

RELEASE 2T25



Videoconferência

15 de agosto (sexta-feira)

10h Brasília | 9h EUA-EST

Clique aqui para acessar a
videoconferência

O *sell out* atingiu **R\$ 409 milhões no 2T25**, crescimento de **+27,8%** vs. 2T24 e **+21,8% em mesmas lojas (SSS)**. Destaque para as **lojas reformadas**, com crescimento expressivo de **+41,9% YoY**.

O *e-commerce* manteve ritmo forte, com alta de **+57,6% YoY**, representando **9,8% das vendas captadas digitalmente** no 2T25 (+1,8 p.p. vs 2T24).

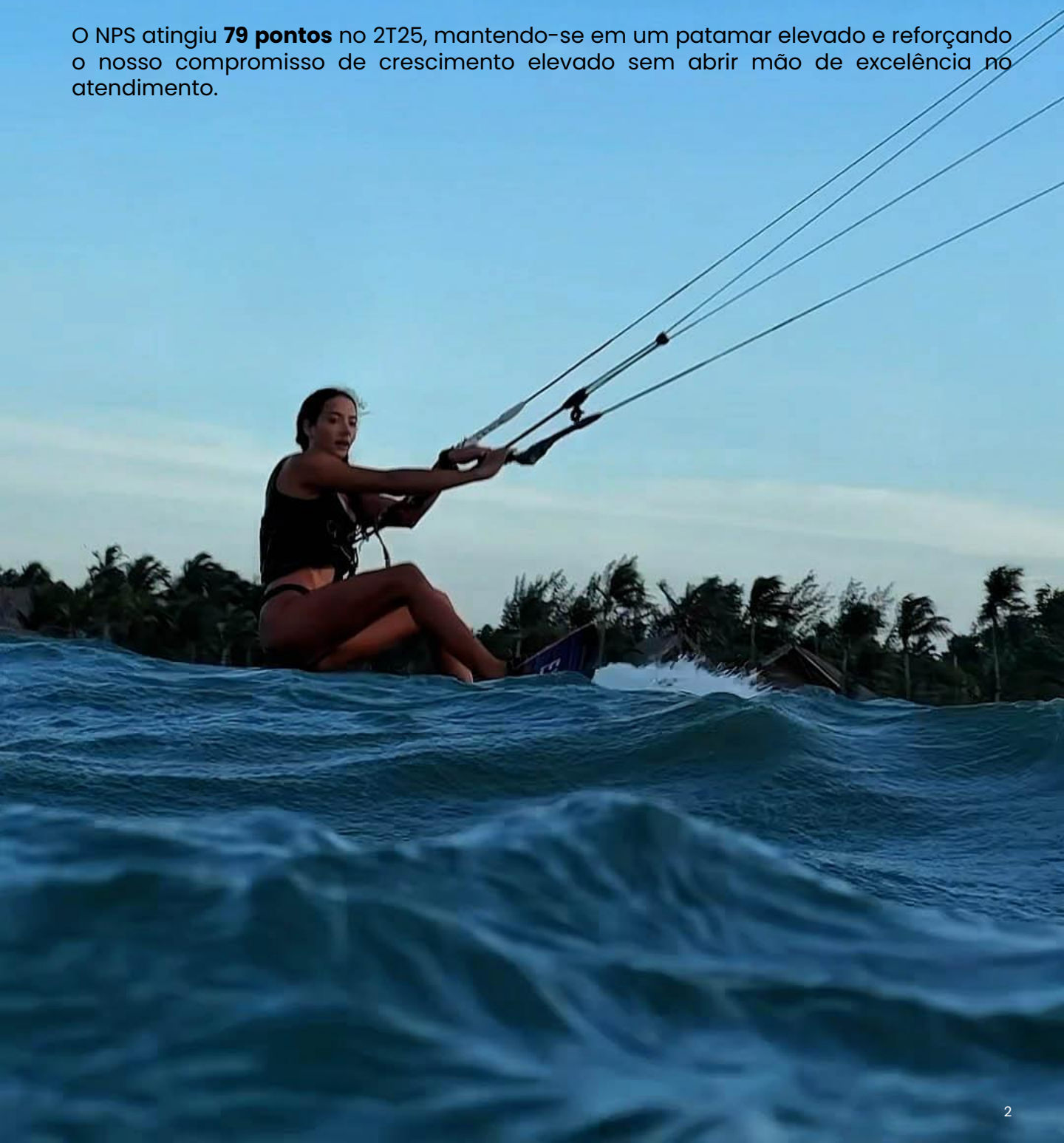
A vitrine infinita encerrou o trimestre com **357 lojas conectadas** (+83 YoY), cujas vendas corresponderam a **13,1% do sell out digital**, aumento de **+3,0 p.p.** em relação ao 2T24.

Inauguramos 5 novas lojas no trimestre (1 própria e 4 franquias), todas no novo formato, encerrando o período com **406 unidades**. Seguimos com o plano de modernização da rede: **5 reformas concluídas** no 2T25 (3 franquias e 2 próprias).

Ultrapassamos a marca de 1 milhão de usuários (+46,3% YoY). A plataforma TFSports segue em expansão, com mais de 950 eventos realizados no trimestre (+9,1% YoY), reunindo 120,9 mil inscritos (+18,7%). Além disso, contamos com 8,3 mil treinadores cadastrados na plataforma.

As vendas do TFC Food&Market cresceram **+54% vs 2T24**, com avanço de **+22% em SSS**. O número de clientes atendidos aumentou **+24%**, refletindo forte aderência ao mercado de alimentação e suplementação.

O NPS atingiu **79 pontos** no 2T25, mantendo-se em um patamar elevado e reforçando o nosso compromisso de crescimento elevado sem abrir mão de excelência no atendimento.



Destaques Financeiros

A receita líquida consolidada atingiu **R\$ 242,1 milhões no 2T25**, crescimento de **+26,1% vs. 2T24 (R\$ 192,0 milhões)**, com destaque para crescimento de 29,9% YoY na receita de royalties e 26,1% nas vendas da rede própria.

Lucro bruto do trimestre totalizou R\$138,7 milhões (+29,3% vs. 2T24) e **margem bruta de 57,3% (+1,5 p.p. YoY)**, com **crescimento em todos os canais**.

Despesas operacionais ajustadas representaram 33,9% da receita líquida no 2T25 (-0,6 p.p. YoY), destacando a **diluição de 1,2 p.p. YoY das Despesas Administrativas sobre a receita líquida do trimestre**.

O EBITDA ajustado somou **R\$ 56,6 milhões no 2T25**, crescimento de **+37,0% YoY**, com **margem EBITDA de 23,4%**, um avanço de **+1,9 p.p.** em relação ao 2T24.

No 1S25, o EBITDA acumulado foi de **R\$ 111,3 milhões, +42,2% YoY, apresentando crescimento recorde¹ para um semestre**, com margem de **24,5%** (+2,4 p.p. YoY).

O lucro líquido ajustado consolidado alcançou **R\$ 41 milhões no 2T25**, crescimento de **+35,9% YoY**, com **margem líquida de 16,9%** (+1,2 p.p. YoY). No semestre, o lucro líquido foi de **R\$ 80 milhões**, com avanço de **+36,7% YoY** e margem de **17,6%** (+1,1 p.p. YoY).



¹Excluindo o impacto da pandemia.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O segundo trimestre de 2025 reforçou a consistência da nossa trajetória, com avanços relevantes em todos os pilares do ecossistema Track&Field. Seguimos firmes em nosso propósito de promover uma vida mais ativa e saudável, por meio de uma plataforma integrada de produtos, serviços e experiências voltados ao bem-estar.

O período foi marcado por um desempenho sólido e consistente ao longo dos três meses. Abril iniciou o trimestre com forte tração, impulsionado pela excelente aceitação da nova coleção por franqueados e consumidores finais. Maio e junho mantiveram o ritmo, com destaque para datas comemorativas como o Dia das Mães e o Dia dos Namorados — momentos que reforçam nossa presença como uma marca desejada, associada ao afeto, cuidado e celebração.

Como resultado, o **sell out atingiu R\$ 409 milhões no trimestre, representando um crescimento de 27,8% em relação ao 2T24 e de 21,8% em mesmas lojas**, impulsionado pela expansão da rede física, pelo aumento no volume de peças vendidas, melhor abastecimento das lojas e maior fluxo gerado pelos eventos promovidos pela TFSports.

Esse desempenho refletiu diretamente em nossa rentabilidade: o **EBITDA atingiu R\$ 56,6 milhões (+37,0%)**, enquanto o **lucro líquido somou R\$ 41 milhões (+35,9%)**, com ganhos de margem de **1,9 p.p. e 1,2 p.p.**, respectivamente.

As lojas reformadas continuam sendo um importante vetor de crescimento, apresentando ganhos expressivos tanto em fluxo quanto em conversão. No trimestre, registramos alta de 46,1% nas unidades próprias e de 38,1% nas franquias.

O digital manteve sua trajetória de expansão, consolidando-se como uma **frente relevante de crescimento**. O e-commerce (captado) cresceu 57,6% em comparação ao 2T24, alcançando 9,8% de participação sobre o **sell out** total. As modalidades de entrega omnicanal seguem ganhando protagonismo: cerca de 70% do **sell out** do e-commerce foi realizado via *ship from store*, reforçando o papel estratégico das lojas físicas como hubs de distribuição. As vendas por *vitrine infinita*, disponíveis em 357 lojas ao final do trimestre, representaram 13,1% do **sell out** digital captado — um avanço de 3,0 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. Já as vendas influenciadas, com foco em conversões via WhatsApp, cresceram 22,7%, representando 39,0% do **sell out** total da Companhia.

A TFSports segue como uma das principais alavancas de engajamento e fluxo para as lojas. **A plataforma alcançou a marca de 1 milhão de usuários** e mantém uma base ativa de milhares de treinadores cadastrados. No trimestre, foram realizados mais de 950 eventos, que contaram com a participação de 120,9 mil inscritos. O TFC Food&Market também avançou, com crescimento de 54% nas vendas e 24% no número de clientes atendidos, refletindo a sinergia com os demais negócios e a aderência ao comportamento do nosso público.

Em julho, lançamos atualizações dos aplicativos TFSports para treinadores e atletas, com melhorias importantes em experiência e funcionalidades. Treinadores agora têm mais autonomia para gerenciar seus eventos e alunos, enquanto atletas contam com uma navegação mais simples e funcionalidades que ajudam a encontrar e acompanhar eventos de interesse. As atualizações também tornam o sistema mais flexível, garantindo maior agilidade e escalabilidade para futuras evoluções.

No tfmall, nosso marketplace com curadoria voltada ao universo de *wellness*, encerramos o trimestre com 24 parceiros — 10 deles adicionados nos últimos 12 meses — todos altamente sinérgicos com a proposta da marca e o perfil do nosso público.

Durante o segundo trimestre de 2025, inauguramos 5 novas lojas, encerrando o período com um total de 406 unidades em operação — sendo 352 franquias e 54 lojas próprias, das quais 13 são outlets. Todas as inaugurações já adotam o conceito da loja *Experience*, que traz melhorias significativas na exposição dos produtos e na comunicação visual.

Atualmente, contamos com 15 unidades do TFC Food & Market — 14 integradas às lojas e uma localizada na sede da Companhia — ampliando a proposta de bem-estar integrada ao varejo. No período, também reformamos 3 franquias e 2 lojas próprias, atingindo 49% da rede com o novo layout, com destaque para as lojas próprias, que já superam 70%. A expectativa é que, até o final do ano, cerca de 60% da rede esteja operando sob o novo conceito.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Estamos muito felizes com os resultados da nossa primeira loja em Portugal, confirmando o potencial do mercado local e nos dando confiança para seguir com o plano de expansão no país. Em agosto, abriremos uma unidade em Lisboa e, no quarto trimestre, uma nova loja em Cascais. Seguimos com a mesma estratégia de ecossistema que aplicamos no Brasil, integrando o canal de franquias e a realização de eventos como pilares do nosso modelo de expansão e relacionamento com a comunidade.

Encerramos o trimestre confiantes na solidez da nossa estratégia e no impacto positivo das iniciativas que temos implementado em todas as frentes. Seguiremos priorizando inovação, excelência na experiência e execução com disciplina, sempre com o olhar voltado para o longo prazo e para a construção de uma marca cada vez mais relevante na vida das pessoas. Agradecemos a todos os colaboradores, parceiros, franqueados e investidores que seguem ao nosso lado nessa jornada.

A ADMINISTRAÇÃO

Tabela | Resumo dos Indicadores Financeiros

São Paulo, 14 de agosto de 2025 – A Track & Field CO S.A. (B3: TFCO4) anuncia seus resultados do segundo trimestre e primeiro semestre de 2025 (2T25 e 1S25).

R\$ mil, exceto quando indicado	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Resultados Financeiros						
Receita Líquida	242.091	192.002	26,1%	454.877	354.133	28,4%
Lucro Bruto	138.657	107.219	29,3%	268.475	202.655	32,5%
Margem Bruta	57,3%	55,8%	1,5 p.p.	59,0%	57,2%	1,8 p.p.
EBITDA	58.298	43.841	33,0%	116.885	85.254	37,1%
Margem EBITDA	24,1%	22,8%	1,3 p.p.	25,7%	24,1%	1,6 p.p.
EBITDA Ajustado¹	56.577	41.284	37,0%	111.293	78.276	42,2%
Margem EBITDA Ajustada	23,4%	21,5%	1,9 p.p.	24,5%	22,1%	2,4 p.p.
Lucro Líquido	33.989	26.245	29,5%	68.780	52.630	30,7%
Margem Líquida	14,0%	13,7%	0,3 p.p.	15,1%	14,9%	0,3 p.p.
Lucro Líquido Ajustado²	40.960	30.149	35,9%	79.982	58.498	36,7%
Margem Líquida Ajustada	16,9%	15,7%	1,2 p.p.	17,6%	16,5%	1,1 p.p.
Caixa Líquido³	23.674	66.988	-64,7%	23.674	66.988	-64,7%
Equivalentes Líq. Caixa⁴	95.407	136.801	-30,3%	95.407	136.801	-30,3%
Indicadores Operacionais						
Número de Lojas	406	374	8,6%	406	374	8,6%
Próprias	54	51	5,9%	54	51	5,9%
Franquias	352	323	9,0%	352	323	9,0%
Ticket Médio (R\$)	438,76	411,5	6,6%	413,09	382,23	8,1%
Same Store Sales	21,8%	16,4%	5,4 p.p.	23,2%	14,2%	9,0 p.p.
Sell Out Total⁵	408.950	320.074	27,8%	789.598	604.677	30,6%
Total Captado por E-commerce	40.136	25.461	57,6%	83.702	57.037	46,8%

Nota: Valores ajustados referem-se a medições não contábeis para fins de comparabilidade e melhor análise do mercado.

¹ EBITDA Ajustado: exclusão dos efeitos do IFRS 16 (efeito da exclusão de despesa de depreciação do direito de uso e despesa de arrendamento referente aos aluguéis) e despesas não recorrentes.

² Lucro Líquido Ajustado: exclusão da aplicação do IFRS 16 e despesas não recorrentes.

³ Caixa Líquido: Caixa e equivalentes de caixa – Empréstimos financeiros.

⁴ Equivalentes Líquidos de Caixa: Caixa líquido + Recebíveis de cartões.

⁵ Sell out Total: Representa as vendas ao consumidor do Grupo Track&Field, independente do canal de vendas (físico/on-line ou ainda se loja própria/franquia).

 Sell Out

Sell Out Captado por Canal (R\$ mil)	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Franquias	248.235	193.039	28,6%	470.283	358.316	31,2%
Lojas Próprias	120.579	101.574	18,7%	235.613	189.323	24,5%
E-commerce	40.136	25.461	57,6%	83.702	57.037	46,8%
Sell out total	408.950	320.074	27,8%	789.598	604.677	30,6%

Sell out Faturado por canal (R\$ mil)	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Franquias	265.499	203.995	30,1%	504.999	380.873	32,6%
Lojas Próprias	130.548	108.765	20,0%	259.072	207.649	24,8%
E-commerce¹	12.903	7.314	76,4%	25.527	16.155	58,0%
Sell out total	408.950	320.074	27,8%	789.598	604.677	30,6%

¹ Sell out faturado pelo e-commerce reflete as vendas captadas pelo site e faturadas pelo nosso Centro de Distribuição.

No segundo trimestre de 2025, o *sell out* da Track&Field — que abrange o total das vendas brutas realizadas em todos os canais da Companhia, incluindo lojas próprias, franquias e *e-commerce* — atingiu R\$ 409 milhões, o que representa um avanço de 27,8% em comparação com o mesmo intervalo de 2024. No critério de mesmas lojas (SSS), o crescimento foi de 21,8%, refletindo a solidez da operação e o grau de maturidade da rede.

O trimestre foi marcado por um desempenho robusto ao longo de todos os meses. Abril iniciou o período com resultados expressivos, impulsionados pela boa aceitação da nova coleção entre franqueados e consumidores finais. Já maio e junho se destacaram pelo forte desempenho nas principais datas comemorativas — como o Dia das Mães e o Dia dos Namorados — reforçando o posicionamento da marca como uma opção relevante em momentos de celebração.

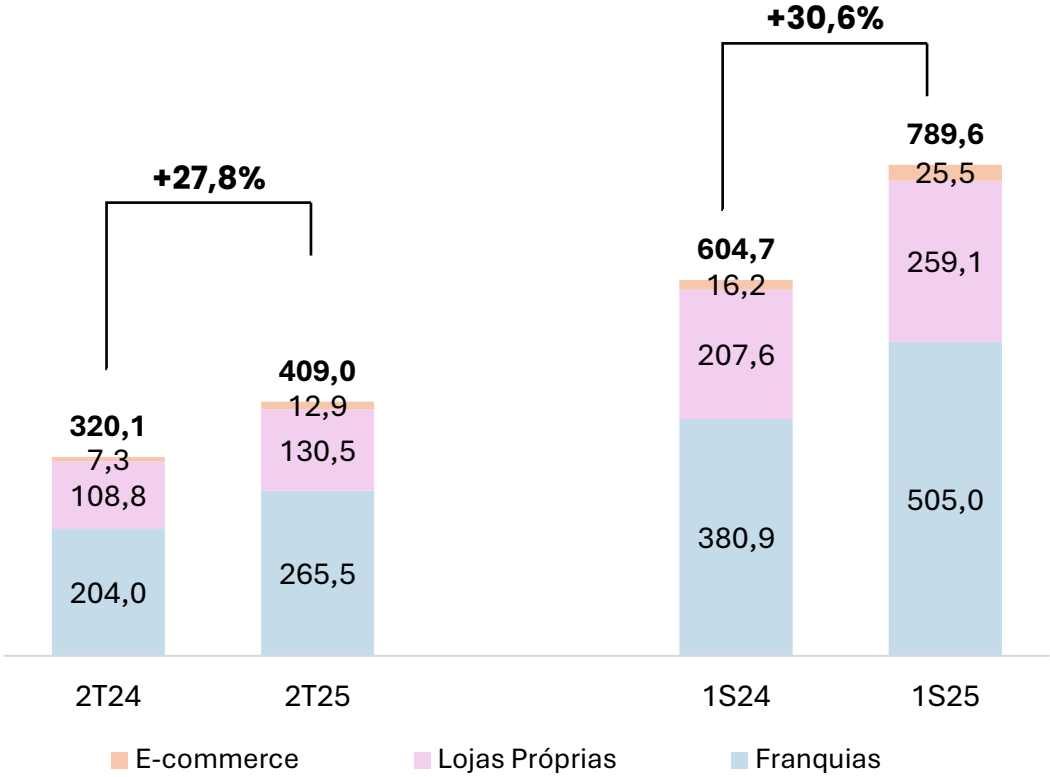
Esse desempenho positivo foi sustentado por uma série de fatores operacionais. As lojas reformadas apresentaram crescimento significativo: 46,1% nas unidades próprias e 38,1% nas franquias. A expansão física também teve papel relevante, com a abertura de 32 novas unidades nos últimos 12 meses.

Outro destaque foi o aumento no fluxo de clientes nas lojas físicas, apoiado pela realização de eventos, que ajudaram a elevar o engajamento. Houve também um aumento de 19,7% no número de tickets e de 14,8% no volume de peças vendidas, refletindo os acertos no sortimento de produtos, o fortalecimento da estratégia de marketing de influência, o avanço do ecossistema da marca e a melhora contínua na experiência em loja.

No ambiente digital, o *e-commerce* manteve trajetória ascendente, com crescimento de 57,6% em relação ao segundo trimestre de 2024, respondendo por 9,8% do *sell out* total captado no período (+1,8 p.p. vs 2T24). A ferramenta de vitrine infinita — já presente em 357 lojas — foi responsável por 13,1% das vendas captadas digitalmente, um avanço de 3,0 p.p. frente ao mesmo período do ano anterior. Além disso, as vendas influenciadas (*social selling*), especialmente através do WhatsApp, cresceram 22,7%, representando 39,0% do *sell out* total da Companhia.

Sell Out Faturado

R\$ milhões



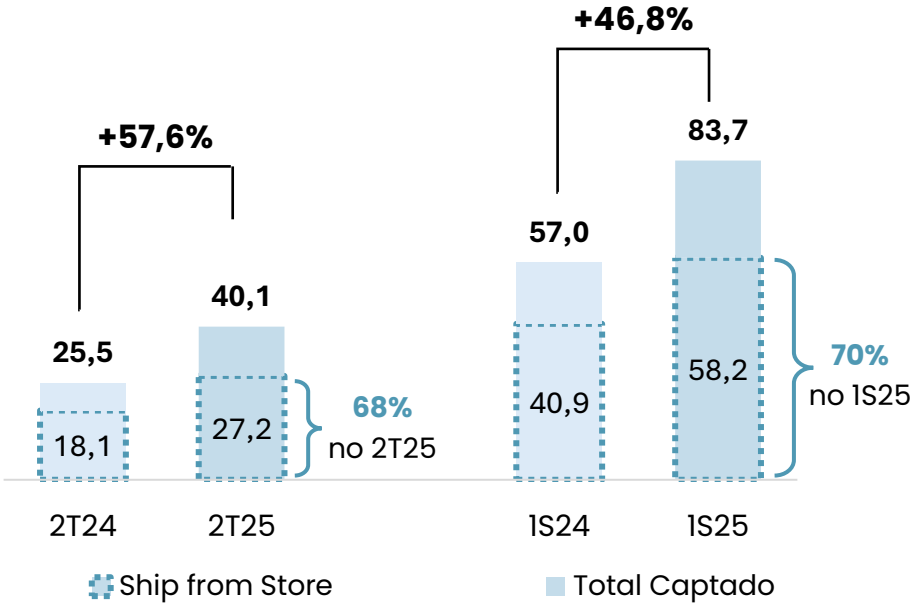
O avanço das vendas digitais também reflete o fortalecimento das iniciativas omnicanal da Companhia, com destaque para soluções como o *ship from store* – que transforma lojas físicas em pequenos *hubs* de distribuição – e o *pick up in store*, que permite ao cliente retirar seus pedidos *online* diretamente na loja. Essas modalidades têm ampliado significativamente a capilaridade da operação, ao mesmo tempo em que reduzem prazos de entrega e elevam a qualidade da experiência de compra.

No segundo trimestre, 68% do volume vendido via *e-commerce* foi atendido por meio da modalidade *ship from store*, reforçando o papel central das lojas físicas no atendimento aos pedidos digitais e consolidando a integração entre canais.

Ao final do período, 35 lojas atuavam como *sellers* nacionais, com capacidade de entrega em todo o território brasileiro e respondendo por 40,7% do *sell out* digital. Outras 362 lojas operavam como *sellers* locais, atendendo suas áreas geográficas específicas e contribuindo com 27,2% do volume digital. O percentual restante, 32,1%, foi faturado diretamente pelo centro de distribuição da Companhia, evidenciando a complementaridade dos canais e a maturidade da estratégia omnicanal.

E-commerce (captado)

R\$ milhões



→

Receita Líquida

Receita Líquida (R\$ mil)	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Vendas de mercadorias	72.042	55.680	29,4%	125.780	97.577	28,9%
Royalties	41.544	31.987	29,9%	79.559	59.564	33,6%
Varejo (Rede Própria)	111.210	88.214	26,1%	219.492	169.415	29,6%
Eventos/tfmall	13.586	14.330	-5,2%	25.531	25.239	1,2%
Outros	3.709	1.790	107,2%	4.515	2.339	93,1%
Receita Líquida Total	242.091	192.002	26,1%	454.877	354.133	28,4%

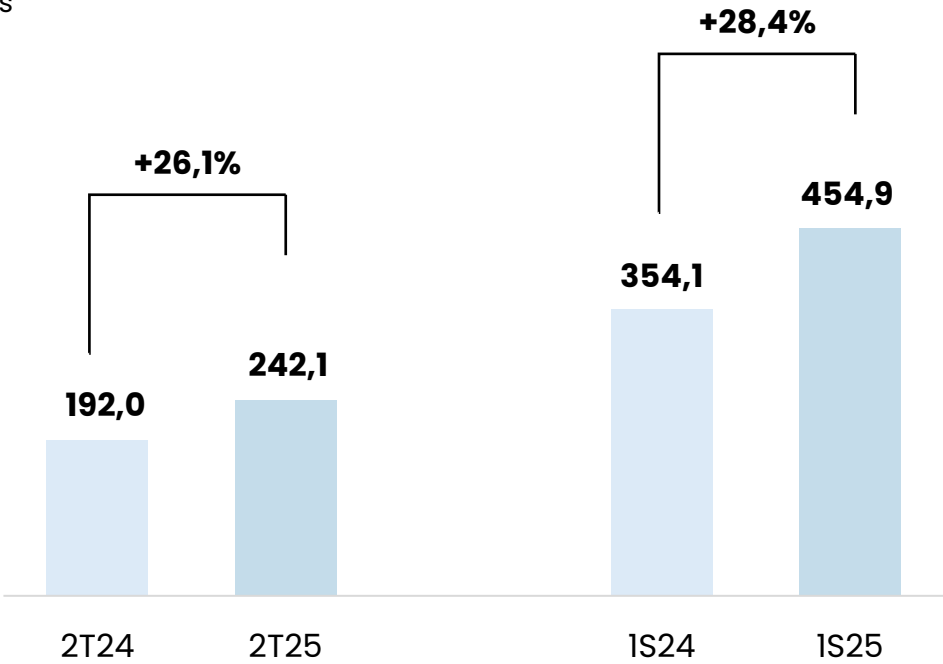
A receita líquida consolidada atingiu R\$ 242,1 milhões no trimestre, representando um crescimento de 26,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse desempenho foi impulsionado, principalmente, pelo forte avanço do canal de varejo (rede própria), cuja receita cresceu 26,1% na comparação anual, totalizando R\$ 111,2 milhões. O resultado reflete o crescimento das vendas nas lojas próprias no período, impulsionado pela boa aceitação da coleção de inverno, pela expansão da base de lojas e pelo expressivo desempenho das unidades reformadas, que apresentaram crescimento de 46,1% YoY. Ainda assim, a participação do canal na receita total manteve-se estável, devido, principalmente, ao aumento da representatividade dos canais de venda de mercadorias para franquias e de *royalties*.

A linha de royalties apresentou crescimento de 29,9% em relação ao 2T24, totalizando R\$ 41,5 milhões. O resultado foi impulsionado pelo forte desempenho das vendas nas franquias (+30,1% YoY), sustentado pela expansão da rede, pelo desempenho superior das unidades reformadas (+38,1% YoY) e por um melhor nível de abastecimento. Com isso, a representatividade do canal de royalties na receita total aumentou 0,5 p.p. no trimestre.

O canal de venda de mercadorias para franquias (*sell-in*) também apresentou crescimento expressivo, com alta de 29,4% YoY — mantendo o ritmo observado no trimestre anterior. Esse desempenho reflete a boa performance da coleção, a abertura de 29 novas franquias no período e a adoção de novas estratégias de abastecimento, que melhoraram os pedidos de reposição. Como resultado, a participação desse canal na receita total cresceu 0,8 p.p. no trimestre.

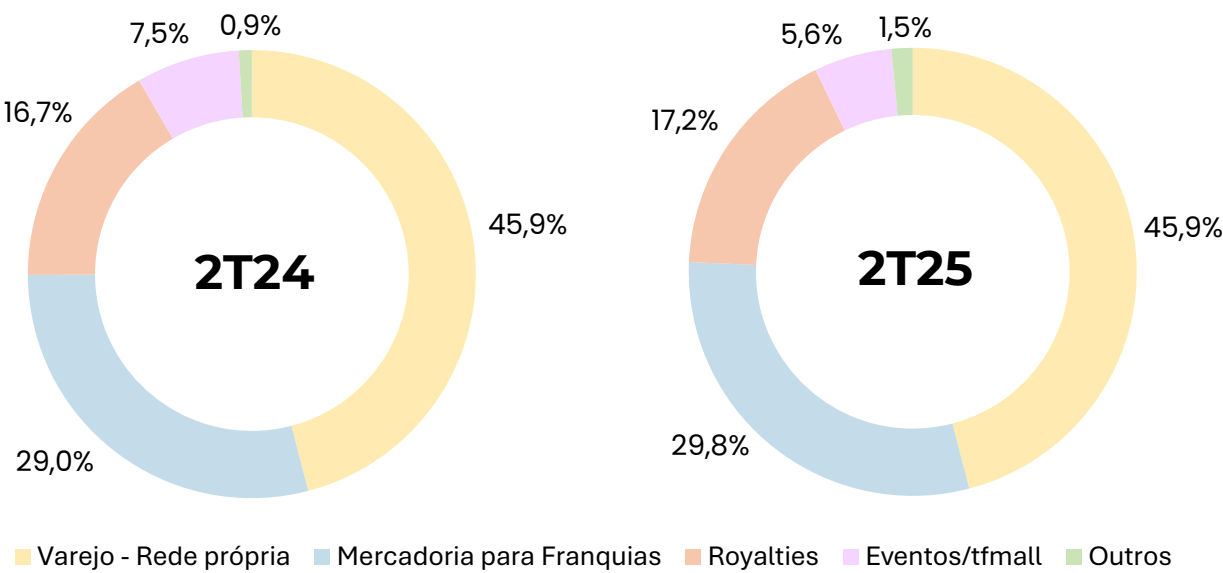
Receita Líquida

R\$ milhões



Por fim, a receita líquida da TFSports — que engloba eventos e o tfmall — totalizou R\$ 13,6 milhões, representando uma queda de 5,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado foi impactado pelo deslocamento do calendário de provas, comprometendo a comparabilidade ano contra ano. Esse efeito, no entanto, tende a ser neutralizado no quarto trimestre. Além disso, o fim do benefício fiscal do PERSE (Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos) resultou na retomada da apuração de PIS e COFINS pela TFSports.

Composição da Receita Líquida (%)



→

Lucro Bruto

Lucro Bruto (R\$ mil)	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Lucro Bruto	138.657	107.219	29,3%	268.475	202.655	32,5%
Margem Bruta	57,3%	55,8%	1,5 p.p.	59,0%	57,2%	1,8 p.p.

O lucro bruto do trimestre atingiu R\$138,7 milhões, com crescimento de 29,3% em relação ao 2T24.

A margem bruta alcançou 57,3%, representando um ganho de 1,5 p.p. YoY. A evolução da margem foi impulsionada por uma melhora na rentabilidade em todos os canais, refletindo melhor *mark up* e maior representatividade de vendas *full price*.



Despesas Operacionais Ajustadas

Receita Líquida Ajustada (R\$ mil)	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Receita Líquida Geral Ajustada	242.091	192.002	26,1%	454.877	354.133	28,4%
Despesas Operacionais (R\$ mil)	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Com Vendas	44.527	35.054	27,0%	85.707	66.416	29,0%
% Com Vendas s/ RL Geral	18,4%	18,3%	0,1 p.p.	18,8%	18,8%	0,0 p.p.
Gerais e Administrativas	37.173	31.894	16,6%	71.585	59.053	21,2%
% Gerais e Administrativas s/ RL Geral	15,4%	16,6%	-1,2 p.p.	15,7%	16,7%	-0,9 p.p.
Despesas Operacionais	81.700	66.948	22,0%	157.291	125.469	25,4%
%Total Despesas Operacionais s/ RL Geral	33,7%	34,9%	-1,2 p.p.	34,6%	35,4%	-0,9 p.p.
Outras receitas (despesas) operacionais	378	-783	-148,3%	-111	-1.090	-89,8%
Total Despesas (receitas) Operacionais – sem depreciação	82.078	66.165	24,1%	157.180	124.379	26,4%
%Total Despesas (receitas) Operacionais s/ RL Geral	33,9%	34,5%	-0,6 p.p.	34,6%	35,1%	-0,6 p.p.
Depreciação	4.179	3.359	24,4%	7.748	6.456	20,0%
Total Despesas (receitas) operacionais – com depreciação	86.257	69.524	24,1%	164.928	130.835	26,1%
%Total Despesas Operacionais s/ RL Geral	35,6%	36,2%	-0,6 p.p.	36,3%	36,9%	-0,7 p.p.

Conforme antecipado e em linha com a trajetória já observada no início de 2025, voltamos a registrar diluição das despesas operacionais. As estruturas corporativas consolidadas nos últimos anos, que têm se mostrando compatíveis com o porte atual da Companhia, aliadas a gestão eficiente das despesas, contribuíram para ganhos de eficiência à medida que a receita avança. Além disso, os investimentos voltados ao crescimento e à consolidação da TFSports, alinhados à estratégia de expansão e diversificação, seguem tornando-se cada vez mais comparáveis entre os períodos.

Nesse cenário, as despesas operacionais ajustadas representaram 33,9% da receita líquida no 2T25, redução de 0,6 p.p. frente aos 34,5% registrados no mesmo período do ano anterior.

As despesas com vendas, por sua vez, mantiveram-se estáveis em relação à receita. A maior participação das franquias no mix total contribuiu para reduzir a representatividade das despesas de lojas próprias, ainda que esse efeito tenha sido compensado por um aumento nos investimentos em marketing, sobretudo em mídia de performance e iniciativas voltadas a eventos. Esse movimento está alinhado aos trimestres anteriores, mas ocorreu em patamar superior ao observado no 2T24.

Já as despesas administrativas apresentaram diluição de 1,2 p.p. como proporção da receita líquida, refletindo o sólido desempenho das vendas e o avanço contínuo na alavancagem operacional da Companhia.

→

EBITDA

EBITDA (R\$ mil e %)	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Lucro Líquido	33.989	26.245	29,5%	68.780	52.630	30,7%
(+) Imposto de Renda e CS	8.163	5.723	42,6%	16.008	10.119	58,2%
(+) Resultado Financeiro Líquido	6.945	3.937	76,4%	14.630	7.471	95,8%
(+) Depreciação e amortização	9.201	7.936	15,9%	17.467	15.034	16,2%
EBITDA	58.298	43.841	33,0%	116.885	85.254	37,1%
Margem EBITDA	24,1%	22,8%	1,3 p.p.	25,7%	24,1%	1,6 p.p.
(+) Ajuste IFRS-16	-7.483	-6.656	12,4%	-14.514	-12.513	16,0%
(+) Ajuste Não Recorrente	5.762	4.098	40,6%	8.921	5.535	61,2%
EBITDA Ajustado	56.577	41.284	37,0%	111.293	78.276	42,2%
Margem EBITDA Ajustada	23,4%	21,5%	1,9 p.p.	24,5%	22,1%	2,4 p.p.

Nota: A tabela com a abertura dos Não Recorrentes se encontra na página 23.

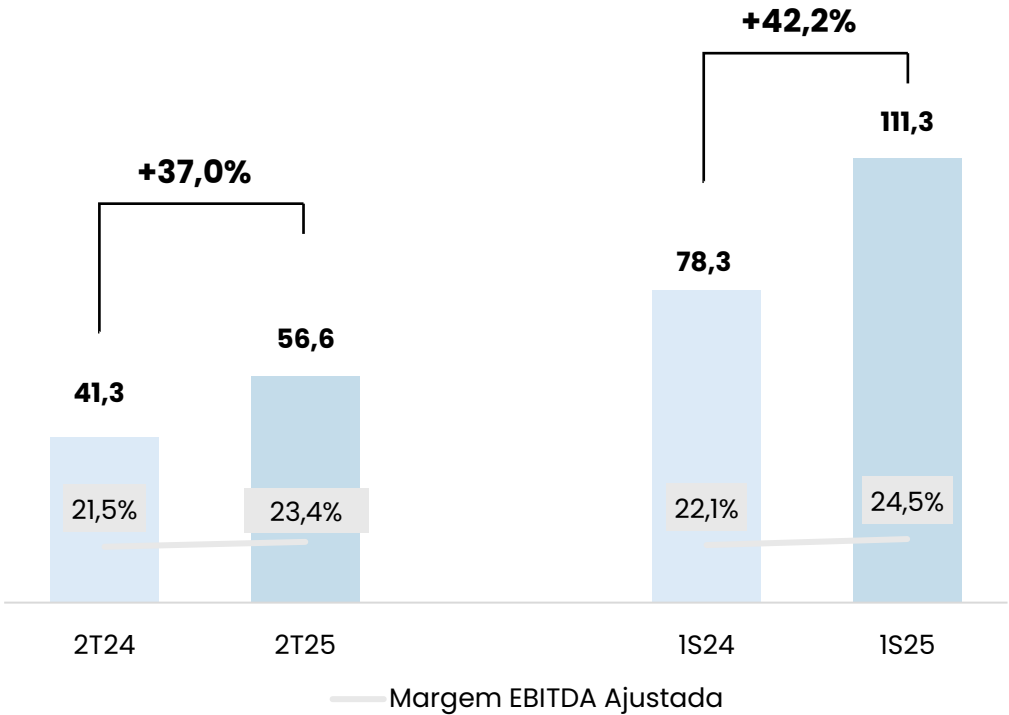
Excluindo os efeitos do IFRS-16 e despesas não recorrentes, o EBITDA ajustado consolidado alcançou R\$56,6 milhões no 2T25, um crescimento de 37,0% vs o mesmo período do ano anterior.

A margem EBITDA ajustada atingiu 23,4%, um avanço de 1,9 p.p. YoY, impulsionada pelo ganho de 1,3 p.p. na margem bruta – reflexo de melhores margens em todos os canais (melhor *mark up* e maior representatividade de vendas *full price*) – aliado à alavancagem operacional apresentada no trimestre (-0,6 p.p.).

No primeiro semestre, o EBITDA ajustado atingiu R\$ 111,3 milhões, com crescimento recorde para um semestre, +42,2% vs o 1S24, apresentando uma expansão de margem de 2,4 p.p., atingindo 24,5%.

EBITDA Ajustado

R\$ milhões



→

Resultado Financeiro

Resultado Financeiro (R\$ mil)	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Receitas Financeiras	942	2.313	-59,3%	2.047	4.860	-57,9%
Despesas Financeiras	-7.887	-6.250	26,2%	-16.677	-12.331	35,2%
Juros IFRS 16	-3.818	-2.983	28,0%	-8.207	-5.590	46,8%
Outras Despesas Financeiras	-4.069	-3.267	24,6%	-8.470	-6.741	25,6%
Resultado Financeiro	-6.945	-3.937	76,4%	-14.630	-7.471	95,8%
Efeito Líquido dos Ajustes	3.827	3.190	19,9%	8.224	6.079	35,3%
Resultado Financeiro Ajustado*	-3.118	-747	317,7%	-6.406	-1.392	360,2%

*Os efeitos dos ajustes se tratam de juros sobre as operações de arrendamento mercantil e não recorrentes.

O resultado financeiro do 2T25 foi negativo em R\$6,9 milhões, pressionado, especialmente, pelo aumento das despesas financeiras com contratos de arrendamento mercantil e pela redução das receitas financeiras no período. A queda nas receitas está relacionada ao menor caixa médio frente ao ano anterior, refletindo iniciativas estratégicas como (i) as recompras de ações realizadas pela Companhia, (ii) as inaugurações e reformas de lojas e (iii) o desenvolvimento do aplicativo da TFSports.

Já o resultado financeiro ajustado foi negativo em R\$3,1 milhões no trimestre, com a exclusão dos efeitos do IFRS-16 e não recorrentes.

Vale mencionar que, mais uma vez, encerramos o período sem endividamento.



→

Lucro Líquido

Lucro Líquido (R\$ mil e %)	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Lucro Líquido	33.989	26.245	29,5%	68.780	52.630	30,7%
Margem Líquida	14,0%	13,7%	0,3 p.p.	15,1%	14,9%	0,3 p.p.
(+) Ajuste IFRS-16	1.421	603	135,7%	3.104	1.512	105,2%
(+) Ajuste Não Recorrente	5.550	3.301	68,1%	8.098	4.357	85,9%
Lucro Líquido Ajustado	40.960	30.149	35,9%	79.982	58.498	36,7%
Margem Líquida Ajustada	16,9%	15,7%	1,2 p.p.	17,6%	16,5%	1,1 p.p.

Nota: A tabela com a abertura dos Não Recorrentes se encontra na página 23.

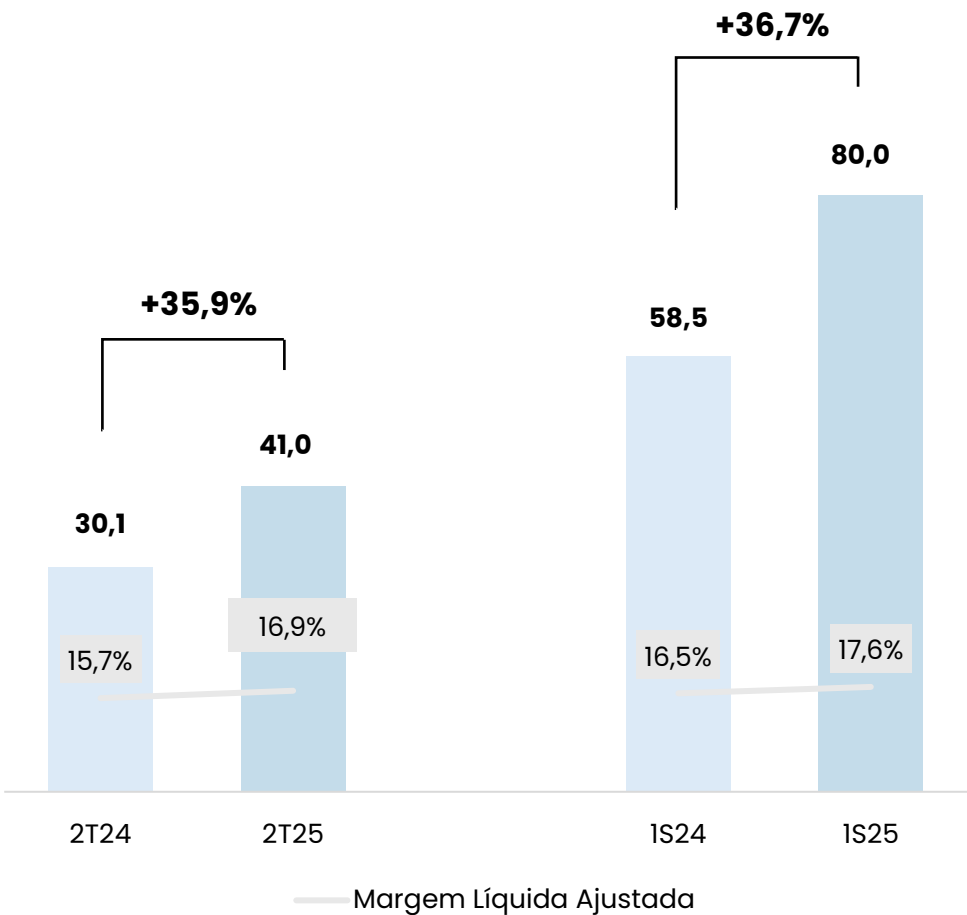
O lucro líquido ajustado consolidado, desconsiderando os efeitos do IFRS-16 e despesas não recorrentes, totalizou R\$41 milhões no 2T25, um crescimento de 35,9% em relação aos R\$30,1 milhões registrados no mesmo período de 2024.

A Companhia registrou um ganho de 1,2 p.p. na margem líquida ajustada, que atingiu 16,9% no trimestre, sustentada pelo forte e sólido desempenho do *core business*.

No acumulado do semestre, o lucro líquido ajustado atingiu R\$ 80 milhões, +36,7% vs o 1S24, com uma expansão de margem de 1,1 p.p., resultando em 17,6%.

Lucro Líquido Ajustado

R\$ milhões





TFSports	2T25	2T24	Var.	1S25	1S24	Var.
Usuários no Aplicativo (mil)	1.039,8	710,7	46,3%	1.039,8	710,7	46,3%
Eventos realizados (proprietários e trainers)	959	879	9,1%	1.813	1.639	10,6%
Inscritos em Eventos (mil)	120,9	101,9	18,7%	227,8	169,8	34,2%
Número de Treinadores (mil)	8,3	7,4	11,8%	8,3	7,4	11,8%

Ultrapassamos a marca de 1 milhão de usuários na plataforma TFSports (+46,3% YoY) e seguimos avançando conforme planejado.

Durante o segundo trimestre de 2025, realizamos 959 eventos e experiências (+9,1% YoY), atraindo 120,9 mil inscritos (+18,7% YoY). Ao final do período, a plataforma somava 8,3 mil treinadores cadastrados, que oferecem aulas pagas ou gratuitas à nossa base de clientes.

Os impactos de TFSports no EBITDA consolidado da Companhia representaram 2,4% da receita líquida consolidada do 2T25 e, no semestre, representaram 2,3%. Esse aumento reflete, principalmente, a aceleração de eventos, em especial o Experience, e a natureza ainda pouco previsível da sazonalidade da operação, uma vez que a entrada de patrocínios e o calendário para realização dos eventos não seguem um padrão regular ao longo dos períodos.

No tfmall – marketplace com curadoria própria no segmento de wellness – encerramos o trimestre com 24 parceiros (10 deles adicionados nos últimos 12 meses) altamente sinérgicos com a proposta da marca e o perfil dos nossos clientes.

→ Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	1S25	1T25	1S24
Caixa Líquido Gerado (aplicado) nas Atividades Operacionais	83,3	59,0	80,7
Caixa Líquido aplicado nas Atividades de Investimento	-22,2	-8,6	-20,6
Caixa Líquido Gerado (aplicado) nas Atividades de Financiamento	-60,8	-23,4	-47,6
Aumento / Redução de Caixa e Equivalentes de Caixa	0,3	27,0	12,5
Saldo Inicial de Caixa	23,4	23,4	54,5
Saldo Final de Caixa	23,7	50,4	67,0

A geração de caixa líquido das atividades operacionais totalizou R\$ 83,3 milhões no período, o que representa um crescimento de 3,3% em comparação ao mesmo período do ano anterior. O desempenho foi impactado, principalmente, pelo aumento no investimento em estoques, com maior volume e antecipação da entrega de pedidos de compras, com estimativa de entrada inicialmente prevista para os próximos meses, a fim de atender o crescimento de vendas acima do planejado.

O caixa líquido utilizado em atividades de financiamento aumentou 27,9%, reflexo da execução do programa de recompra de ações realizado no primeiro semestre de 2025 — diferente de 2024, quando as recompras mais relevantes ocorreram no segundo semestre. Além disso, houve um crescimento de 7,9% nas atividades de investimento, voltadas às reformas e inaugurações de novas lojas e ao desenvolvimento da plataforma TFSports.

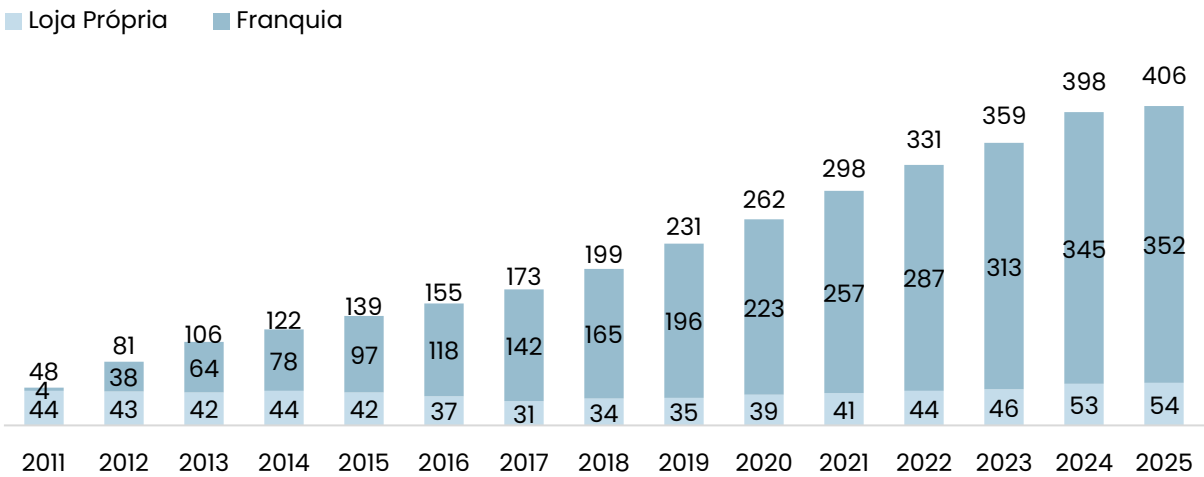
Como resultado desse movimento, a Companhia encerrou o período com um saldo líquido de caixa de R\$ 23,7 milhões, representando uma redução de 64,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. Já os equivalentes de caixa — que incluem recebíveis de cartões de crédito — totalizaram R\$ 95,4 milhões.

Reforçamos que esses resultados foram alcançados enquanto a Companhia permaneceu sem endividamento e manteve investimentos contínuos, impulsionando o crescimento do varejo e a consolidação da TFSports. Esses avanços reforçam nosso compromisso com um crescimento sustentável e com a geração consistente de caixa.



EXPANSÃO

NÚMERO DE LOJAS



Nota: E-Commerce considerado como 1 loja própria.

Durante o segundo trimestre de 2025, inauguramos 1 loja própria e 4 franquias, encerrando o período com um total de 406 lojas na rede – sendo 54 lojas próprias (incluindo os 13 outlets) e 352 franquias.

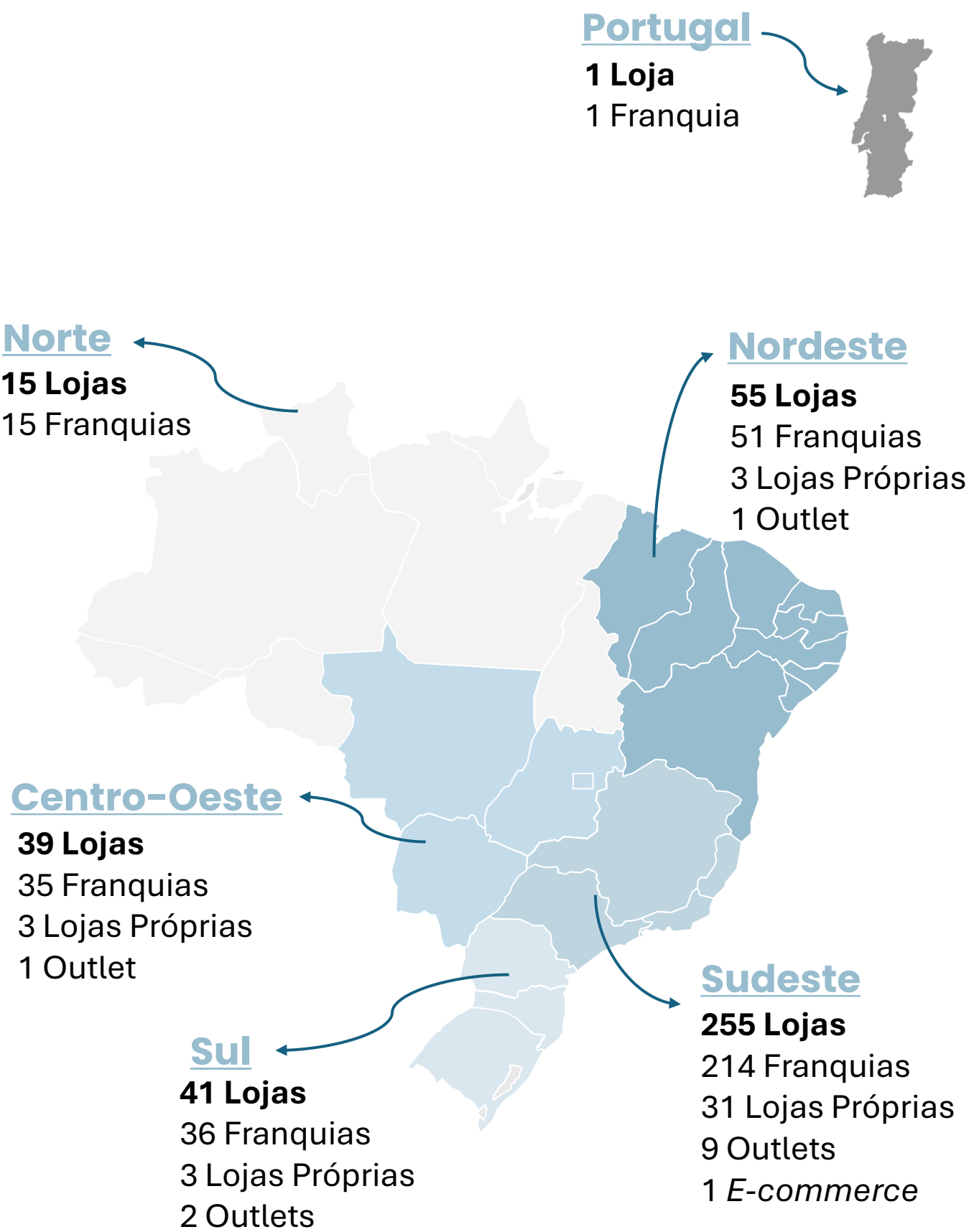
Atualmente 14 lojas da rede possuem o TFC Food & Market, além da unidade localizada em nossa sede, totalizando 15 operações.

Todas as novas lojas estão sendo inauguradas com elementos da loja Experience, que inclui a renovação completa de equipamentos, da comunicação visual e da exposição de produtos. Durante o trimestre, 3 franquias e 2 loja próprias foram reformadas para o novo conceito.

Ao final do período, 49% da rede adotava o novo layout e, até o final do ano, esperamos que aproximadamente 60% de toda a rede esteja no novo conceito.



MAPA DE LOJAS



ANEXOS



Demonstração do Resultado do Período

(Sem Efeito do IFRS-16 e Não Recorrente)

R\$ mil	2T25	2T24	1S25	1S24
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS DE MERCADORIAS E SERVIÇOS PRESTADOS	242.091	192.002	454.877	354.133
Custo das mercadorias vendidas e dos serviços prestados	-103.434	-84.553	-186.402	-151.478
LUCRO BRUTO	138.657	107.449	268.475	202.655
Margem Bruta	57,3%	56,0%	59,0%	57,2%
Despesas operacionais	-85.879	-70.307	-165.040	-131.925
Com vendas	-46.312	-36.539	-89.122	-69.237
Gerais e administrativas	-39.567	-33.769	-75.918	-62.688
% Total das Despesas Operacionais sobre a Receita Líquida	35,5%	36,6%	36,3%	37,3%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	-378	783	111	1.090
Total Despesas (receitas) Operacionais	-86.257	-69.524	-164.928	-130.835
% Total das Despesas (receitas) Operacionais sobre a Receita Líquida	35,6%	36,2%	36,3%	36,9%
EBITDA Ajustado	56.577	41.284	111.293	78.276
Margem EBITDA Ajustada	23,4%	21,5%	24,5%	22,1%
Depreciação e Amortização	-4.179	-3.359	-7.748	-6.456
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	52.398	37.924	103.545	71.819
RESULTADO FINANCEIRO Ajustado	-3.118	-747	-6.406	-1.392
Receitas financeiras	942	2.313	2.047	4.860
Despesas financeiras	-4.060	-3.060	-8.453	-6.253
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO IRPJ/CSLL	49.280	37.178	97.139	70.427
IRPJ/CSLL	-8.320	-7.029	-17.157	-11.928
LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO	40.960	30.149	79.982	58.498
Margem Líquida Ajustada	16,9%	15,7%	17,6%	16,5%

Demonstração do Resultado do Período

R\$ mil	2T25	2T24	1S25	1S24
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS DE MERCADORIAS E SERVIÇOS PRESTADOS	242.091	192.002	454.877	354.133
Custo das mercadorias vendidas e dos serviços prestados	-103.434	-84.783	-186.402	-151.478
LUCRO BRUTO	138.657	107.219	268.475	202.655
<i>Margem Bruta</i>	57,3%	55,8%	59,0%	57,2%
Despesas operacionais	-89.180	-70.975	-169.167	-132.403
Com vendas	-44.780	-35.895	-86.428	-67.462
Gerais e administrativas	-44.400	-35.080	-82.739	-64.941
<i>% Total das Despesas Operacionais sobre a Receita Líquida</i>	36,8%	37,0%	37,2%	37,4%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	-380	-339	110	-32
Total Despesas (receitas) Operacionais	-89.560	-71.314	-169.057	-132.435
<i>% Total das Despesas (receitas) Operacionais sobre a Receita Líquida</i>	37,0%	37,1%	37,2%	37,4%
EBITDA	58.298	43.841	116.885	85.254
<i>Margem EBITDA</i>	24,1%	22,8%	25,7%	24,1%
Depreciação e Amortização	-9.201	-7.936	-17.467	-15.034
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	49.097	35.905	99.418	70.220
RESULTADO FINANCEIRO	-6.945	-3.937	-14.630	-7.471
Receitas financeiras	942	2.313	2.047	4.860
Despesas financeiras	-7.887	-6.250	-16.677	-12.331
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO IRPJ/CSLL	42.152	31.968	84.788	62.749
IRPJ/CSLL	-8.163	-5.723	-16.008	-10.119
LUCRO LÍQUIDO	33.989	26.245	68.780	52.630
<i>Margem Líquida</i>	14,0%	13,7%	15,1%	14,9%

Impactos do IFRS-16

A adoção mandatória da norma IFRS-16, em janeiro de 2019, trouxe alterações significativas na contabilidade das companhias brasileiras, incluindo a Track&Field. Assim, para melhor compreensão do efeito do IFRS-16 em nossos demonstrativos financeiros, detalhamos abaixo o impacto nas principais linhas do Balanço Patrimonial e DRE.

Linhas incluídas no BP pelo IFRS 16	Com Efeito do IFRS 16	Sem Efeito do IFRS 16	Diferença
(R\$ mil)	(A)	(B)	(A-B)
Ativo - Direitos de Uso	136.772		136.772
Passivo - Arrendamentos a Pagar	146.322		146.322

2T25	Com Efeito do IFRS 16	Sem Efeito do IFRS 16	Diferença
Linhas afetadas pelo IFRS 16	IFRS 16	IFRS 16	
(R\$ mil)	(A)	(B)	(A-B)
Despesas Operacionais (excl. Depreciação e Amortização)	- 80.359	- 87.842	7.483
Despesas Depreciação e Amortização	- 9.201	- 4.180	- 5.021
Resultado Financeiro	- 6.945	- 3.127	- 3.818
IRPJ/CSLL	- 8.163	- 8.098	- 65
Lucro Líquido	33.989	35.410	- 1.421
EBITDA	58.298	50.815	7.483

1S25	Com Efeito do IFRS 16	Sem Efeito do IFRS 16	Diferença
Linhas afetadas pelo IFRS 16	IFRS 16	IFRS 16	
(R\$ mil)	(A)	(B)	(A-B)
Despesas Operacionais (excl. Depreciação e Amortização)	- 151.590	- 166.104	14.514
Despesas Depreciação e Amortização	- 17.467	- 7.750	- 9.717
Resultado Financeiro	- 14.630	- 6.422	- 8.208
IRPJ/CSLL	- 16.008	- 16.315	307
Lucro Líquido	68.780	71.884	- 3.104
EBITDA	116.885	102.371	14.514

Ajustes Não Recorrentes

Conciliação do EBITDA Ajustado (R\$ mil)	2T25	2T24	1S25	1S24
EBITDA	58.298	43.841	116.885	85.254
IFRS 16	-7.483	-6.656	-14.514	-12.513
Consultorias não recorrentes	993	1.265	1.901	2.465
Efeitos fiscais extemporâneos	0	1.123	450	1.123
Reversão aluguel reformadas - pop up's	129	525	341	525
Plano de Opção/ Não-caixa	4.640	742	5.985	1.210
Outros gastos não recorrentes	0	443	245	213
EBTIDA Ajustado	56.577	41.284	111.293	78.276

Conciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil)	2T25	2T24	1S25	1S24
Lucro Líquido	33.989	26.245	68.780	52.630
IFRS 16	1.356	905	3.411	1.655
IRPJ/CSLL sobre ajustes	-156	-1.306	-1.148	-1.810
Consultorias não recorrentes	993	1.265	1.901	2.465
Efeitos fiscais extemporâneos	9	1.329	467	1.610
Reversão aluguel reformadas - pop up's	129	525	341	525
Plano de Opção/ Não-caixa	4.640	742	5.985	1.210
Outros gastos não recorrentes	0	443	245	213
Lucro Líquido Ajustado	40.960	30.149	79.982	58.498

Fluxo de Caixa

(R\$ mil)	1S25	1T25	1S24
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
Lucro líquido do período	68.780	34.791	52.630
AJUSTES PARA RECONCILIAR O LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO COM O CAIXA LÍQUIDO			
GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS:			
Depreciação e amortização	18.655	8.771	16.085
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	16.008	7.845	10.119
Constituição (Reversão) de perda projetada de estoque	1.127	510	866
Provisão (Reversão) para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	-319	-186	-1.171
Perdas de crédito de contas a receber	243	79	138
Perda de crédito esperada	-102	-146	-92
Baixa de ativo imobilizado e intangível	43	0	350
Juros s/ arrendamento - direito de uso	8.207	4.389	5.590
Atualização monetária ativa	-1.178	-669	-1.172
Atualização monetária passiva	438	438	757
VARIAÇÃO NOS ATIVOS E PASSIVOS OPERACIONAIS:			
Contas a receber	64.908	67.992	43.541
Estoques	-49.018	-39.602	-28.547
Impostos a recuperar	1.297	-659	7.606
Depósitos judiciais	742	432	-1.315
Outros créditos	-16.431	-4.953	-5.734
Fornecedores	-6.034	-5.912	9.864
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	4.856	8	-5.512
Obrigações tributárias	-15.921	-12.485	-15.132
Aluguéis a pagar	-1.737	-1.506	-1.627
Adiantamento de eventos	4.751	7.116	4.614
Outras obrigações	186	572	-497
Caixa gerado (aplicado) pelas atividades operacionais	99.501	66.825	91.361
Imposto de renda e contribuição social pagos	-16.159	-7.859	-10.666
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais	83.342	58.966	80.695
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO			
Venda de imobilizado	11	0	2
Aquisição de imobilizado e intangível	-22.257	-8.579	-20.621
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de investimento	-22.246	-8.579	-20.619
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Dividendos pagos	-4.179	0	-7.211
Juros sobre o capital próprio pagos	-25.545	-809	-20.646
Arrendamentos direito de uso pago	-14.755	-7.223	-12.797
Aquisição de ações próprias	-16.349	-15.322	-6.914
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento	-60.828	-23.354	-47.568
VARIAÇÃO CAMBIAL SOBRE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA DE CONTROLADA NO EXTERIOR			
	- 4	- 3	3
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	264	27.030	12.511
SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	23.410	23.410	54.477
SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	23.674	50.440	66.988

Balanço Patrimonial

(R\$ mil)	30/06/2025	30/06/2024
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	23.674	66.988
Contas a receber	176.615	152.949
Estoques	337.287	260.537
Impostos a recuperar	4.941	4.359
Outros Créditos	20.145	15.316
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	562.662	500.149
NÃO CIRCULANTE		
Depósitos judiciais	3.205	2.571
Imposto de renda e contribuição social diferidos	5.020	5.911
Impostos a recuperar	3.287	3.988
Arrendamentos direito de uso	136.772	107.056
Imobilizado	83.288	62.217
Intangível	28.547	24.502
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	260.119	206.245
TOTAL DO ATIVO	822.781	706.394
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	73.773	69.998
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	35.666	29.140
Obrigações tributárias	18.949	14.468
Arrendamentos direito de uso a pagar	16.625	16.801
Dividendos e JSCP a pagar	17.110	12.327
Outras obrigações	14.568	11.876
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	176.691	154.610
NÃO CIRCULANTE		
Arrendamentos direito de uso a pagar	129.697	98.775
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	4.162	4.963
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	133.859	103.738
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	336.148	336.148
Ações em tesouraria	-47.708	-18.871
Reserva de capital	-17.469	-11.442
Reserva de incentivos fiscais	8.663	8.663
Reserva de lucros	178.712	92.127
Outros resultados abrangentes	1.872	1.869
Lucro do período	50.717	39.552
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	510.935	448.046
Participação de não controladores	1.296	0
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	512.231	448.046
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	822.781	706.394

Medições não contábeis

EBITDA – o EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) é o lucro líquido do período, acrescido do imposto de renda e contribuição social, da depreciação e amortização e deduzido do resultado financeiro líquido. Este indicador é uma medida não contábil elaborada pela Companhia em consonância com a Instrução CVM nº 527/12. O EBITDA é utilizado para apresentar a geração de caixa operacional da Companhia, porém não é medida de lucratividade, pois não considera determinados gastos decorrentes do negócio como por exemplo: tributos, despesas e receitas financeiras, depreciação e amortização. Este indicador também não representa fluxos de caixa dos períodos apresentados. A Margem EBITDA, é calculada pelo EBITDA (conforme cálculo mencionado acima) dividido pela Receita líquida de vendas de mercadorias e serviços prestados.

EBITDA Ajustado – o EBITDA Ajustado é o EBITDA desconsiderando o efeito da adoção do IFRS 16 / CPC 06(R2) – que entrou em vigência no tratamento da norma contábil das Operações de Arrendamento Mercantil a partir de 2019, e das despesas não recorrentes. Adicionalmente, a margem EBITDA ajustada é calculada pela divisão entre o EBITDA Ajustado e a Receita líquida de vendas de Mercadorias e serviços prestados.

O EBITDA Ajustado e a margem EBITDA Ajustada não são medidas de resultado em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil. Outras empresas podem calcular o EBITDA Ajustado de maneira diferente da Companhia.

A Companhia apresenta o EBITDA ajustado como forma de avaliação do seu desempenho financeiro operacional, pois é uma medida não contábil de resultado que elimina efeitos não recorrentes do resultado. Desta forma, expurga efeitos que não fazem parte da rotina de negócio e que foram pontuais ao resultado.

Lucro Líquido Ajustado – o Lucro Líquido Ajustado é o lucro líquido desconsiderando o efeito da adoção do IFRS 16 / CPC 06(R2), e as despesas não recorrentes.

O Lucro Líquido Ajustado não é uma medida de resultado em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil. Outras empresas podem calcular o Lucro Líquido Ajustado de maneira diferente da Companhia.

Dívida Bruta – a Dívida Bruta equivale ao total da soma dos empréstimos a pagar (passivo circulante e não circulante). A Dívida Bruta não é medida de resultado em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil. Outras empresas podem calcular a Dívida Bruta de maneira diferente da Companhia.

Caixa Líquido – o Caixa Líquido é a soma dos empréstimos de curto e longo prazos que constam no Passivo Circulante e Passivo não Circulante subtraídos do somatório de Caixa e equivalentes de caixa presentes no Ativo Circulante da Companhia. Este indicador é uma medida não contábil elaborada pela Companhia. O Caixa Líquido não é uma medida de lucratividade em conformidade com as práticas contábeis no Brasil e não representa fluxos de caixa dos períodos apresentados.

Sell Out Total – o Sell Out Total representa as vendas ao consumidor do Grupo Track&Field, independente do canal de vendas (físico/on-line ou ainda se loja própria/franquia).



RELEASE 2Q25



Video conference
August 15th (Friday)

9am EUA-EST | 10am Brasília

[Click Here](#) to access the
video conference

Sell-out reached **R\$ 409 million in 2Q25**, up **27.8%** vs. 2Q24 and **+21.8% in same stores sales**. **Renovated stores** stood out, with significant growth of **+41.9% YoY**.

E-commerce maintained strong growth, **up 57.6% YoY**, representing **9.8% of digital sales** in 2Q25. (+1.8 p.p. vs 2Q24).

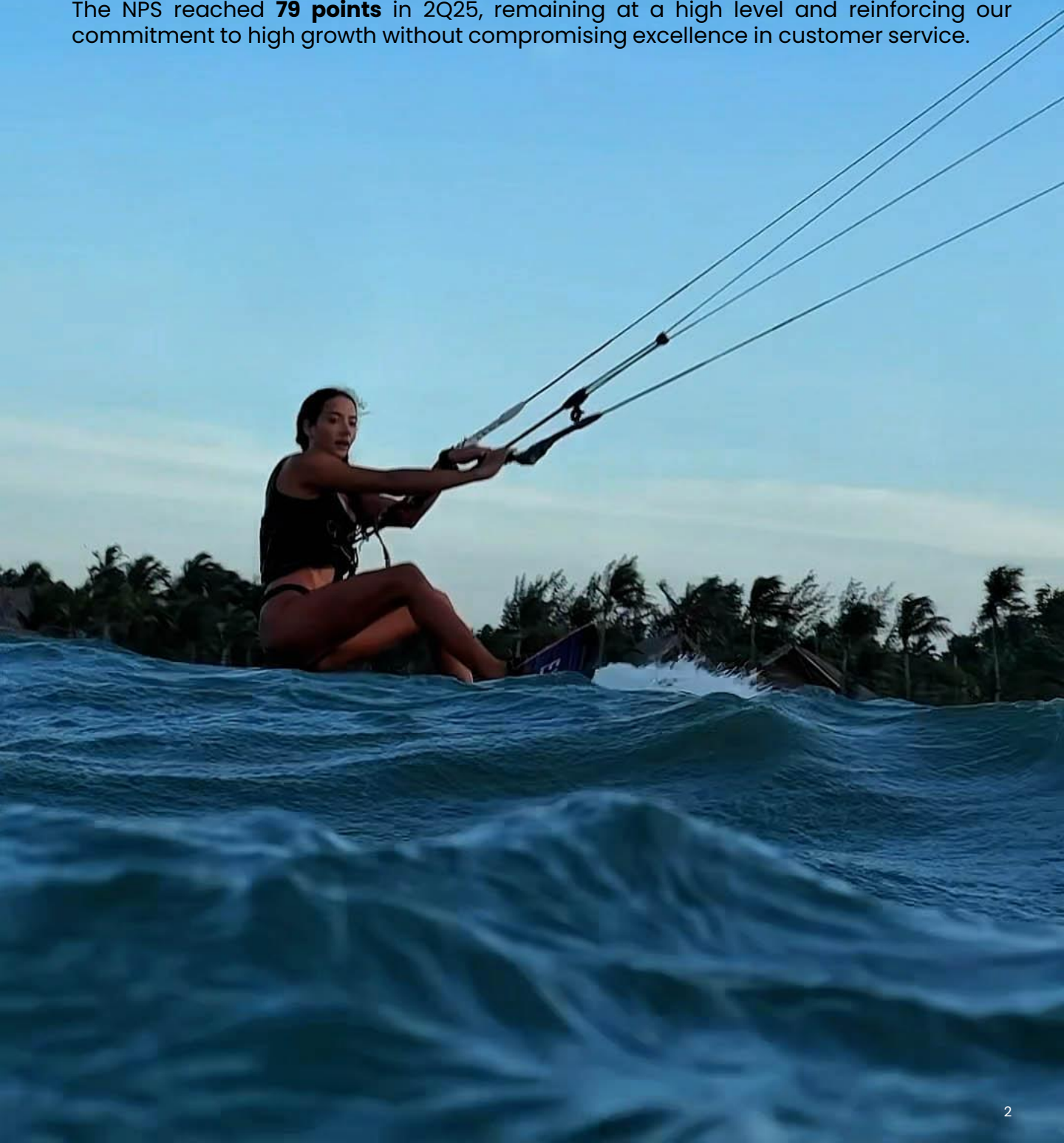
Infinite storefront ended the quarter with **357 connected stores** (+83 YoY), whose sales accounted for **13.1% of digital sell-out**, an increase of **+3.0 p.p.** compared to 2Q24.

We opened 5 new stores in the quarter (1 company-owned and 4 franchises), all in the new format, ending the period with **406 stores**. We continued with our plan to modernize the network: **5 renovations were finished** in 2Q25 (3 franchises and 2 company-owned stores).

We reached the milestone of 1 million users (+46.3% YoY). The TFSports platform continues to expand, with more than 950 events held in the quarter (+9.1% YoY), bringing together 120,900 subscribers (+18.7%). In addition, we have 8,300 registered trainers on the platform.

TFC Food & Market sales **grew +54% vs. 2Q24**, with a **+22% increase in SSS**. The number of customers served increased **+24%**, reflecting strong acceptance in the food and supplement market.

The NPS reached **79 points** in 2Q25, remaining at a high level and reinforcing our commitment to high growth without compromising excellence in customer service.



Financial Highlights

Consolidated net revenue reached **R\$ 242.1 million in 2Q25**, up **+26.1% vs. 2Q24 (R\$ 192.0 million)**, with a notable 29.9% YoY growth in royalty revenue and 26.1% increase in sales from the company-operated store network.

Gross profit for the quarter totaled R\$ 138.7 million (+29.3% vs. 2Q24) and **gross margin was 57.3% (+1.5 p.p. YoY)**, with **growth across all channels**.

Adjusted operating expenses represented 33.9% of net revenue in 2Q25 (-0.6 p.p. YoY), **highlighting the 1.2 p.p. YoY dilution of Administrative Expenses on net revenue for the quarter**.

Adjusted EBITDA totaled **R\$ 56.6 million in 2Q25**, up **+37.0% YoY**, with an **EBITDA margin of 23.4%**, an increase of **+1.9 p.p.** compared to 2Q24.

In 1H25, consolidated EBITDA was **R\$ 111.3 million, +42.2% YoY, representing record growth¹ for a half-year period**, with a margin of **24.5%** (+2.4 p.p. YoY).

Consolidated adjusted net income reached **R\$ 41 million in 2Q25**, up **+35.9% YoY**, with a **net margin of 16.9%** (+1.2 p.p. YoY). In the first half of the year, net income was **R\$ 80 million**, up **+36.7% YoY**, with a margin of **17.6%** (+1.1 p.p. YoY).



¹Excluding the impact of the pandemic.

MANAGEMENT COMMENTS

The second quarter of 2025 strengthened the consistency of our journey, with significant advances in all pillars of the Track&Field ecosystem. We remain committed to our purpose of promoting a more active and healthy lifestyle through an integrated platform of products, services, and experiences focused on well-being.

The period was marked by solid and consistent performance throughout the three months. April kicked off the quarter with strong momentum, driven by excellent acceptance of the new collection by franchisees and end consumers. May and June kept up the pace, with highlights including commemorative dates such as Mother's Day and Valentine's Day — moments that reinforce our presence as a desirable brand associated with affection, care, and celebration.

As a result, **sell-out reached R\$ 409.0 million in the quarter, representing growth of 27.8% compared to 2Q24 and 21.8% in same stores sales**, driven by the expansion of the physical network, the increase in the volume of items sold, better store supply, and greater traffic generated by events promoted by TFSports.

This performance directly reflected our profitability: **EBITDA reached R\$ 56.6 million (+37.0%)**, while **net income totaled R\$ 41 million (+35.9%)**, with margin gains of **1.9 p.p. and 1.2 p.p.**, respectively.

Renovated stores continue to be an important growth driver, showing significant gains in both traffic and conversion. In the quarter, we recorded a 46.1% increase in company-owned stores and a 38.1% increase in franchises.

Digital continued its expansion trajectory, consolidating itself as a **significant growth front**. E-commerce (captured) grew 57.6% compared to 2Q24, reaching a 9.8% share of total sell-out. Omnichannel delivery methods continue to gain prominence: approximately 70% of e-commerce sell-out was handled via ship from store, reinforcing the strategic role of physical stores as distribution hubs. Infinite storefront sales, available in 357 stores at the end of the quarter, accounted for 13.1% of digital sell-out captured — an increase of 3.0 p.p. over the same period last year. Influenced sales, with a focus on conversions via WhatsApp, grew 22.7%, representing 39.0% of the Company's total sell-out.

TFSports continues to be one of the main drivers of engagement and traffic for stores. **The platform has reached the milestone of 1 million users** and maintains an active base of thousands of registered trainers. During the quarter, more than 950 events were held, with 120,900 participants. TFC Food & Market also made progress, with a 54% increase in sales and a 24% increase in the number of customers served, reflecting the synergy with other businesses and adherence to our customers' behavior.

In July, we released updates to the TFSports apps for trainers and athletes, with important improvements in experience and in features. Trainers now have more autonomy to manage their events and their students, while athletes have simpler navigation and features that help them find and follow events of interest. The updates also make the system more flexible, ensuring greater agility and scalability for future upgrades.

At tfmall, our marketplace focused on the wellness universe, we ended the quarter with 24 partners — with 10 added in the last 12 months — all highly synergistic with the brand's proposal and our customer profile.

During the second quarter of 2025, we opened five new stores, ending the period with a total of 406 stores in operation—352 franchises and 54 company-owned stores, of which 13 are outlets. All new stores already have the *Experience* store concept, which brings significant improvements in product display and visual communication.

We currently have 15 TFC Food & Market units—14 integrated into stores and one located at the Company's headquarters—expanding the proposal of well-being integrated into retail. During this period, we also renovated three franchises and two company-owned stores, reaching 49% of the chain with the new layout, with emphasis on company-owned stores, which already exceed 70%. The expectation is that, by the end of the year, about 60% of the chain will be operating under the new concept.

MANAGEMENT COMMENTS

We are very happy with the results of our first store in Portugal, confirming the potential of the local market and giving us confidence to continue with our expansion plan in the country. In August, we will open a unit in Lisbon and, in the fourth quarter, a new store in Cascais. We are continuing with the same ecosystem strategy that we applied in Brazil, integrating the franchise channel and the holding of events as pillars of our expansion model and relationship with the community.

We ended the quarter confident in the strength of our strategy and the positive impact of the initiatives we have implemented on all levels. We will continue to prioritize innovation, excellence in experience, and disciplined execution, always with an eye on the long term and on building a brand that is increasingly relevant in people's lives. We thank all our employees, partners, franchisees, and investors who continue to stand by us on this journey.

THE MANAGEMENT

Table | Summary of Indicators

São Paulo, August 14, 2025 – Track & Field CO S.A. (B3: TFCO4) announces its results for the second quarter and first half of 2025 (2Q25 and 1H25).

R\$ thousand, except when	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
Financial Results						
Net Revenue	242,091	192,002	26.1%	454,877	354,133	28.4%
Gross Profit	138,657	107,219	29.3%	268,475	202,655	32.5%
Gross Margin	57.3%	55.8%	1.5 p.p.	59.0%	57.2%	1.8 p.p.
EBITDA	58,298	43,841	33.0%	116,885	85,254	37.1%
EBITDA Margin	24.1%	22.8%	1.3 p.p.	25.7%	24.1%	1.6 p.p.
Adjusted EBITDA¹	56,577	41,284	37.0%	111,293	78,276	42.2%
Adjusted EBITDA Margin	23.4%	21.5%	1.9 p.p.	24.5%	22.1%	2.4 p.p.
Net Income	33,989	26,245	29.5%	68,780	52,630	30.7%
Net Margin	14.0%	13.7%	0.3 p.p.	15.1%	14.9%	0.3 p.p.
Adjusted Net Income²	40,960	30,149	35.9%	79,982	58,498	36.7%
Adjusted Net Margin	16.9%	15.7%	1.2 p.p.	17.6%	16.5%	1.1 p.p.
Net Cash³	23,674	66,988	-64.7%	23,674	66,988	-64.7%
Net Cash Equivalents⁴	95,407	136,801	-30.3%	95,407	136,801	-30.3%
Operational Indicators						
Number of Stores	406	374	8.6%	406	374	8.6%
Company-operated	54	51	5.9%	54	51	5.9%
Franchises	352	323	9.0%	352	323	9.0%
Average Ticket (R\$)	438.76	411.5	6.6%	413.09	382.23	8.1%
Same Store Sales	21.8%	16.4%	5.4 p.p.	23.2%	14.2%	9.0 p.p.
Total Sell Out⁵	408,950	320,074	27.8%	789,598	604,677	30.6%
Sales by E-commerce	40,136	25,461	57.6%	83,702	57,037	46.8%

Note: Adjusted figures refer to non-accounting measurements for the purposes of comparability and better market analysis.

¹Adjusted EBITDA: excluding the effects of IFRS-16 (the effect of excluding right-of-use depreciation expense and lease expense related to rents) and non-recurring expenses.

² Adjusted Net Income: excluding the application of IFRS 16 and non-recurring expenses.

³ Net Cash: Cash and cash equivalents – Financial loans.

⁴ Net Cash Equivalents: Net cash + Card receivables.

⁵ Total Sell Out: Represents the Track&Field Group's consumer sales, regardless of the sales channel (physical/online or own store/franchise).



Sell Out

Captured Sell out per Channel (R\$ thousand)	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
Franchises	248,235	193,039	28.6%	470,283	358,316	31.2%
Company-operated stores	120,579	101,574	18.7%	235,613	189,323	24.5%
E-commerce	40,136	25,461	57.6%	83,702	57,037	46.8%
Total Sell Out	408,950	320,074	27.8%	789,598	604,677	30.6%

Billed Sell out per channel (R\$ thousand)	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
Franchises	265,499	203,995	30.1%	504,999	380,873	32.6%
Company-operated stores	130,548	108,765	20.0%	259,072	207,649	24.8%
E-commerce¹	12,903	7,314	76.4%	25,527	16,155	58.0%
Total Sell Out	408,950	320,074	27.8%	789,598	604,677	30.6%

¹ Sell out billed by e-commerce reflects sales captured by the website and billed by our distribution center.

In the second quarter of 2025, Track&Field's sell-out – which covers total gross sales across all of the Company's channels, including its own stores, franchises, and e-commerce – reached R\$ 409 million, representing an increase of 27.8% compared to the same period in 2024. On a same-store sales (SSS) basis, growth was 21.8%, reflecting the strength of the operation and the maturity of the network.

The quarter was marked by robust performance throughout all months. April began the period with impressive results, driven by the positive reception of the new collection among franchisees and final consumers. May and June stood out for their strong performance on key holidays, such as Mother's Day and Valentine's Day, reinforcing the brand's positioning as a relevant option for celebrations.

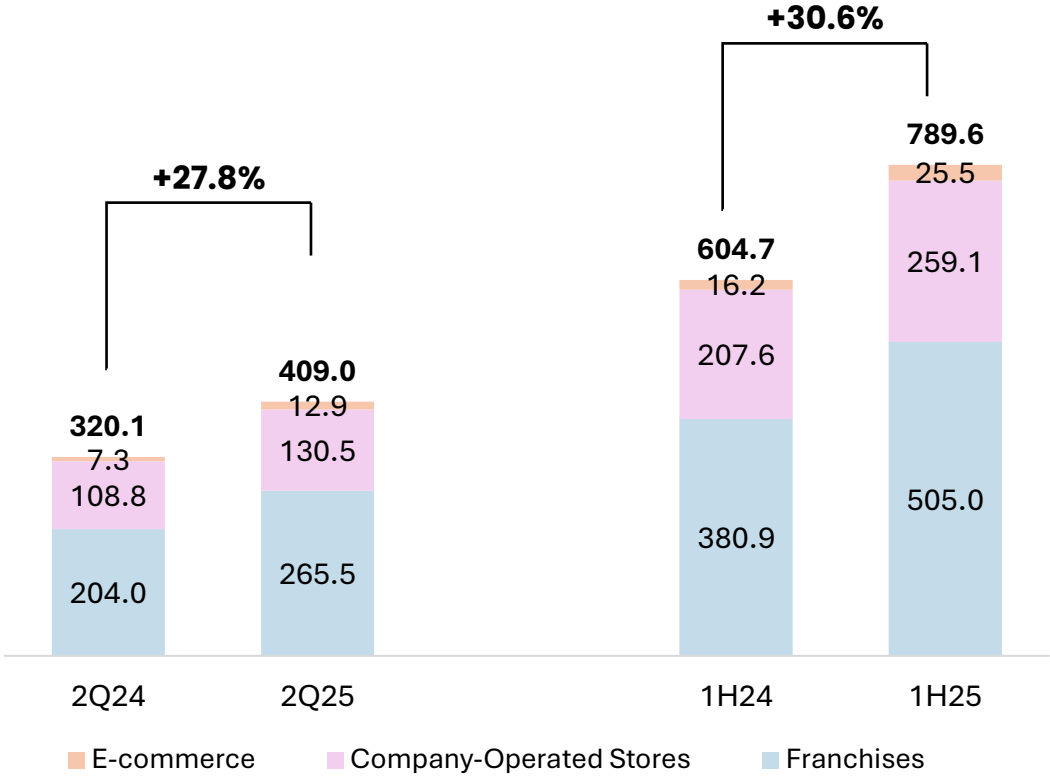
This positive performance was sustained by several operational factors. Renovated stores showed significant growth: 46.1% in company-owned stores and 38.1% in franchises. Physical expansion also played an important role, with the opening of 32 new stores in the last 12 months.

Another highlight was the increase in customer traffic in physical stores, supported by events which helped to boost engagement. There was also a 19.7% increase in the number of tickets and a 14.8% increase in the volume of items sold, reflecting the success of the product mix, the strengthening of the influencer marketing strategy, the development of the brand ecosystem, and the continuous improvement of the in-store experience.

In the digital environment, e-commerce continued its upward trajectory, growing 57.6% compared to the second quarter of 2024, accounting for 9.8% of total sell-out captured in the period (+1.8 p.p. vs. 2Q24). The infinite storefront tool – already available in 357 stores – accounted for 13.1% of digital sales, an increase of 3.0 p.p. compared to the same period last year. In addition, social selling, especially through WhatsApp, grew 22.7%, representing 39.0% of the Company's total sell-out.

Billed Sell Out

R\$ million



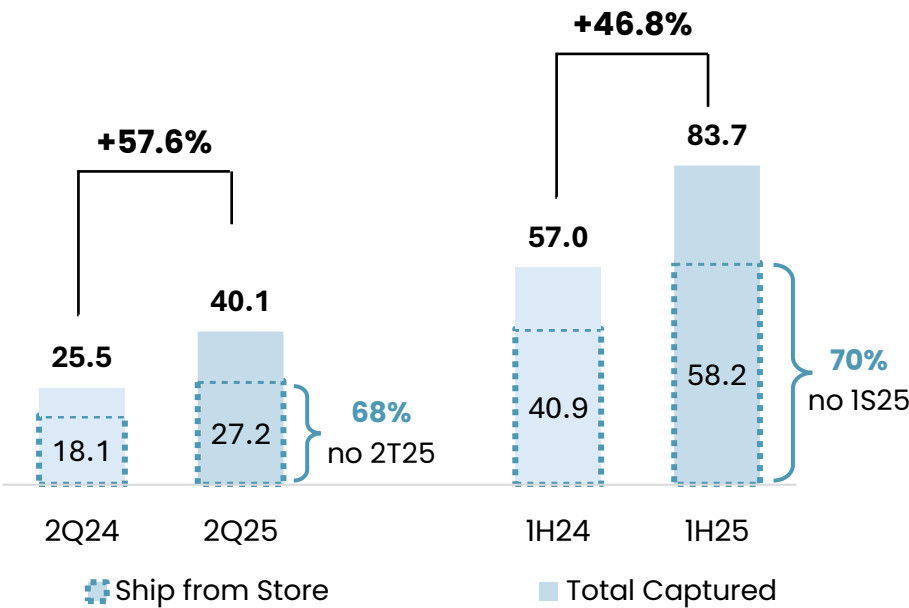
The growth in digital sales also reflects the strengthening of the Company's omnichannel initiatives, with emphasis on solutions such as ship from store – which transforms physical stores into small distribution hubs – and pick up in store, which allows customers to pick up their online orders directly at the store. These modalities have significantly expanded the capillarity of the operation, while reduced delivery times and enhanced the quality of the shopping experience.

In the second quarter, 68% of the volume sold via e-commerce was handled through ship-from-store, reinforcing the central role of physical stores in fulfilling digital orders and consolidating integration between channels.

At the end of the period, 35 stores were operating as national sellers, with delivery capacity throughout Brazil and accounting for 40.7% of digital sell-out. Another 362 stores operated as local sellers, serving their specific geographic areas and contributing 27.2% of digital volume. The remaining 32.1% was billed directly by the Company's distribution center, highlighting the complementarity of the channels and the maturity of the omnichannel strategy.

E-commerce (captured)

R\$ million





Net Revenue

Net Revenue (R\$ thousand)	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
Sales of Goods	72,042	55,680	29.4%	125,780	97,577	28.9%
Royalties	41,544	31,987	29.9%	79,559	59,564	33.6%
Retail (Own Chain)	111,210	88,214	26.1%	219,492	169,415	29.6%
Events/tfmall	13,586	14,330	-5.2%	25,531	25,239	1.2%
Others	3,709	1,790	107.2%	4,515	2,339	93.1%
Total Net Revenue	242,091	192,002	26.1%	454,877	354,133	28.4%

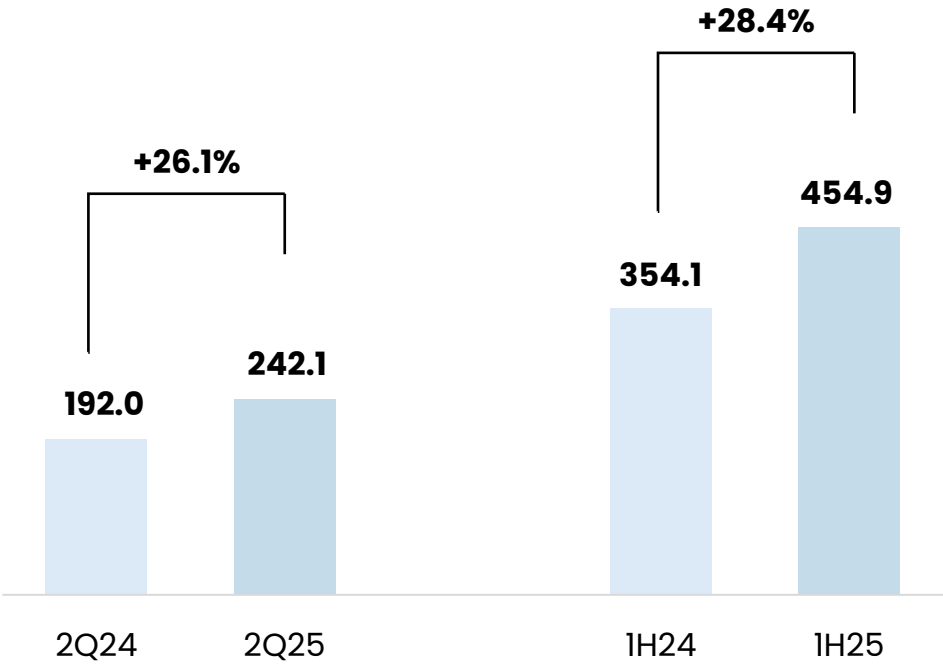
Consolidated net revenue reached R\$ 242.1 million in the quarter, representing a 26.1% increase over the same period last year. This performance was mainly driven by strong growth in the retail channel (Company operated network), whose revenue grew 26.1% year-on-year, totaling R\$ 111.2 million. The result reflects the growth in sales at the company's own stores during the period, driven by the positive reception of the winter collection, the expansion of the store base, and the impressive performance of the renovated stores, which grew 46.1% YoY. Even so, the channel's share of total revenue remained stable, mainly due to the increased representation of sales channels for franchises and royalties.

Royalties grew 29.9% compared to 2Q24, totaling R\$ 41.8 million. The result was driven by strong franchise sales performance (+30.1% YoY), sustained by network expansion, superior performance of renovated stores (+38.1% YoY), and improved supply levels. As a result, the royalty channel's share of total revenue increased by 0.5 p.p. in the quarter.

The sale of goods to franchises (sell-in) also showed significant growth, up 29.4% YoY – maintaining the pace observed in the previous quarter. This performance reflects the strong performance of the collection, the opening of 29 new franchises during the period, and the implementation of new supply strategies, which improved replacement orders. As a result, this channel's share of total revenue grew 0.8 p.p. in the quarter.

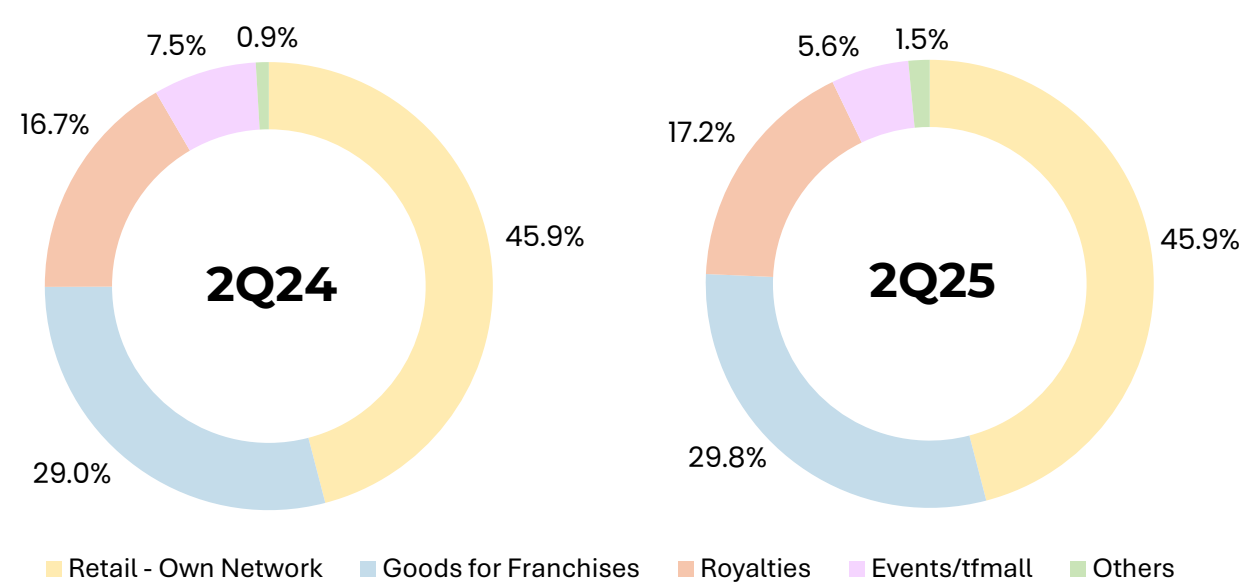
Net Revenue

R\$ million



Finally, TFSports' net revenue – which includes events and tfmall – totaled R\$ 13.6 million, representing a 5.2% decrease compared to the same period last year. This result was impacted by the change in the events calendar, compromising year-on-year comparability. However, this effect is likely to be neutralized in the fourth quarter. In addition, the end of the PERSE (Emergency Program for the Recovery of the Events Sector) tax benefit resulted in the recovery of PIS and COFINS by TFSports.

Net Revenue Breakdown (%)



Gross Profit

Gross Profit (R\$ thousand)	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
Gross Profit	138,657	107,219	29.3%	268,475	202,655	32.5%
Gross Margin	57.3%	55.8%	1.5 p.p.	59.0%	57.2%	1.8 p.p.

Gross profit for the quarter reached R\$ 138.7 million, up 29.3% compared to 2Q24.

The gross margin achieved 57.3%, representing a gain of 1.5 p.p. YoY. The margin's evolution was driven by improved profitability across all channels, reflecting better markups and a higher share of full-price sales.



Adjusted Operating Expenses

Adjusted Net Revenue (R\$ thousand)	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
General Adjusted Net Revenue	242,091	192,002	26.1%	454,877	354,133	28.4%
Operating Expenses (R\$ thousand)	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
Sales	44,527	35,054	27.0%	85,707	66,416	29.0%
% With Sales over General NR	18.4%	18.3%	0.1 p.p.	18.8%	18.8%	0.0 p.p.
General and Administrative	37,173	31,894	16.6%	71,585	59,053	21.2%
% G&A over General NR	15.4%	16.6%	-1.2 p.p.	15.7%	16.7%	-0.9 p.p.
Operating Expenses	81,700	66,948	22.0%	157,291	125,469	25.4%
%Total Operating Expenses over General NR	33.7%	34.9%	-1.2 p.p.	34.6%	35.4%	-0.9 p.p.
Other Operating Revenues (Expenses)	378	-783	-148.3%	-111	-1,090	-89.8%
Total Operating Expenses (Revenue) – wo/ depreciation	82,078	66,165	24.1%	157,180	124,379	26.4%
Total Operating Expenses (Revenue) over General NR	33.9%	34.5%	-0.6 p.p.	34.6%	35.1%	-0.6 p.p.
Depreciation	4,179	3,359	24.4%	7,748	6,456	20.0%
Total Operating Expenses (Revenue) – w/ depreciation	86,257	69,524	24.1%	164,928	130,835	26.1%
%Total Operating Expenses over General NR	35.6%	36.2%	-0.6 p.p.	36.3%	36.9%	-0.7 p.p.

As anticipated and in line with the trajectory already observed at the beginning of 2025, we again recorded a dilution of operating expenses. The corporate structures consolidated in recent years, which have been compatible with the Company's current size, combined with efficient expense management, contributed to efficiency gains as revenue grows. In addition, investments focused on the growth and consolidation of TFSports, in line with the expansion and diversification strategy, continue to become increasingly comparable between periods.

In this scenario, adjusted operating expenses represented 33.9% of net revenue in 2Q25, a decrease of 0.6 p.p. compared to 34.5% recorded in the same period of the previous year.

Sales expenses, meanwhile, remained stable in relation to revenue. The greater share of franchises in the total mix contributed to reducing the representativeness of expenses from company-owned stores, although this effect was offset by an increase in marketing investments, especially in performance media and event-related initiatives. This movement is in line with previous quarters but was at a higher level than that observed in 2Q24.

Administrative expenses, on the other hand, decreased by 1.2 percentage points as a proportion of net revenue, reflecting the Company's solid sales performance and continued progress in operational leverage.

→

EBITDA

EBITDA (R\$ thousand and %)	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
Net Income	33,989	26,245	29.5%	68,780	52,630	30.7%
(+) Income Tax and CS (Social Contribution)	8,163	5,723	42.6%	16,008	10,119	58.2%
(+) Net Financial Result	6,945	3,937	76.4%	14,630	7,471	95.8%
(+) Depreciation and Amortization	9,201	7,936	15.9%	17,467	15,034	16.2%
EBITDA	58,298	43,841	33.0%	116,885	85,254	37.1%
EBITDA Margin	24.1%	22.8%	1.3 p.p.	25.7%	24.1%	1.6 p.p.
(+) IFRS-16 Adjustment	-7,483	-6,656	12.4%	-14,514	-12,513	16.0%
(+) Non-Recurring Adjustments	5,762	4,098	40.6%	8,921	5,535	61.2%
Adjusted EBITDA	56,577	41,284	37.0%	111,293	78,276	42.2%
Adjusted EBITDA Margin	23.4%	21.5%	1.9 p.p.	24.5%	22.1%	2.4 p.p.

Note: The table showing the opening of Non-Recurring can be found on page 23.

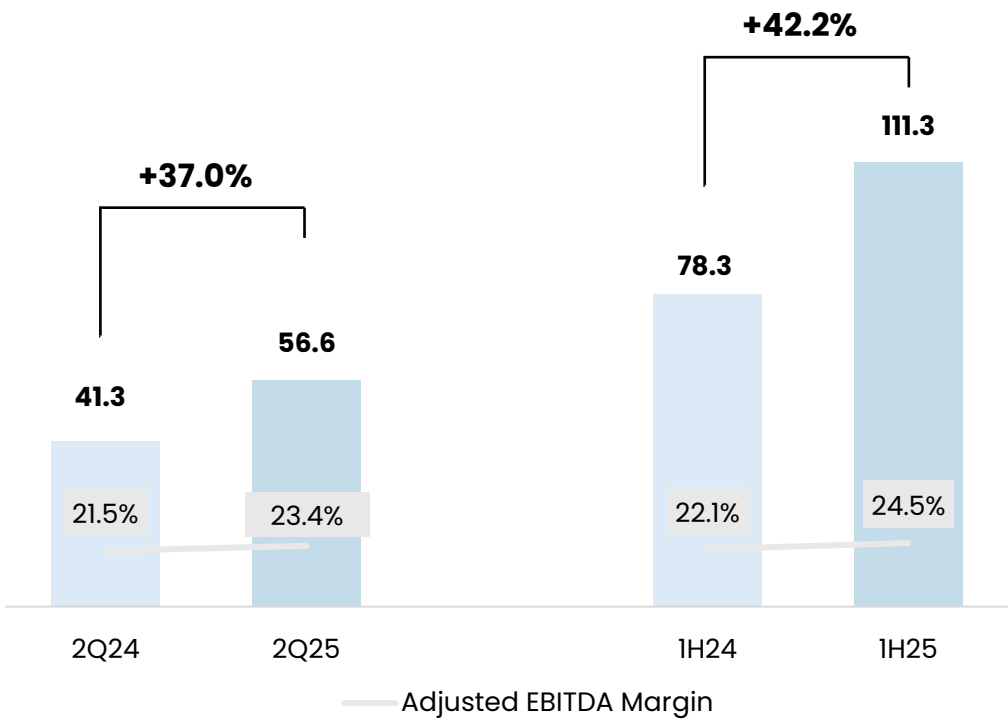
Excluding the effects of IFRS-16 and non-recurring expenses, consolidated adjusted EBITDA reached R\$56.6 million in 2Q25, a 37.0% increase compared to the same period last year.

Adjusted EBITDA margin reached 23.4%, an increase of 1.9 p.p. YoY, driven by a 1.3 p.p. gain in gross margin – reflecting better margins across all channels (better markup and greater representation of full-price sales) – combined with operational leverage in the quarter (-0.6 p.p.).

In the first half of the year, adjusted EBITDA reached R\$ 111.3 million, with record growth for a half-year period, +42.2% vs. 1H24, showing a margin expansion of 2.4 p.p., reaching 24.5%.

Adjusted EBITDA

R\$ million



→

Financial Result

Financial Result (R\$ thousand)	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
Financial Revenues	942	2,313	-59.3%	2,047	4,860	-57.9%
Financial Expenses	-7,887	-6,250	26.2%	-16,677	-12,331	35.2%
IFRS-16 Interest	-3,818	-2,983	28.0%	-8,207	-5,590	46.8%
Other Financial Expenses	-4,069	-3,267	24.6%	-8,470	-6,741	25.6%
Financial Result	-6,945	-3,937	76.4%	-14,630	-7,471	95.8%
Net Effect of Adjustments	3,827	3,190	19.9%	8,224	6,079	35.3%
Adjusted Financial Result*	-3,118	-747	317.7%	-6,406	-1,392	360.2%

*The effects of the adjustments are interest on leasing operations and non-recurring items.

The financial result for 2Q25 was negative at R\$ 6.9 million, pressured mainly by increased financial expenses related to lease contracts and lower financial income in the period. The decrease in revenues is related to lower average cash flow compared to the previous year, reflecting strategic initiatives such as (i) share repurchases by the Company, (ii) store openings and renovations, and (iii) the development of the TFSports app.

The adjusted financial result was negative at R\$ 3.1 million in the quarter, excluding the effects of IFRS-16 and non-recurring items.

It is important to mention that, once again, we ended the period without debt.



→

Net Income

Net Income (R\$ thousand and %)	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
Net Income	33,989	26,245	29.5%	68,780	52,630	30.7%
Net Margin	14.0%	13.7%	0.3 p.p.	15.1%	14.9%	0.3 p.p.
(+) IFRS-16 Adjustment	1,421	603	135.7%	3,104	1,512	105.2%
(+) Non-Recurring Adjustments	5,550	3,301	68.1%	8,098	4,357	85.9%
Adjusted Net Income	40,960	30,149	35.9%	79,982	58,498	36.7%
Adjusted Net Margin	16.9%	15.7%	1.2 p.p.	17.6%	16.5%	1.1 p.p.

Note: The table showing the opening of Non-Recurring can be found on page 23.

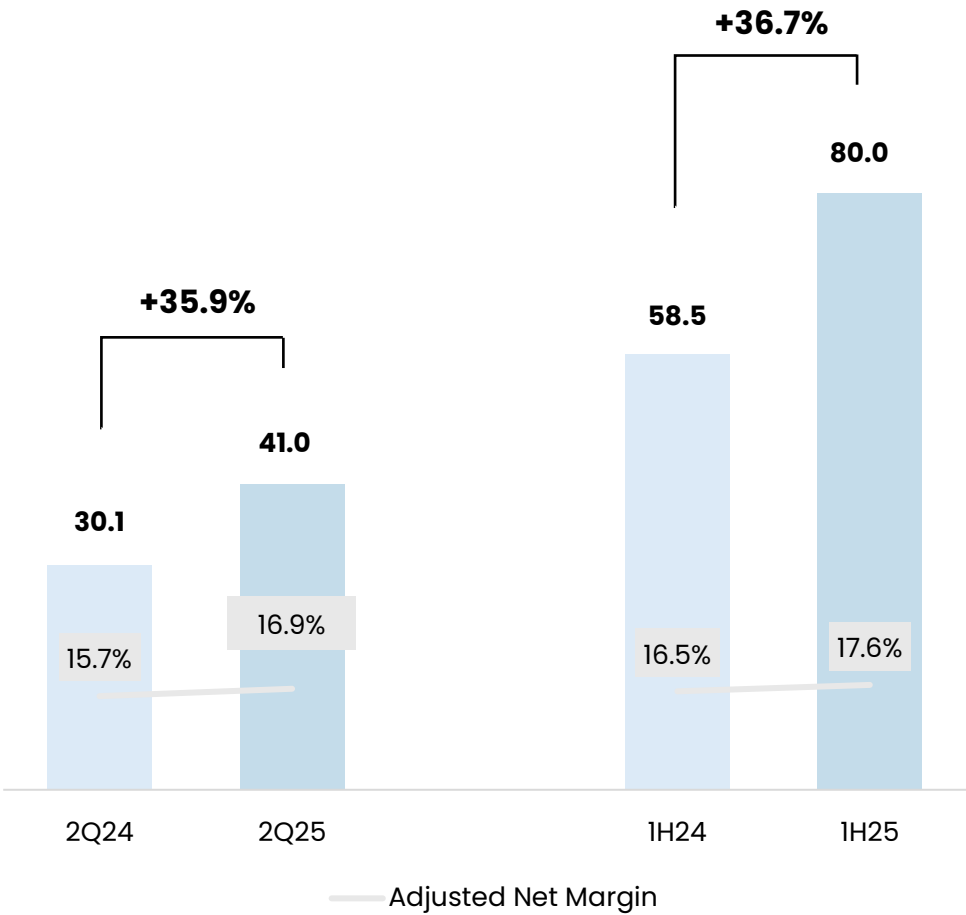
Consolidated adjusted net income, excluding the effects of IFRS-16 and non-recurring expenses, totaled R\$ 41 million in 2Q25, up 35.9% from R\$30.1 million in the same period of 2024.

The Company recorded a 1.2 p.p. gain in adjusted net margin, which reached 16.9% in the quarter, sustained by the strong and solid performance of the core business.

In the first half of the year, adjusted net income reached R\$ 80 million, +36.7% vs. 1H24, with a margin expansion of 1.1 p.p., resulting in 17.6%.

Adjusted Net Income

R\$ million





TFSports	2Q25	2Q24	Chg. %	1H25	1H24	Chg. %
Users on the App (thousand)	1,039.8	710.7	46.3%	1,039.8	710.7	46.3%
Events (Proprietary and Trainer-led)	959	879	9.1%	1,813	1,639	10.6%
Registration in Events (thousand)	120.9	101.9	18.7%	227.8	169.8	34.2%
Number of Trainers (thousand)	8.3	7.4	11.8%	8.3	7.4	11.8%

We surpassed the milestone of 1 million users on the TFSports platform (+46.3% YoY) and we continue to make progress as planned.

During the second quarter of 2025, we held 959 events and experiences (+9.1% YoY), attracting 120,900 participants (+18.7% YoY). At the end of the period, the platform had 8,300 registered trainers, who offer paid or free classes to our customer base.

The impact of TFSports on the Company's consolidated EBITDA represented 2.4% of consolidated net revenue in 2Q25 and 2.3% in the first semester. This increase mainly reflects the acceleration of events, especially Experience, and the still unpredictable nature of the seasonality of the operation, since the inflow of sponsorships and the events calendar do not follow a regular pattern over the periods.

At tfmall – our own curated marketplace in the wellness segment – we ended the quarter with 24 partners (an increase of 10 in the last 12 months) that are highly synergistic with Company's strategy and our customers' profile.



Cash Flow

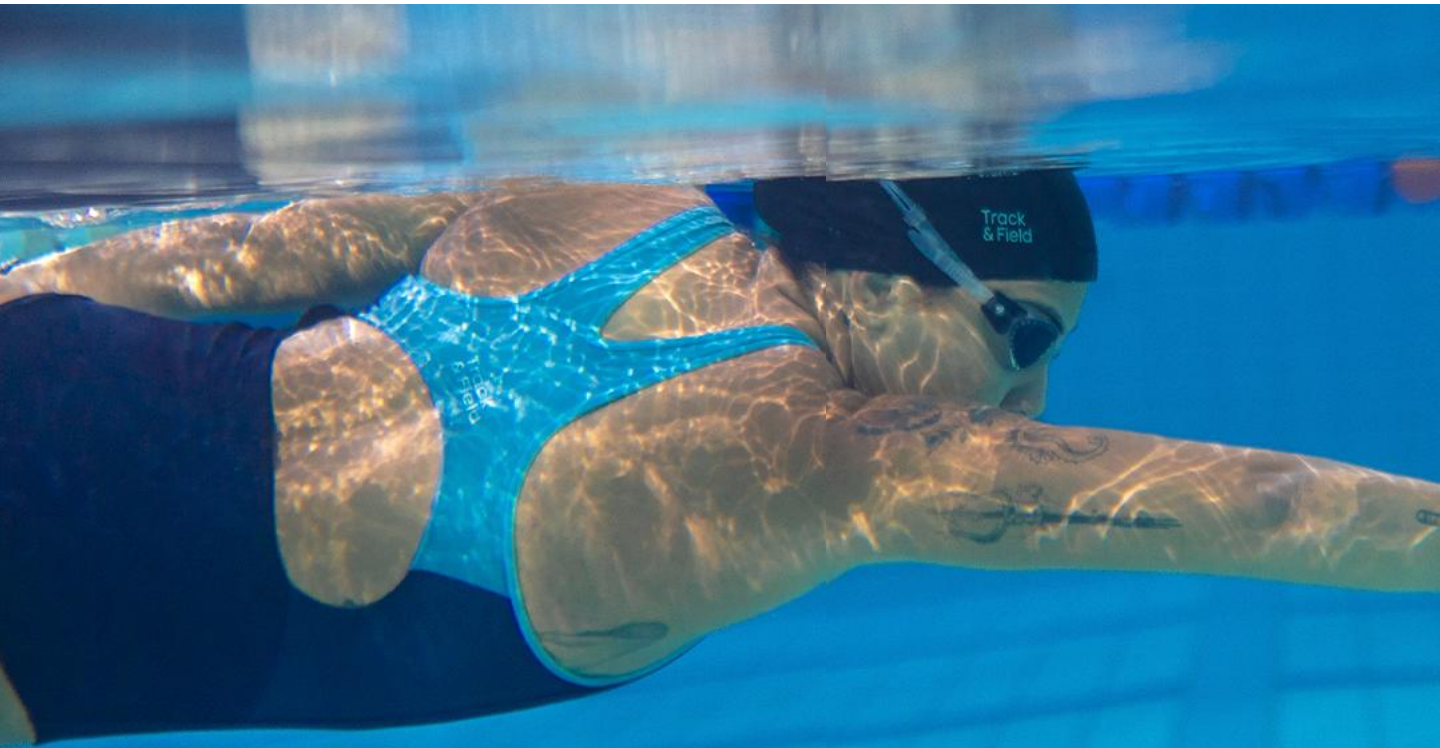
Cash Flow (R\$ thousand)	1H25	1Q25	1H24
Net Cash from Operational Activities	83.3	59.0	80.7
Net Cash used in Investment Activities	-22.2	-8.6	-20.6
Net Cash Generated by Financing Activities	-60.8	-23.4	-47.6
Increase / Reduction of Cash and Cash Equivalents	0.3	27.0	12.5
Cash Balance at the beginning of the period	23.4	23.4	54.5
Cash Balance at the end of the period	23.7	50.4	67.0

Net cash generated from operating activities totaled R\$ 83.3 million in the period, representing a 3.3% increase compared to the same period last year. Performance was mainly impacted by increased investment in inventories, with higher volume and early delivery of purchase orders, initially estimated to arrive in the coming months, in order to meet higher-than-planned sales growth.

Net cash used in financing activities increased by 27.9%, reflecting the execution of the share repurchase program carried out in the first half of 2025 – in contrast to 2024, when the most significant repurchases occurred in the second half of the year. In addition, there was a 7.9% increase in investment activities, focused on renovations and new store openings and the development of the TFSports platform.

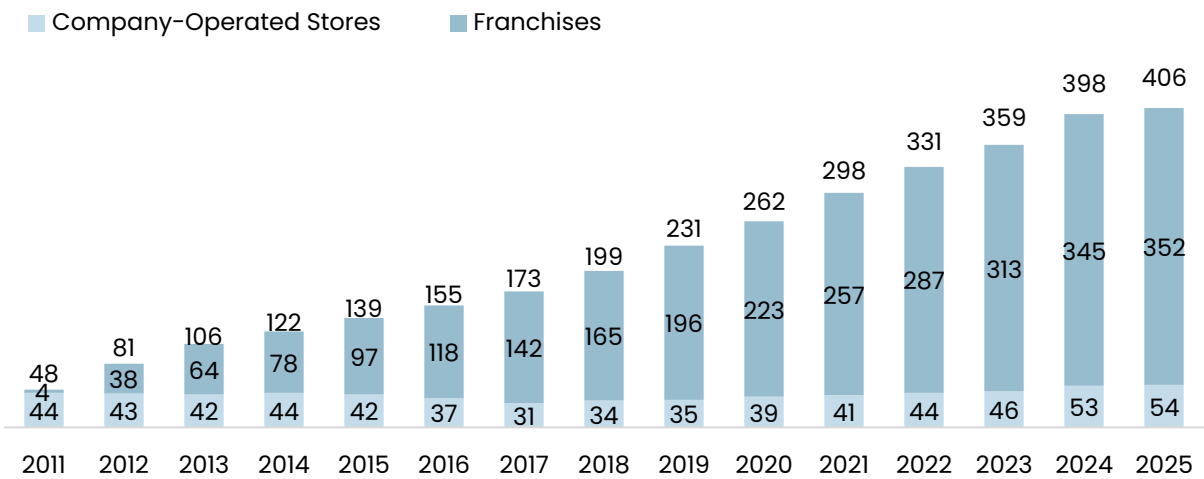
As a result of this movement, the Company ended the period with a net cash balance of R\$ 23.7 million, representing a 64.7% decrease compared to the same period last year. Cash equivalents – which include credit card receivables – totaled R\$ 95.4 million.

We highlight that these results were achieved while the Company remained debt-free and maintained continuous investments, driving retail growth and the consolidation of TFSports. These advances reinforce our commitment to sustainable growth and consistent cash generation.



EXPANSION

NUMBER OF STORES



Note: E-Commerce considered as 1 company-operated store.

During the second quarter of 2025, we opened one company-owned store and four franchises, ending the period with a total of 406 stores in the network – 54 company-owned stores (including 13 outlets) and 352 franchises.

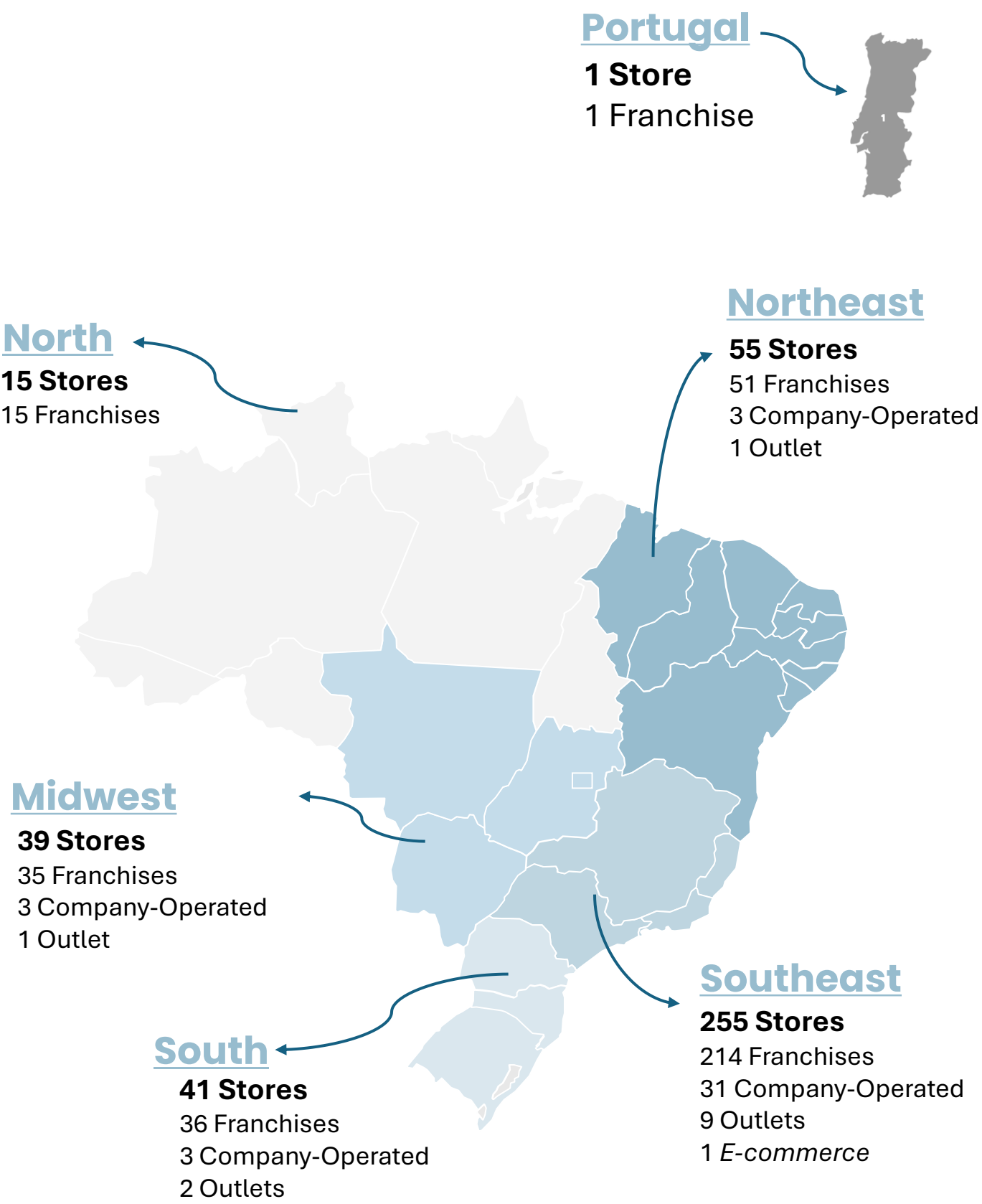
At the moment, 14 stores in the network have TFC Food & Market, in addition to the store located at our headquarters, totaling 15 operations.

All new stores are being opened with elements of the Experience store, which includes a complete renovation of equipment, visual communication, and product display. During the quarter, 3 franchises and 2 company-owned stores were renovated to the new concept.

At the end of the period, 49% of the network had adopted the new layout, and by the end of the year, we expect approximately 60% of the entire network to be using the new concept.



RETAIL FOOTPRINT



APPENDIX



Income Statement for the Period
(Excluding IFRS-16 Effect and Non-Recurring Items)

R\$ thousand	2Q25	2Q24	1H25	1S24
NET REVENUE FROM SALES OF GOODS AND SERVICES PROVIDED	242,091	192,002	454,877	354,133
Cost of Goods Sold and Services Provided	-103,434	-84,553	-186,402	-151,478
GROSS PROFIT	138,657	107,449	268,475	202,655
Gross Margin	57.3%	56.0%	59.0%	57.2%
Operating Expenses	-85,879	-70,307	-165,040	-131,925
Selling Expenses	-46,312	-36,539	-89,122	-69,237
General and Administrative	-39,567	-33,769	-75,918	-62,688
% Total Operating Expenses over General NR	35.5%	36.6%	36.3%	37.3%
Other Operating Expenses (Revenues), Net	-378	783	111	1,090
Total Operating Expenses (Revenues)	-86,257	-69,524	-164,928	-130,835
% Total Operating Expenses (Revenues) over General NR	35.6%	36.2%	36.3%	36.9%
Adjusted EBITDA	56,577	41,284	111,293	78,276
Adjusted EBITDA Margin	23.4%	21.5%	24.5%	22.1%
Depreciation and Amortization	-4,179	-3,359	-7,748	-6,456
EARNINGS BEFORE FINANCIAL RESULT	52,398	37,924	103,545	71,819
ADJUSTED FINANCIAL RESULT	-3,118	-747	-6,406	-1,392
Financial Revenues	942	2,313	2,047	4,860
Financial Expenses	-4,060	-3,060	-8,453	-6,253
OPERATING INCOME BEFORE IR AND CS	49,280	37,178	97,139	70,427
INCOME TAX AND CS (SOCIAL CONTRIBUTION)	-8,320	-7,029	-17,157	-11,928
ADJUSTED NET INCOME	40,960	30,149	79,982	58,498
Adjusted net margin	16.9%	15.7%	17.6%	16.5%

Income Statement for the Period

R\$ thousand	2Q25	2Q24	1H25	1H24
NET REVENUE FROM SALES OF GOODS AND SERVICES PROVIDED	242,091	192,002	454,877	354,133
Cost of Goods Sold and Services Provided	-103,434	-84,783	-186,402	-151,478
GROSS PROFIT	138,657	107,219	268,475	202,655
<i>Gross Margin</i>	57.3%	55.8%	59.0%	57.2%
Operating Expenses	-89,180	-70,975	-169,167	-132,403
Selling Expenses	-44,780	-35,895	-86,428	-67,462
General and Administrative	-44,400	-35,080	-82,739	-64,941
<i>% Total Operating Expenses over General NR</i>	36.8%	37.0%	37.2%	37.4%
Other Operating Expenses (Revenues), Net	-380	-339	110	-32
Total Operating Expenses (Revenues)	-89,560	-71,314	-169,057	-132,435
<i>% Total Operating Expenses (Revenues) over General NR</i>	37.0%	37.1%	37.2%	37.4%
EBITDA	58,298	43,841	116,885	85,254
<i>EBITDA Margin</i>	24.1%	22.8%	25.7%	24.1%
Depreciation and Amortization	-9,201	-7,936	-17,467	-15,034
EARNINGS BEFORE FINANCIAL RESULT	49,097	35,905	99,418	70,220
FINANCIAL RESULT	-6,945	-3,937	-14,630	-7,471
Financial Revenues	942	2,313	2,047	4,860
Financial Expenses	-7,887	-6,250	-16,677	-12,331
OPERATING INCOME BEFORE IR AND CS	42,152	31,968	84,788	62,749
INCOME TAX AND CS (SOCIAL CONTRIBUTION)	-8,163	-5,723	-16,008	-10,119
NET INCOME	33,989	26,245	68,780	52,630
<i>Net Margin</i>	14.0%	13.7%	15.1%	14.9%

Impacts from IFRS-16

The mandatory adoption of IFRS-16 in January 2019 led to significant changes in the accounting of Brazilian companies, including Track&Field. Therefore, to better understand the effects of IFRS-16 on our financial statements, we detail below its impact on the main items of the Balance Sheet and Income Statement.

Items included in Balance Sheet by IFRS-16	Including IFRS	Excluding IFRS	Difference
(R\$ thousand)	16 Effect	16 Effect	
	(A)	(B)	(A-B)
Assets - Rights of Use	136,772		136,772
Liabilities - Leases Payable	146,322		146,322

2Q25	Including IFRS	Excluding IFRS	Difference
Items affected by IFRS-16	16 Effect	16 Effect	
(R\$ thousand)	(A)	(B)	(A-B)
Operating Expenses (excl, Depreciation and Amortization)	- 80,359	- 87,842	7,483
Depreciation and Amortization Expenses	- 9,201	- 4,180	- 5,021
Financial Result	- 6,945	- 3,127	- 3,818
IRPJ/CSLL	- 8,163	- 8,098	- 65
Net Income	33,989	35,410	- 1,421
EBITDA	58,298	50,815	7,483

1H25	Including IFRS	Excluding IFRS	Difference
Items affected by IFRS-16	16 Effect	16 Effect	
(R\$ thousand)	(A)	(B)	(A-B)
Operating Expenses (ex Depreciation and Amortization)	- 151,590	- 166,104	14,514
Depreciation and Amortization Expenses	- 17,467	- 7,750	- 9,717
Financial Result	- 14,630	- 6,422	- 8,208
IRPJ/CSLL	- 16,008	- 16,315	307
Net Income	68,780	71,884	- 3,104
EBITDA	116,885	102,371	14,514

Non-Recurring Adjustments

Adjusted EBITDA Reconciliation (R\$ thousand)	2Q25	2Q24	1H25	1H24
EBITDA	58,298	43,841	116,885	85,254
IFRS 16	-7,483	-6,656	-14,514	-12,513
Non-recurring consultancies	993	1,265	1,901	2,465
Extemporaneous fiscal effects	0	1,123	450	1,123
Reversal of renovated rental - pop-ups	129	525	341	525
Stock option plan/non-cash	4,640	742	5,985	1,210
Other non-recurring expenses	0	443	245	213
Adjusted EBITDA	56,577	41,284	111,293	78,276

Adjusted Net Income Reconciliation (R\$ thousand)	2Q25	2Q24	1H25	1H24
Net Income	33,989	26,245	68,780	52,630
IFRS 16	1,356	905	3,411	1,655
IRPJ/CSLL on adjustments	-156	-1,306	-1,148	-1,810
Non-recurring consultancies	993	1,265	1,901	2,465
Extemporaneous fiscal effects	9	1,329	467	1,610
Reversal of renovated rental - pop-ups	129	525	341	525
Stock option plan/non-cash	4,640	742	5,985	1,210
Other non-recurring expenses	0	443	245	213
Adjusted Net Income	40,960	30,149	79,982	58,498

Cash Flow

(R\$ thousand)	1H25	1Q25	1H24
CASH FLOW OF OPERATING ACTIVITIES			
Net profit for the period	68,780	34,791	52,630
Adjustments to reconcile net income for the period with the net cash generated by operating activities:			
Depreciation and amortization	18,655	8,771	16,085
Current and deferred income and social contribution taxes	16,008	7,845	10,119
Allowance for (reversal of) projected inventory losses	1,127	510	866
Provision (reversal) for civil, labor and tax risks	-319	-186	-1,171
Credit losses on accounts receivable	243	79	138
Expected credit loss	-102	-146	-92
Write-off of property, plant and equipment items and intangible assets	43	0	350
Interest on right-of-use leases	8,207	4,389	5,590
Active monetary adjustment	-1,178	-669	-1,172
Passive monetary adjustmen	438	438	757
Variation in operating assets and liabilities:			
Accounts receivable	64,908	67,992	43,541
Inventories	-49,018	-39,602	-28,547
Recoverable taxes	1,297	-659	7,606
Escrow deposits	742	432	-1,315
Other receivables	-16,431	-4,953	-5,734
Suppliers	-6,034	-5,912	9,864
Labor and social security liabilities	4,856	8	-5,512
Taxes payable	-15,921	-12,485	-15,132
Leases payable	-1,737	-1,506	-1,627
Advance payment for events	4,751	7,116	4,614
Other payables	186	572	-497
Cash generated by operating activities	99,501	66,825	91,361
Income tax and social contribution paid	-16,159	-7,859	-10,666
Net cash generated by operating activities	83,342	58,966	80,695
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES			
Sale of property, plant and equipment	11	0	2
Purchase of property and equipment and intangible assets	-22,257	-8,579	-20,621
Net cash generated by (used in) investing activities	-22,246	-8,579	-20,619
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES			
Dividends paid	-4,179	0	-7,211
Interest on capital paid	-25,545	-809	-20,646
Paid right-of-use leases	-14,755	-7,223	-12,797
Share buyback	-16,349	-15,322	-6,914
Net cash generated by (used in) financing activities	-60,828	-23,354	-47,568
EXCHANGE DIFFERENCES ON CASH AND CASH EQUIVALENTS OF FOREIGN SUBSIDIARY			
	- 4	- 3	3
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	264	27,030	12,511
Opening balance of cash and cash equivalents	23,410	23,410	54,477
Closing balance of cash and cash equivalents	23,674	50,440	66,988

Balance Sheet

(R\$ thousand)	06/30/2025	06/30/2024
ASSET		
CURRENT		
Cash and cash equivalents	23,674	66,988
Trade receivables	176,615	152,949
Inventories	337,287	260,537
Recoverable taxes	4,941	4,359
Other receivables	20,145	15,316
TOTAL CURRENT ASSETS	562,662	500,149
NON-CURRENT		
Escrow deposits	3,205	2,571
Deferred income tax and social contribution	5,020	5,911
Recoverable taxes	3,287	3,988
Right of use leases	136,772	107,056
Fixed Assets	83,288	62,217
Intangible	28,547	24,502
TOTAL NON- CURRENT ASSETS	260,119	206,245
TOTAL ASSETS	822,781	706,394
LIABILITIES & SHAREHOLDERS' EQUITY		
CURRENT LIABILITIES		
Suppliers	73,773	69,998
Payroll and related taxes	35,666	29,140
Taxes payable	18,949	14,468
Right-of-use leases payable	16,625	16,801
Dividends and interest on capital payable	17,110	12,327
Other payables	14,568	11,876
TOTAL CURRENT LIABILITIES	176,691	154,610
NON-CURRENT		
Right-of-use leases payable	129,697	98,775
Provision for civil, labor and tax risks	4,162	4,963
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	133,859	103,738
SHAREHOLDERS' EQUITY		
Share capital	336,148	336,148
Treasury shares	-47,708	-18,871
Capital Reserve	-17,469	-11,442
Tax incentive reserve	8,663	8,663
Earnings reserve	178,712	92,127
Other comprehensive income	1,872	1,869
Net income (loss) for the period	50,717	39,552
TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	510,935	448,046
Non-controlling interest	1,296	0
TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	512,231	448,046
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	822,781	706,394

Non-Accounting Metrics

EBITDA – EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) is the net income for the period, plus income tax and social contribution, depreciation and amortization and deducted from the net financial result. This indicator is a non-accounting measure prepared by the Company in accordance with CVM Instruction No. 527/12. EBITDA is used to present the Company's operating cash flow, but it is not a measure of profitability, as it does not consider certain expenses arising from the business, such as taxes, financial expenses and revenues, depreciation and amortization. This indicator also does not represent cash flows for the reporting periods. EBITDA Margin is calculated by EBITDA (as mentioned above) divided by net revenue from sales of goods and services provided.

Adjusted EBITDA – Adjusted EBITDA is EBITDA excluding the effect of the adoption of IFRS 16 / CPC 06(R2) – which came into effect for the handling of the accounting standard related to Lease Transactions as of 2019, and non-recurring expenses. Additionally, Adjusted EBITDA Margin is calculated by Adjusted EBITDA divided by net Revenue from sales of Goods and services provided.

Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA margin are not measures of results in accordance with accounting practices adopted in Brazil. Other companies may calculate Adjusted EBITDA differently from the Company.

The Company presents adjusted EBITDA as a means of assessing its operating financial performance, as it is a non-accounting measure of results that excludes non-recurring effects from the result. Thus, it purges effects that are not part of the business routine and that were punctual to the result.

Adjusted Net Income – Adjusted Net Income is net income excluding the effect of effect of the adoption of IFRS16 / CPC 06(R2), and non-recurring expenses.

Adjusted Net Income is not a measure of results in accordance with accounting practices adopted in Brazil. Other companies may calculate Adjusted Net Income differently from the Company.

Gross Debt – Gross Debt is the total sum of loans payable (current and non-current liabilities). Gross Debt is not a measure of results in accordance with accounting practices adopted in Brazil. Other companies may calculate Gross differently from the Company.

Net Cash – Net Cash is the sum of short-term and long-term loans included in Current Liabilities and Non-Current Liabilities minus the sum of Cash and cash equivalents included in the Company's Current Assets. This indicator is a non-accounting measure prepared by the Company. Net Cash is not a measure of profitability in accordance with accounting practices adopted in Brazil and does not represent cash flows for the reporting periods.

Total Sell Out – Total Sell Out represents Track&Field Group's consumer sales, irrespective of sales channel (physical/online or whether own store/franchise).

