

# DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

GRUPO SBF

1T26



GRUPO SBF

CENTAURO

FISIA



# AGENDA

- > MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO E INICIATIVAS ESTRATÉGICAS
- > RESULTADOS FINANCEIROS 1T26
- > Q&A



**MENSAGEM DA  
ADMINISTRAÇÃO**

**GUSTAVO FURTADO  
CEO**

GRUPO SBF

## DESTAQUES 1T26

GRUPO SBF BEM  
POSICIONADO PARA  
O ANO DE 2026

REFLEXO DA BASE CONSTRUÍDA EM 2025,  
QUE FORTALECEU NOSSA CAPACIDADE  
OPERACIONAL E COMERCIAL.

## RESULTADOS SÓLIDOS

O GRUPO SBF REGISTROU **RECEITA LÍQUIDA** DE **R\$ 1,8 BI** NO 1T26 (+14,9% VS. 1T25), E **LUCRO BRUTO** DE **R\$ 906 M** (+17,3%) COM **MARGEM BRUTA** DE **50,8%** (+1,1 P.P.).

LUCRO LÍQUIDO DE  
R\$ 78,7M NO 1T26

CRESCIMENTO DE **6,1%**  
VS. 1T25, COM MARGEM  
LÍQUIDA DE **4,4%**.

CONSISTÊNCIA NOS  
RESULTADOS DA CENTAURO

**+13,3%** DE RECEITA LÍQUIDA VS. 1T25 E  
SSS DE **14,6%**. NOS CANAIS: **+14,2%** EM  
LOJAS FÍSICAS E **20,8%** DE GMV DIGITAL.  
A MARGEM BRUTA ATINGIU  
**51,3%** NO PERÍODO.

CRESCIMENTO DE RECEITA  
LÍQUIDA EM TODOS OS  
CANAIS DA FISIA

**+16,4%** NAS LOJAS FÍSICAS E **+15,4%** NO  
DIGITAL, COM DESTAQUE PARA O CANAL  
DE ATACADO QUE CRESCERAM **48,7%**.

MODERNIZAÇÃO DA  
REDE DE LOJAS CENTAURO

INÍCIO DA REFORMA DE 23 LOJAS,  
COM **12 REFITS JÁ CONCLUÍDOS**  
**NO TRIMESTRE**, TOTALIZANDO  
21 LOJAS REVITALIZADAS.

# LANÇAMENTO DA CAMISA OFICIAL DA SELEÇÃO BRASILEIRA

NOS CANAIS DTC DA FÍSIA E DA CENTAURO

## CAMISA AWAY

LANÇAMENTO DIA 12 DE MARÇO

PARCERIA COM A MARCA  
JORDAN PELA PRIMEIRA VEZ  
NA HISTÓRIA

## CAMISA HOME

LANÇAMENTO DIA 22 DE MARÇO

INSPIRADA NOS UNIFORMES  
CLÁSSICOS DA SELEÇÃO  
BRASILEIRA



# CENTAURO 1T26

## ESTRATÉGIA E PERFORMANCE CENTAURO

### PROJETO DESTRAVA

- › INÍCIO DE 2026 CONFIANTES COM A BASE SÓLIDA CONSTRUÍDA EM 2025, REFLEXO DOS INVESTIMENTOS ESTRUTURAIS.

**R\$ 931 M**  
RECEITA LÍQUIDA  
(+13% VS. 1T25)

**12,4%**  
SSS LOJAS

**20,8%**  
GMV DIGITAL  
(1P+3P)

### RESULTADOS SÓLIDOS

- › AVANÇO NAS **PRINCIPAIS CATEGORIAS**, RESULTANDO EM CRESCIMENTO EM AMBOS OS CANAIS;
- › **CALÇADOS DE CORRIDA** COMO UM DOS PRINCIPAIS MOTORES DE CRESCIMENTO, REGISTRANDO AUMENTO DE **48%** NAS VENDAS DA CATEGORIA;
- › AVANÇO NA **CATEGORIA DE FUTEBOL**, COM DESTAQUE PARA OS PRODUTOS RELACIONADOS À COPA DO MUNDO, REGISTRANDO VENDAS RELEVANTES DE **LICENCIADOS** EM PARCERIA COM A CBF E DA **BOLA OFICIAL**.
- › EXPANSÃO DA **MALHA LOGÍSTICA**: NOVO PROJETO DE **CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO SECUNDÁRIOS** EM DIVERSAS REGIÕES DO PAÍS.

### MODERNIZAÇÃO DA REDE DE LOJAS

**REVITALIZAÇÕES COM FOCO NA EVOLUÇÃO DA EXPERIÊNCIA EM LOJA E NA BANDEIRA CENTAURO, VISANDO FORTALECER A PRODUTIVIDADE E POSICIONAMENTO DA MARCA**

- › 23 OBRAS INICIADAS NO 1T26;
- › 12 REFITS REINAUGURADOS NO TRIMESTRE;
- › 21 LOJAS REVITALIZADAS NO TOTAL;
- › DESEMPENHO SUPERIOR AO DE LOJAS NAS MESMAS REGIÕES.

# FISIA 1T26

## CRESCIMENTO DO ATACADO E DAS CATEGORIAS FUTEBOL E CORRIDA

### AVANÇOS ESTRUTURAIS DECORRENTES DA EXECUÇÃO BEM-SUCEDIDA DAS ESTRATÉGIAS DEFINIDAS EM 2025

#### ATACADO

- > SEQUÊNCIA DA TRAJETÓRIA DE CRESCIMENTO INICIADA NO 2S25;
- > CRESCIMENTO DE **+48,7%** VS. 1T25, IMPULSIONADO TAMBÉM PELAS VENDAS DE PRODUTOS VOLTADOS A COPA DO MUNDO.

#### CANAIS DTC

- > CRESCIMENTO CONSISTENTE NO 1T26: **+16,4%** NAS LOJAS FÍSICAS E **+15,4%** NO DIGITAL (VS. 1T25);
- > O CANAL DIGITAL VOLTOU A APRESENTAR CRESCIMENTO DE DUPLO DÍGITO, COM DESTAQUE PARA AS CATEGORIAS DE FUTEBOL, CORRIDA E CASUAL.

#### FUTEBOL

- > LANÇAMENTO DAS CAMISAS DOS NOVOS CLUBES PATROCINADOS PELA NIKE, **ATLÉTICO MINEIRO** E **VASCO DA GAMA**, COM PERFORMANCE SUPERANDO AS EXPECTATIVAS;
- > LANÇAMENTO DA NOVA COLEÇÃO DE **COPA DO MUNDO DE 2026**.

#### CORRIDA

- > CONTINUIDADE DA ESTRATÉGIA DE **ROAD RUNNING**;
- > FRANQUIAS **PEGASUS**, **STRUCTURE** E **VOMERO**, SEGUEM APRESENTANDO PERFORMANCE POSITIVA, IMPULSIONANDO OS CANAIS DTC, EM ESPECIAL O DIGITAL.

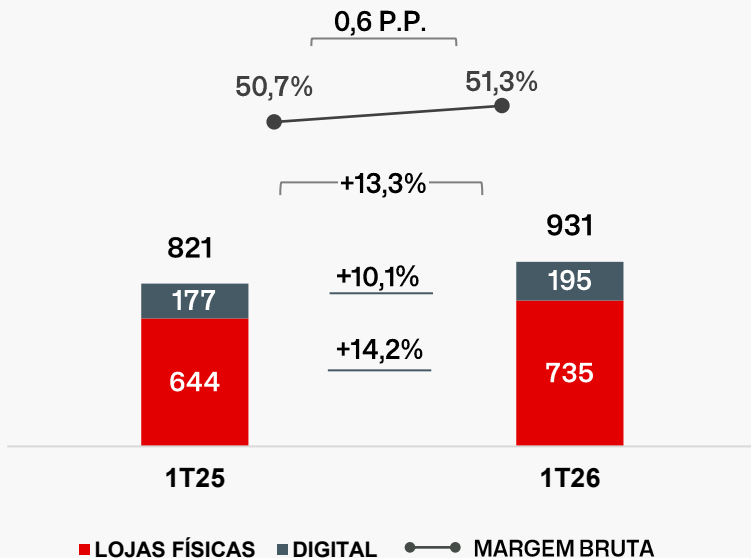




# RESULTADOS FINANCEIROS

**JOSÉ SALAZAR**  
**CFO**

GRUPO SBF

**RECEITA LÍQUIDA E MARGEM BRUTA**

CRESCIMENTO DE RECEITA COM SSS DE **+14,6%**,  
IMPULSIONADO PELO AVANÇO NOS DOIS CANAIS E  
NAS CATEGORIAS DE FUTEBOL E CALÇADOS.

**LOJAS** (VS. 1T25)

**+33,4% EM FUTEBOL**  
DESTAQUE PARA AS VENDAS INICIAIS DE  
COPA E DA NOVA CAMISA DO VASCO

**+22,3% EM CALÇADOS**  
ITENS DE ALTA PERFORMANCE E CORRIDA

**+5,8% DE ITENS VENDIDOS**

**+9,2% DE TICKET MÉDIO**

**92,4 DE NPS (+2,3 PONTOS VS. 1T25)**

**DIGITAL** (VS. 1T25)

**+20,8% DE GMV**  
AVANÇO DA OPERAÇÃO 3P

**+42,4% EM FUTEBOL**  
IMPULSIONADO PELO LANÇAMENTO DA  
CAMISA DO VASCO E DA SELEÇÃO.

**+17,0% EM TRÁFEGO**

**+10,5% DE ITENS VENDIDOS**

**+4,2% DE TICKET MÉDIO**

**MARGEM BRUTA** (VS. 1T25)

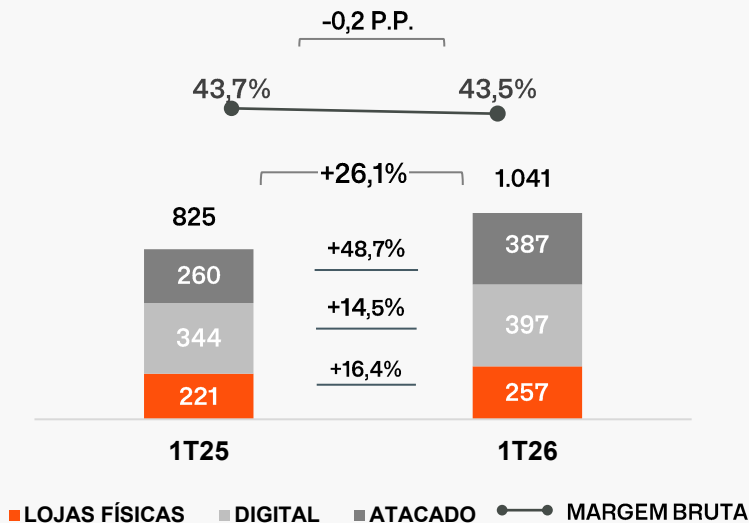
**51,3% (+0,6 P.P. VS. 1T25)**

MANUTENÇÃO DA MARGEM BRUTA EM  
UM PATAMAR SAUDÁVEL POR MAIS  
UM TRIMESTRE

MIX ASSERTIVO E MENOS REMARCAÇÕES.



## RECEITA LÍQUIDA E MARGEM BRUTA



EXPANSÃO DE RECEITA ATRAVÉS DO CRESCIMENTO EM TODOS OS CANAIS, COM DESTAQUE PARA A CONTÍNUA EVOLUÇÃO DO CANAL DE ATACADO.

### LOJAS (VS. 1T25)

DESTAQUE PARA VENDAS INICIAIS DE COPA E DAS CAMISAS DE ATLÉTICO-MG E VASCO

**+3,6% DE TICKET MÉDIO NVS**  
EVOLUÇÃO NA ESTRATÉGIA DE ABASTECIMENTO E QUALIDADE DE ESTOQUE

**+14,0% DE TICKET MÉDIO NDIS**  
REFLETINDO GANHOS DE PRODUTIVIDADE E AUMENTO DA CONVERSÃO

### DIGITAL (VS. 1T25)

**+62,6% EM FUTEBOL**  
LANÇAMENTOS DAS CAMISAS DOS NOVOS CLUBES (VASCO E ATLÉTICO - MG) E COLEÇÃO DE COPA DO MUNDO

**+30,3% EM CORRIDA**  
MODELOS ROAD RUNNING EM DESTAQUE

**+7,8% EM CASUAL**

### ATACADO (VS. 1T25)

**+48,7% NO 1T26**  
DESTAQUE PARA PRODUTOS DOS NOVOS CLUBES E COPA DO MUNDO.

### MARGEM BRUTA (VS. 1T25)

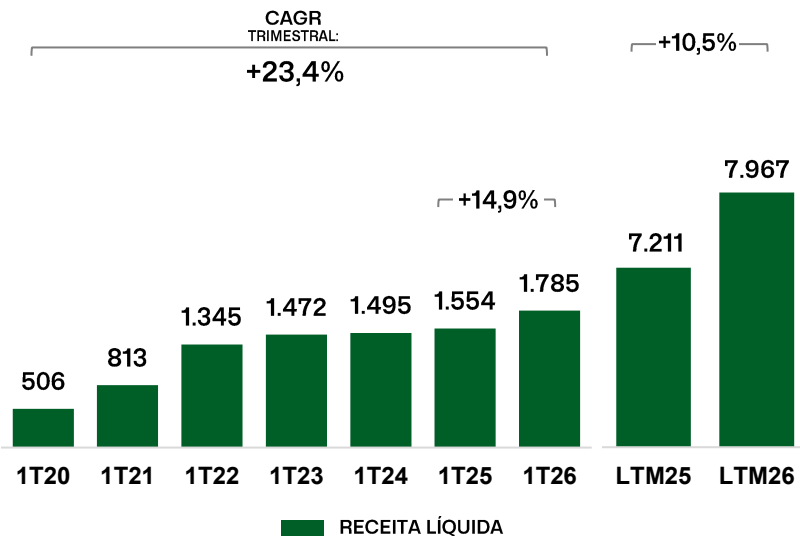
**IMPACTO DA DESVALORIZAÇÃO CAMBIAL, COMPENSADO PARCIALMENTE PELO INCENTIVO FISCAL DE ICMS NAS LOJAS E NO ATACADO.**



# RECEITA LÍQUIDA E LUCRO BRUTO

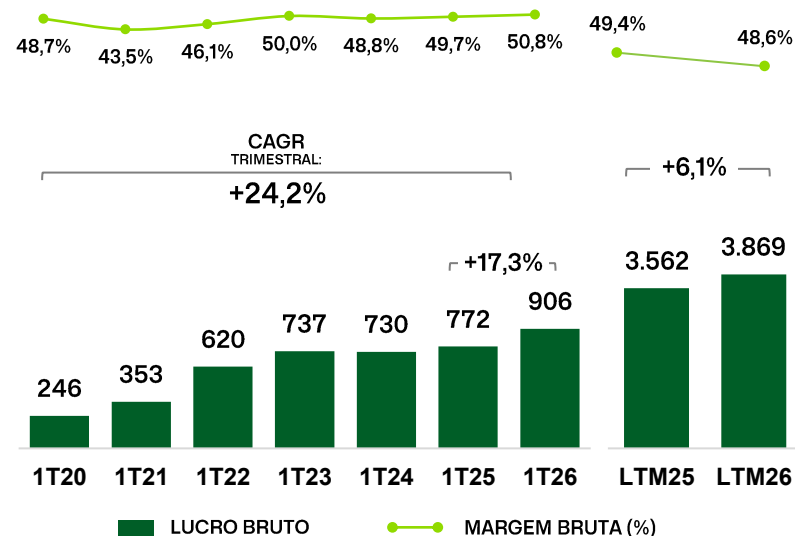
R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

## RECEITA LÍQUIDA



CRESCIMENTO DE DUPLO DÍGITO EM AMBAS AS UNIDADES DE NEGÓCIO. CENTAURO BENEFICIADA PELO AVANÇO DAS CATEGORIAS DE FUTEBOL E CALÇADOS NOS DOIS CANAIS. FÍSIA IMPULSIONADA PELAS VENDAS DE CÔPA NO ATACADO, PELOS NOVOS CLUBES E PELA CATEGORIA DE CALÇADOS NOS CANAIS DTC.

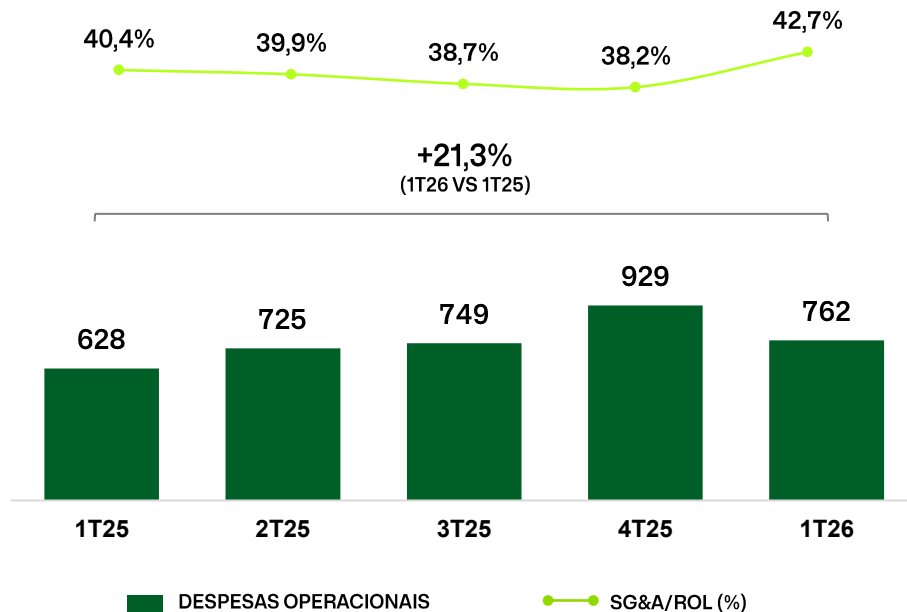
## LUCRO BRUTO



A EXPANSÃO DA MARGEM BRUTA CONSOLIDADA NO 1T26 REFLETE A MANUTENÇÃO DA MARGEM DA CENTAURO EM PATAMAR SAUDÁVEL E UMA LEVE PRESSÃO CAMBIAL NA MARGEM BRUTA DA FÍSIA.

# DESPESAS OPERACIONAIS

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS



## DESPESAS OPERACIONAIS

+21,3%, REPRESENTANDO 42,7% DA RECEITA LÍQUIDA (+2,3 P.P. VS. 1T25)

## VENDAS

+24,4%, ATINGINDO 37,3% DA RECEITA LÍQUIDA (+2,8 P.P. VS. 1T25),  
IMPACTADAS PRINCIPALMENTE PELAS LINHAS DE:

### PESSOAL

- (I) REFORÇO DE *HEADCOUNT* NAS LOJAS CENTAURO (NO 2T25);
- (II) CONTRATAÇÕES PARA NOVAS LOJAS INAUGURADAS APÓS O 1T25.

### PUBLICIDADE E PROPAGANDA

- (I) ROYALTIES: DADO O MAIOR VOLUME DE MERCADORIAS RECEBIDAS (CRESCIMENTO DA CENTAURO E PREPARAÇÃO PARA A COPA) E A CONCENTRAÇÃO DESSES RECEBIMENTOS NO 2S25;
- (II) NOVOS PATROCÍNIOS: VASCO DA GAMA E ATLÉTICO MINEIRO;
- (III) ROYALTIES CORINTHIANS: RECONHECIMENTO MAIS LINEAR EM 2026.

### GERAIS E ADMINISTRATIVAS

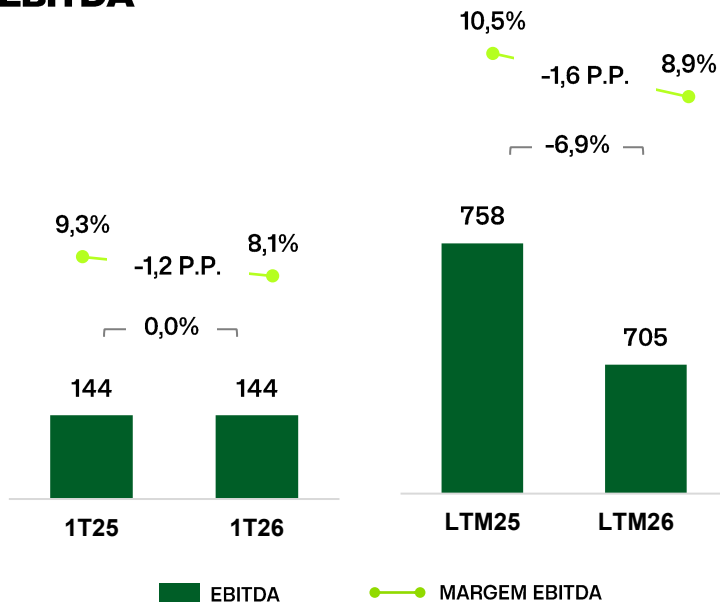
+8,2%, ATINGINDO 5,9% DA RECEITA LÍQUIDA (-0,4 P.P. VS. 1T25)

IMPACTADAS PELO INÍCIO DO PROJETO DE REVISÃO E ESTUDO DE VIABILIDADE PARA UNIFICAÇÃO DE ESTOQUES.

# EBITDA E LUCRO LÍQUIDO

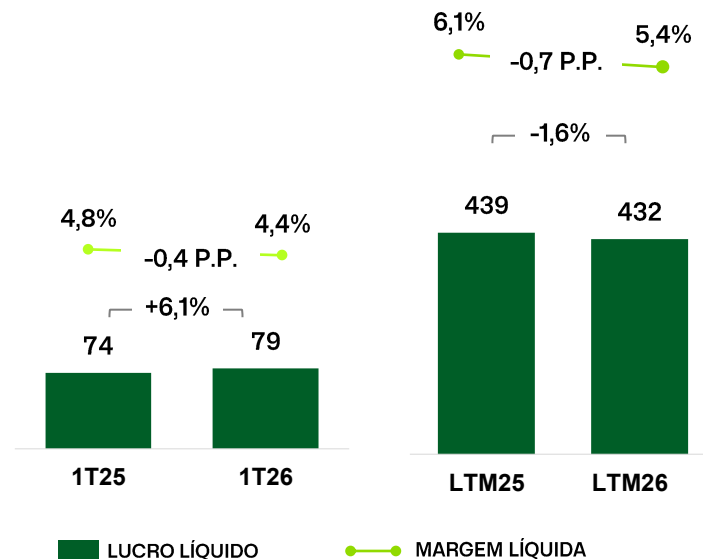
R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

## EBITDA



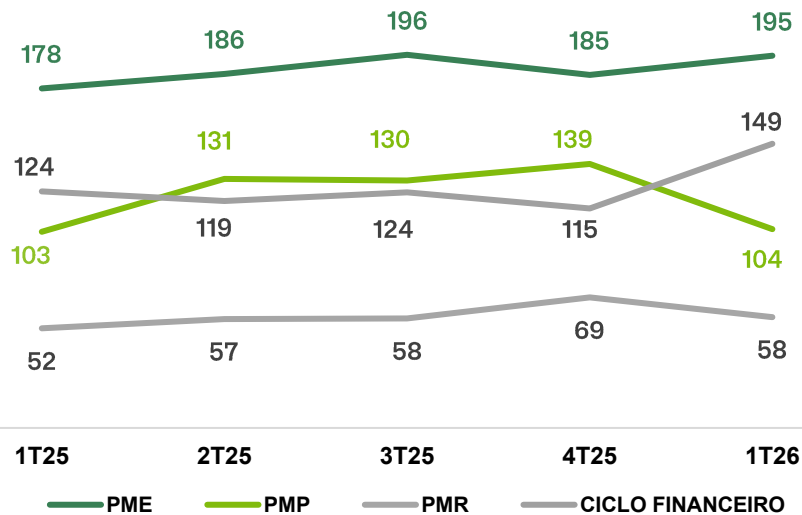
O EBITDA PERMANECEU ESTÁVEL NO 1T26, COM UMA COMPRESSÃO NA MARGEM EBITDA REFLETINDO O IMPACTO CAMBIAL SOBRE O CUSTO DAS MERCADORIAS IMPORTADAS PELA FISIA, E A DESALAVANÇAGEM OPERACIONAL, EM FUNÇÃO DO AUMENTO DAS DESPESAS COM VENDAS.

## LUCRO LÍQUIDO



O CRESCIMENTO DO LUCRO LÍQUIDO NO 1T26 FOI SUSTENTADO PELA MENOR ALÍQUOTA EFETIVA DE IR, DECORRENTE DOS INCENTIVOS FISCAIS DE ICMS NA FISIA, COMPENSANDO (I) O IMPACTO CAMBIAL NO CUSTO, (II) A DESALAVANÇAGEM OPERACIONAL, E (III) O MAIOR RESULTADO FINANCEIRO, DADO O AUMENTO DA DÍVIDA E DOS JUROS.

## CICLO FINANCEIRO (DIAS)



### PRINCIPAIS VARIAÇÕES

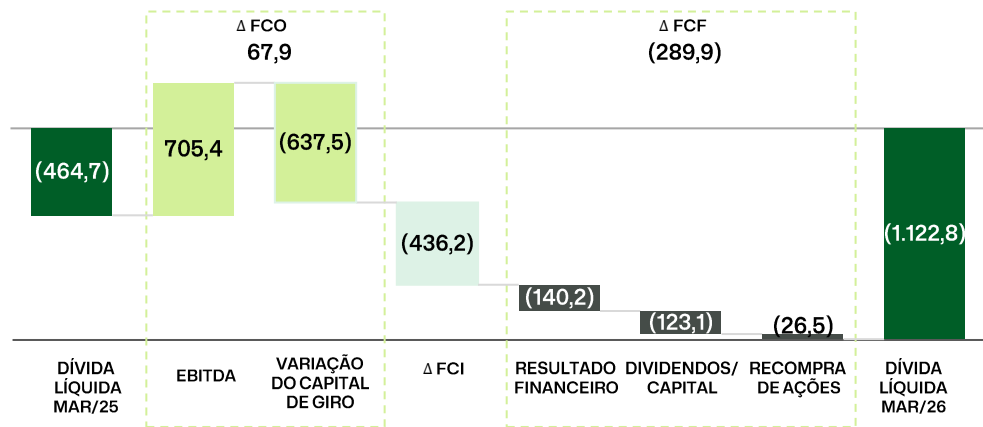
- > CICLO FINANCEIRO: +25 DIAS;
- > PME (+17 DIAS): INCREMENTO NOS ESTOQUES PARA SUPORTAR O CRESCIMENTO DA OPERAÇÃO E A PREPARAÇÃO PARA A COPA DO MUNDO 2026.
- > PMR (+6 DIAS): VENDAS COM MAIOR PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO.

# DÍVIDA LÍQUIDA E ALAVANCAGEM

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

GRUPO SBF

## FLUXO DE CAIXA GERENCIAL (LTM 2026)



NOS ÚLTIMOS 12 MESES, A DÍVIDA LÍQUIDA CONTOU COM R\$ 658,2 MILHÕES DE INCREMENTO, EXPLICADO PRINCIPALMENTE POR:

### FCO:

> VARIACÃO DO CAPITAL DE GIRO DADA A SAZONALIDADE, O CRESCIMENTO DA OPERAÇÃO E A PREPARAÇÃO PARA A COPA;

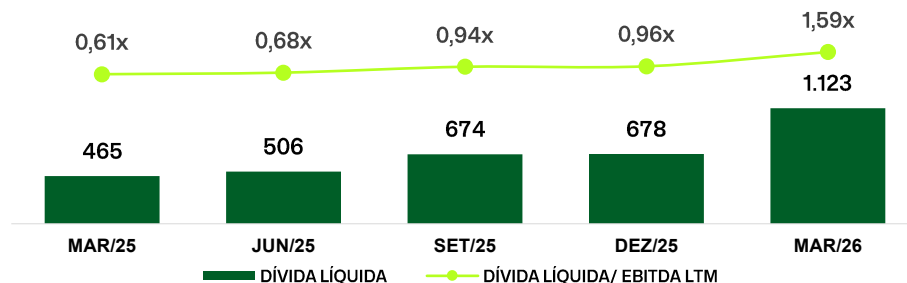
### FCI:

> INCREMENTO NO CAPEX EM LINHA COM A AGENDA DE INVESTIMENTOS INICIADA A PARTIR DO 2T25;

### FCF:

> IMPACTADO POR R\$ 140,2 MILHÕES DE RESULTADO FINANCEIRO (VS. R\$ 111,9 MILHÕES NO PERÍODO DE COMPARAÇÃO) EM FUNÇÃO DE JUROS MAIS ALTOS E DÍVIDA MÉDIA MAIOR; E DISTRIBUIÇÃO DE DIVIDENDOS OCORRIDA NO 2T25.

## ALAVANCAGEM



AUMENTO NO ENDIVIDAMENTO COM MAIORES INVESTIMENTOS E NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO RESULTANDO EM ALAVANCAGEM DE 1,59X (VS. 0,61X EM MAR/25)

# 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](http://ri.gruposbf.com.br) | [ri@gruposbf.com.br](mailto:ri@gruposbf.com.br)



**José  
Salazar**



**Victoria  
Machado**



**Luna  
Romeu**



**Larissa  
Cristovão**

#### **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.

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

# EARNINGS RELEASE

1Q26

GRUPO SBF

GRUPO SBF

CENTAURO

FISIA





# AGENDA

- > MESSAGE FROM THE MANAGEMENT AND STRATEGIC INITIATIVES
- > 1Q26 FINANCIAL RESULTS
- > Q&A



## **MESSAGE FROM THE MANAGEMENT**

**GUSTAVO FURTADO  
CEO**

**GRUPO SBF**

## 1Q26 HIGHLIGHTS

### GRUPO SBF WELL POSITIONED FOR 2026

REFLECTING THE FOUNDATION BUILT IN 2025, WHICH STRENGTHENED OUR OPERATIONAL AND COMMERCIAL CAPABILITIES.

### SOLID RESULTS

GRUPO SBF RECORDED **NET REVENUE** OF **R\$ 1.8 BN** IN 1Q26 (+14.9% VS. 1Q25), AND **GROSS PROFIT** OF **R\$ 906 M** (+17.3%) WITH A **GROSS MARGIN** OF **50.8%** (1.1 P.P.).

### NET INCOME OF R\$ 78.7 M IN 1Q26

**6.1%** GROWTH VS. 1Q25, WITH A NET MARGIN OF **4.4%**.

### CONSISTENT IN CENTAURO'S RESULTS

**+13.3%** IN NET REVENUE VS. 1Q25, AND SSS OF **14.6%**. IN THE CHANNELS: **+14.2%** IN PHYSICAL STORES AND **20.8%** IN DIGITAL GMV; GROSS MARGIN OF **51.3%**.

### REVENUE GROWTH ACROSS ALL FISIA CHANNELS

**+16.4%** IN PHYSICAL STORES AND **+15.4%** IN DIGITAL, HIGHLIGHTED BY THE WHOLESALE CHANNEL WHICH GREW **48.7%**.

### MODERNIZATION OF THE CENTAURO STORE NETWORK

RENOVATIONS STARTED ON 23 STORES, WITH **12 REFITS ALREADY COMPLETED IN THE QUARTER**, TOTALING 21 REVITALIZED STORES.



# LAUNCH OF THE BRAZILIAN NATIONAL TEAM'S OFFICIAL JERSEY

ACROSS FISIA AND CENTAURO DTC CHANNELS

## **AWAY JERSEY**

LAUNCH DATE: MARCH 12TH

FIRST-EVER PARTNERSHIP WITH  
THE JORDAN BRAND

## **HOME JERSEY**

LAUNCH DATE: MARCH 22ND

INSPIRED BY THE BRAZILIAN  
NATIONAL TEAM'S CLASSICS  
JERSEYS



# CENTAURO 1Q26

## CENTAURO STRATEGY AND PERFORMANCE

### DESTRAVA PROJECT

- STARTING 2026 CONFIDENT IN THE SOLID FOUNDATION BUILT IN 2025, REFLECTING OUR STRUCTURAL INVESTMENTS.

**R\$ 931 M**  
NET REVENUE  
(+13% VS. 1Q25)

**12.4%**  
OF SSS IN  
STORES

**20.8%**  
GMV DIGITAL  
(1P+3P)

### SOLID RESULTS

- PROGRESS ACROSS **KEY CATEGORIES**, RESULTING IN GROWTH IN BOTH CHANNELS;
- **RUNNING FOOTWEAR** AS ONE OF THE MAIN GROWTH DRIVERS, RECORDING A **48%** INCREASE IN THE CATEGORY SALES;
- ADVANCEMENT IN THE **FOOTBALL CATEGORY**, HIGHLIGHTED BY WORLD CUP-RELATED PRODUCTS, WITH RELEVANT SALES OF **LICENSED PRODUCTS** DEVELOPED IN PARTNERSHIP WITH THE CBF AND THE **OFFICIAL MATCH BALL**
- EXPANSION OF THE **LOGISTICS NETWORK**: NEW **SECONDARY DISTRIBUTION CENTER** PROJECTS ACROSS MULTIPLE REGIONS OF THE COUNTRY.

### STORE NETWORK MODERNIZATION

**REVITALIZATION INITIATIVES FOCUSED ON ENHANCING THE IN-STORE EXPERIENCE AND STRENGTHENING THE CENTAURO BRAND, AIMING TO IMPROVE PRODUCTIVITY AND BRAND POSITIONING**

- 23 RENOVATION PROJECTS INITIATED IN 1Q26;
- 12 REFITS REOPENED SURING THE QUARTER;
- 21 STORES REVITALIZED IN TOTAL;
- SUPERIOR PERFORMANCE COMPARED TO STORES IN THE SAME REGIONS.

# FISIA 1Q26

## GROWTH IN WHOLESALE CHANNEL, SOCCER AND RUNNING CATEGORIES

### WHOLESALE

- > STRUCTURAL ADVANCES RESULTING FROM THE SUCCESSFUL EXECUTION OF THE STRATEGIES DEFINED IN 2025;
- > CONTINUED GROWTH TRAJECTORY INITIATED IN 2H25;
- > **+48.7%** GROWTH VS. 1Q25, ALSO DRIVEN BY SALES OF WORLD CUP-RELATED PRODUCTS.

### DTC CHANNELS

- > CONSISTENT GROWTH IN 1WQ6: **+16.4%** IN PHYSICAL STORES AND **+15.4%** IN DIGITAL (VS. 1Q25);
- > THE DIGITAL CHANNEL RETURNED TO RECORD DOUBLE-DIGITED GROWTH, HIGHLIGHTED BY THE FOOTBALL, RUNNING AND CASUAL CATEGORIES.

### SOCCER

- > LAUNCH OF THE JERSEYS OF NIKE'S NEWLY SPONSORED CLUBS, **ATLÉTICO MINEIRO** AND **VASCO DA GAMA**, WITH PERFORMANCE EXCEEDING EXPECTATIONS;
- > LAUNCH OF THE NEW **2026 WORLD CUP** COLLECTION.

### RUNNING

- > CONTINUED EXECUTION OF THE **ROAD RUNNING** STRATEG;
- > **PEGASUS, STRUCTURE AND VOMERO** FRANCHISES CONTINUED TO DELIVER STRONG PERFORMANCE, DRIVING DTC CHANNELS, ESPECIALLY DIGITAL.



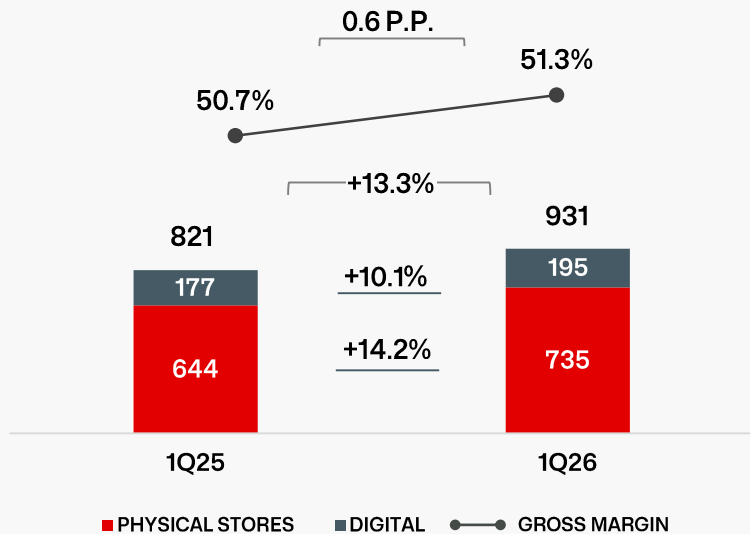


## **FINANCIAL RESULTS**

**JOSÉ SALAZAR**  
**CFO**

GRUPO SBF

## NET REVENUE AND GROSS MARGIN



REVENUE GROWTH WITH SSS OF **+14.6%**, DRIVEN BY THE PERFORMANCE ACROSS BOTH CHANNELS AND THE SOCCER AND FOOTWEAR CATEGORIES.

### STORES (VS. 1Q25)

#### **+33.4% IN SOCCER**

HIGHLIGHTED BY THE INITIAL SALES OF **WORLD CUP** PRODUCTS AND THE NEW **VASCO** JERSEY

#### **+22.3% IN FOOTWEAR**

HIGH-PERFORMANCE AND RUNNING PRODUCTS

#### **+5.8% IN ITEMS SOLD**

#### **+9.2% AVERAGE TICKET**

#### **92.4 OF NPS (+2.3 POINTS VS. 1Q25)**

### DIGITAL (VS. 1Q25)

#### **+20.8% OF GMV**

ADVANCEMENT OF THE 3P OPERATION

#### **+42.4% IN SOCCER**

DRIVEN BY THE LAUNCH OF THE **VASCO** AND **BRAZIL NATIONAL TEAM** JERSEYS

#### **+17.0% IN TRAFFIC**

#### **+10.5% IN ITEMS SOLD**

#### **+4.2% AVERAGE TICKET**

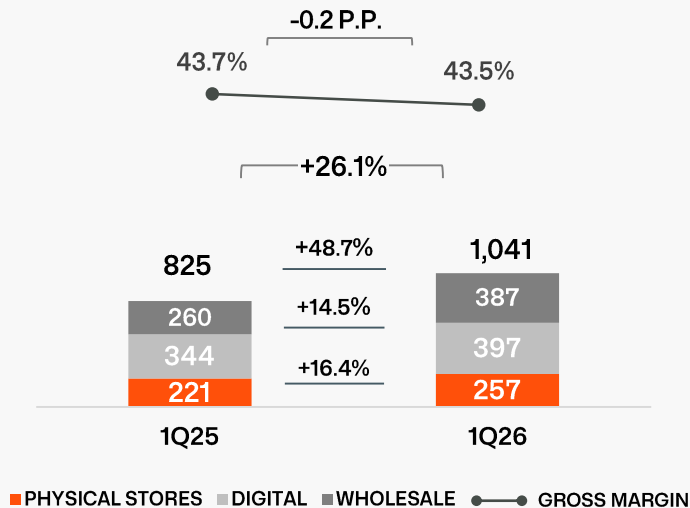
### GROSS MARGIN (VS. 1Q25)

#### **51.3% (+0.6 P.P. VS. 1Q25)**

MAINTENANCE OF GROSS MARGIN AT A HEALTHY LEVEL FOR ANOTHER QUARTER  
ASSERTIVE ASSORTMENT MIX AND LOWER MARKDOWN LEVELS.



## NET REVENUE AND GROSS MARGIN



REVENUE EXPANSION DRIVEN BY GROWTH ACROSS ALL CHANNELS, HIGHLIGHTED BY THE CONTINUED EVOLUTION OF THE WHOLESALE CHANNEL.

### STORES (VS. 1Q25)

HIGHLIGHT FOR THE INITIAL SALES OF **WORLD CUP** AND THE **ATLÉTICO-MG** AND **VASCO** JERSEYS.

**+3.6% NVS AVERAGE TICKET**  
ADVANCEMENTS IN THE REPLENISHMENT STRATEGY AND INVENTORY QUALITY

**+14.0% NDIS AVERAGE TICKET**  
REFLECTING PRODUCTIVITY GAINS AND HIGHER CONVERSION

### DIGITAL (VS. 1Q25)

**+62.6% IN SOCCER**  
LAUNCH OF THE JERSEYS OF THE NEWLY SPONSORED CLUBS (VASCO AND ATLÉTICO-MG) AND THE **WORLD CUP** COLLECTION

**+30.3% IN RUNNING**  
ROAD RUNNING MODELS IN HIGHLIGHT

**+7.8% IN CASUAL**

### WHOLESALE (VS. 1Q25)

**+48.7% IN 1Q26**  
HIGHLIGHTED BY PRODUCTS FROM THE NEWLY **SPONSORED CLUBS**, THE **WORLD CUP**.

### GROSS MARGIN (VS. 1Q25)

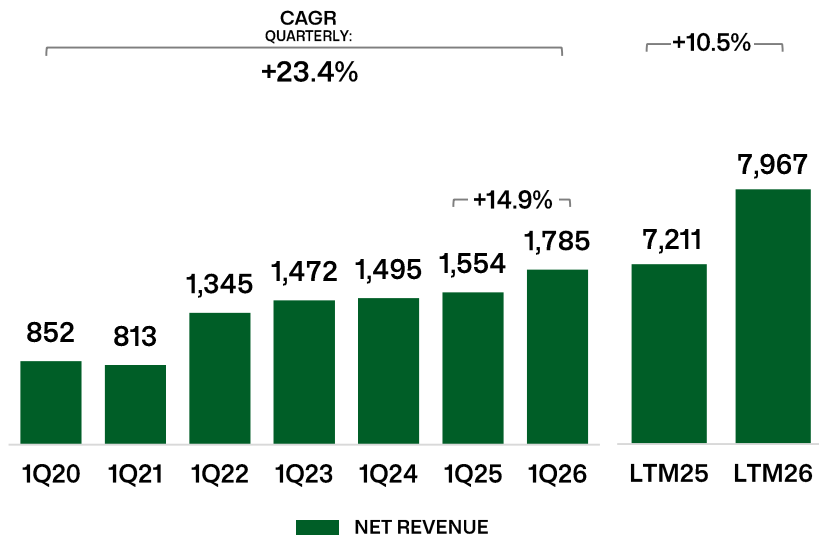
**IMPACT** OF CURRENCY DEPRECIATION, PARTIALLY OFFSET BY **ICMS** TAX INCENTIVES IN SOTRES AND THE WHOLESALE CHANNEL.



# NET REVENUE AND GROSS PROFIT

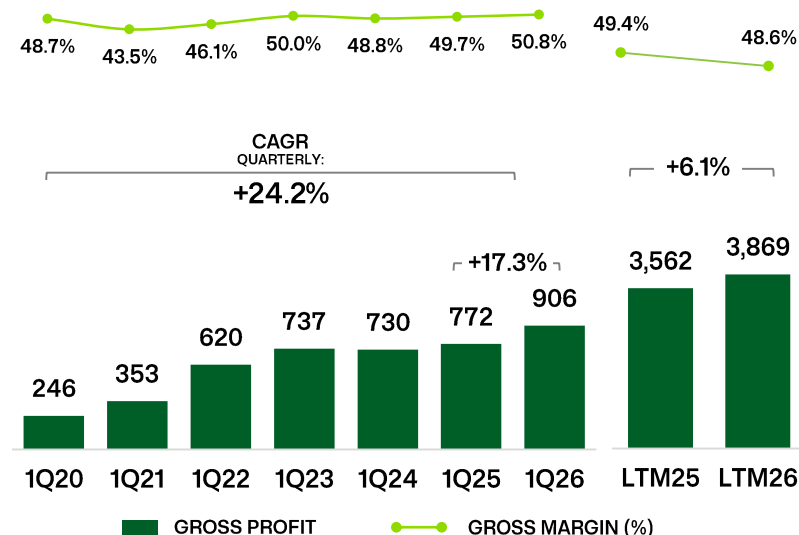
R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS

## NET REVENUE



**DOUBLE-DIGIT GROWTH ACROSS BOTH BUSINESS UNITS.** CENTAURO BENEFITED FROM THE ADVANCEMENT OF THE SOCCER AND FOOTWEAR CATEGORIES ACROSS BOTH CHANNELS. FISIA WAS DRIVEN BY WORLD CUP-RELATED WHOLESALE SALES, THE NEWLY SPONSORED CLUBS, AND THE FOOTWEAR CATEGORY IN THE DTC CHANNELS.

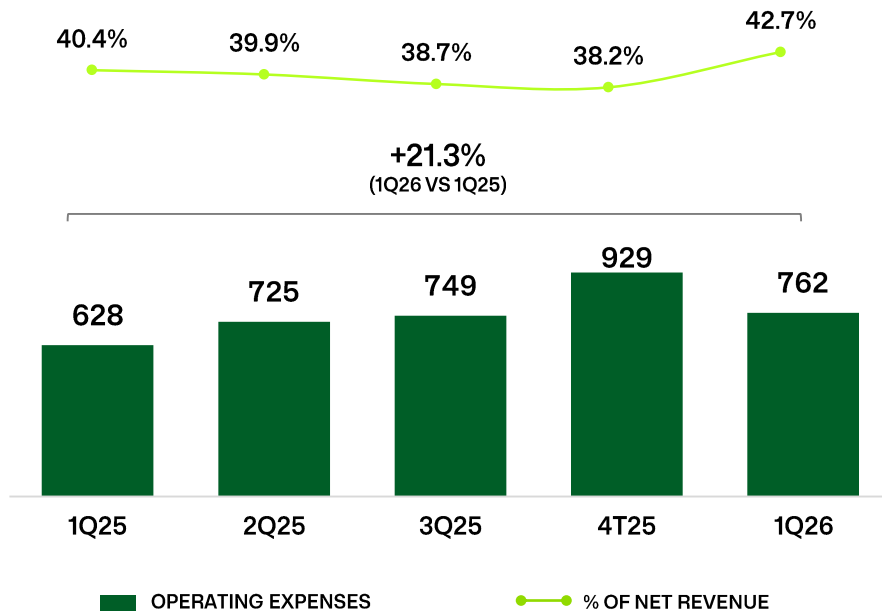
## GROSS PROFIT



**THE EXPANSION OF CONSOLIDATED GROSS MARGIN IN 1Q26** REFLECTS THE MAINTENANCE OF CENTAURO'S AT A HEALTHY LEVEL AND A SLIGHT FX-RELATED PRESSURE ON FISIA'S GROSS MARGIN.

# OPERATING EXPENSES

R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS



## OPERATIONAL EXPENSES

+21.3%, REPRESENTING 42.7% OF NET REVENUE (+2.3 P.P. VS. 1Q25)

## SELLING EXPENSES

+24.4%, REACHING 37.3% OF NET REVENUE (+2.8 P.P. VS. 1Q25), MAINLY IMPACTED BY THE FOLLOWING LINES:

### PERSONNEL

- (I) HEADCOUNT REINFORCEMENT IN CENTAURO STORES (IN 2Q25);
- (II) HIRING FOR NEW STORES OPENED AFTER 1Q25.

### ADVERTISING AND MARKETING

- (I) ROYALTIES: DRIVEN BY THE HIGHER VOLUME OF MERCHANDISE RECEIVED (CENTAURO'S GROWTH AND WORLD CUP PREPARATION) AND THE CONCENTRATION OF SUCH RECEIPTS IN 2H25;
- (II) NEW SPONSORSHIPS: VASCO DA GAMA AND ATLÉTICO MINEIRO;
- (III) CORINTHIANS ROYALTIES: MORE LINEAR RECOGNITION IN 2026.

## GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

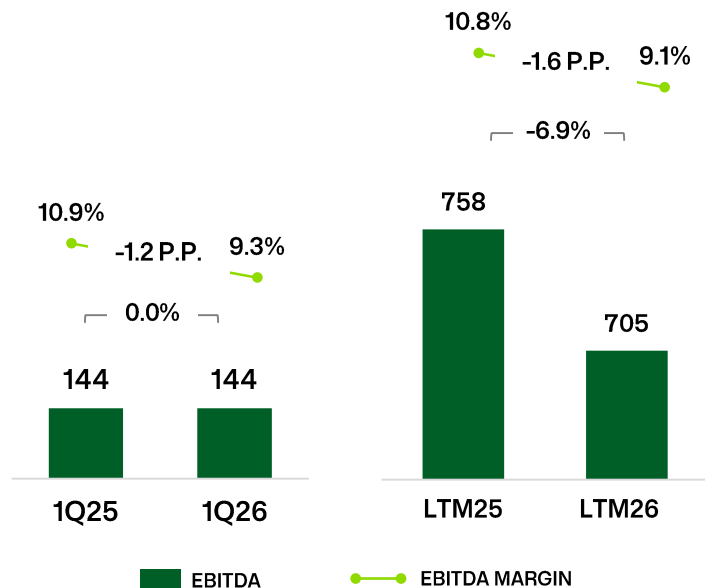
+8.2%, REACHING 5.9% OF NET REVENUE (-0.4 P.P. VS. 1Q25)

MAINLY IMPACTED BY THE START OF THE REVIEW AND FEASIBILITY STUDY PROJECT FOR INVENTORY UNIFICATION.

# EBITDA AND NET PROFIT

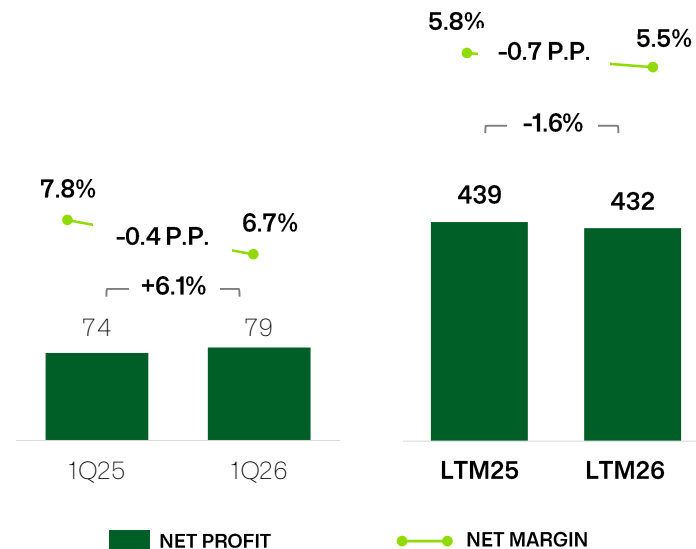
R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS

## EBITDA



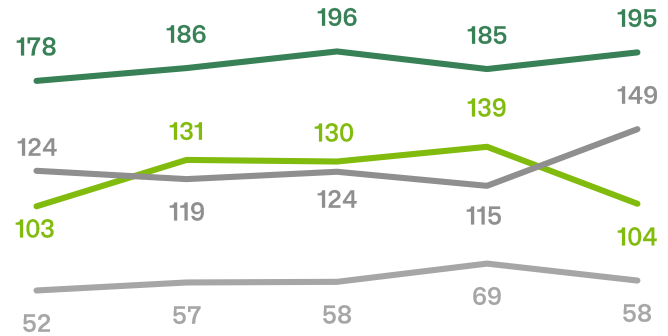
EBITDA REMAINED STABLE IN 1Q26, WITH EBITDA MARGIN COMPRESSION REFLECTING THE FX IMPACT ON THE COST OF GOODS IMPORTED BY FISIA AND OPERATING DELEVERAGING, DUE TO HIGHER SELLING EXPENSES.

## NET PROFIT



NET INCOME GROWTH IN 1Q26 WAS SUPPORTED BY THE LOWER EFFECTIVE INCOME TAX RATE, RESULTING FROM FISIA'S ICMS TAX INCENTIVES, OFFSETTING (I) THE FX IMPACT ON COSTS, (II) OPERATING DELEVERAGING, AND (III) THE HIGHER FINANCIAL RESULT, DUE TO INCREASED DEBT AND INTEREST RATES.

## FINANCIAL CYCLE (DAYS)



1Q25      2Q25      3Q25      4Q25      1Q26

— AVERAGE INVENTORY DAYS      — AVERAGE PAYABLES DAYS  
— AVERAGE RECEIVABLES DAYS      — FINANCIAL CYCLE

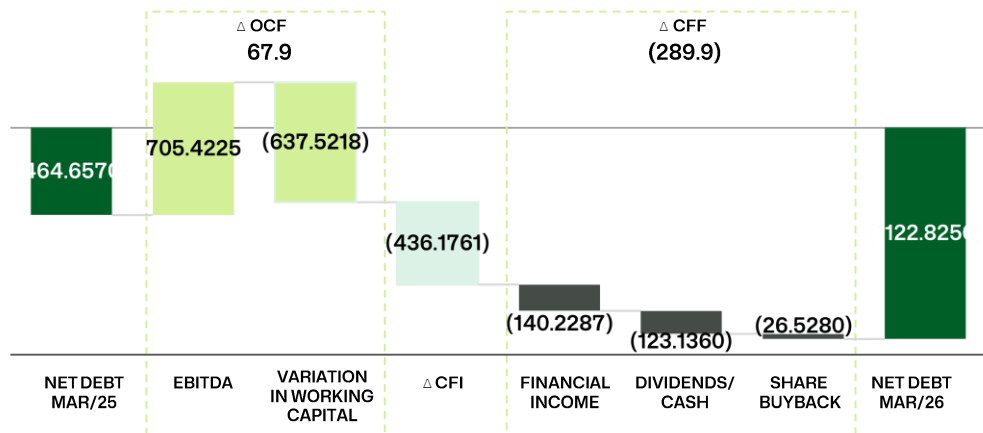
### MAIN VARIATIONS

- > FINANCIAL CYCLE: +25 DAYS;
- > AVERAGE INVENTORY DAYS (+17 DAYS): INVENTORY BUILD-UP TO SUPPORT BUSINESS GROWTH AND PREPARATION FOR THE 2026 WORLD CUP;
- > AVERAGE RECEIVABLES DAYS (+6 DAYS): SALES WITH LONGER AVERAGE COLLECTION TERMS.

# NET DEBT AND LEVERAGE

R\$ M | ADJUSTED | EX-IFRS

## CASH FLOW MANAGEMENT (LTM 2026)



OVER THE LAST 12 MONTHS, **NET DEBT** INCREASED R\$ 658.2 MILLION, MAINLY EXPLAINED BY:

### OCF:

> WORKING CAPITAL VARIATION DRIVEN BY SEASONALITY, BUSINESS GROWTH, AND PREPARATION FOR THE WORLD CUP;

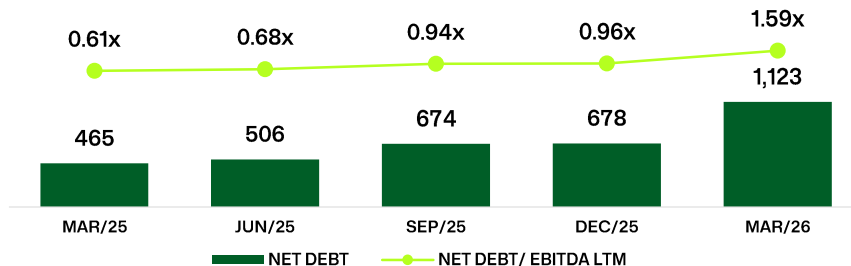
### CFI:

> HIGHER CAPEX, IN LINE WITH THE INVESTMENT AGENDA INITIATED IN 2Q25;

### CFF:

> IMPACTED BY R\$ 140.2 MILLION IN FINANCIAL EXPENSES (VS. R\$ 111.9 MILLION IN THE COMPARISON PERIOD), DUE TO HIGHER INTEREST RATES AND A HIGHER AVERAGE DEBT BALANCE; AND DIVIDEND DISTRIBUTION CARRIED OUT IN 2Q25.

## LEVERAGE



HIGHER **LEVERAGE** DRIVEN BY INCREASED INVESTMENTS AND WORKING CAPITAL REQUIREMENTS, RESULTING IN **LEVERAGE OF 1.59X** (VS. 0.61X IN MAR/25).

# 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](http://ri.gruposbf.com.br/en) | [ri@gruposbf.com.br](mailto:ri@gruposbf.com.br)



**José  
Salazar**



**Victoria  
Machado**



**Luna  
Romeu**



**Larissa  
Cristovão**

#### 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