NA CATEGORIA DE FUTEBOL.

RETOMADA DAS CATEGORIAS COMPLEMENTARES

- ATRAVÉS DO REFORÇO COMERCIAL COM DIRETORES DEDICADOS POR CATEGORIA (CALÇADOS, FUTEBOL, VESTUÁRIO E COMPLEMENTARES), A CENTAURO ELEVOU A DISCIPLINA DE SORTIMENTO, CURADORIA DE MIX E A EFICIÊNCIA DE DISTRIBUIÇÃO;
- **+62%** BASQUETE VESTUÁRIO, **+26%** RACKETS, **+20%** AQUÁTICOS E **+16%** ALIMENTOS VS. 3T24.



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

PILARES ESTRATÉGICOS DIGITAL

AVANÇOS EM MULTICANALIDADE

- NA CENTAURO, APROX. 70% DAS TROCAS 3P DO E-COMMERCE OCORREM EM LOJAS FÍSICAS E DESSAS, APROX. 65% SÃO CONVERTIDAS EM TROCAS POR PRODUTOS 1P;
- PROJETO-PILOTO DE RETIRADA EM LOJAS PARA COMPRAS REALIZADAS NO E-COMMERCE DA CENTAURO, COM A NIKE COMO SELLER 3P.

EXPERIÊNCIA DE COMPRA E PLATAFORMA TECNOLÓGICA

- SORTIMENTO MAIS ASSERTIVO REFLETINDO A REVISÃO DE MIX E PROFUNDIDADE DE PRODUTOS;
- DISPONIBILIZAÇÃO DE NOVOS MEIOS DE PAGAMENTO NO APLICATIVO DA CENTAURO, APPLE PAY E GOOGLE PLAY, APRIMORANDO A EXPERIÊNCIA DE COMPRA.

**+20% DE RECEITA NO
CANAL DIGITAL
VS. 3T24**

**+38% NA CATEGORIA DE
CALÇADOS NAS VENDAS
ONLINE VS. 3T24**





INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

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

MARCAS PRÓPRIAS

CRESCIMENTO EM TODAS AS MARCAS

- DESTAQUE PARA OXER (60% DO PORTFÓLIO DE MARCAS PRÓPRIAS DA CENTAURO) QUE **AVANÇOU 9%** VS. 3T24;
- ESTREIA DA OXER NA CATEGORIA DE CALÇADOS, COM LANÇAMENTO DOS SEUS PRIMEIROS MODELOS DE TÊNIS;
- PRODUTOS LICENCIADOS DA MARCA ASICS **EXPANDIRAM 11,8%** VS. 3T24.

MELHORIA NA GESTÃO DE ESTOQUES

EVOLUÇÃO CONSISTENTE

- REDUÇÃO DE **3,0 P.P.** DO ESTOQUE DE COLEÇÕES PASSADAS VS. 2T25, E DE **4,0 P.P.** VS. 1T25;
- MELHOR ACURÁCIA DE DEMANDA, DISCIPLINA DE COMPRAS E GIRO MAIS SAUDÁVEL.

GRUPO SBF





INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

GRUPO SBF

WHOLESALE E PRIORIZAÇÃO DAS CATEGORIAS CORE

RETOMADA DO WHOLESALE FISIA

- CRESCIMENTO DE **+28%** DO CANAL NO 3T25;
- RETOMADA TAMBÉM SUSTENTADA PELO CRESCIMENTO DA CENTAURO NO CANAL, QUE ELEVOU A DEMANDA POR NIKE.

EVENTO SHOWROOM | COLEÇÃO SUMMER 26

- EVENTO COM MAIS DE 300 PARTICIPANTES PRESENTES, REPRESENTANDO 80% 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;
- EVENTO ESTRUTURADO EM DOIS DIAS: UM DEDICADO A FUTEBOL E OUTRO A CORRIDA;
- FUTEBOL: APRESENTAÇÃO DAS CAMISAS DA SELEÇÃO BRASILEIRA E DOS CLUBES QUE INICIAM PATROCÍNIO PELA NIKE EM 2026;
- CORRIDA: APRESENTAÇÃO DAS RENOVAÇÕES DE *DOWNSHIFTER*, *WINFLOE* NOVO *PEGASUS*, ABRANGENDO FRANQUIAS EM TODAS AS FAIXAS DA PIRÂMIDE DE PREÇOS.



INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

GRUPO SBF

WHOLESALE E PRIORIZAÇÃO DAS CATEGORIAS CORE

FUTEBOL E CORRIDA

FUTEBOL | TOTAL 90

- CELEBRAÇÃO DE 20 ANOS DA TOTAL 90, COM RELANÇAMENTO VOLTADO AO CASUAL, SUPERANDO AS EXPECTATIVAS DE VENDAS;
- LANÇAMENTO DA TERCEIRA CAMISA DO CORINTHIANS, INSPIRADA EM 2005, SOB A CAMPANHA “TOTAL CORINTHIANS”, COM RECORDES DE VENDA NA PRIMEIRA SEMANA.

CORRIDA | PEGASUS, STRUCTURE E VOMERO

- REORGANIZAÇÃO DO PORTFÓLIO: DO PRODUTO DE ENTRADA *REVOLUTION 8* AOS ÍCONES *PEGASUS*, *STRUCTURE* E *VOMERO*;
- EXPANSÃO DA ESTRATÉGIA DE ROAD RUNNING COM OS LANÇAMENTOS DE *VOMERO PLUS* E *STRUCTURE*;
- CRESCIMENTO DA FRANQUIA VOMERO EM **66%** NO TRIMESTRE.

AVANÇOS NA OMNICALIDADE

- TODAS AS LOJAS NIKE PASSARAM A ACEITAR DEVOLUÇÕES E TROCAS DE PRODUTOS ADQUIRIDOS NO CANAL DIGITAL;
- MELHORA DA EXPERIÊNCIA E REDUÇÃO DE ATRITOS NA JORNADA DE COMPRA.

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

ABERTURAS E MODERNIZAÇÃO DA REDE



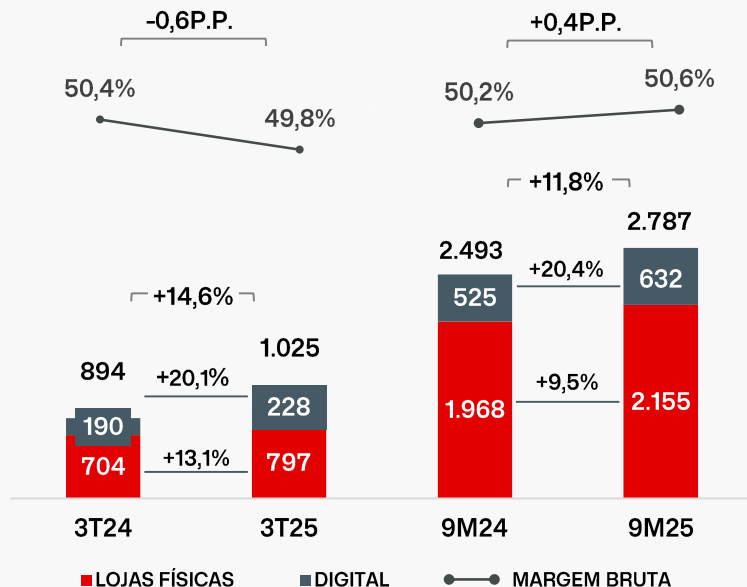


RESULTADOS FINANCEIROS

JOSÉ SALAZAR
CFO

GRUPO SBF

RECEITA LÍQUIDA E MARGEM BRUTA



CRESCIMENTO DE RECEITA COM INCREMENTO DE +14,8% DE SAME STORES SALES, REFLETINDO CONTINUIDADE DO PLANO ESTRATÉGICO E AJUSTES DE SORTIMENTO.

LOJAS

+23,0% EM CALÇADOS

(50% DO FATURAMENTO) CONTOU COM +15,0% DE AUMENTO EM CONVERSÃO.

+15,2% EM FATURAMENTO POR M²

DEVIDO AS ADIÇÕES DE VENDEDORES EM LOJAS E AJUSTES DE SORTIMENTO.

+5,1% DE TICKET MÉDIO

+11,0% DE CRESCIMENTO DE ITENS VENDIDOS (VOLUME)

DIGITAL

+38% EM CALÇADOS

MAIOR RECOMPOSIÇÃO DE ESTOQUES E FOCO EM BEST-SELLERS.

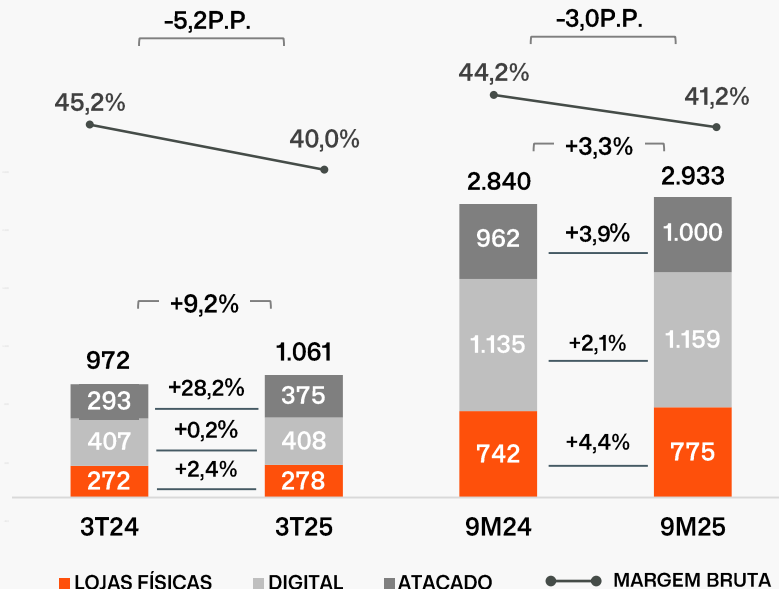
MARGEM BRUTA

MARGEM IMPACTADA PELO **MIX DE CANAIS E CATEGORIAS** COM MAIOR PARTICIPAÇÃO DO DIGITAL.

MENOR VOLUME DE **ESTOQUES ANTIGOS** E MENOS REMARCAÇÕES, SUSTENTANDO VENDAS A PREÇO CHEIO.



RECEITA LÍQUIDA E MARGEM BRUTA



EXPANSÃO DE RECEITA REFLETINDO RETOMADA GRADUAL DO CANAL DE ATACADO E A IMPLEMENTAÇÃO DO INCENTIVO FISCAL PARA AS LOJAS FÍSICAS E ATACADO.

LOJAS

+18,3% DE RECEITA NA NDIS

+0,4% DE RECEITA NA NVS

EVOLUÇÃO NO MODELO DE ATENDIMENTO **PREMIUM E PERSONALIZADO** EM NDIS.

IMPACTO EM NVS DECORRENTE DA PRIORIZAÇÃO DA RETOMADA DO ATACADO, REDUZINDO AS SOBRAS NORMALMENTE DIRECIONADAS ÀS LOJAS.

DIGITAL

+5,8% DE RECEITA NO 1P

DESTAQUE PARA **SAUDABILIDADE DO E-COMMERCE** PRÓPRIO DA FISIA.

MARGEM BRUTA

MAIOR IMPACTO CAMBIAL DEVIDO À DESVALORIZAÇÃO DO REAL, QUE ELEVOU O CUSTO DAS MERCADORIAS IMPORTADAS (APROX. 55% DO CMV).

INCENTIVO DE ICMS VIGENTE PARA AS LOJAS FÍSICAS E ESTENDIDO PARA O CANAL DE ATACADO A PARTIR DE AGOSTO/25, QUE COMPENSOU PARCIALMENTE O IMPACTO CAMBIAL.

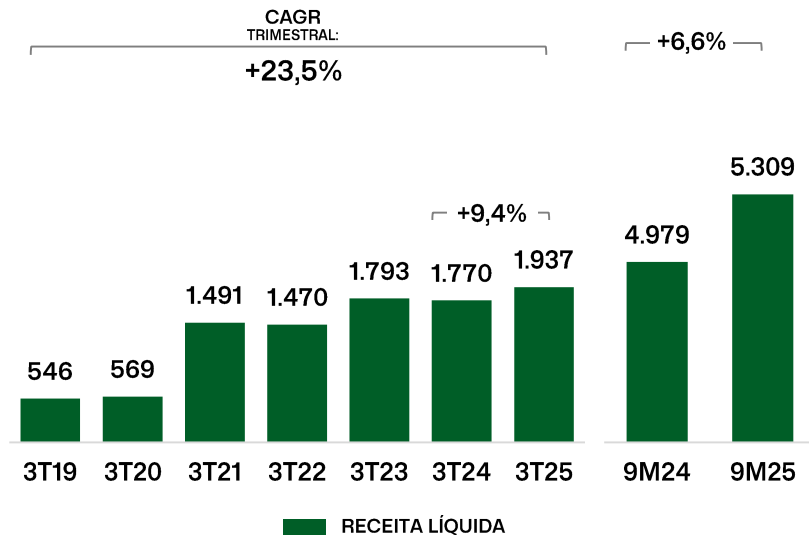


RECEITA LÍQUIDA E LUCRO BRUTO

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

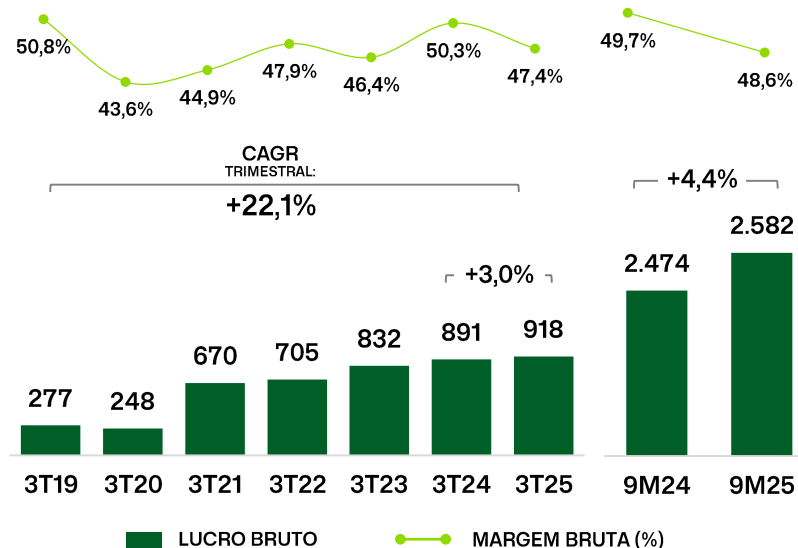
GRUPO SBF

RECEITA LÍQUIDA



SEGUNDO TRIMESTRE CONSECUTIVO DE CRESCIMENTO EM AMBAS AS UNIDADES DE NEGÓCIO E EM TODOS OS CANAIS. CENTAURO IMPULSIONADA PELO CRESCIMENTO EM CALÇADOS, MAIOR PRODUTIVIDADE NAS LOJAS E AUMENTO DE CONVERSÃO. FISIA BENEFICIADA PELA RETOMADA CONTÍNUA DO ATACADO E PELO INCENTIVO FISCAL DE ICMS NAS LOJAS FÍSICAS E ATACADO.

LUCRO BRUTO

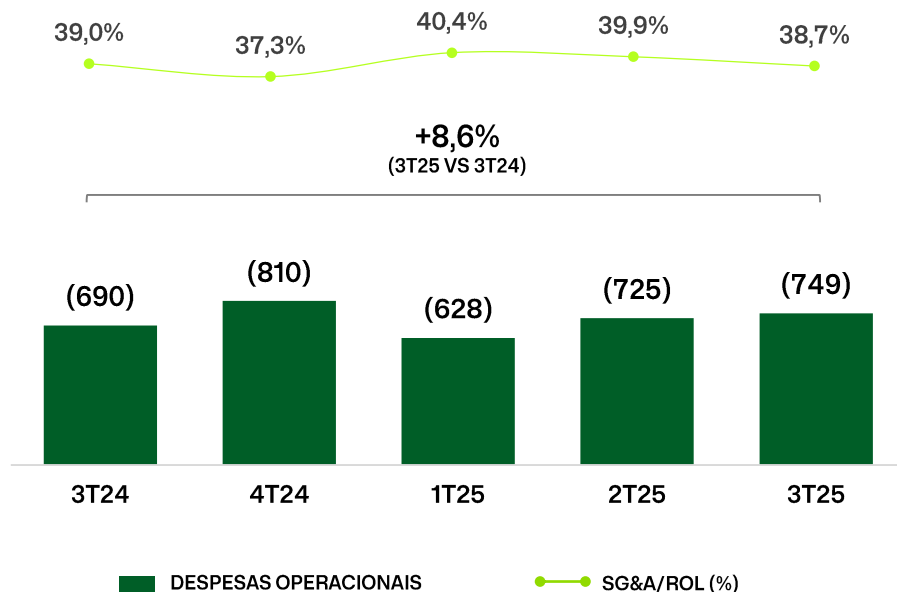


MARGEM BRUTA IMPACTADA PELA PRESSÃO CAMBIAL EM FISIA E MAIOR PARTICIPAÇÃO DO CANAL DE ATACADO (MENOR RENTABILIDADE). CENTAURO APRESENTOU MARGEM ESTÁVEL.

DESPESAS OPERACIONAIS

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

GRUPO SBF



PRINCIPAIS IMPACTOS

- MESMO COM O INCREMENTO DAS DESPESAS OPERACIONAIS DEVIDO AO FOCO EM INVESTIMENTOS, PRINCIPALMENTE EM CENTAURO, O PERCENTUAL DE SG&A SOBRE A RECEITA LÍQUIDA APRESENTOU REDUÇÃO DE 0,3 P.P. VS. 3T24;
- AS DESPESAS COM VENDAS CRESCERAM EM LINHA COM O CRESCIMENTO DE RECEITA, ENQUANTO AS DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS CRESCERAM EM UM PATAMAR INFERIOR.

DESPESAS COM VENDAS

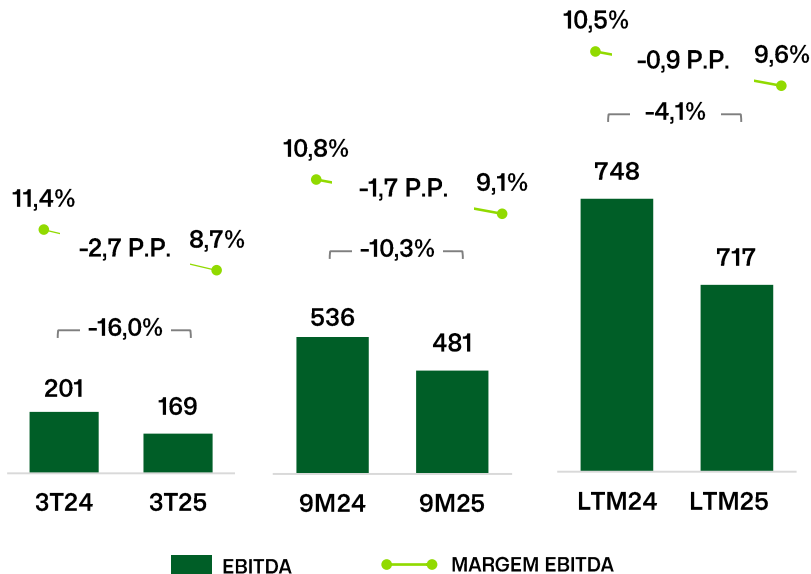
- INCREMENTO NA LINHA DE PESSOAL REFLETE O REFORÇO DE HEADCOUNT NAS LOJAS DA CENTAURO REALIZADO NO 2T25, E CONTRATAÇÕES NECESSÁRIAS PARA SUPORTAR AS NOVAS LOJAS INAUGURADAS NO TRIMESTRE (CENTAURO E FISIA);
- EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA, O INCREMENTO REFLETE OS MAIORES INVESTIMENTOS EM MARKETING DE PERFORMANCE NA CENTAURO E AUMENTO DE ROYALTIES NA FISIA, EM LINHA COM O AUMENTO DAS COMPRAS E COM O EFEITO DA DESVALORIZAÇÃO CAMBIAL.

EBITDA E LUCRO LÍQUIDO

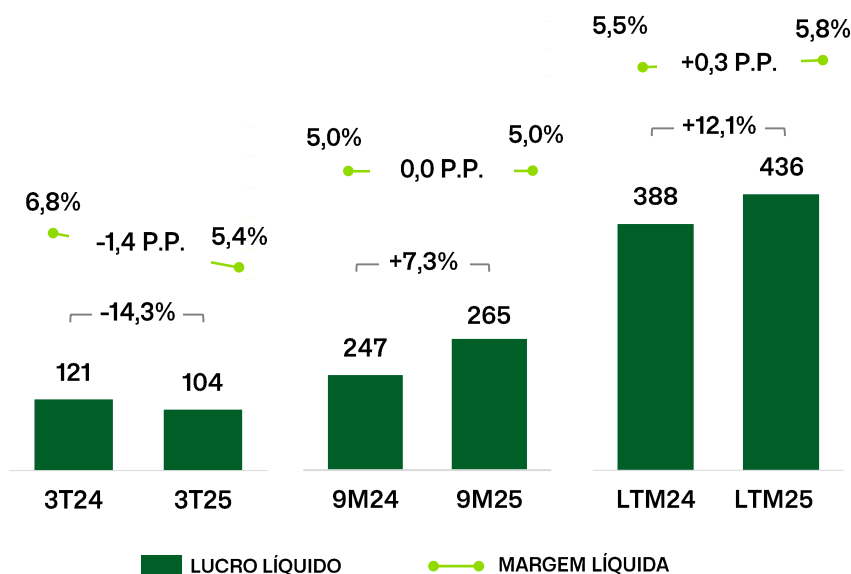
R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

GRUPO SBF

EBITDA



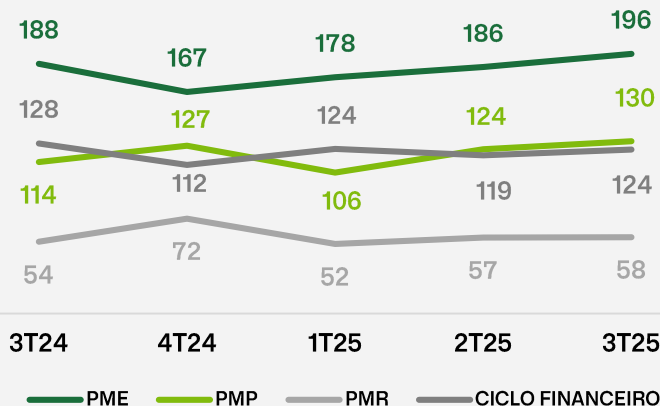
LUCRO LÍQUIDO



MESMO COM CRESCIMENTO DE RECEITA EM AMBAS UNIDADES DE NEGÓCIO E REDUÇÃO DO SG&A SOBRE A RECEITA LÍQUIDA, O EBITDA FOI IMPACTADO PELA DESVALORIZAÇÃO CAMBIAL, QUE ELEVOU O CUSTO DAS MERCADORIAS IMPORTADAS PELA FISIA E PRESSIONOU A MARGEM BRUTA CONSOLIDADA.

EM COMPARAÇÃO AO EBITDA, O LUCRO LÍQUIDO TEVE UMA PRESSÃO MENOR NO TRIMESTRE, EXPLICADA PELO MELHOR RESULTADO FINANCEIRO – REFLEXO DE MENOR DÍVIDA MÉDIA – E PELA REDUÇÃO DA ALÍQUOTA EFETIVA DE IR, DECORRENTE DO INCENTIVO DE ICMS DA FISIA.

CICLO FINANCEIRO (DIAS)



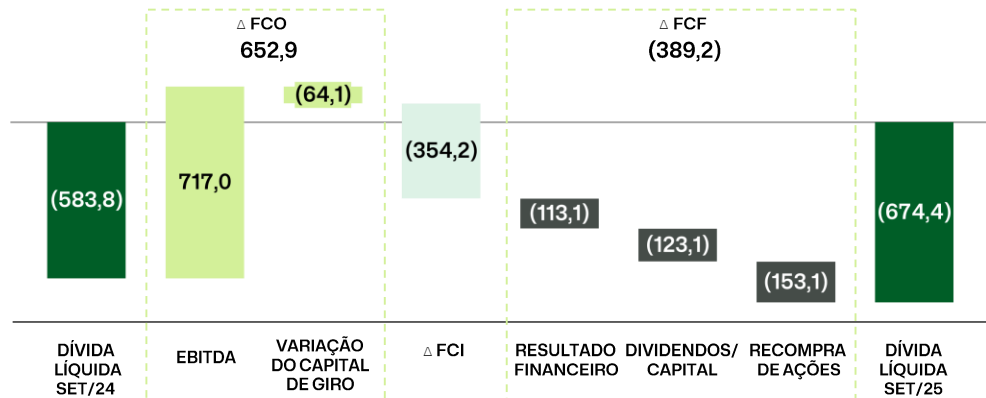
PRINCIPAIS DESTAQUES

- > CICLO FINANCEIRO: -4 DIAS;
- > PME (+8 DIAS): VARIAÇÃO EXPLICADA PELO AUMENTO DOS ESTOQUES NA CENTAURO E NA FISIA, DECORRENTE DA SAZONALIDADE E DEMANDA DOS PRÓXIMOS TRIMESTRES;
- > PMR (+4 DIAS): REFLEXO DA FLEXIBILIZAÇÃO TEMPORÁRIA DAS CONDIÇÕES DE PARCELAMENTO NA CENTAURO E NA FISIA;
- > PMP (+16 DIAS): AUMENTO EXPLICADO PELO MAIOR VOLUME DE COMPRAS E NORMALIZAÇÃO DOS RECEBIMENTOS DE PRODUTOS NA FISIA NO 3T25 SOB UMA BASE MAIS FRACA NO 3T24.

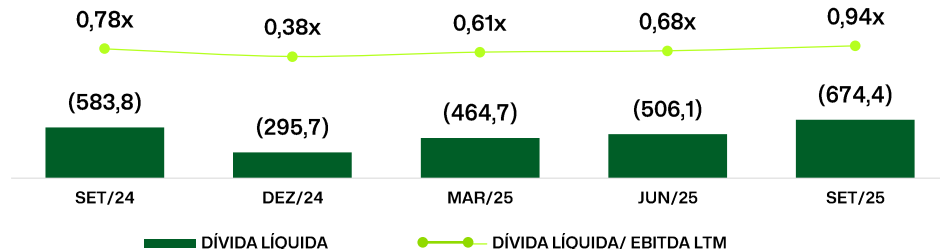
DÍVIDA LÍQUIDA E ALAVANCAGEM (LTM25)

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

FLUXO DE CAIXA GERENCIAL



ALAVANCAGEM



PRINCIPAIS VARIAÇÕES

MESMO COM A GERAÇÃO DE R\$ 652,9 MILHÕES DE CAIXA OPERACIONAL VINDO PRINCIPALMENTE DO EBITDA, NOS ÚLTIMOS 12 MESES, A DÍVIDA LÍQUIDA CONTOU COM UM INCREMENTO DE R\$ 90,6 MILHÕES EXPLICADO POR:

FCI:

- INCREMENTO NO CAPEX DECORRENTE DA ACELERAÇÃO DOS INVESTIMENTOS INICIADOS EM 2025.

FCF:

- (I) PROGRAMA DE RECOMPRA DE AÇÕES, NO VALOR DE R\$ 153,1 MILHÕES, (II) DISTRIBUIÇÃO DE R\$ 127,4 MILHÕES DE DIVIDENDOS E (III) R\$ 113,1 MILHÕES DE RESULTADO FINANCEIRO (VS R\$ 157,1 MILHÕES NO PERÍODO DE COMPARAÇÃO, REFLEXO DA MENOR DÍVIDA MÉDIA EM 2025).

APESAR DA EXPANSÃO EM DÍVIDA LÍQUIDA, A COMPANHIA MANTEVE A ALAVANCAGEM EM UM PATAMAR SAUDÁVEL DE 0,94X, REFORÇANDO O COMPROMISSO COM UMA ESTRUTURA DE CAPITAL EQUILBRADA.

Q&A

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

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

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



GRUPO SBF

 **CENTAURO**

FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL  NO BRASIL

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



**José
Salazar**



**Victoria
Machado**



**Luna
Romeu**



**Larissa
Cristovão**



**João
Marques**

Aviso Legal

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

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

EARNINGS RELEASE

3Q25

GRUPO SBF



GRUPO SBF

CENTAURO

FISIA
INSTRUMENTOS FINancieros



AGENDA

- > MESSAGE FROM THE MANAGEMENT AND STRATEGIC INITIATIVES
- > 3Q25 FINANCIAL RESULTS
- > Q&A



MESSAGE FROM THE MANAGEMENT

GUSTAVO FURTADO
CEO

GRUPO SBF

QUARTER HIGHLIGHTS

FOLLOWING THE STRATEGIC PLAN AND FOCUS ON RETAIL

STRATEGIC INITIATIVES WITH FOCUS ON THE GROWTH OF **CENTAURO AND FISIA**, ALREADY SHOWING EFFECTS IN BOTH BUSINESS UNITS.

ADVANCES IN OMNICHANNEL

IN CENTAURO, **~70% OF E-COMMERCE 3P EXCHANGES OCCUR IN STORES**, OF WHICH ~65% ARE CONVERTED TO 1P; PILOT PROGRAM FOR IN-STORE COLLECTION FOR NIKE PURCHASES (AS SELLER).

SOLID RESULTS AT CENTAURO

+15% NET REVENUE VS. 3Q24, WITH **+13%** IN STORES AND **+20%** IN DIGITAL; CENTAURO SSS OF **+15%** IN FOOTWEAR, SSS OF **+21%** AND **+15%** CONVERSION.

NETWORK EXPANSION AND MODERNIZATION

TWO NEW STORES AND ONE REFIT AT CENTAURO, IN ADDITION TO A STORE RELOCATION AND EXPANSION IN BH; **NDIS OPENING** IN CAMPINAS AND NVS EXPANSION IN RJ.

RECOVERY OF FISIA'S WHOLESALE CHANNEL

+28% GROWTH VS. 3Q24 SUPPORTED BY COMMERCIAL AGENDA, SHOWROOMS, AND RENEWED CLIENT RELATIONSHIPS.

NET INCOME OF R\$ 435.6M IN LTM25

12% GROWTH VS. LTM24, WITH A NET MARGIN OF **5.8% (+0.3 P.P.)**.

STRATEGIC INITIATIVES

BACK TO BASICS: STRONG FOCUS ON RETAIL CENTAURO ACTION PLAN AND RESULTS

TECHNICAL AND PERSONALIZED SERVICE COMBINED WITH A BROADER AND MORE ACCURATE ASSORTMENT

- SIGNIFICANT INCREASE IN FOOTWEAR SALES;
- IN FOOTWEAR, **+21%** IN SSS AND **+15%** IN CONVERSION VS. 3Q24;
- **+54%** IN REVENUE FROM HIGH-PERFORMANCE FOOTWEAR.

REINFORCEMENT OF THE SALES TEAM

- SERVICE RESTRUCTURED IN LINE WITH THE POTENTIAL OF THE STORE;
- FOCUSING ON THE CONTINUOUS TRAINING AND QUALIFICATION;
- ROOM TO REINFORCE THE TEAM, PRIORITIZING LOCATIONS AND STORES WITH HIGHER TRACTION, AIMING TO CAPTURING THE DEMAND OF 4Q25.

GREATEST FATHER'S DAY IN HISTORY

- RESULTS ON LEVELS TRADITIONALLY OBSERVED AT CHRISTMAS;
- **21.8%** INCREASE VS. 2024, **+0.9 P.P.** IN STORE CONVERSION, WITH A HIGHLIGHT OF **+28.0%** IN THE SOCCER CATEGORY.

RECOVERY OF COMPLEMENTARY CATEGORIES

- THROUGH COMMERCIAL REINFORCEMENT WITH DEDICATED DIRECTORS FOR CATEGORIES (FOOTWEAR, SOCCER, APPAREL, COMPLEMENTARY), CENTAURO IMPROVED ITS ASSORTMENT, MIX CURATION, AND DISTRIBUTION EFFICIENCY;
- **+62%** BASKETBALL APPAREL, **+26%** RACKETS, **+20%** AQUATICS, AND **+16%** FOOD VS. 3Q24.



BACK TO BASICS: STRONG FOCUS ON RETAIL CENTAURO ACTION PLAN AND RESULTS

DIGITAL STRATEGIC PILLARS

ADVANCES IN OMNICHANNEL

- IN CENTAURO, APPROX. 70% OF E-COMMERCE 3P ORDER EXCHANGES OCCUR IN PHYSICAL STORES, AND APPROX. 65% OF THESE ARE CONVERTED INTO EXCHANGES FOR 1P PRODUCTS;
- PILOT PROJECT FOR IN-STORE PICKUP OF E-COMMERCE PURCHASES FROM CENTAURO, WITH NIKE AS THE 3P SELLER.

SHOPPING EXPERIENCE AND TECHNOLOGY PLATFORM

- MORE ASSERTIVE ASSORTMENT REFLECTING THE REVIEW OF THE PRODUCT MIX AND RANGE;
- NEW PAYMENT METHODS ARE NOW AVAILABLE ON THE CENTAURO APP, APPLE PAY, AND GOOGLE PLAY, IMPROVING THE PURCHASE EXPERIENCE.

**+20% GROWTH IN
DIGITAL CHANNEL REVENUE
VS. 3Q24**

**+38% IN THE FOOTWEAR
CATEGORY IN ONLINE SALES
VS. 3Q24**





STRATEGIC INITIATIVES

BACK TO BASICS: STRONG FOCUS ON RETAIL CENTAURO ACTION PLAN AND RESULTS

OWNED BRANDS

INCREASE IN ALL BRANDS

- HIGHLIGHT FOR OXER (60% OF CENTAURO'S OWNED BRAND PORTFOLIO), WHICH **GREW 9%** COMPARED TO 3Q24;
- OXER DEBUTS IN THE FOOTWEAR CATEGORY WITH THE LAUNCH OF ITS FIRST SNEAKER MODELS;
- LICENSED PRODUCTS FROM THE ASICS BRAND **GREW BY 11.8%** COMPARED TO THE 3Q24.

BETTER INVENTORY MANAGEMENT

CONSISTENT PROGRESS

- **3.O.P.P.** REDUCTION IN INVENTORY OF PAST SEASONS VS. 2Q25, AND **4.O.P.P.** VS. 1Q25;
- BETTER ACCURACY OF DEMAND, PURCHASING DISCIPLINE, AND HEALTHIER TURNOVER.

GRUPO SBF





STRATEGIC INITIATIVES

GRUPO SBF

WHOLESALE AND PRIORITIZATION OF CORE CATEGORIES

WHOLESALE FISIA BACK IN BUSINESS

- **+28% INCREASE IN THE CHANNEL IN 3Q25;**
- **THE RECOVERY WAS ALSO DRIVEN BY CENTAURO'S GROWTH IN THIS CHANNEL, WHICH BOOSTED DEMAND FOR NIKE.**

SHOWROOM EVENT | SUMMER 26 COLLECTION

- **EVENT WITH OVER 300 PARTICIPANTS IN ATTENDANCE, REPRESENTING 80% OF THE WHOLESALE CHANNEL, FOCUSED ON STRENGTHENING RELATIONSHIPS;**
- **IN ADDITION TO THE LARGEST INVITED ACCOUNTS, THE MEETING ALSO INCLUDED SMALLER CLIENTS, EXPANDING COMMERCIAL PROXIMITY;**
- **EVENT STRUCTURED IN TWO DAYS: ONE DEDICATED TO SOCCER AND THE OTHER TO RUNNING;**
- **SOCCER: PRESENTATION OF THE JERSEYS FOR THE BRAZILIAN NATIONAL SOCCER TEAM AND CLUBS THAT ARE STARTING TO BE SPONSORED BY NIKE IN 2026;**
- **RUNNING: PRESENTATION OF THE NEW VERSIONS OF *DOWNSHIFTER*, *WINFLO*, AND NEW *PEGASUS*, COVERING FRANCHISES IN ALL PRICE RANGES.**



STRATEGIC INITIATIVES

GRUPO SBF

WHOLESALE AND PRIORITIZATION OF CORE CATEGORIES

SOCCER AND RUNNING

SOCCER | TOTAL 90

- › CELEBRATION OF 20 YEARS OF TOTAL 90, WITH A RELAUNCH FOCUSED ON CASUAL, BEATING SALES EXPECTATIONS;
- › LAUNCH OF CORINTHIANS' THIRD JERSEY, INSPIRED BY 2005, UNDER THE "TOTAL CORINTHIANS" CAMPAIGN, WITH RECORD SALES IN THE FIRST WEEK.

RUNNING | PEGASUS, STRUCTURE AND VOMERO

- › PORTFOLIO REORGANIZATION: FROM THE *REVOLUTION 8* ENTRY-LEVEL PRODUCT TO THE *PEGASUS*, *STRUCTURE*, AND *VOMERO* ICONS;
- › EXPANSION OF THE ROAD RUNNING STRATEGY WITH THE LAUNCHES OF *VOMERO PLUS* AND *STRUCTURE*;
- › VOMERO FRANCHISE INCREASED BY **66%** IN THE QUARTER.

ADVANCES IN OMNICHANNEL

- › NIKE STORES NOW ACCEPT RETURNS AND EXCHANGES FOR PRODUCTS PURCHASED ONLINE;
- › BETTER EXPERIENCE AND LESS FRICTION IN THE BUYING JOURNEY.

STRATEGIC INITIATIVES

STORE OPENINGS AND RENOVATIONS



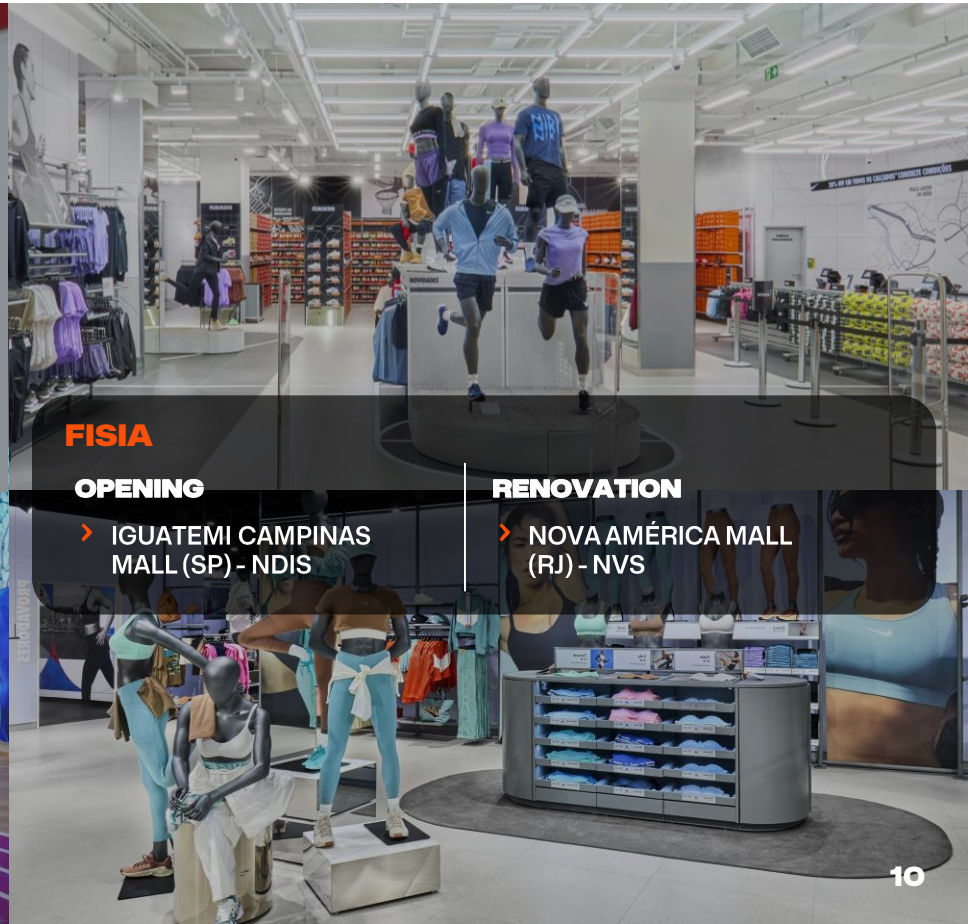
CENTAURO

OPENINGS

- RIO PRETO MALL (SP)
- CARUARU MALL (PE)

RENOVATIONS

- CIDADE MALL (BH)
- PARTAGE MALL (SP) 1ST REFIT



FISIA

OPENING

- IGUATEMI CAMPINAS MALL (SP) - NDIS

RENOVATION

- NOVA AMÉRICA MALL (RJ) - NVS

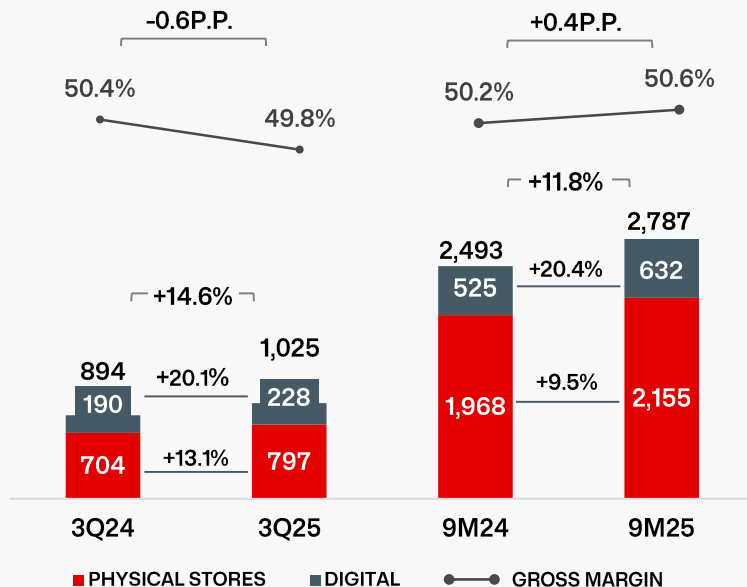


FINANCIAL RESULTS

JOSÉ SALAZAR
CFO

GRUPO SBF

NET REVENUE AND GROSS MARGIN



REVENUE GROWTH WITH A +14.8% INCREASE IN SAME STORE SALES, AS A RESULT OF CONTINUING THE STRATEGIC PLAN AND ASSORTMENT ADJUSTMENTS.

STORES

+23.0% IN FOOTWEAR

(50% OF SALES) RECORDED +15,0% INCREASE IN CONVERSION.

+15.2% IN REVENUE PER SQM

DUE TO THE ADDITION OF NEW SALESPERSONS IN STORES AND ASSORTMENT ADJUSTMENTS.

+5.1% INCREASE IN AVERAGE TICKET

+11.0% GROWTH IN ITEMS SOLD (IN VOLUME)

DIGITAL

+38% IN FOOTWEAR

GREATER INVENTORY REPLENISHMENT AND FOCUS ON BEST SELLERS.

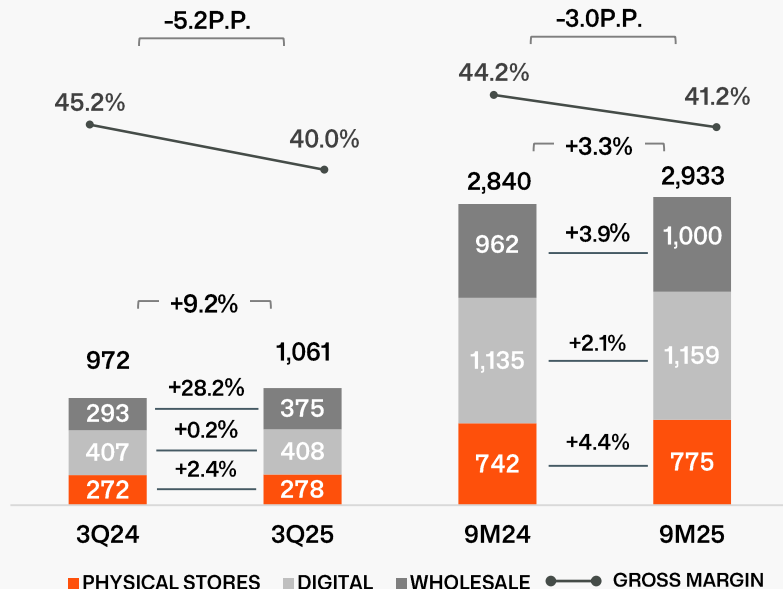
GROSS MARGIN

MARGIN IMPACTED BY THE MIX OF CHANNELS AND CATEGORIES WITH A GREATER DIGITAL PRESENCE.

REDUCED VOLUME OF OLD INVENTORY AND LESS MARKDOWNS, SUSTAINING FULL-PRICE SALES.



NET REVENUE AND GROSS MARGIN



INCREASE IN REVENUE REFLECTING THE WHOLESALE CHANNEL'S GRADUAL RECOVERY AND THE IMPLEMENTATION OF TAX INCENTIVES FOR PHYSICAL STORES AND WHOLESALE.

STORES

+18.3% NDIS REVENUE

+0.4% NVS REVENUE

EVOLUTION OF THE **PREMIUM AND PERSONALIZED** CUSTOMER SERVICE IN NDIS.

IMPACT ON NVS AS A RESULT OF PRIORITIZING THE WHOLESALE RECOVERY, REDUCING THE REMAINDERS NORMALLY DIRECTED TO STORES.

DIGITAL

+5.8% OF REVENUE ON 1P

HIGHLIGHTING THE **HEALTHY PERFORMANCE** OF FISIA'S OWN E-COMMERCE.

GROSS MARGIN

HIGHER EXCHANGE RATE IMPACT DUE TO THE DEPRECIATION OF THE REAL, WHICH INCREASED THE COST OF IMPORTED GOODS (APPROX. 55% OF COGS).

ICMS TAX INCENTIVE IN EFFECT FOR PHYSICAL STORES AND EXTENDED TO THE WHOLESALE CHANNEL AS OF AUGUST/25, PARTIALLY OFFSETTING THE EXCHANGE RATE IMPACT.

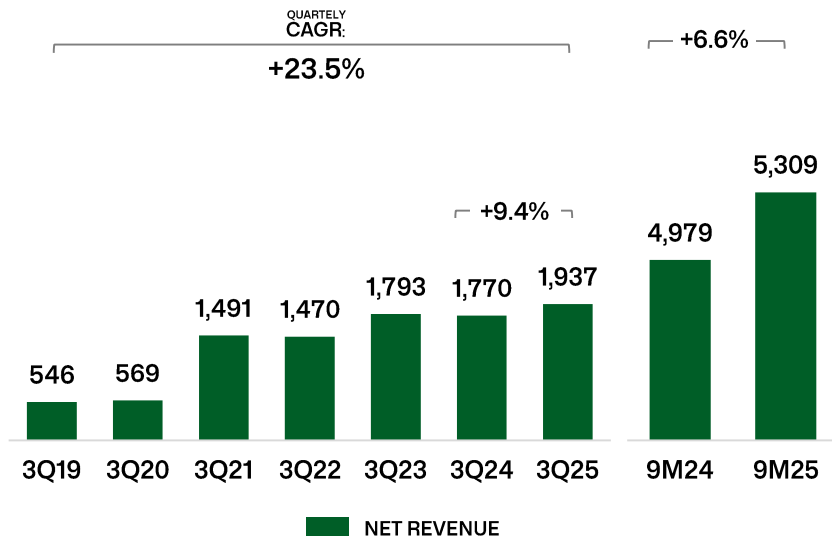


NET REVENUE AND GROSS PROFIT

R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS

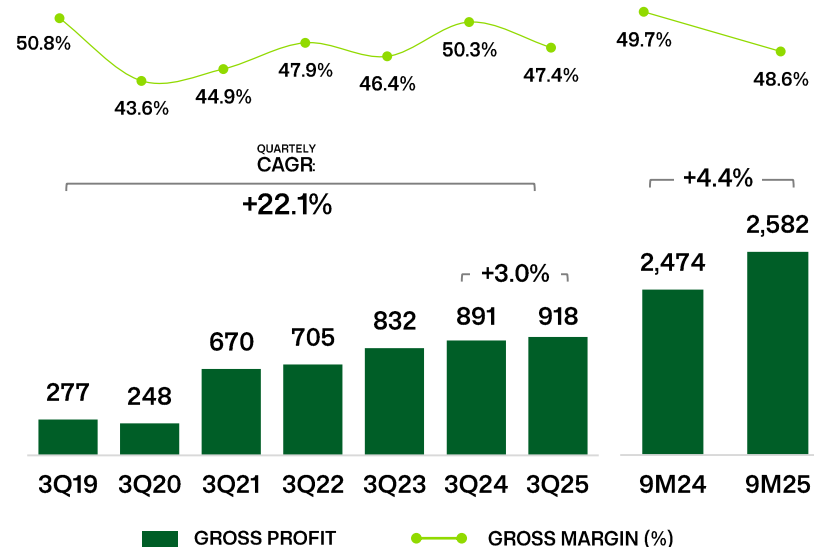
GRUPO SBF

NET REVENUE



SECOND QUARTER IN A ROW OF GROWTH IN BOTH BUSINESS UNITS AND ALL CHANNELS. CENTAURO BOOSTED BY GROWTH IN FOOTWEAR, HIGHER STORE PRODUCTIVITY, AND INCREASE IN CONVERSION. FISIA BENEFITED FROM THE CONTINUED RECOVERY OF WHOLESALE AND ICMS TAX INCENTIVE IN PHYSICAL STORES AND WHOLESALE.

GROSS PROFIT

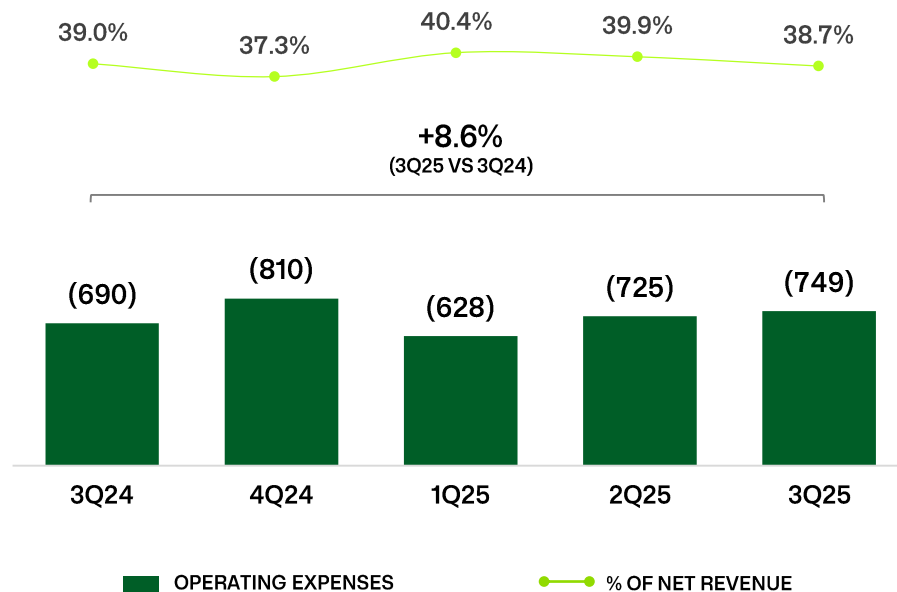


GROSS MARGIN IMPACTED BY EXCHANGE RATE PRESSURE IN FISIA AND THE WHOLESALE CHANNEL'S BIGGER SHARE (LOWER PROFITABILITY). CENTAURO REPORTED A STABLE MARGIN.

OPERATING EXPENSES

R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS

GRUPO SBF



MAIN IMPACTS

- EVEN WITH THE INCREASE IN OPERATING EXPENSES DUE TO THE FOCUS ON INVESTMENTS, MAINLY IN CENTAURO, SG&A AS A PERCENTAGE OF NET REVENUE DECREASED BY 0.3 P.P. VS. 3Q24;
- SELLING EXPENSES GREW IN LINE WITH REVENUE GROWTH, WHILE GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES INCREASED AT A LOWER RATE.

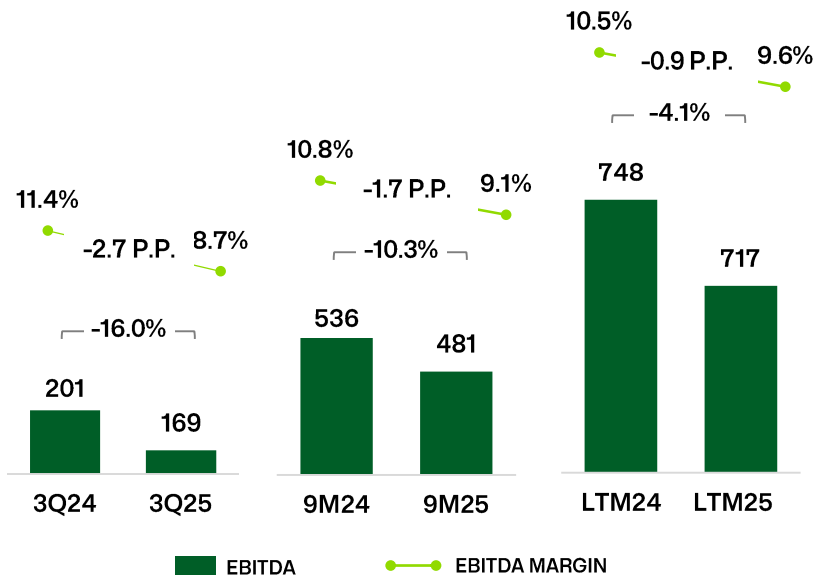
SELLING

- THE INCREASE IN PERSONNEL REFLECTS THE REINFORCEMENT OF HEADCOUNT IN CENTAURO STORES IMPLEMENTED IN 2Q25, AS WELL AS THE RECRUITMENT NECESSARY TO SUPPORT THE RECENTLY OPENED STORES (CENTAURO AND FISIA).
- IN PUBLICITY AND ADVERTISING, THE INCREASE REFLECTS HIGHER INVESTMENTS IN PERFORMANCE MARKETING AT CENTAURO AND HIGHER ROYALTIES EXPENSES AT FISIA, IN LINE WITH THE GREATER PURCHASES VOLUMES AND THE EFFECT OF CURRENCY DEVALUATION.

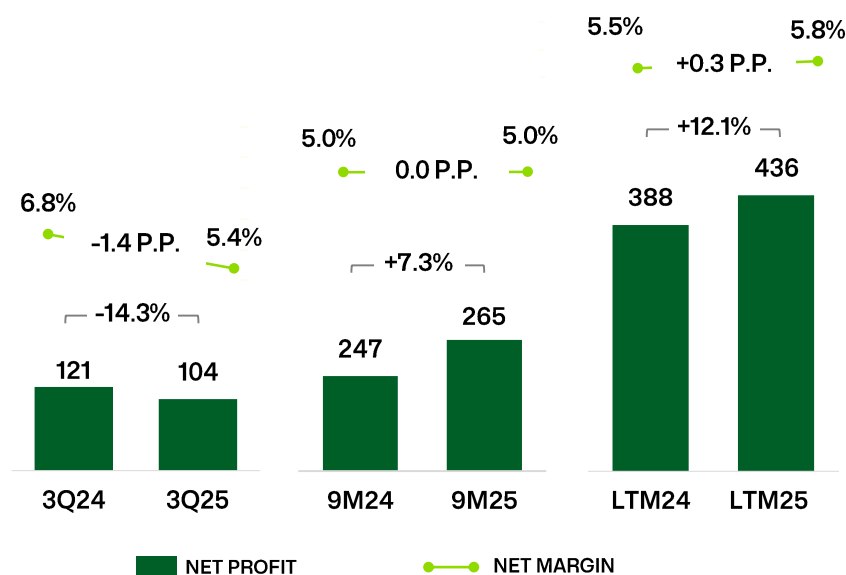
EBITDA AND NET PROFIT

R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS

EBITDA



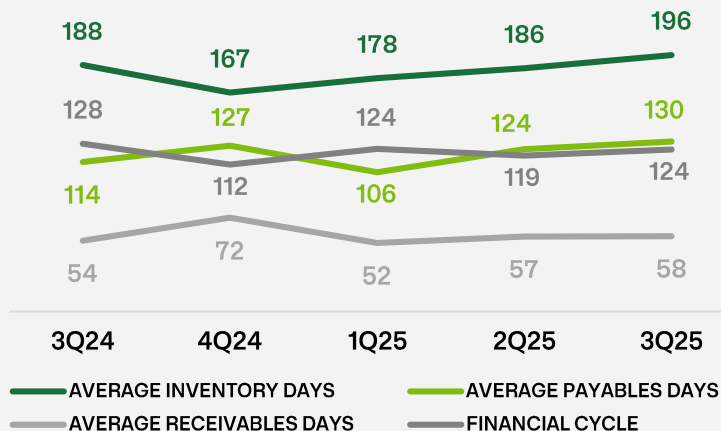
NET PROFIT



EVEN WITH REVENUE GROWTH IN BOTH BUSINESS UNITS AND A REDUCTION IN EXPENSES OVER NET REVENUE, EBITDA WAS IMPACTED BY CURRENCY DEVALUATION, WHICH INCREASED THE COST OF PRODUCTS IMPORTED BY FISIA AND PRESSURED THE CONSOLIDATED GROSS MARGIN.

COMPARED TO EBITDA, NET INCOME WAS UNDER LESS PRESSURE IN THE QUARTER, DUE TO BETTER FINANCIAL INCOME – REFLECTING LOWER AVERAGE DEBT – AND A REDUCTION IN THE EFFECTIVE INCOME TAX RATE, RESULTING FROM THE ICMS INCENTIVE FROM FISIA.

FINANCIAL CYCLE (DAYS)



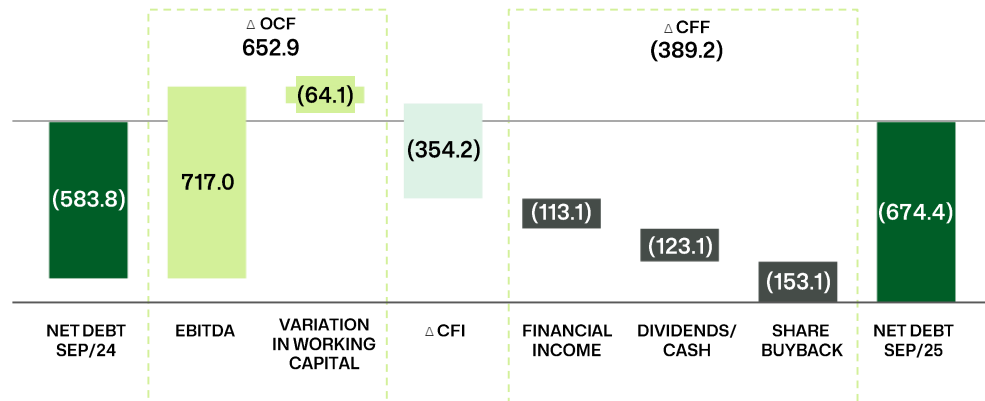
MAIN HIGHLIGHTS

- > FINANCIAL CYCLE: -4 DAYS;
- > AVERAGE INVENTORY DAYS (+8 DAYS): VARIATION EXPLAINED BY HIGHER INVENTORY LEVELS AT CENTAURO AND FISIA, RESULTING FROM SEASONALITY AND DEMAND EXPECTED FOR THE COMING QUARTERS;
- > AVERAGE RECEIVABLES DAYS (+4 DAYS): EFFECTS OF THE TEMPORARY FLEXIBILIZATION OF PAYMENT TERMS AT CENTAURO AND FISIA;
- > AVERAGE PAYABLES DAYS (+16 DAYS): INCREASE EXPLAINED BY HIGHER PURCHASE VOLUMES AND NORMALIZATION OF PRODUCT RECEIVABLES IN 3Q25 COMPARED TO A LOWER BASE IN 3Q24.

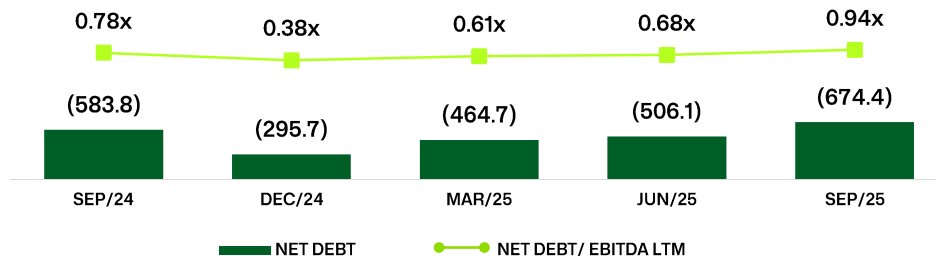
NET DEBT AND LEVERAGE (LTM25)

R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS

CASH FLOW MANAGEMENT



LEVERAGE



MAIN VARIATIONS

EVEN WITH THE GENERATION OF R\$ 652.9 MILLION IN OPERATING CASH FLOW, MAINLY FROM EBITDA, OVER THE LAST 12 MONTHS, NET DEBT INCREASED BY R\$ 90.6 MILLION, EXPLAINED BY:

CFI:

- INCREASE IN CAPEX AS A RESULT OF THE ACCELERATION OF INVESTMENTS STARTING IN 2025.

CFF:

- (I) SHARE BUYBACK PROGRAM, IN THE AMOUNT OF R\$ 153.1 MILLION, (II) DISTRIBUTION OF R\$ 127.4 MILLION IN DIVIDENDS AND (III) R\$ 113.1 MILLION IN FINANCIAL RESULTS (VS. R\$ 157.1 MILLION IN THE COMPARISON PERIOD, REFLECTING THE LOWER DEBT IN 2025).

DESPITE THE INCREASE IN NET DEBT, THE COMPANY MAINTAINED LEVERAGE AT A HEALTHY LEVEL OF 0.94X, REINFORCING ITS COMMITMENT TO A BALANCED CAPITAL STRUCTURE.

Q&A

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

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

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



GRUPO SBF

 **CENTAURO**

FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL  NO BRASIL

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



**José
Salazar**



**Victoria
Machado**



**Luna
Romeu**



**Larissa
Cristovão**



**João
Marques**

Legal Notice

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

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