

Track & Field

Resultados

2T25



DISCLAIMER

Esta apresentação pode conter declarações e informações que expressam expectativas, crenças e previsões da administração da Track&Field sobre eventos ou resultados futuros. Tais declarações e informações são unicamente previsões e não garantias do desempenho futuro; estão sujeitas a riscos, incertezas e fatores relativos às operações e ao ambiente de negócios da companhia. Embora a Track&Field acredite que as expectativas e premissas contidas nas declarações sejam razoáveis e baseadas em dados atualmente disponíveis à sua administração, advertimos os investidores de que declarações prospectivas envolvem riscos pois se referem a eventos futuros, portanto dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer, além dos riscos apresentados nos documentos de divulgação, sujeitos a mudança sem aviso prévio.



Track & Field

Mensagem da Administração



Sell Out

**R\$409
milhões**

+27,8% vs 2T24
+21,8% em SSS

+41,9%
em reformadas

Receita Líquida Consolidada

**R\$242,1
milhões**

+26,1%
vs 2T24

EBITDA Ajustado Consolidado

**R\$56,6
milhões**

+37,0% vs 2T24
23,4% Margem (+1,9 p.p.)

Lucro Líq. Ajustado Consolidado

**R\$41
milhões**

+35,9% vs 2T24
16,9% Margem (+1,2 p.p.)

Digitalização

397 lojas
c/ ship from store e
pick up in store...

representando
68%
das vendas do
e-commerce

357 lojas
conectadas à
vitrine infinita

Expansão

5 novas lojas
no trimestre,
totalizando...

**406
lojas na rede**

5 reformas
(2 próprias e 3
franquias)





DESTAQUES DO SEMESTRE

Sell Out

**R\$789,6
milhões**

+30,6% vs 1S24 **+23,2%** em SSS

Receita Líquida Consolidada

**R\$454,9
milhões**

+28,4% vs 1S24

EBITDA Ajustado Consolidado

**R\$111,3
milhões**

+42,2% vs 1S24 **24,5%** Margem (+2,4 p.p.)

Lucro Líq. Ajustado Consolidado

**R\$80
milhões**

+36,7% vs 1S24 **17,6%** Margem (+1,1 p.p.)

Dívida Zero

Equivalentes de caixa de **R\$95,4 milhões** em 30/06/2025

Geração de caixa operacional de **R\$83,3 milhões**

Expansão

9 novas lojas no semestre, totalizando...

406 lojas na rede

12 reformas (3 próprias e 9 franquias)

Track & Field

Resultados

2T25





Inauguração de 5 lojas no 2T25: 4 franquias e 1 loja própria

Durante o semestre, **9 lojas foram inauguradas**

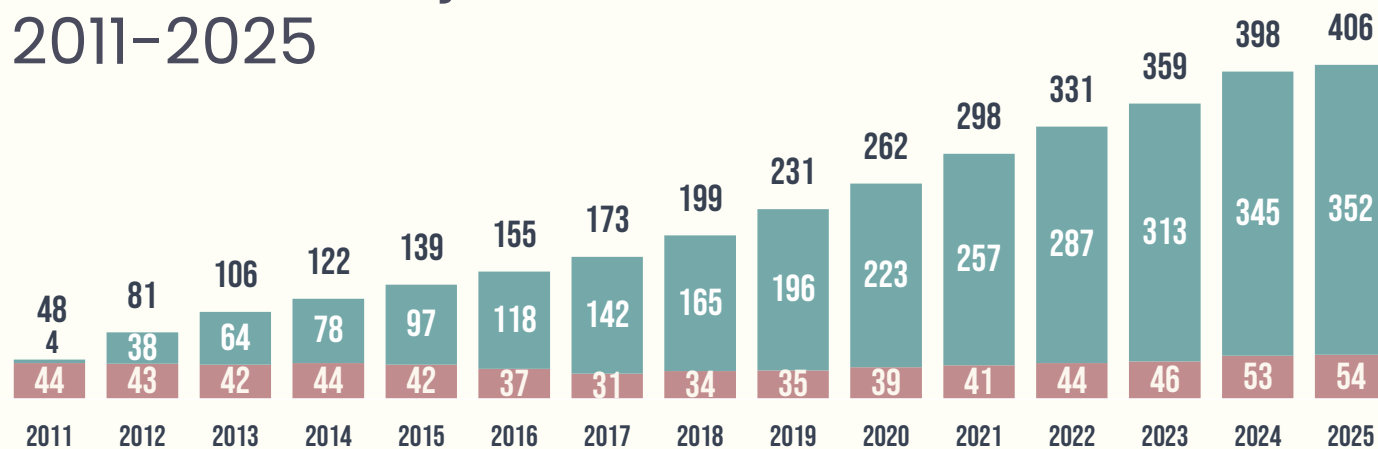
Realizamos a reforma de 5 lojas durante o trimestre, sendo **3 franquias e 2 lojas próprias**

12 lojas foram reformadas ao longo do primeiro semestre

Ao final de junho, 49% das lojas da rede estavam no novo layout, e estimamos que aproximadamente 60% da nossa rede esteja no novo conceito até o final de 2025

Número de lojas 2011-2025

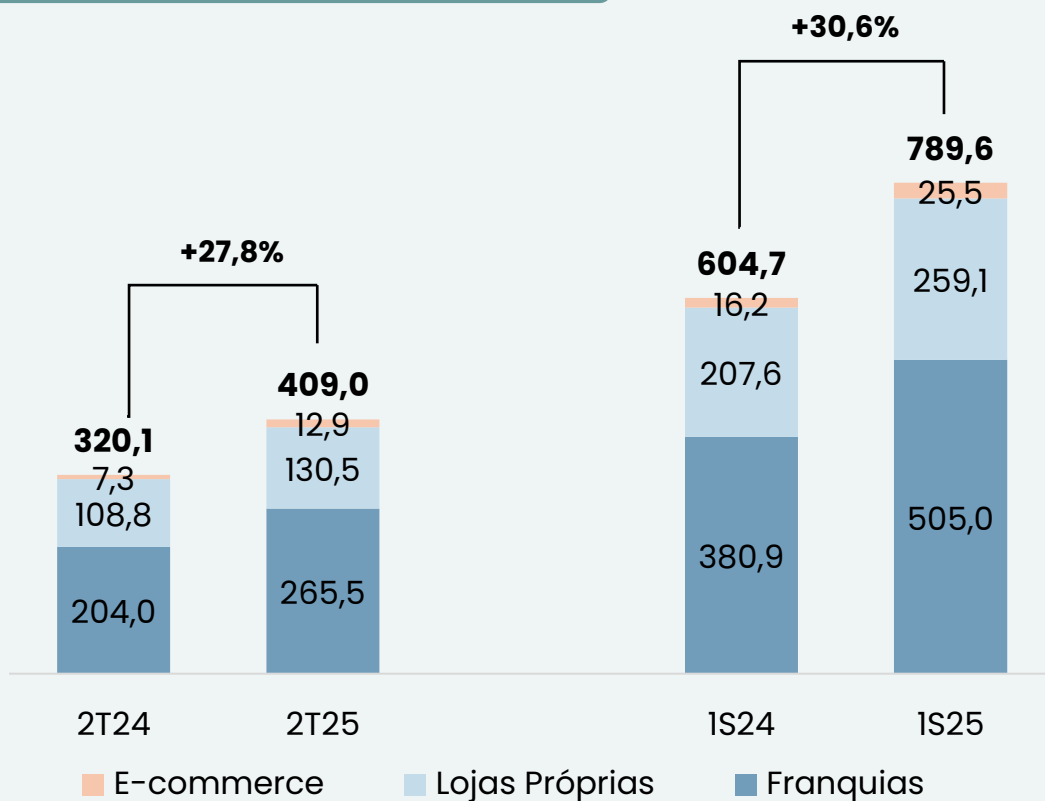
Lojas próprias Franquias



Nota: E-commerce considerado como 01 loja própria.

Sell Out

R\$409,0 milhões no 2T25



O *sell out* apresentou um crescimento de 27,8% no 2T25 vs 2T24, além de um aumento de 21,8% no conceito de mesmas lojas.

Desempenho expansão/reformadas: Foram adicionadas 32 novas lojas nos últimos 12 meses e as unidades reformadas apresentaram crescimento nas vendas de 46,1% nas lojas próprias e de 38,1% nas franquias.

Desempenho do trimestre impulsionado pela **ótima aceitação por parte dos clientes da nova coleção de inverno**, pelo forte desempenho nas datas comemorativas – Dia das Mães e Dia dos Namorados, por uma **rede melhor abastecida** e pelo **maior fluxo de clientes nas lojas físicas**, estimulado pela **organização dos eventos**.

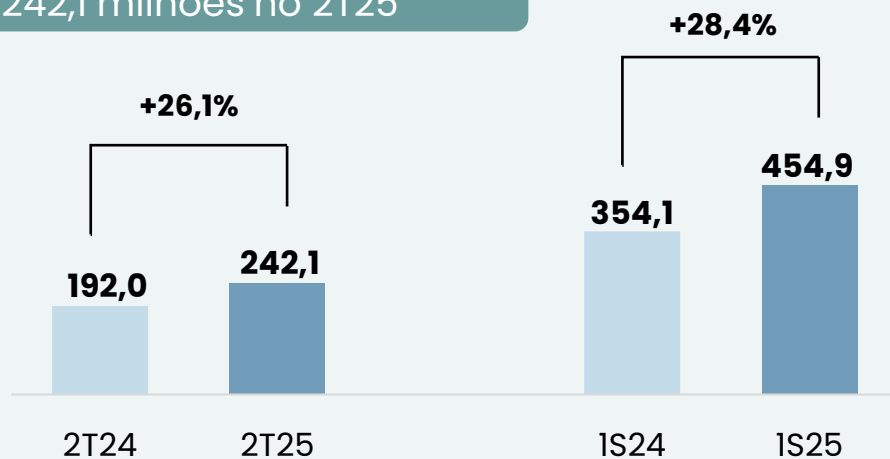
E-commerce: Crescimento de 57,6% vs 2T24, com participação de 9,8% no *sell out* total captado no período (+1,8 p.p. vs 2T24).

Omnicanalidade: 357 lojas conectadas à vitrine infinita, representando 13,1% do *sell out* digital (+3,0 p.p. YoY). Finalizamos o trimestre com 397 lojas conectadas com o nosso *e-commerce*, sendo 35 lojas atuando como *sellers* nacionais, e ainda 68% das vendas digitais geradas através da modalidade *ship from store*.

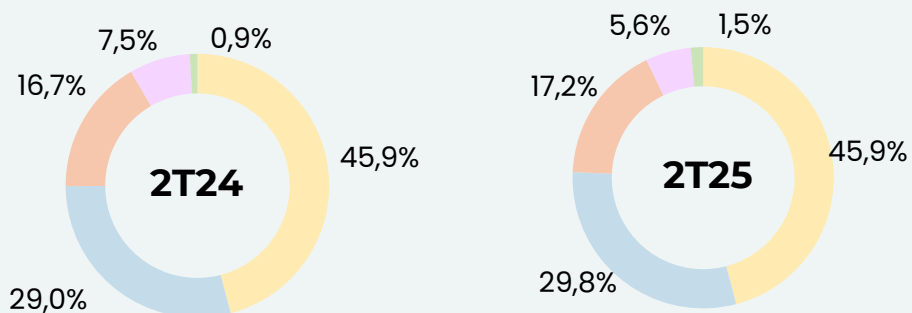
Social Selling: Crescimento de 22,7% YoY, representando 39,0% das vendas do trimestre.

Receita Líquida

R\$242,1 milhões no 2T25



Composição Receita Líquida



■ Varejo - Rede própria
 ■ Mercadoria para Franquias
 ■ Royalties
 ■ Eventos/tfmall
 ■ Outros

Receita Líquida de R\$242,1 milhões no trimestre, +26,1% vs 2T24, como resultado do forte crescimento do *sell out*.

Destaques:

(i) Varejo (rede própria): +26,1% YoY, impulsionado pela aceitação da coleção de inverno, pela expansão da base de lojas, pelo expressivo desempenho das unidades reformadas (+46,1%) e pelo aumento no fluxo de clientes (eventos).

(ii) Royalties: +29,9% YoY, com forte desempenho das franquias, refletindo a expansão da rede, desempenho das franquias reformadas (+38,1%) e melhor nível de abastecimento.

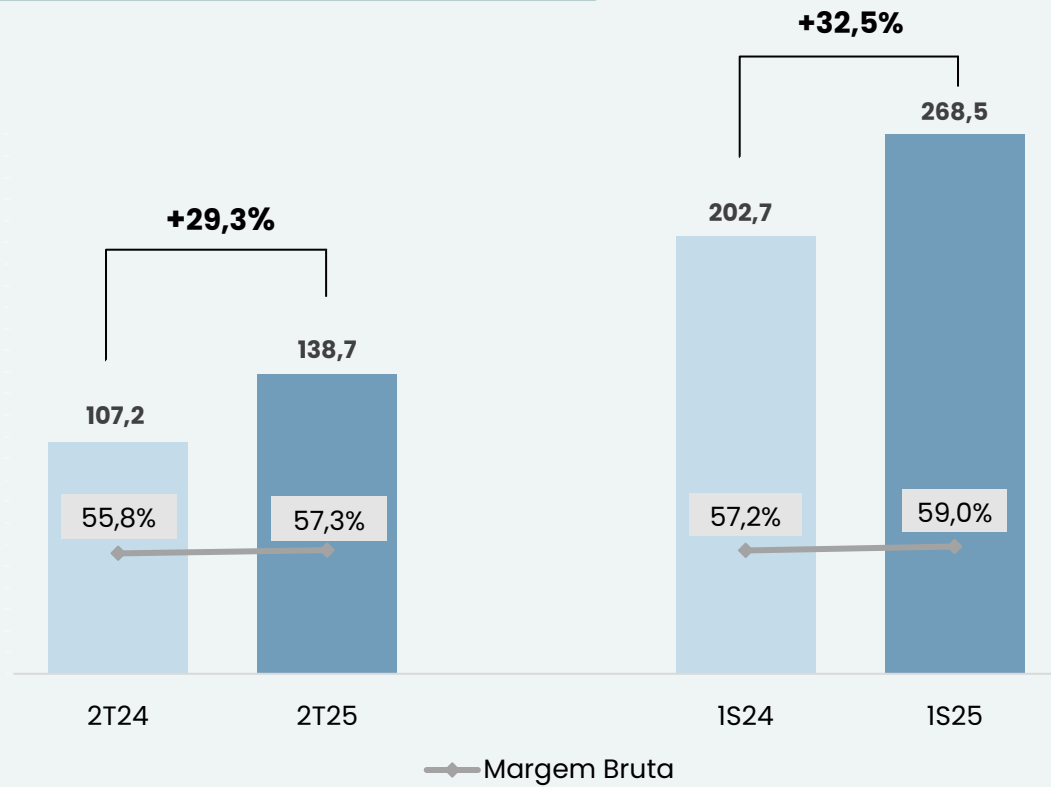
(iii) Mercadoria para Franquias (Sell in): +29,4% YoY, refletindo abertura de 29 novas franquias YoY e novas estratégias de abastecimento.

(iv) Eventos e tfmall: redução de 5,2% ante o ano anterior, impactado pelo deslocamento do calendário de provas, comprometendo a comparabilidade ano contra ano, efeito que tende a ser neutralizado no quarto trimestre. Além disso, o fim do benefício fiscal do PERSE resultou na retomada da apuração de PIS e COFINS pela TFSports.

A participação do canal **varejo próprio na receita total manteve-se estável**, diante do **aumento da representatividade dos canais de venda de mercadorias para franquias e royalties**.

Lucro Bruto

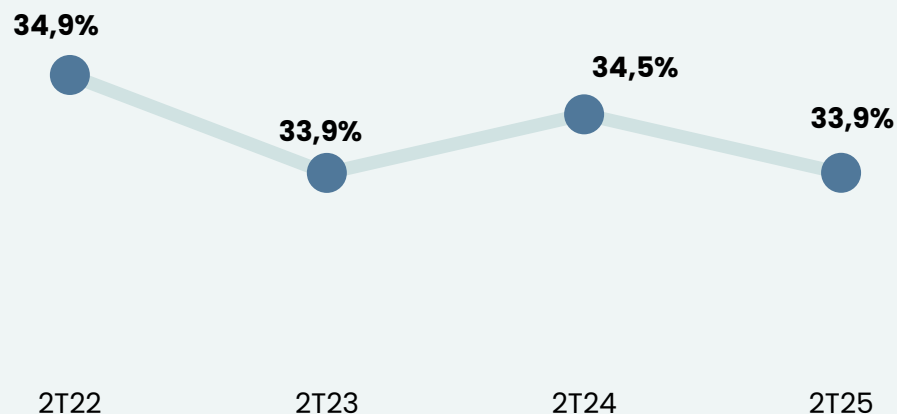
R\$138,7 milhões no 2T25



Lucro Bruto de R\$138,7 milhões no trimestre (+29,3% vs 2T24), e margem bruta atingindo 57,3%, ganho de 1,5 p.p. YoY, impulsionado por uma melhora na rentabilidade em todos os canais, gerada por um melhor *mark up* e pela maior representatividade de vendas *full price*.

Despesas Operacionais

33,9% das vendas líquidas no 2T25

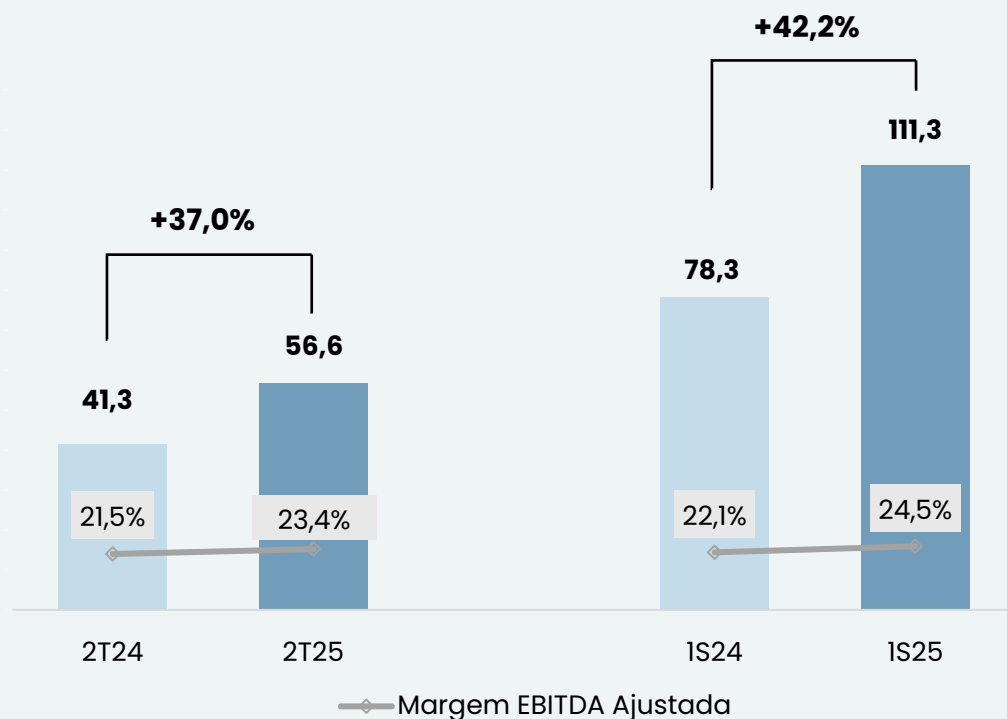


Despesas Operacionais Ajustadas representaram **33,9% das vendas líquidas** no 2T25, **redução de 0,6 p.p.** em relação aos 34,5% registrados no 2T24. Essa melhora reflete os **ganhos de eficiência** proporcionados pela **estrutura corporativa consolidada** e pela **gestão eficaz das despesas**, mesmo com os **investimentos** contínuos no crescimento da TFSports.

- **Despesas com Vendas:** 18,4% das vendas líquidas do período, permanecendo **estável** em relação ao 2T24. Os maiores gastos com marketing — impulsionados por **investimentos em mídia de performance e ações voltadas a eventos** —, embora em linha com trimestres anteriores, superaram os níveis do 2T24 e acabaram **neutralizando a diluição dos custos do varejo próprio**, favorecida pelo crescimento da participação das franquias na receita líquida.
- **Despesas Administrativas:** 15,4% das vendas líquidas, **diluição de 1,2 p.p.** na comparação anual, refletindo **o forte ritmo de vendas e a melhora consistente na alavancagem operacional da Companhia**.

EBITDA

R\$56,6 milhões no 2T25



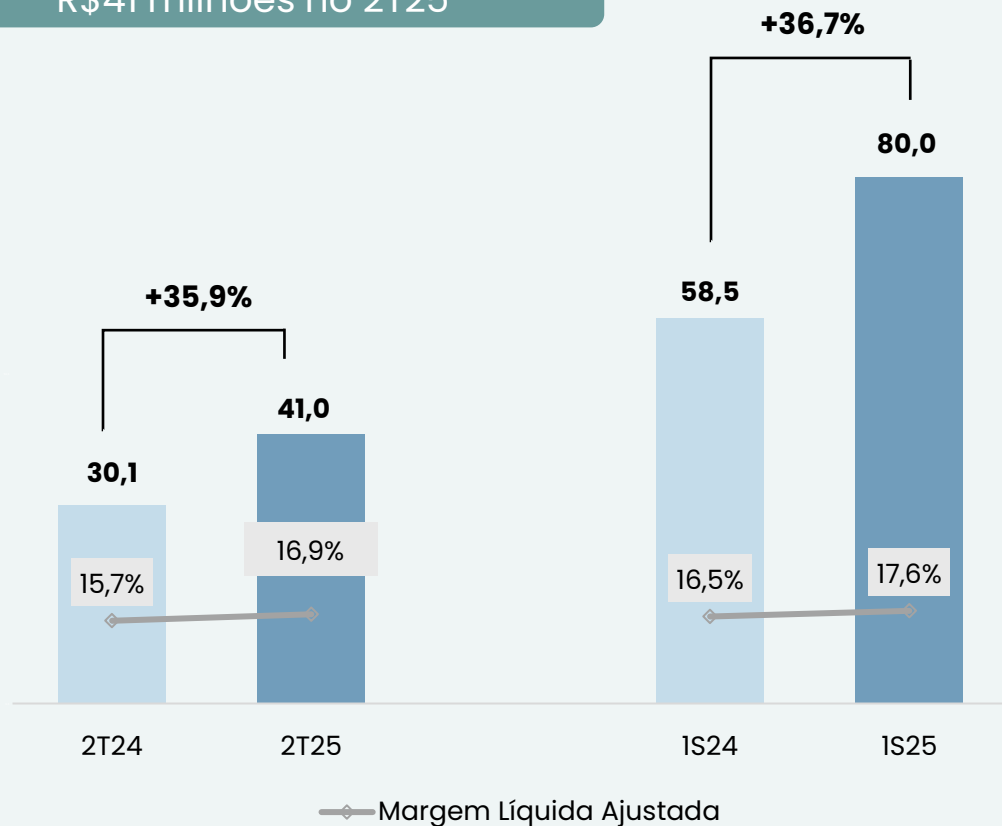
EBITDA Ajustado consolidado **alcançou R\$56,6 milhões (+37,0% YoY)**, com **margem de 23,4%**, um **avanço de 1,9 p.p. YoY**, impulsionada pelo **ganho de 1,3 p.p. na margem bruta** – reflexo de **melhores margens** em todos os canais, aliado à **alavancagem operacional apresentada no trimestre (-0,6 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%.

Os impactos de TFSports no EBITDA consolidado da Companhia representaram 2,4% da receita líquida consolidada do 2T25 e, no semestre, representaram 2,3%.

Lucro Líquido

R\$41 milhões no 2T25

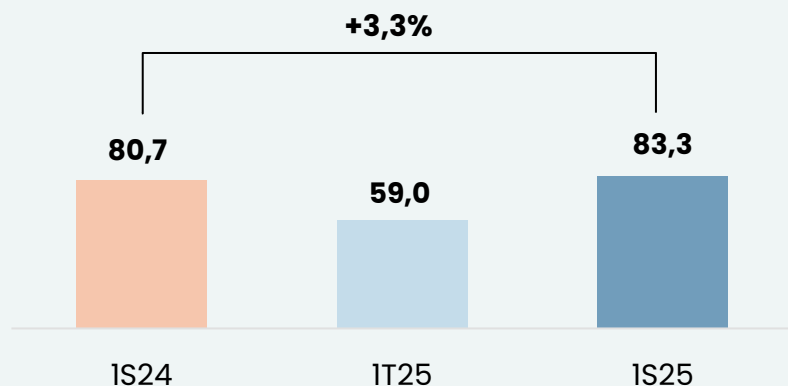


Lucro Líquido Ajustado atingiu R\$41 milhões (**+35,9% YoY**) e **margem líquida de 16,9% (+1,2 p.p. YoY)**, sustentada pelo sólido desempenho do *core business*.

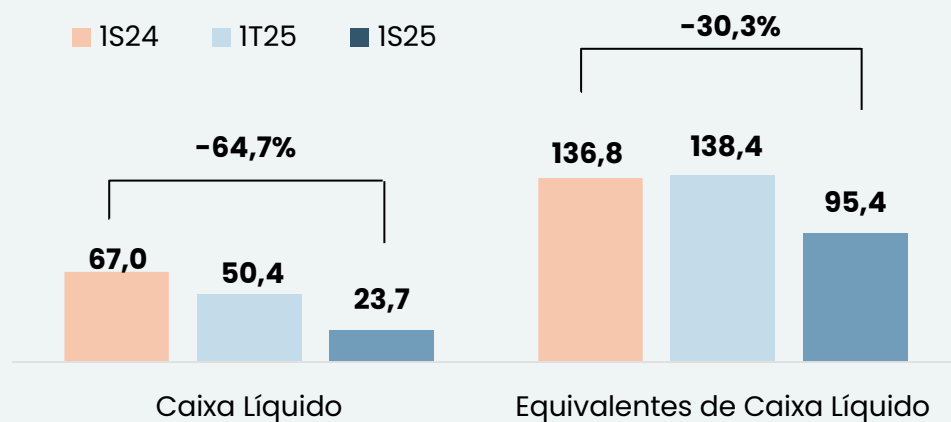
No acumulado do semestre, o **lucro líquido ajustado atingiu R\$ 80 milhões**, +36,7% vs o 1S24, com uma **expansão de margem de 1,1 p.p.**, resultando em 17,6%.

Posição de Caixa

Geração de Caixa Operacional



Posição de Caixa e Equivalentes



Encerramos o período com uma **geração de caixa líquido operacional de R\$83,3 milhões**, representando um **aumento de 3,3% YoY**, refletindo, principalmente, o **aumento do investimento em estoques**, com maior volume e antecipação da entrega de pedidos de compras.

A Companhia fechou o período **com saldo líquido de caixa de R\$23,7 milhões e equivalentes de caixa** (incluindo recebíveis de cartões de crédito) **de R\$95,4 milhões**.

Vale destacar que a **redução** da posição de caixa observada em relação ao mesmo período do ano anterior **reflete**: (i) as **recompras** de ações realizadas pela Companhia, (ii) as **inaugurações e reformas** de lojas e (iii) o desenvolvimento do **aplicativo** da TFSports.

Ainda assim, ressaltamos que encerramos o período **sem endividamento**, demonstrando nosso compromisso com um **crescimento sustentável e geração de caixa consistente**.

 tf sports



**+ de 1 milhão
de usuários**

em 30/06/25

+46,3%
YoY

**8,3 mil
Treinadores
cadastrados**

em 30/06/25

+11,8%
YoY

**959
eventos realizados
pela TFSports¹ no
2T25**

+9,1%
vs 2T24

**120,9 mil
inscritos em eventos
da plataforma no
2T25**

+18,7%
vs 2T24

**R\$16,4
milhões**

Receita líquida² no
2T25

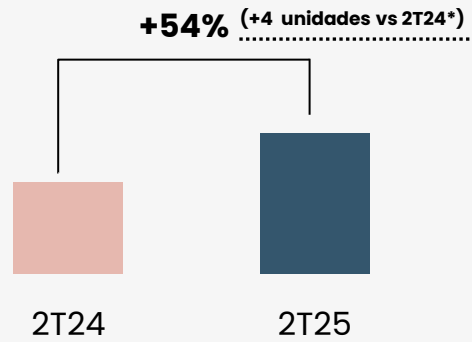
-3,9%
vs 2T24

DESTAQUES DO PERÍODO

¹ Considerando eventos proprietários e de trainers.

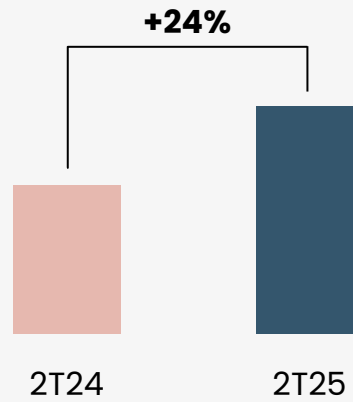
² Receita Líquida de TFSports não considera os efeitos de eliminação *intercompany*.

Vendas TFC

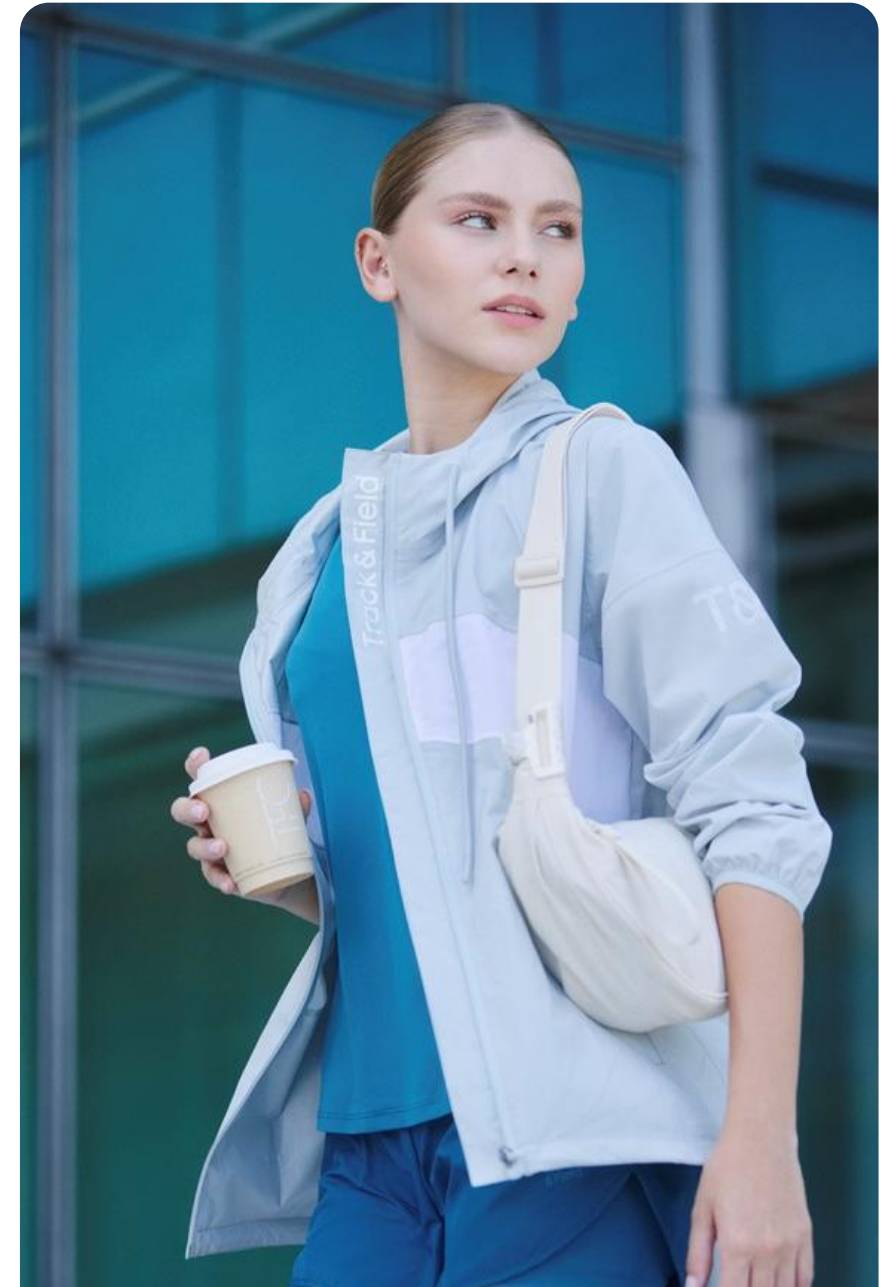
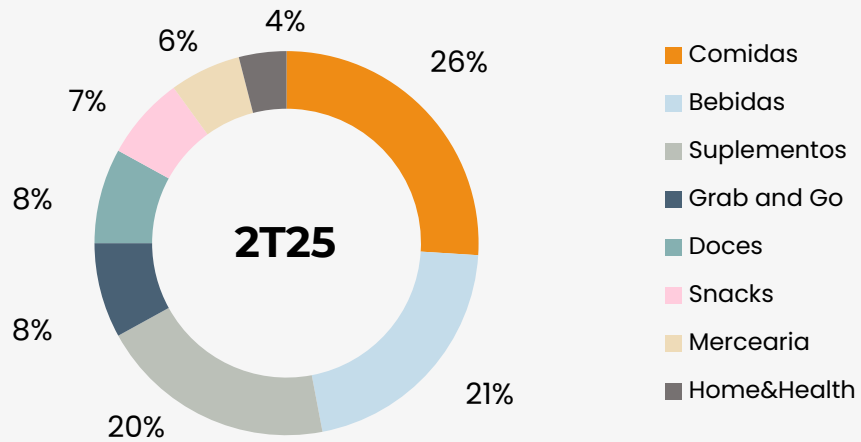


*Fechamos o 2T25 com 15 unidades do TFC vs 10 unidades no 2T24.

Clientes Atendidos



Vendas por Categoria





Track & Field

Contato RI

ri@tf.com.br

www.tfco.com.br/ri

Track & Field

2Q25

Results



DISCLAIMER

This presentation may contain statements and information expressing Track&Field's management expectations, beliefs and forecasts about future events or results. Such statements and information are forward-looking statements only and not guarantees of future performance, subject to risks, uncertainties and factors regarding the Company's operations and business environment. Although Track&Field believes that the expectations and assumptions contained in the statements are reasonable and based on data currently available to its management, we caution investors that forward-looking statements involve risks because they relate to future events and therefore depend on circumstances that may or may not occur, in addition to the risks presented in the disclosure documents, subject to change without notice.



Track & Field

Management Comments



Sell Out

**R\$409
million****+27.8%**
vs 2Q24 **+21.8%**
SSS**+41.9%**
in renovated storesConsolidated
Net Revenue**R\$242.1
million****+26.1%**
vs 2Q24Consolidated
Adj. EBITDA**R\$56.6
million****+37.0%**
vs 2Q24 **23.4%**
Margin
(+1.9 p.p.)Consolidated
Adj. Net Profit**R\$41
million****+35.9%**
vs 2Q24 **16.9%**
Margin
(+1.2 p.p.)

Digitalization

397 stores
w/ ship from store and
pick up in store......representing
68%
of e-commerce sales**357 lojas**
connected to infinite
shelf

Expansion

5 new storesIn the quarter,
totaling...**406
stores in
network****5 renovations**
(2 own and 3
franchises)



SEMESTER HIGHLIGHTS

Sell Out

R\$789.6 million

+30.6% vs 1H24 **+23.2%** SSS

Consolidated Net Revenue

R\$454.9 million

+28.4% vs 1H24

Consolidated Adj. EBITDA

R\$111.3 million

+42.2% vs 1H24 **24.5%** Margin (+2.4 p.p.)

Consolidated Adj. Net Profit

R\$80 million

+36.7% vs 1H24 **17.6%** Margin (+1.1 p.p.)

Net Debt

Cash equivalents of **R\$95.4 million** as of 06/30/2025

Operating cash generation of **R\$83.3 million**

Expansion

9 new stores in the semester, totaling...

406 stores in network

12 renovations (3 own and 9 franchises)

Track & Field
Results
2Q25





Opening of 5 new stores in 2Q25: 4 franchises and 1 company-owned

During the semester, **9 stores were opened**

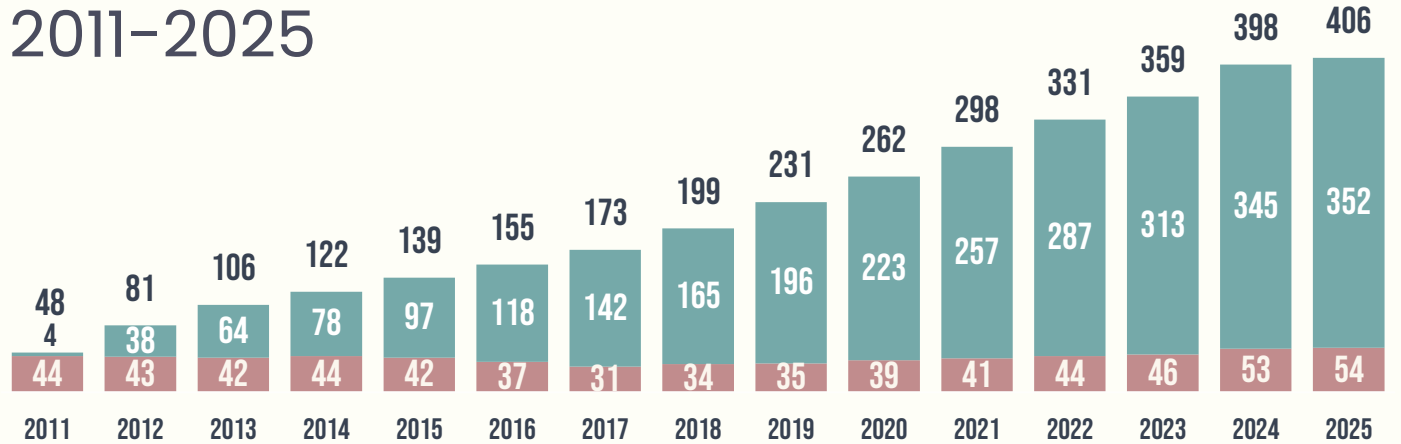
We renovated 5 stores during the quarter, **including 3 franchises and 2 company-owned stores.**

12 stores were renovated during the first semester

By the end of June, 49% of the chain's stores had adopted the new layout, and we estimate that approximately 60% of our network will be following the new concept by the end of 2025.

Number of stores 2011-2025

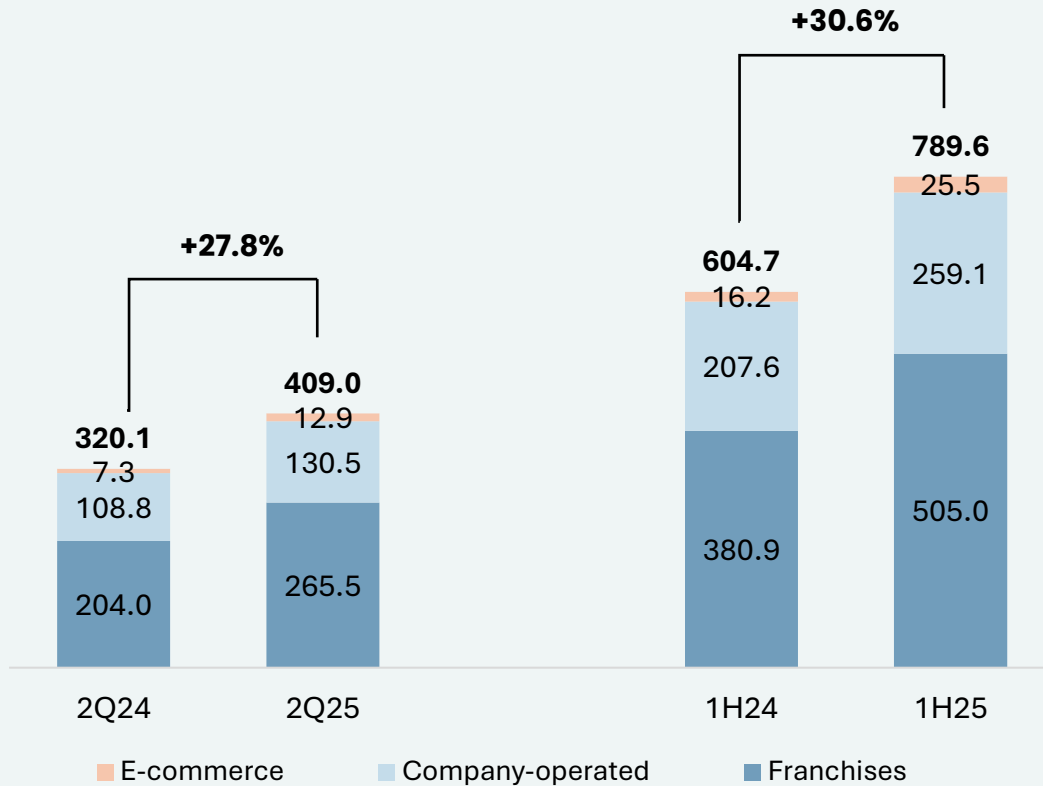
☀️ Company-Operated Stores 🌟 Franchises



Note: E-commerce is considered as 1 company-owned store.

Sell Out

R\$409.0 million in 2Q25



Sell-out increased by 27.8% in 2Q25 vs 2Q24, in addition to a 21.8% growth in same-store sales.

Expansion/renovated store performance: 32 new stores were opened in the last 12 months, and renovated stores saw sales growth of 46.1% in company-owned stores and 38.1% in franchises.

Quarterly performance was driven by **excellent customer acceptance of the new winter collection**, strong performance on commemorative dates – Mother's Day and Valentine's Day, **a better-stocked network**, and **increased customer traffic in physical stores**, boosted by the **organization of events**.

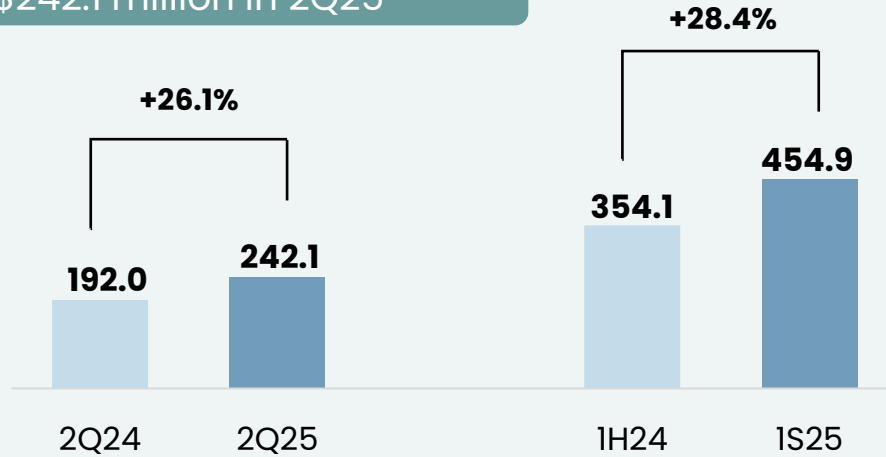
E-commerce: A 57.6% increase compared to 2Q24, with a 9.8% share of total sell-out in the period (+1.8 p.p vs 2Q24).

Omnichannel: 357 stores connected to the infinite shelf, representing 13.1% of digital sell-out (+3.0 p.p. YoY). We ended the quarter with 397 stores connected to our e-commerce platform, with 35 stores acting as national sellers, and 68% of digital sales generated through *ship from store* model.

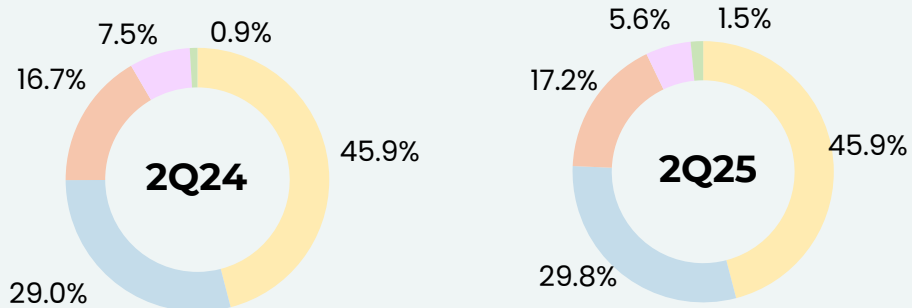
Social Selling: Growth of 22.7% YoY, representing 39.0% of sales for the quarter.

Net Revenue

R\$242.1 million in 2Q25



Net Revenue Breakdown



■ Retail - Own Network
 ■ Goods to Franchises
 ■ Royalties
 ■ Events/tfmall
 ■ Others

Net Revenue of R\$242.1 million in the quarter, +26.1% vs 2Q24, as a result of strong sell-out growth.

Highlights:

(i) Retail (own network): +26.1% YoY, driven by the acceptance of the winter collection, the expansion of the store base, the significant performance of the renovated stores (+46.1%) and the increase in customer flow (events).

(ii) Royalties: +29.9% YoY, with strong franchise performance, reflecting network expansion, performance of renovated franchises (+38.1%) and improved supply levels.

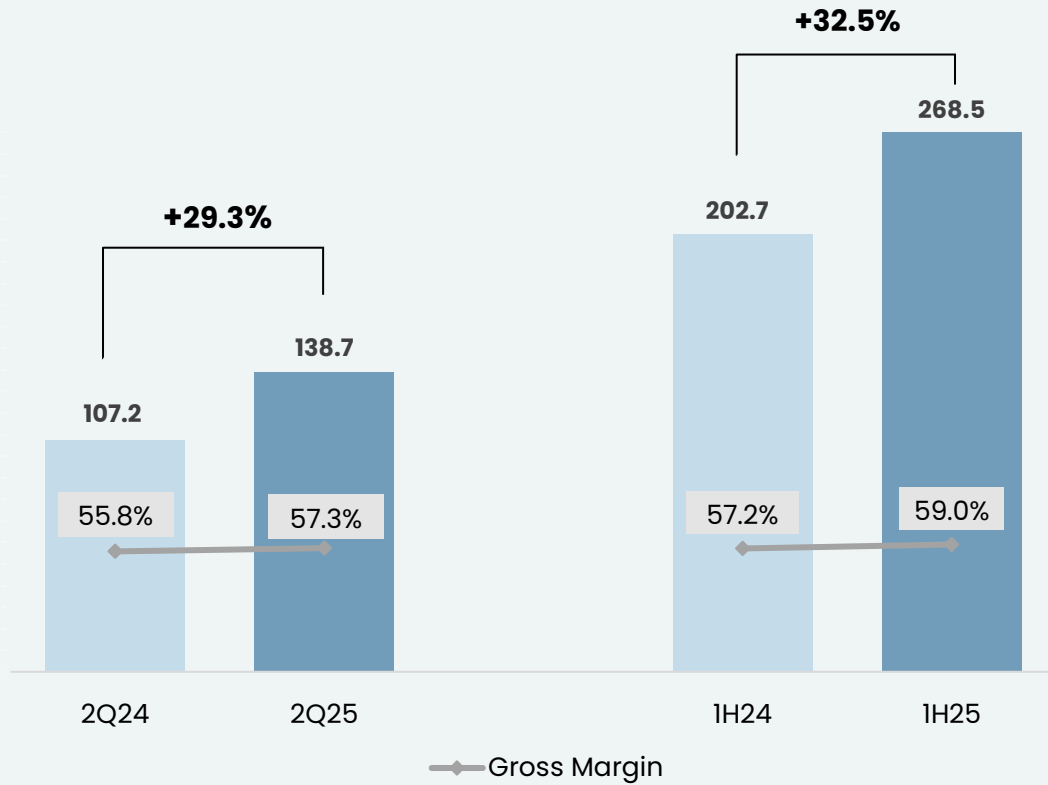
(iii) Sell In: +29.4% YoY, reflecting the opening of 29 new franchises YoY and new supply strategies.

(iv) Eventos e tfmall: 5.2% down from last year, affected by the change in the event calendar, which affected year-over-year comparability, an effect that should be neutralized in the fourth quarter. Also, the end of the PERSE tax benefit made it necessary for TFSports to start paying PIS and COFINS again.

The share of the **company-owned retail channel in total revenue remained stable**, given the **increased contribution from sell in and royalties**.

Gross Profit

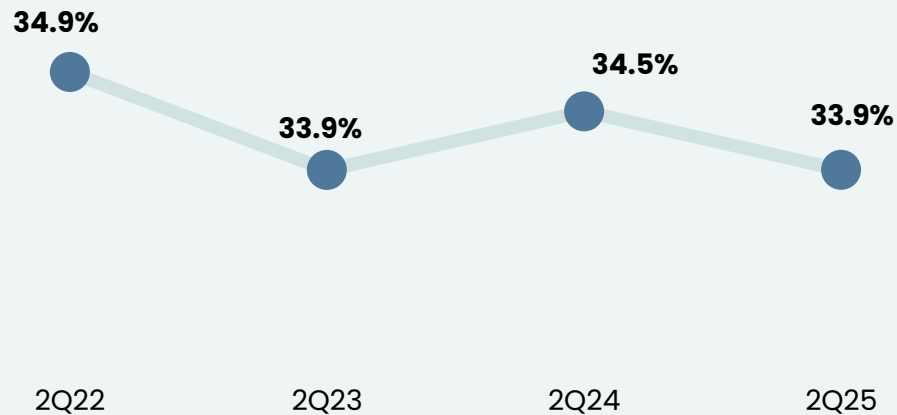
R\$138.7 million in 2Q25



Gross Profit of R\$138.7 million in the quarter (+29.3% vs 2Q24), with gross margin reaching 57.3%, a gain of 1.5 p.p. YoY, driven by improved profitability across all channels, generated by better markups and a higher share of full-price sales.

Operating Expenses

33.9% of net sales in 2Q25

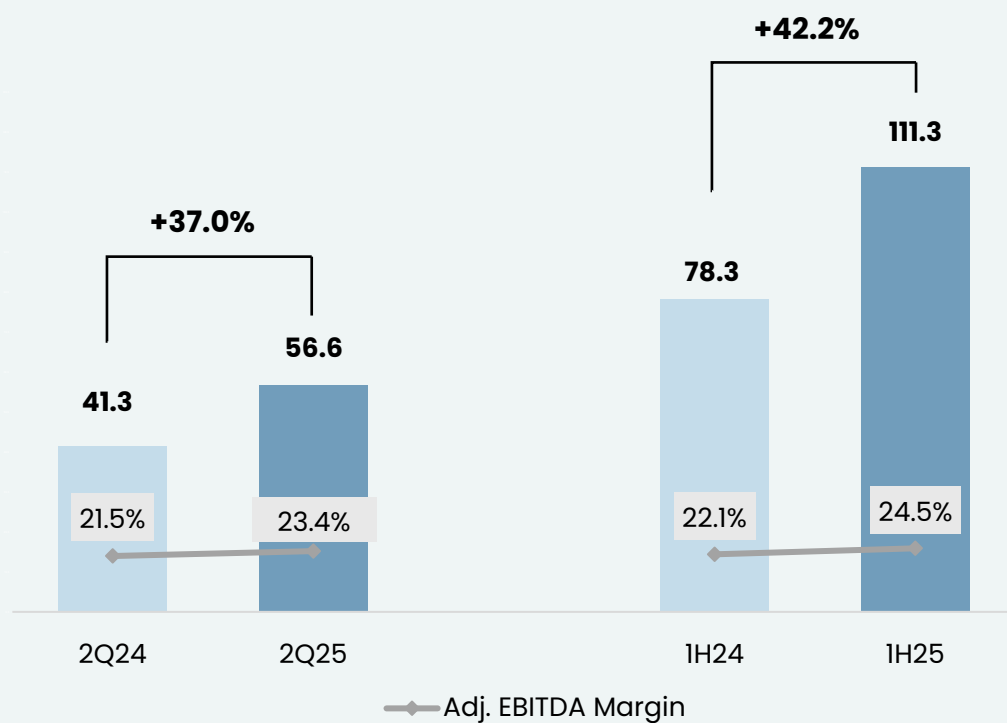


Adjusted Operating Expenses accounted for **33.9% of net sales** in 2Q25, a **decrease of 0.6 p.p.** compared to the 34.5% recorded in 2Q24. This improvement reflects **efficiency gains** from the **consolidated corporate structure** and effective expense management, even with ongoing **investments** in TFSports' growth.

- **Selling Expenses:** 18.4% of net sales for the period, remaining **stable** compared to 2Q24. Higher marketing expenses — driven by **investments in performance media and event-related initiatives** —, while in line with previous quarters, exceeded 2Q24 levels and ultimately **offset the dilution of company-owned retail costs**, which had been favored by the growth in franchise participation in net revenue.
- **Administrative Expenses:** 15.4% of net sales, a **dilution of 1.2 p.p.** year over year, reflecting the **strong sales pace and the consistent improvement in the Company's operating leverage**.

EBITDA

R\$56.6 million in 2Q25



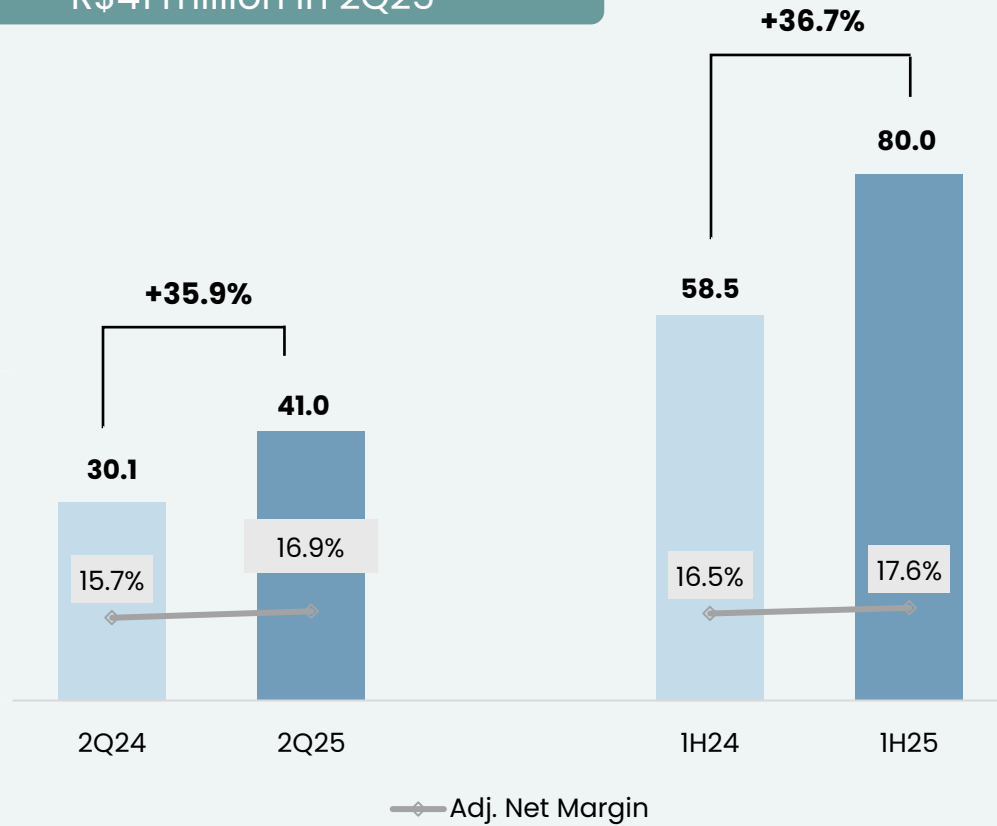
Consolidated Adjusted EBITDA reached R\$56.6 million (+37.0% YoY), with a margin of 23.4%, an increase of 1.9 p.p. YoY, driven by a **1.3 p.p. gain in gross margin** – reflecting better margins across all channels, combined with **operational leverage in the quarter** (-0.6 p.p.).

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

The impact of TFSports on the Company's consolidated EBITDA accounted for 2.4% of consolidated net revenue in 2Q25 and 2.3% in the first half of the year.

Net Profit

R\$41 million in 2Q25

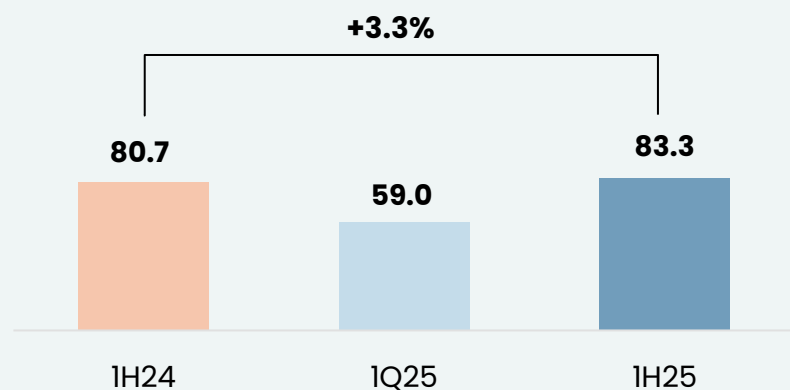


Adjusted Net Profit reached R\$41 million (**+35.9% YoY**) and **net margin of 16.9% (+1.2 p.p. YoY)**, supported by the solid performance of the core business.

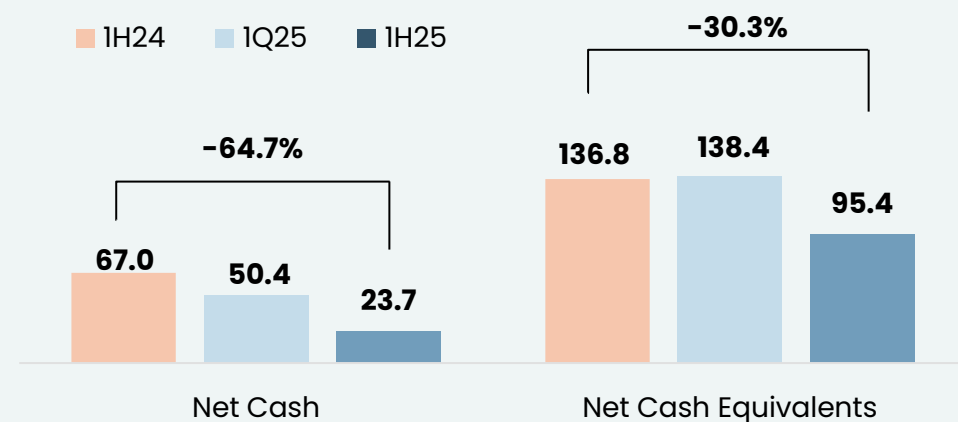
In the first half of the year, **adjusted net income totaled R\$80 million**, +36.7% vs 1H24, with a **margin expansion of 1.1 p.p.**, resulting in 17.6%.

Cash Position

Operating Cash Generation



Cash and Cash Equivalents



We ended the period with **net operating cash flow of R\$83.3 million**, representing a **3.3% increase YoY**, mainly reflecting the **increased investment in inventories**, with higher volume and earlier delivery of purchase orders.

The Company ended the period with a **net cash balance of R\$23.7 million** and **cash equivalents** (including credit card receivables) **of R\$95.4 million**.

It is important to highlight that the **reduction** in cash position observed in relation to the same period last year **reflects**: (i) **share repurchases** carried out by the Company, (ii) **store openings** and **renovations**, and (iii) the development of the TFSports **app**.

Still, we emphasize that we ended the period with **no debt**, demonstrating our commitment **to sustainable growth** and **consistent cash generation**.

 tf sports



**1+ million
users**

as of 06/30/25

+46.3%
YoY

**8.3K
registered
trainers**

as of 06/30/25

+11.8%
YoY

**959
events held by
TFSports¹ in 2Q25**

+9.1%
vs 2Q24

**120.9K
participants in
events on the
platform in 2Q25**

+18.7%
vs 2Q24

**R\$16.4
million
Net revenue² in
2Q25**

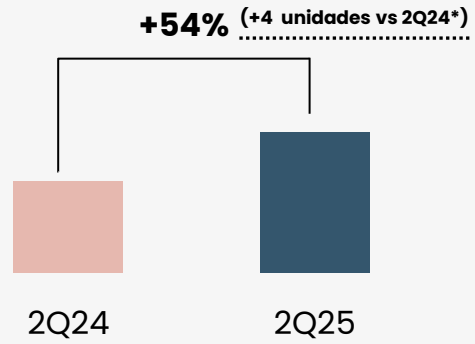
-3.9%
vs 2Q24

HIGHLIGHTS OF THE PERIOD

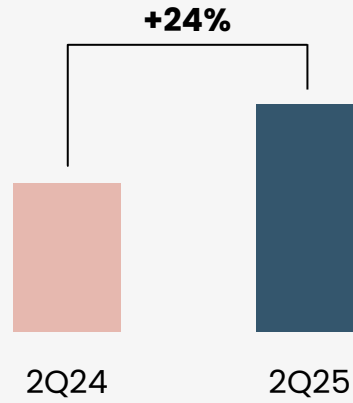
¹ Considering proprietary and trainer events.

² TFSports Net Revenue does not consider the effects of intercompany elimination

TFC Sales

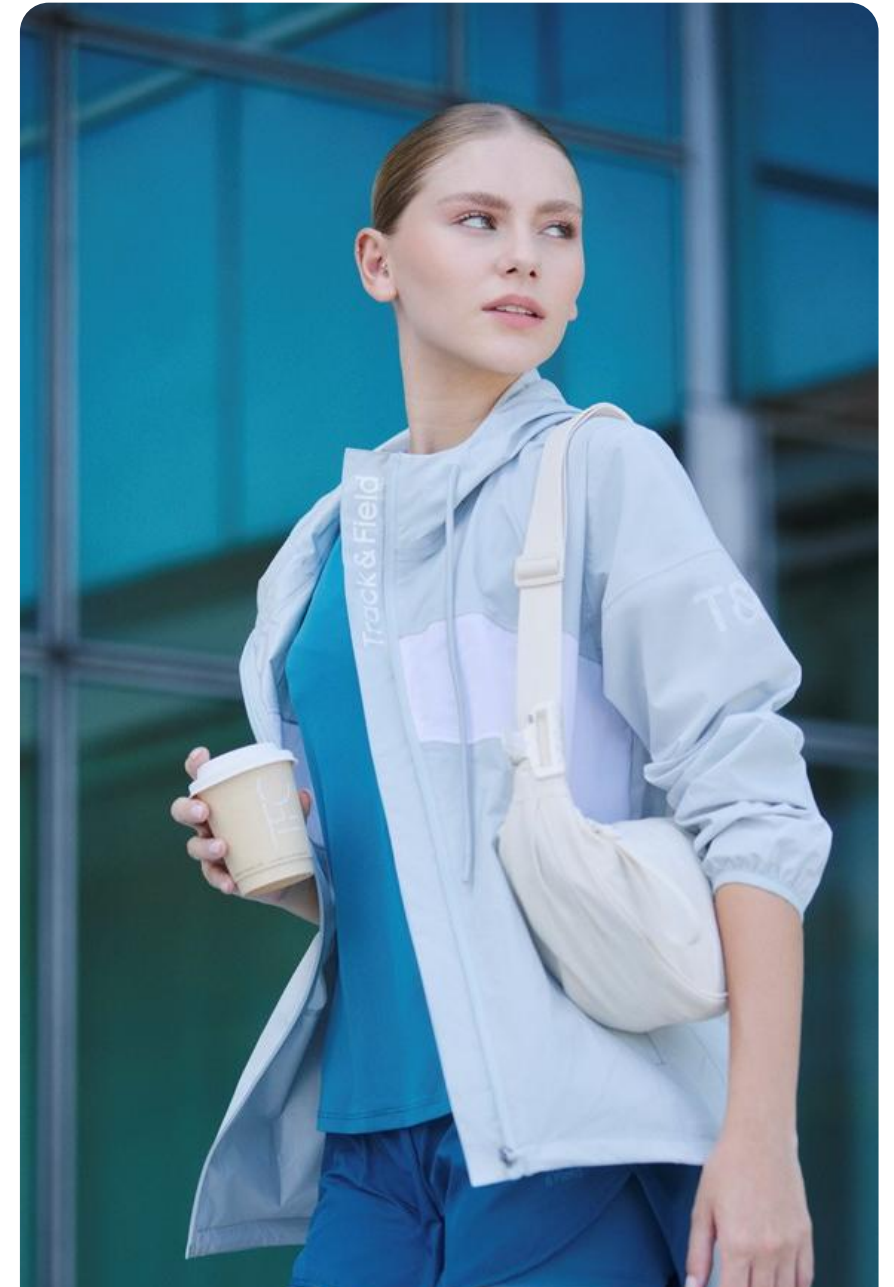
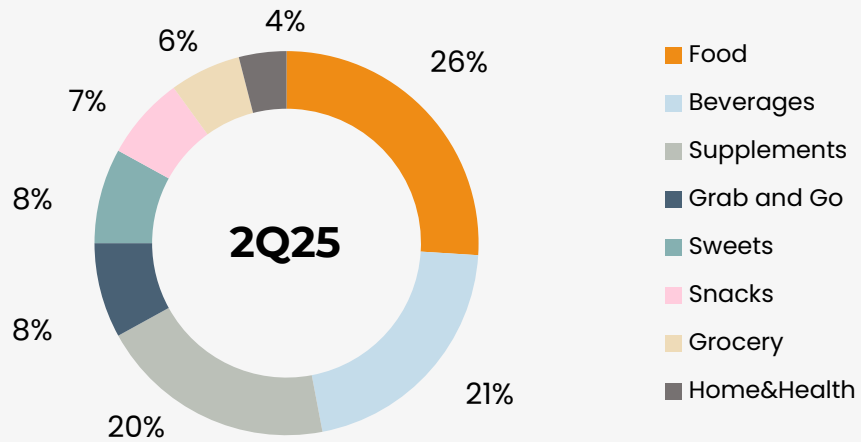


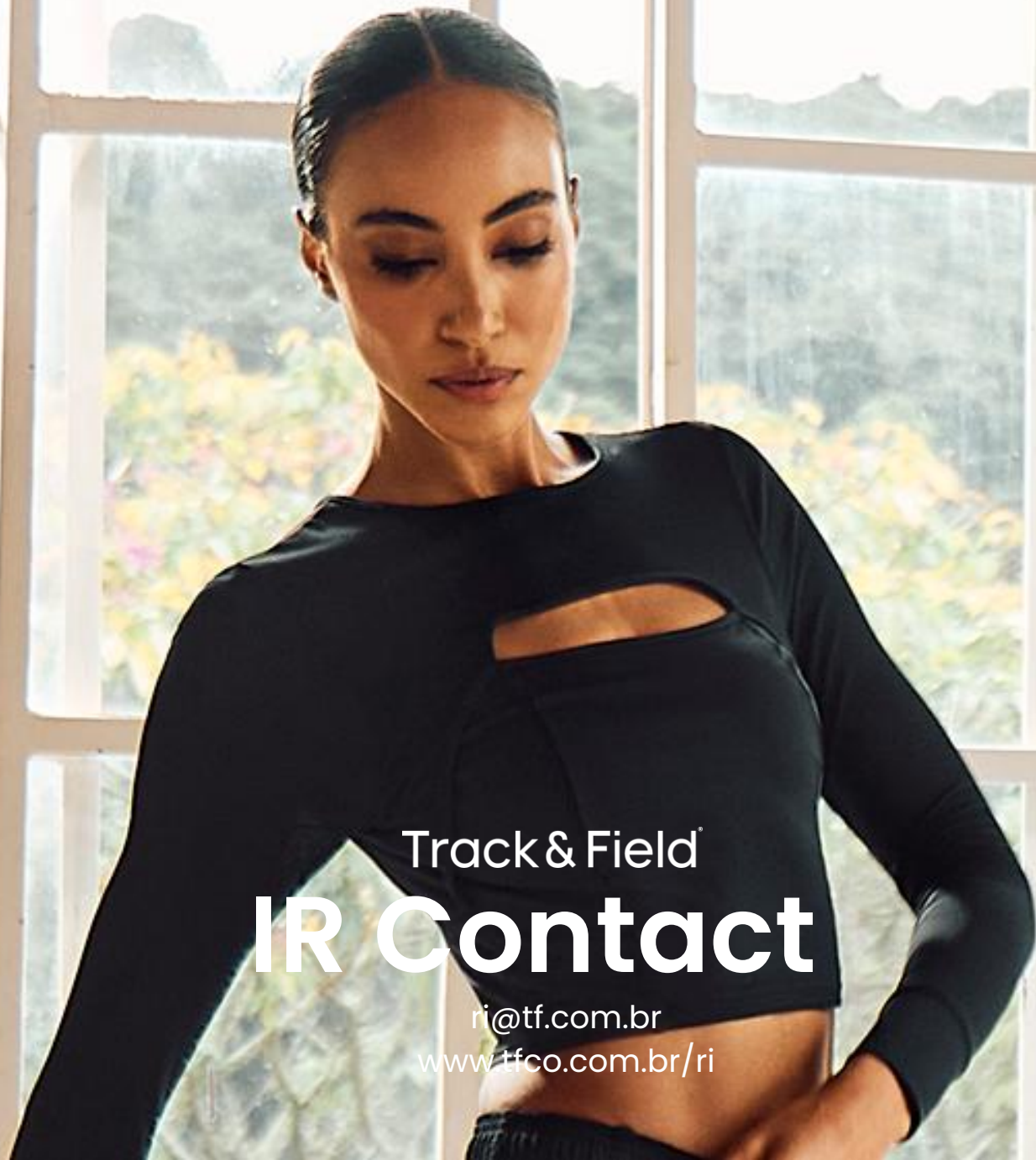
Customers Served



*Fechamos o 2Q25 com 15 unidades do TFC vs 10 unidades no 2Q24.

Sales per Category





Track & Field

IR Contact

ri@tf.com.br

www.tfco.com.br/ri