



Track & Field

RELEASE 3T25

Videoconferência
14 de novembro (sexta-feira)
10h Brasília | 8h EUA-EST

Clique aqui para
acessar a
videoconferência

Destaques Operacionais

O *sell out* atingiu **R\$ 442 milhões no 3T25**, crescimento de **+28,3%** vs. 3T24 e **+22,8% em mesmas lojas (SSS)**. Destaque para as **lojas reformadas**, com crescimento expressivo de **+46,4% YoY**.

O canal *e-commerce* manteve ritmo forte, registrando aumento de **+33,8% YoY**, com as vendas captadas digitalmente representando **10,9% do *sell out* total da Companhia** no 3T25 (+0,4 p.p. vs 3T24).

A vitrine infinita encerrou o trimestre com **378 lojas conectadas** (+80 YoY), cujas vendas corresponderam a **12,4% do *sell out* digital**.

Inauguramos 12 franquias no trimestre, todas no novo formato, encerrando o período com **417 lojas na rede**. Seguimos com o plano de modernização da rede: **17 reformas concluídas** no 3T25 (15 franquias e 2 próprias).

A base de usuários cadastrados no aplicativo da TFSports atingiu a marca de mais de 1,1 milhão de usuários (+46,8% YoY). A plataforma segue em franca expansão, com mais de 1,2 mil eventos realizados no trimestre (+15,2% YoY), reunindo 148,3 mil inscritos (+25,9%). Além disso, contamos com 8,8 mil treinadores cadastrados na plataforma.

As vendas do TFC Food&Market cresceram **58% vs 3T24**, com avanço de **+16% em SSS**. O número de clientes atendidos aumentou **36%**, refletindo forte aderência ao mercado de alimentação e suplementação.

O **Net Promoter Score (NPS) atingiu 81 pontos no 3T25**, um patamar consistentemente elevado, reforçando nosso compromisso em buscar um crescimento acelerado sem abrir mão da **excelência e da qualidade no atendimento ao cliente**.

Destaques Financeiros

A receita líquida consolidada atingiu **R\$ 268,5 milhões no 3T25**, crescimento de **+31,4% vs. 3T24 (R\$ 204,3 milhões)**, com destaque para crescimento de 55,2% YoY na receita de mercadorias para franquias (+5,1 p.p.), 24,1% nas vendas da rede própria e 31,2% na receita de royalties.

Lucro bruto do trimestre totalizou R\$141,7 milhões (+24,9% vs. 3T24) e **margem bruta de 52,8% (-2,7 p.p. YoY)**, refletindo o crescimento expressivo do *sell in* (+55,2%). **No acumulado dos nove meses, a margem atingiu 56,7%, permanecendo no mesmo patamar do ano anterior.**

Despesas operacionais ajustadas representaram 33,6% da receita líquida no 3T25 (-2,2 p.p. YoY), destacando a **diluição de 1,2 p.p. YoY das Despesas Administrativas sobre a receita líquida do trimestre e de 1,6 p.p. das Despesas com Vendas.**

O EBITDA ajustado somou **R\$ 51,3 milhões no 3T25**, crescimento de **+27,8% YoY**, com **margem EBITDA de 19,1%** (-0,6 p.p. YoY). Nos 9M25, o EBITDA acumulado foi de **R\$ 162,6 milhões, +37,3% YoY**, com margem de **22,5%** (+1,3 p.p. YoY).

O lucro líquido ajustado consolidado alcançou **R\$ 35 milhões no 3T25**, crescimento de **+30,0% YoY**, com **margem líquida de 13,0%** (estável em relação ao ano anterior). Nos primeiros nove meses do ano, o lucro líquido foi de **R\$ 115 milhões**, com avanço de **+34,6% YoY** e margem de **15,9%** (+0,6 p.p. YoY).



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O terceiro trimestre de 2025 consolidou a trajetória de crescimento robusto da Track&Field no ano, com avanços notáveis nas diferentes frentes do nosso ecossistema de bem-estar. O período foi caracterizado por um desempenho consistente. Em agosto, observamos as vendas sendo impulsionadas pelo Dia dos Pais, o que demonstra a excelência do nosso posicionamento, reforçando a escolha da marca como presente de qualidade e celebração. O destaque do período foi o mês de setembro, combinando uma eficaz liquidação de inverno com a forte adesão dos franqueados e clientes à nova coleção de verão.

Em decorrência desse desempenho, o *sell out* atingiu R\$ 442 milhões no trimestre, representando uma expansão de 28,3% em relação ao 3T24 e um avanço orgânico de 22,8% nas mesmas lojas. Este resultado é fruto direto da bem-sucedida expansão da rede física (36 novas lojas nos últimos 12 meses), do maior tráfego de clientes gerado pelos eventos, do retorno superior dos investimentos na revitalização da rede (crescimento de 49,5% nas unidades próprias e de 44,6% nas franquias) e do crescimento no volume de peças vendidas.

A performance consistente das vendas garantiu um sólido crescimento nos resultados financeiros absolutos. O EBITDA alcançou R\$ 51,3 milhões, um avanço de 27,8% em comparação ao 3T24, enquanto o lucro líquido totalizou R\$ 35 milhões, com crescimento de 30,0%.

O canal digital continua apresentando bons resultados, consolidando-se como uma fonte relevante de crescimento. As vendas captadas pelo e-commerce dispararam 33,8% em relação ao 3T24, elevando sua participação no *sell out* total para 10,9%.

A estratégia omnicanal segue em ritmo forte: mais de 70% das vendas *e-commerce* foram expedidas via *ship from store*, sublinhando o papel estratégico das lojas físicas como pontos de venda e centros de distribuição. As vendas via vitrine infinita, disponível em 378 lojas, responderam por 12,4% do *sell out* digital captado. A frente de vendas influenciadas — com foco em interações e conversões via WhatsApp — apresentou crescimento de 17,3% e representa 38,5% do *sell out* total da Companhia.

A TFSports permanece como uma alavanca fundamental para o engajamento da comunidade e para impulsionar o fluxo de clientes para as lojas. A plataforma conta atualmente com mais de 1,1 milhão de usuários cadastrados e sustenta uma base com 8,8 mil treinadores. Durante o trimestre, foram realizados mais de mil eventos, atraindo 148,3 mil inscritos.

Em sinergia com o varejo, o TFC Food&Market também reportou um crescimento expressivo de 58% nas vendas e 36% no número de clientes atendidos, validando a aderência do conceito ao nosso público.

Nosso marketplace tfmall - dedicado a curadoria de *wellness* - encerrou o período com 28 parceiros estratégicos (sendo 10 adicionados nos últimos 12 meses), todos em alta sinergia com a proposta da marca.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

No decorrer do terceiro trimestre de 2025, adicionamos 12 novas lojas à rede, totalizando 417 unidades em operação (362 franquias e 55 próprias, incluindo 13 outlets).

A aceleração das reformas também continuou: 15 franquias e 2 lojas próprias foram reformadas, elevando para 55% o total da rede com o novo layout. A meta é atingir cerca de 60% da rede com o novo conceito até o final do ano.

Em setembro inauguramos nossa segunda loja em Portugal, estrategicamente localizada em um Shopping em Oeiras, região de Lisboa, e, seguindo o plano, a terceira abertura, em Cascais, está prevista para o quarto trimestre. 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 com convicção da solidez do nosso direcionamento estratégico e no efeito positivo das iniciativas implementadas em todos os canais. Nosso foco para o longo prazo se mantém na inovação, na excelência da experiência do cliente e na execução com rigor disciplinar, para construir uma marca cada vez mais essencial na vida das pessoas. Expressamos nossa sincera gratidão a todos os colaboradores, franqueados, clientes, parceiros e investidores por seguirem conosco nesta jornada de crescimento.

A ADMINISTRAÇÃO

Tabela | Resumo dos Indicadores Financeiros

São Paulo, 13 de novembro de 2025 – A Track & Field CO S.A. (B3: TFCO4) anuncia seus resultados do terceiro trimestre e do período acumulado de nove meses de 2025 (3T25 e 9M25).

R\$ mil, exceto quando indicado	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Resultados Financeiros						
Receita Líquida	268.529	204.335	31,4%	723.406	558.468	29,5%
Lucro Bruto	141.686	113.398	24,9%	410.161	316.053	29,8%
Margem Bruta	52,8%	55,5%	-2,7 p.p.	56,7%	56,6%	0,1 p.p.
EBITDA	56.872	45.007	26,4%	173.757	130.260	33,4%
Margem EBITDA	21,2%	22,0%	-0,8 p.p.	24,0%	23,3%	0,7 p.p.
EBITDA Ajustado¹	51.337	40.181	27,8%	162.631	118.458	37,3%
Margem EBITDA Ajustada	19,1%	19,7%	-0,6 p.p.	22,5%	21,2%	1,3 p.p.
Lucro Líquido	29.902	24.525	21,9%	98.682	77.155	27,9%
Margem Líquida	11,1%	12,0%	-0,9 p.p.	13,6%	13,8%	-0,2 p.p.
Lucro Líquido Ajustado²	34.968	26.896	30,0%	114.949	85.395	34,6%
Margem Líquida Ajustada	13,0%	13,2%	-0,2 p.p.	15,9%	15,3%	0,6 p.p.
Caixa Líquido³	20.658	47.357	-56,4%	20.658	47.357	-56,4%
Equivalentes Líq. Caixa⁴	108.820	118.659	-8,3%	108.820	118.659	-8,3%
Indicadores Operacionais						
Número de Lojas	417	381	9,4%	417	381	9,4%
Próprias	55	52	5,8%	55	52	5,8%
Franquias	362	329	10,0%	362	329	10,0%
Ticket Médio (R\$)	435,82	394,59	10,4%	420,96	386,62	8,9%
Same Store Sales	22,8%	11,0%	11,8 p.p.	23,1%	13,0%	10,1 p.p.
Sell Out Total⁵	441.699	344.288	28,3%	1.231.298	948.964	29,8%
Total Captado por E-commerce	48.129	35.983	33,8%	131.831	93.020	41,7%

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)	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Franquias	269.643	204.472	31,9%	739.926	562.788	31,5%
Lojas Próprias	123.928	103.833	19,4%	359.541	293.156	22,6%
E-commerce	48.129	35.983	33,8%	131.831	93.020	41,7%
Sell out total	441.699	344.288	28,3%	1.231.298	948.964	29,8%

Sell out Faturado por canal (R\$ mil)	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Franquias	287.518	218.386	31,7%	792.517	599.259	32,2%
Lojas Próprias	140.532	114.117	23,1%	399.604	321.766	24,2%
E-commerce¹	13.649	11.785	15,8%	39.176	27.940	40,2%
Sell out total	441.699	344.288	28,3%	1.231.298	948.964	29,8%

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

O terceiro trimestre de 2025 reforçou a trajetória de forte crescimento da Track&Field, com o *sell out* consolidado – a métrica total de vendas brutas para o cliente final em todos os canais – alcançando R\$ 442 milhões, representando um avanço de 28,3% frente ao mesmo período do ano anterior. O indicador de *Same Store Sales* (SSS), que mede a performance orgânica da nossa rede estabelecida, avançou 22,8%, sublinhando a solidez e a maturidade operacional das lojas existentes.

A performance do período foi marcada pelo aproveitamento estratégico das principais sazonalidades. O mês de agosto, com vendas impulsionadas pelo Dia dos Pais, demonstra a força do posicionamento da marca como uma escolha *premium* em momentos de celebração e *gifting*. Em setembro, a Companhia combinou um forte desempenho da liquidação de inverno com a boa aceitação da nova coleção de verão entre franqueados e consumidores finais. Um importante ganho operacional foi o aprimoramento do fluxo de abastecimento, que resultou em uma transição de coleção mais fluida, eliminando *gaps* e maximizando o potencial de vendas.

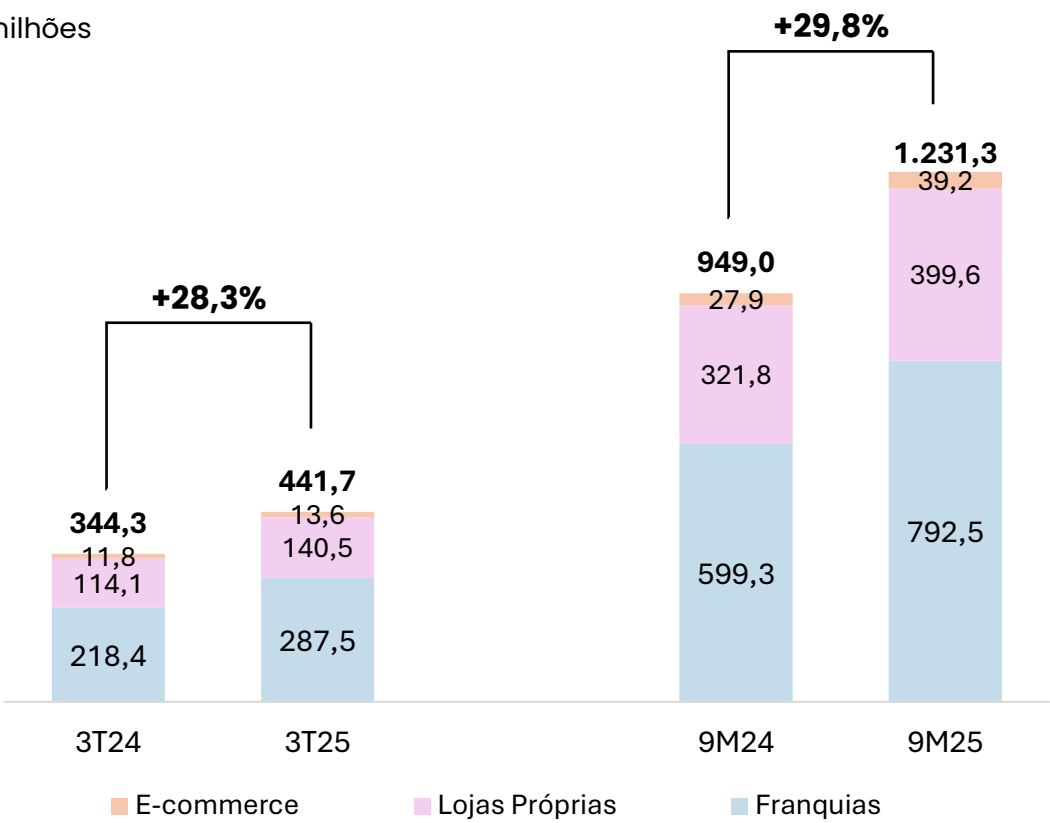
O crescimento robusto do trimestre reflete o sucesso e a eficiência dos investimentos da Companhia e de seus franqueados na rede física. A revitalização das lojas segue entregando um desempenho diferenciado, com as unidades próprias reformadas crescendo 49,5% YoY e as franquias 44,6% YoY. Adicionalmente, o ritmo de expansão manteve-se consistente, com a inauguração de 36 novas unidades ao longo dos últimos 12 meses, ampliando a capilaridade da rede.

O aumento no fluxo de visitantes nas lojas físicas, dinamizado pela realização dos eventos, traduziu-se em um avanço de 16,0% no número de tickets e de 13,8% no volume de peças vendidas. Destaca-se, neste contexto, a maior penetração de produtos de maior valor agregado (efeito mix de produto favorável), que contribuiu positivamente para o aumento do preço médio de venda. Este desempenho robusto valida a assertividade do sortimento de produtos, o impacto crescente da estratégia de marketing de influência e o avanço contínuo na experiência em loja do ecossistema da marca.

No ambiente digital, o foco na sinergia *omnichannel* continua sendo um diferencial estratégico. O *e-commerce* captado avançou 33,8% em relação ao segundo trimestre de 2024, respondendo por 10,9% do *sell out* total no período. Ferramentas de integração física-digital, como a Vitrine Infinita (disponível em 378 lojas), foram responsáveis por 12,4% das vendas captadas digitalmente. Complementarmente, o *social selling* (vendas influenciadas, em especial via WhatsApp) demonstrou sua relevância, crescendo 17,3% e representando uma fatia significativa de 38,5% do *sell out* total da Companhia.

Sell Out Faturado

R\$ milhões



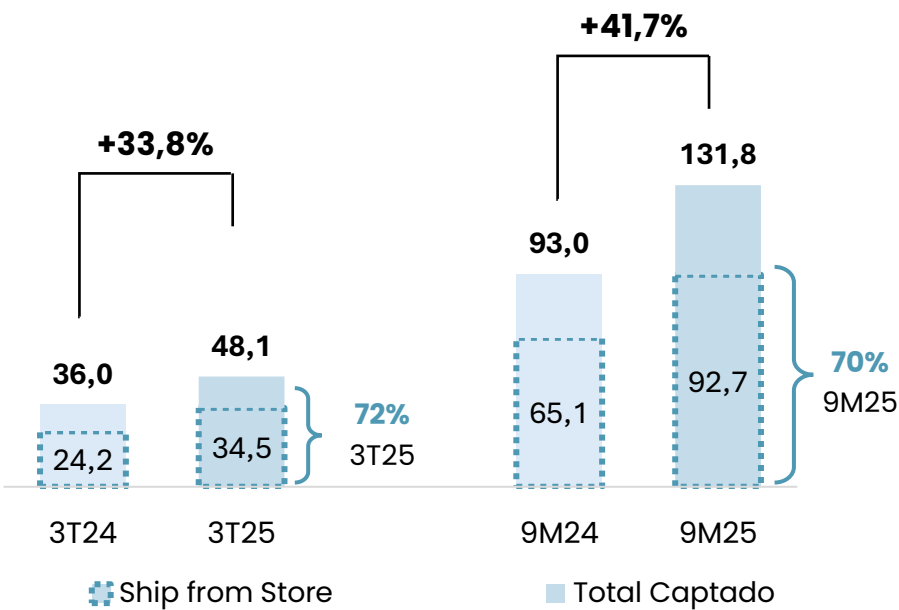
A Companhia aprofundou a integração entre os ambientes físico e digital, transformando as lojas em ativos logísticos chave. Soluções como o *ship from store* – que posiciona as unidades físicas como hubs de distribuição regionais – e o *pick up in store* – que oferece a retirada imediata de pedidos online – foram cruciais. Tais modalidades não apenas expandiram a capilaridade da operação, como também impactaram diretamente a satisfação do cliente, resultando em redução dos prazos de entrega e uma experiência de compra aprimorada.

No terceiro trimestre, 72% 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, 38 lojas atuavam como *sellers* nacionais, com capacidade de entrega em todo o território brasileiro e respondendo por 44,2% do *sell out* digital. Outras 359 lojas operavam como *sellers* locais, atendendo suas áreas geográficas específicas e contribuindo com 27,4% do volume digital. O percentual restante, 28,4%, 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)	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Vendas de mercadorias	90.147	58.101	55,2%	215.927	155.678	38,7%
Royalties	45.547	34.726	31,2%	125.106	94.289	32,7%
Varejo (Rede Própria)	120.103	96.814	24,1%	339.595	266.229	27,6%
Eventos/tfmall	11.200	12.599	-11,1%	36.731	37.838	-2,9%
Outros	1.532	2.095	-26,8%	6.047	4.433	36,4%
Receita Líquida Total	268.529	204.335	31,4%	723.406	558.468	29,5%

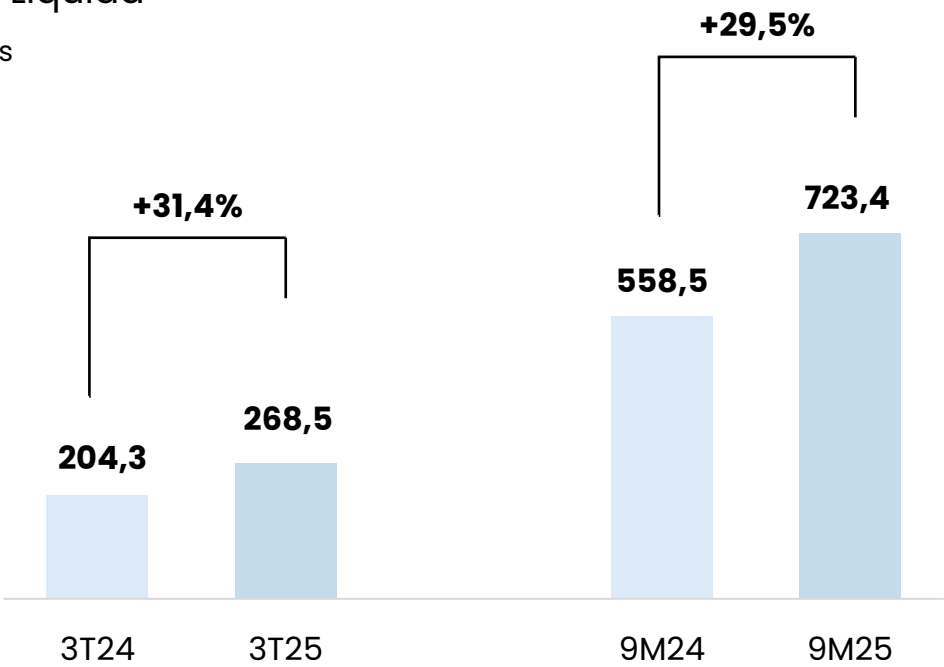
A receita líquida consolidada atingiu R\$ 268,5 milhões no trimestre, representando um crescimento de 31,4% em relação ao mesmo período do ano anterior. Este desempenho superior foi majoritariamente impulsionado pelo canal de vendas para franquias, cuja receita demonstrou uma expansão notável de 55,2% na comparação anual, somando R\$ 90,1 milhões. Este avanço reflete a bem-sucedida estratégia de expansão física, com a adição de 33 franquias no período de 12 meses e uma gestão comercial ainda mais ativa, buscando maior profundidade de estoques dos franqueados para fazer frente às vendas do Dia dos Pais e liquidação de inverno, além da antecipação do abastecimento da coleção Verão 2026. Como resultado, a participação desse canal na receita total cresceu 5,1 p.p. no trimestre.

O canal de varejo (rede própria) cresceu 24,1%, atingindo R\$ 120,1 milhões. Este crescimento foi fomentado pela performance nas lojas próprias, que se beneficiaram do efeito Dia dos Pais, da liquidação de inverno, da boa receptividade da coleção de verão, e da expansão da base de lojas. Em destaque, o expressivo desempenho das unidades próprias reformadas, que alavancaram um crescimento de 49,5% YoY. Apesar do crescimento absoluto, a representatividade do varejo na receita total teve uma retração de 2,7 p.p., em função da maior concentração da receita do canal de vendas de mercadorias.

A receita proveniente de *royalties* registrou um crescimento de 31,2% em relação ao 3T24, totalizando R\$ 45,5 milhões e mantendo sua participação estável. Esse resultado é um reflexo direto do forte desempenho das vendas nas franquias (+31,7% YoY), sustentado pela expansão orgânica da rede, pelo desempenho superior das franquias reformadas (+44,6% YoY) e pelo aprimoramento contínuo de abastecimento.

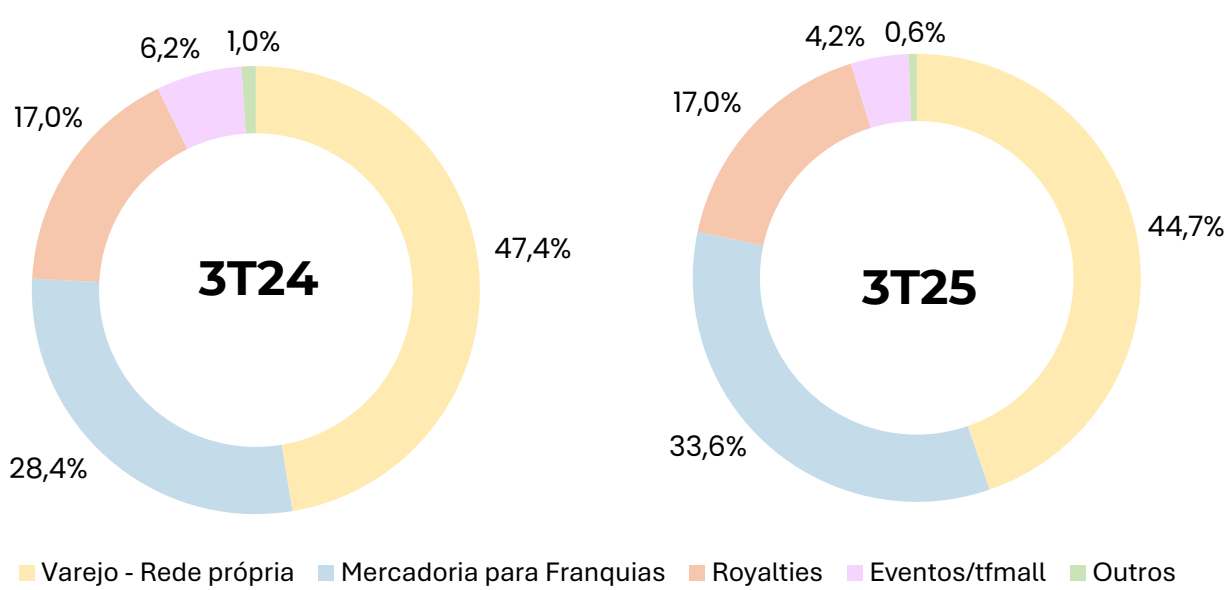
Receita Líquida

R\$ milhões



Por fim, a receita líquida da TFSports — que engloba eventos e o tfmall — totalizou R\$ 11,2 milhões, apresentando uma variação de -11,1% em relação ao 3T24. O principal fator que impactou essa linha de receita foi o encerramento do benefício fiscal do PERSE (Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos), que resultou na retomada da apuração de PIS e COFINS pela TFSports.

Composição da Receita Líquida (%)



Lucro Bruto

Lucro Bruto (R\$ mil)	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Lucro Bruto	141.686	113.398	24,9%	410.161	316.053	29,8%
Margem Bruta	52,8%	55,5%	-2,7 p.p.	56,7%	56,6%	0,1 p.p.

O lucro bruto do trimestre atingiu R\$141,7 milhões, com crescimento de 24,9% em relação ao 3T24.

A margem bruta alcançou 52,8%, queda de 2,7 p.p. YoY, refletindo o aumento da representatividade da venda de mercadoria para franquias na receita líquida (+5,1 p.p.), em detrimento do canal de varejo próprio, o qual possui melhor margem. É importante ressaltar que o crescimento desse *sell in* (+55,2% YoY) tende a gerar, subsequentemente, maior volume de *royalties* para a Companhia, um canal que apresenta nossa maior margem bruta.



Despesas Operacionais Ajustadas

Receita Líquida Ajustada (R\$ mil)	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Receita Líquida Geral Ajustada	268.529	204.335	31,4%	723.406	558.468	29,5%
Despesas Operacionais (R\$ mil)	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Com Vendas	48.967	40.361	21,3%	134.673	106.777	26,1%
% Com Vendas s/ RL Geral	18,2%	19,8%	-1,6 p.p.	18,6%	19,1%	-0,5 p.p.
Gerais e Administrativas	41.105	33.629	22,2%	112.690	92.682	21,6%
% Gerais e Administrativas s/ RL Geral	15,3%	16,5%	-1,2 p.p.	15,6%	16,6%	-1,0 p.p.
Despesas Operacionais	90.072	73.990	21,7%	247.363	199.459	24,0%
%Total Despesas Operacionais s/ RL Geral	33,5%	36,2%	-2,7 p.p.	34,2%	35,7%	-1,5 p.p.
Outras receitas (despesas) operacionais	278	-774	-135,9%	167	-1.864	-108,9%
Total Despesas (receitas) Operacionais – sem depreciação	90.350	73.216	23,4%	247.530	197.595	25,3%
%Total Despesas (receitas) Operacionais s/ RL Geral	33,6%	35,8%	-2,2 p.p.	34,2%	35,4%	-1,2 p.p.
Depreciação	4.558	3.782	20,5%	12.308	10.239	20,2%
Total Despesas (receitas) operacionais – com depreciação	94.908	76.998	23,3%	259.838	207.834	25,0%
%Total Despesas Operacionais s/ RL Geral	35,3%	37,7%	-2,4 p.p.	35,9%	37,2%	-1,3 p.p.

Em continuidade com a tendência observada no início de 2025, a Companhia registrou novamente diluição das despesas operacionais no trimestre. Esta conquista é resultado da sinergia entre o avanço da receita e a gestão de custos. As estruturas corporativas, consolidadas nos últimos anos e dimensionadas para o porte atual da Companhia, permitiram a captura de ganhos de eficiência à medida que o faturamento se expande. Além disso, os investimentos voltados ao crescimento e à consolidação da TFSports seguem tornando-se cada vez mais comparáveis entre os períodos.

Neste cenário de eficiência, as despesas operacionais ajustadas caíram para 33,6% da Receita Líquida no 3T25, configurando uma expressiva redução de 2,2 p.p. em comparação aos 35,8% reportados no 3T24.

Despesas com vendas: A Companhia alcançou uma diluição de 1,6 p.p. YoY nas despesas com vendas em relação à receita. Este resultado foi favorecido pela maior participação das franquias no mix total de vendas, o que, por natureza, reduz a representatividade dos custos de lojas próprias.

Despesas administrativas: As despesas administrativas também evidenciaram sólida alavancagem, diluindo 1,2 p.p. como proporção da receita líquida, o que sublinha o avanço contínuo na alavancagem operacional.

→

EBITDA

EBITDA (R\$ mil e %)	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Lucro Líquido	29.902	24.525	21,9%	98.682	77.155	27,9%
(+) Imposto de Renda e CS	9.016	6.900	30,7%	25.024	17.019	47,0%
(+) Resultado Financeiro Líquido	8.534	5.329	60,1%	23.164	12.800	81,0%
(+) Depreciação e amortização	9.420	8.253	14,1%	26.887	23.287	15,5%
EBITDA	56.872	45.007	26,4%	173.757	130.260	33,4%
Margem EBITDA	21,2%	22,0%	-0,8 p.p.	24,0%	23,3%	0,7 p.p.
(+) Ajuste IFRS-16	-6.856	-6.393	7,2%	-21.370	-18.906	13,0%
(+) Ajuste Não Recorrente	1.321	1.569	-15,8%	10.244	7.106	44,2%
EBITDA Ajustado	51.337	40.181	27,8%	162.631	118.458	37,3%
Margem EBITDA Ajustada	19,1%	19,7%	-0,5 p.p.	22,5%	21,2%	1,3 p.p.

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

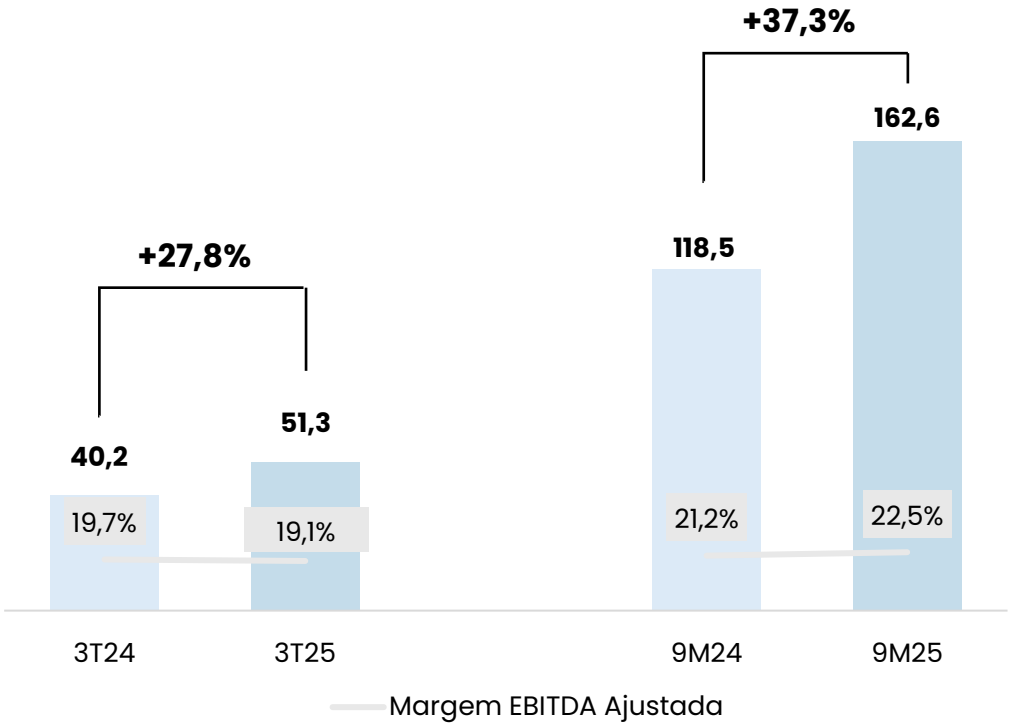
Excluindo os efeitos do IFRS-16 e despesas não recorrentes, o EBITDA ajustado consolidado alcançou R\$51,3 milhões no 3T25, um crescimento de 27,8% vs o mesmo período do ano anterior.

A margem EBITDA ajustada atingiu 19,1%, queda de 0,5 p.p. YoY, refletindo a perda de 2,7 p.p. na margem bruta – frente ao aumento da representatividade de mercadoria para franquias na receita – compensado pela alavancagem operacional apresentada no trimestre (-2,2 p.p.).

Nos primeiros nove meses do ano, o EBITDA ajustado atingiu R\$ 162,6 milhões, crescendo 37,3% vs 9M24, resultando em uma margem de 22,5% (expansão de 1,3 p.p.).

EBITDA Ajustado

R\$ milhões



→

Resultado Financeiro

Resultado Financeiro (R\$ mil)	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Receitas Financeiras	748	1.824	-59,0%	2.795	6.684	-58,2%
Despesas Financeiras	-9.282	-7.153	29,8%	-25.959	-19.484	33,2%
Juros IFRS 16	-4.533	-3.186	42,3%	-12.740	-8.776	45,2%
Outras Despesas Financeiras	-4.749	-3.967	19,7%	-13.219	-10.708	23,5%
Resultado Financeiro	-8.534	-5.329	60,1%	-23.164	-12.800	81,0%
Efeito Líquido dos Ajustes	4.591	3.618	26,9%	12.816	9.697	32,2%
Resultado Financeiro Ajustado*	-3.943	-1.711	130,4%	-10.348	-3.103	233,5%

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

O resultado financeiro do 3T25 foi negativo em R\$8,5 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 as inaugurações e reformas de lojas, além do desenvolvimento do aplicativo da TFSports.

Excluindo-se os efeitos contábeis do IFRS-16 e outros itens não recorrentes, o resultado financeiro ajustado encerrou o trimestre em R\$ 3,9 milhões negativo.

Ressaltamos, por fim, a sólida saúde financeira da Companhia que, mais uma vez, encerrou o período sem endividamento financeiro.



→

Lucro Líquido

Lucro Líquido (R\$ mil e %)	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Lucro Líquido	29.902	24.525	21,9%	98.682	77.155	27,9%
Margem Líquida	11,1%	12,0%	-0,9 p.p.	13,6%	13,8%	-0,2 p.p.
(+) Ajuste IFRS-16	2.879	1.054	173,2%	5.982	2.566	133,1%
(+) Ajuste Não Recorrente	2.187	1.318	65,9%	10.285	5.675	81,2%
Lucro Líquido Ajustado	34.968	26.896	30,0%	114.949	85.395	34,6%
Margem Líquida Ajustada	13,0%	13,2%	-0,2 p.p.	15,9%	15,3%	0,6 p.p.

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

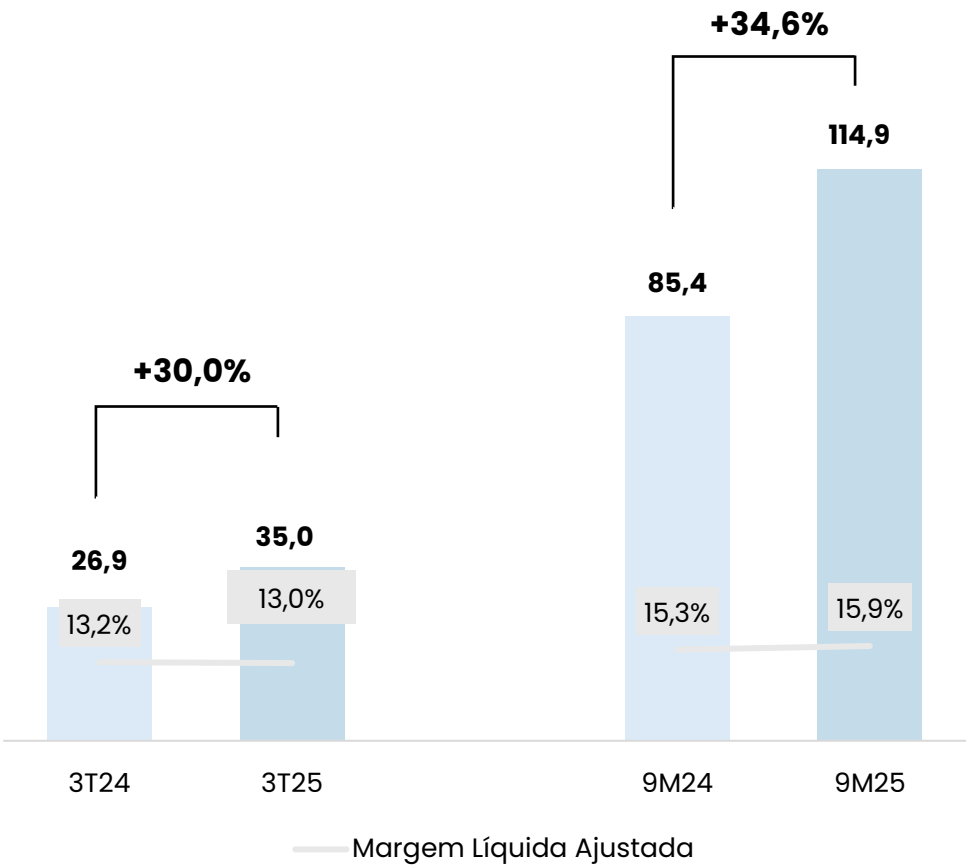
O lucro líquido ajustado consolidado, desconsiderando os efeitos do IFRS-16 e despesas não recorrentes, totalizou R\$35 milhões no 3T25, um crescimento de 30,0% em relação aos R\$26,9 milhões registrados no mesmo período de 2024.

A Companhia registrou uma margem líquida ajustada estável, atingindo 13,0% no trimestre.

No período acumulado dos nove meses, o lucro líquido ajustado atingiu R\$ 114,9 milhões, +34,6% vs 9M24, com uma expansão de margem de 0,6 p.p., resultando em 15,9%.

Lucro Líquido Ajustado

R\$ milhões





TFSports	3T25	3T24	Var.	9M25	9M24	Var.
Usuários no Aplicativo (mil)	1.148,1	782,0	46,8%	1.148,1	782,0	46,8%
Eventos realizados (proprietários e trainers)	1.154	1.002	15,2%	2.967	2.641	12,3%
Inscritos em Eventos (mil)	148,3	117,9	25,9%	376,1	287,6	30,8%
Número de Treinadores (mil)	8,8	7,6	14,9%	8,8	7,6	14,9%

A plataforma TFSports ultrapassou a marca de 1,1 milhão de usuários, um crescimento de +46,8% em relação ao ano anterior, demonstrando a forte aderência do público.

Durante o terceiro trimestre de 2025, realizamos 1.154 eventos e experiências (+15,2% YoY), atraindo 148,3 mil inscritos (+25,9% YoY). Ao final do período, a plataforma somava 8,8 mil treinadores cadastrados, que oferecem aulas pagas ou gratuitas à nossa base de clientes.

Os impactos de TFSports no EBITDA consolidado da Companhia representaram 4,1% da receita líquida consolidada do 3T25 e, no acumulado dos nove meses, representaram 3,0%, resultado que reflete o impacto previsto na receita líquida consolidado da Companhia.

No tfmall – marketplace com curadoria própria no segmento de wellness – encerramos o trimestre com 28 marcas ativas (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	3T25	3T24	9M25	9M24
(R\$ mil)				
Caixa Líquido Gerado (aplicado) nas Atividades Operacionais	17,2	12,8	100,5	93,5
Caixa Líquido aplicado nas Atividades de Investimento	-9,2	-13,1	-31,5	-33,8
Caixa Líquido Gerado (aplicado) nas Atividades de Financiamento	-11,0	-19,3	-71,8	-66,9
Aumento / Redução de Caixa e Equivalentes de Caixa	- 3,0	- 19,6	- 2,8	- 7,1
Saldo Inicial de Caixa	23,7	67,0	23,4	54,5
Saldo Final de Caixa	20,7	47,4	20,7	47,4

O Fluxo de Caixa das Atividades Operacionais atingiu R\$ 17,2 milhões no 3T25, um aumento de 33,9% em relação aos R\$ 12,8 milhões do 3T24, superando o crescimento do lucro líquido no mesmo período, reforçando a capacidade da Companhia em transformar resultados econômicos em caixa.

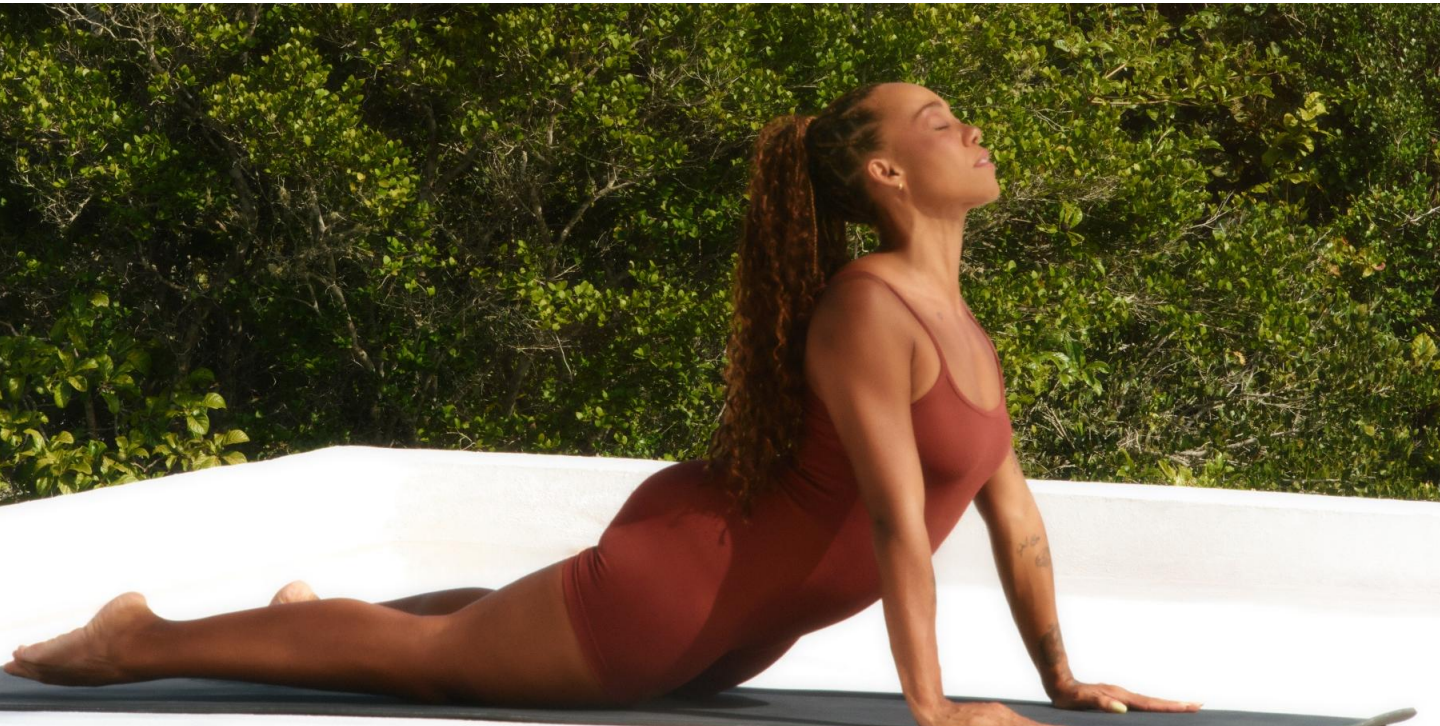
Esse desempenho reflete a melhor gestão de capital de giro, com ganho de eficiências em estoque e fornecedores, o que acabou compensando a maior participação do sell in no contas a receber – prazo médio de recebimento maior quando comparado às operações de lojas próprias e royalties.

O caixa líquido aplicado nas atividades de investimento apresentou redução 29,8% comparado ao 3T24 (de R\$ 13,1 milhões para R\$ 9,2 milhões), especialmente em virtude de deslocamentos de reformas de lojas para o 4T25.

Adicionalmente, o trimestre também demonstrou uma redução de 43,2% no caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento, principalmente por conta da não repetição de recompra de ações próprias (fato ocorrido no ano anterior na ordem de R\$ 12,2 milhões).

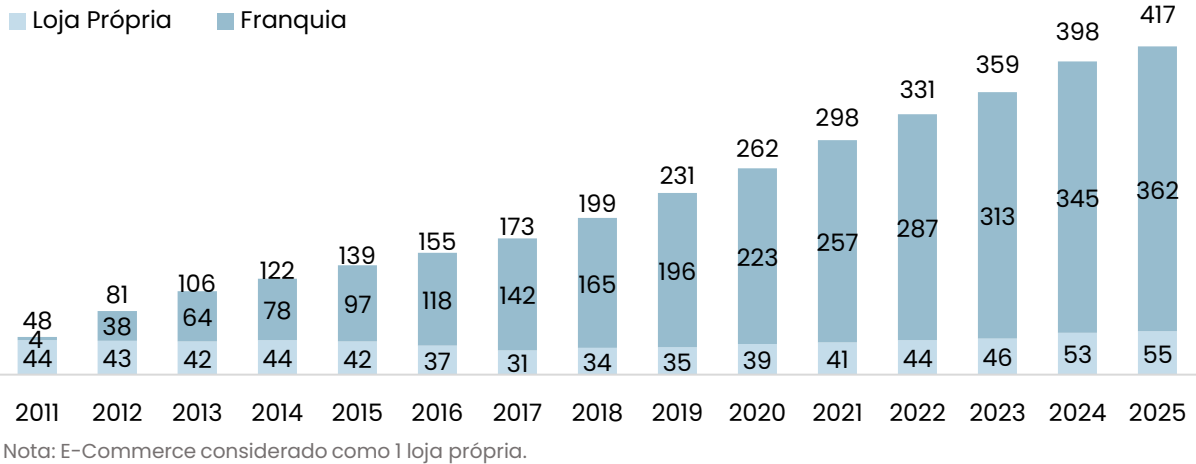
O saldo líquido de caixa encerrou o período em R\$ 20,7 milhões. Já os equivalentes de caixa – que incluem recebíveis de cartões de crédito – totalizaram R\$ 108,8 milhões.

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



Durante o terceiro trimestre de 2025, inauguramos 12 franquias. Nos primeiros nove meses do ano, inauguramos 21 lojas, sendo 1 própria e 20 franquias, encerrando o período com 417 lojas – 55 lojas próprias (incluindo 13 outlets) e 362 franquias.

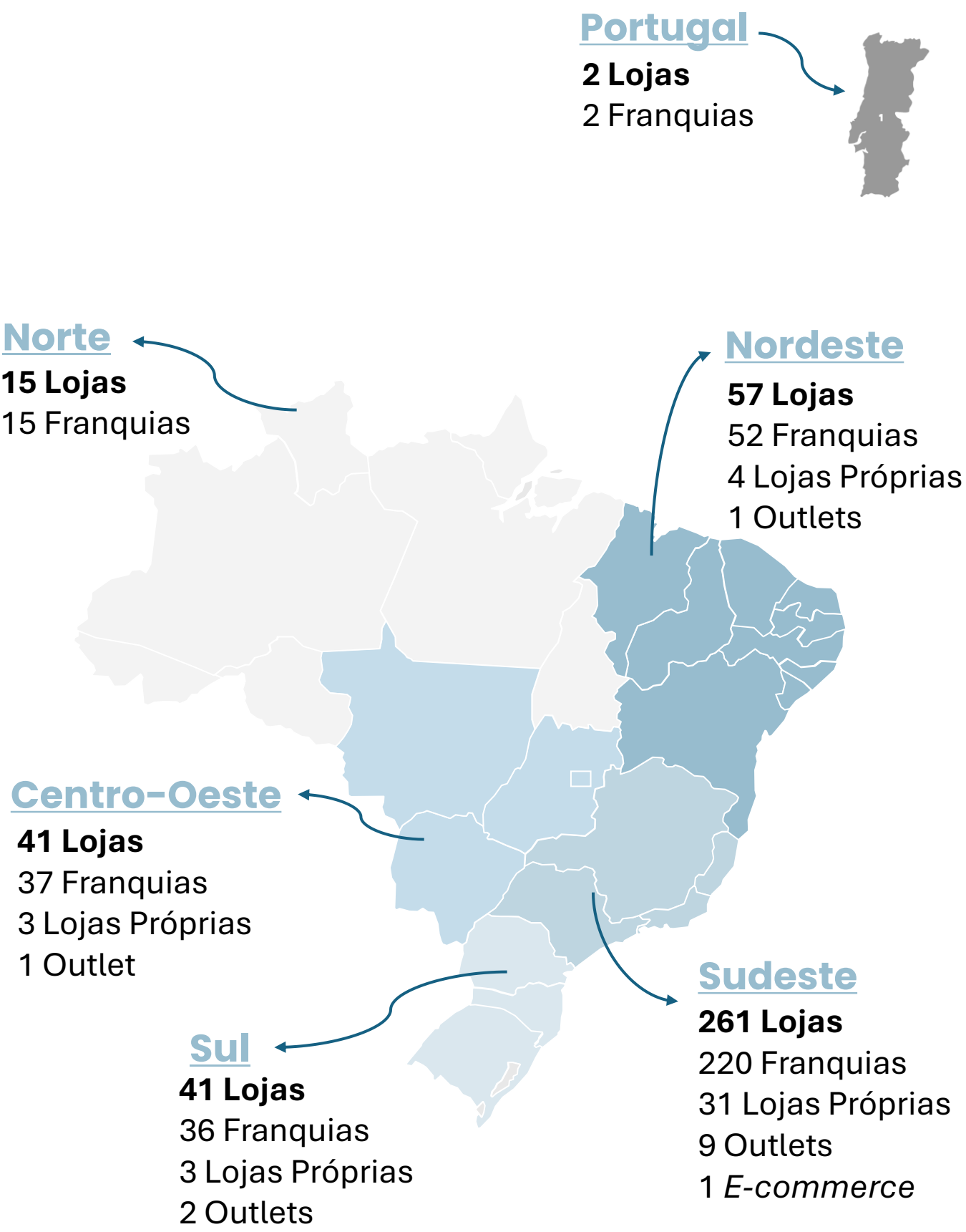
O plano de renovação da experiência em loja segue em execução acelerada: todas as novas unidades inauguradas já incorporam elementos do conceito "Loja Experience", que inclui a renovação completa de equipamentos, comunicação visual e visual merchandising para otimizar a exposição de produtos.

No trimestre, 17 unidades foram reformadas para adotar o novo padrão (15 franquias e 2 lojas próprias). Desde o início do ano, 29 unidades foram reformadas, das quais 5 são próprias e 24 franquias. Sendo assim, ao final de setembro, 55% da rede total já operava no novo layout. A projeção é de que, até o final do ano, aproximadamente 60% de toda a rede esteja alinhada ao novo conceito.

Atualmente, 14 lojas da rede já contam com a operação do TFC Food & Market, além da unidade localizada na sede, totalizando 15 operações ativas.



MAPA DE LOJAS



ANEXOS



Demonstração do Resultado do Período

(Sem Efeito do IFRS-16 e Não Recorrente)

R\$ mil	3T25	3T24	9M25	9M24
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS DE MERCADORIAS E SERVIÇOS PRESTADOS	268.529	204.335	723.406	558.468
Custo das mercadorias vendidas e dos serviços prestados	-126.843	-90.937	-313.245	-242.415
LUCRO BRUTO	141.686	113.398	410.161	316.053
Margem Bruta	52,8%	55,5%	56,7%	56,6%
Despesas operacionais	-94.630	-77.772	-259.671	-209.698
Com vendas	-50.793	-42.173	-139.916	-111.410
Gerais e administrativas	-43.837	-35.599	-119.755	-98.288
% Total das Despesas Operacionais sobre a Receita Líquida	35,2%	38,1%	35,9%	37,5%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	-278	774	-167	1.864
Total Despesas (receitas) Operacionais	-94.908	-76.998	-259.838	-207.834
% Total das Despesas (receitas) Operacionais sobre a Receita Líquida	35,3%	37,7%	35,9%	37,2%
EBITDA Ajustado	51.337	40.181	162.631	118.458
Margem EBITDA Ajustada	19,1%	19,7%	22,5%	21,2%
Depreciação e Amortização	-4.558	-3.782	-12.308	-10.239
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	46.778	36.400	150.323	108.219
RESULTADO FINANCEIRO Ajustado	-3.943	-1.711	-10.348	-3.103
Receitas financeiras	748	1.757	2.795	6.617
Despesas financeiras	-4.691	-3.467	-13.143	-9.720
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO IRPJ/CSLL	42.835	34.689	139.975	105.116
IRPJ/CSLL	-7.867	-7.793	-25.026	-19.722
LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO	34.968	26.896	114.949	85.395
Margem Líquida Ajustada	13,0%	13,2%	15,9%	15,3%

Demonstração do Resultado do Período

R\$ mil	3T25	3T24	9M25	9M24
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS DE MERCADORIAS E SERVIÇOS PRESTADOS	268.529	204.335	723.406	558.468
Custo das mercadorias vendidas e dos serviços prestados	-126.843	-90.937	-313.245	-242.415
LUCRO BRUTO	141.686	113.398	410.161	316.053
<i>Margem Bruta</i>	52,8%	55,5%	56,7%	56,6%
Despesas operacionais	-95.955	-77.418	-265.122	-209.821
Com vendas	-49.831	-41.175	-136.259	-108.637
Gerais e administrativas	-46.124	-36.243	-128.863	-101.184
<i>% Total das Despesas Operacionais sobre a Receita Líquida</i>	35,7%	37,9%	36,6%	37,6%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	1.721	774	1.831	742
Total Despesas (receitas) Operacionais	-94.234	-76.644	-263.291	-209.079
<i>% Total das Despesas (receitas) Operacionais sobre a Receita Líquida</i>	35,1%	37,5%	36,4%	37,4%
EBITDA	56.872	45.007	173.757	130.260
<i>Margem EBITDA</i>	21,2%	22,0%	24,0%	23,3%
Depreciação e Amortização	-9.420	-8.253	-26.887	-23.287
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	47.452	36.754	146.870	106.974
RESULTADO FINANCEIRO	-8.534	-5.329	-23.164	-12.800
Receitas financeiras	748	1.824	2.795	6.684
Despesas financeiras	-9.282	-7.153	-25.959	-19.484
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO IRPJ/CSLL	38.918	31.425	123.706	94.174
IRPJ/CSLL	-9.015	-6.900	-25.024	-17.019
LUCRO LÍQUIDO	29.902	24.525	98.682	77.155
<i>Margem Líquida</i>	11,1%	12,0%	13,6%	13,8%

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	160.678		160.678
Passivo - Arrendamentos a Pagar	169.416		169.416

3T25	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)	- 84.813	- 91.668	6.855
Despesas Depreciação e Amortização	- 9.420	- 4.558	- 4.862
Resultado Financeiro	- 8.534	- 4.001	- 4.533
IRPJ/CSLL	- 9.015	- 8.676	- 339
Lucro Líquido	29.902	32.781	- 2.879
EBITDA	56.872	50.016	6.856

9M25	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)	- 236.404	- 257.774	21.370
Despesas Depreciação e Amortização	- 26.887	- 12.308	- 14.579
Resultado Financeiro	- 23.164	- 10.423	- 12.741
IRPJ/CSLL	- 25.023	- 24.991	- 32
Lucro Líquido	98.682	104.664	- 5.982
EBITDA	173.757	152.387	21.370

Ajustes Não Recorrentes

Conciliação do EBITDA Ajustado (R\$ mil)	3T25	3T24	9M25	9M24
EBITDA	56.872	45.007	173.757	130.260
IFRS 16	-6.856	-6.393	-21.370	-18.906
Baixa de ativos	2.682	0	2.682	0
Consultorias não recorrentes	588	685	2.489	3.150
Efeitos fiscais extemporâneos	-4.680	0	-4.229	1.123
Reversão aluguel reformadas - pop up's	149	199	490	724
Plano de Opção/ Não-caixa	2.582	683	8.567	1.893
Outros gastos não recorrentes	0	0	245	213
EBTIDA Ajustado	51.337	40.181	162.631	118.458

Conciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil)	3T25	3T24	9M25	9M24
Lucro Líquido	29.902	24.525	98.682	77.155
IFRS 16	2.540	1.262	5.950	2.917
Baixa de ativos	2.682	0	2.682	0
IRPJ/CSLL sobre ajustes	1.148	-893	-1	-2.703
Consultorias não recorrentes	588	685	2.489	3.150
Efeitos fiscais extemporâneos	-4.623	434	-4.155	2.044
Reversão aluguel reformadas - pop up's	149	199	490	724
Plano de Opção/ Não-caixa	2.582	683	8.567	1.893
Outros gastos não recorrentes	0	0	245	213
Lucro Líquido Ajustado	34.968	26.896	114.949	85.395

Fluxo de Caixa

(R\$ mil)	3T25	3T24	9M25	9M24
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS				
Lucro líquido do período	29.902	24.525	98.682	77.155
AJUSTES PARA RECONCILIAR O LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO COM O CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS:				
Depreciação e amortização	10.146	8.785	28.801	24.870
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	9.016	6.900	25.024	17.019
Constituição (Reversão) de perda projetada de estoque	2.403	596	3.530	1.462
Provisão (Reversão) para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	-74	-398	-393	-1.569
Perdas de crédito de contas a receber	137	66	380	204
Perda de crédito esperada	15	-26	-87	-118
Baixa de ativo imobilizado e intangível	199	53	242	403
Reconhecimento de créditos tributários	-4.630	1.029	-4.630	1.029
Juros s/ arrendamento - direito de uso	4.533	3.186	12.740	8.776
Atualização monetária ativa	-100	-622	-1.278	-1.794
Atualização monetária passiva	0	388	438	1.145
VARIAÇÃO NOS ATIVOS E PASSIVOS OPERACIONAIS:				
Contas a receber	-29.645	5.176	35.263	48.717
Estoques	-19.880	-36.461	-68.898	-65.008
Impostos a recuperar	-71	-1.114	1.226	6.492
Depósitos judiciais	47	173	789	-1.142
Outros créditos	4.966	-1.013	-11.465	-6.747
Fornecedores	15.777	3.936	9.743	13.800
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	2.783	5.628	7.639	116
Obrigações tributárias	4.155	-334	-11.766	-15.467
Alugueis a pagar	108	-173	-1.629	-1.801
Adiantamento de eventos	-2.392	-2.224	2.359	2.390
Outras obrigações	-2.350	-307	-2.164	-804
Caixa gerado (aplicado) pelas atividades operacionais	25.044	17.768	124.546	109.129
Imposto de renda e contribuição social pagos	-7.849	-4.923	-24.008	-15.588
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades operacionais	17.196	12.845	100.538	93.540
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO				
Venda de imobilizado	2	0	13	2
Aquisição de imobilizado e intangível	-9.237	-13.149	-31.494	-33.770
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de investimento	-9.235	-13.149	-31.481	-33.768
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO				
Dividendos pagos	0	0	-4.179	-7.211
Juros sobre o capital próprio pagos	-1.170	-826	-26.715	-21.472
Arrendamentos direito de uso pago	-9.804	-6.306	-24.559	-19.103
Aquisição de ações próprias	0	-12.194	-16.349	-19.108
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de financiamento	-10.974	-19.326	-71.802	-66.894
VARIAÇÃO CAMBIAL SOBRE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA DE CONTROLADA NO EXTERIOR				
	- 3	- 1	- 7	2
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	- 3.016	- 19.631	- 2.752	- 7.120
SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	23.674	66.988	23.410	54.477
SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	20.658	47.357	20.658	47.357

Balanço Patrimonial

(R\$ mil)	30/09/2025	30/09/2024
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	20.658	47.357
Contas a receber	206.108	147.733
Estoques	354.764	296.402
Impostos a recuperar	9.864	4.188
Outros Créditos	21.235	16.329
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	612.629	512.009
NÃO CIRCULANTE		
Depósitos judiciais	3.258	2.863
Imposto de renda e contribuição social diferidos	5.519	5.354
Impostos a recuperar	3.065	4.401
Arrendamentos direito de uso	160.678	109.569
Imobilizado	85.789	68.711
Intangível	30.393	25.955
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	288.702	216.853
TOTAL DO ATIVO	901.331	728.862
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	90.145	73.100
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	44.505	34.768
Obrigações tributárias	24.770	15.554
Arrendamentos direito de uso a pagar	17.898	17.317
Dividendos e JSCP a pagar	26.451	18.304
Outras obrigações	10.548	9.895
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	214.317	168.938
NÃO CIRCULANTE		
Arrendamentos direito de uso a pagar	151.518	101.607
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	3.877	4.744
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	155.395	106.351
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	336.148	336.148
Ações em tesouraria	-47.708	-31.065
Reserva de capital	-17.753	-11.442
Reserva de incentivos fiscais	8.663	8.663
Reserva de lucros	178.712	92.127
Outros resultados abrangentes	1.869	1.868
Lucro do período	70.345	57.274
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	530.276	453.573
Participação de não controladores	1.343	0
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	531.619	453.573
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	901.331	728.862

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).





Track & Field

RELEASE 3Q25

Video conference
November 14th (Friday)
8am EUA-EST | 10am Brasília

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

Operational Highlights

Sell-out reached **R\$ 442 million in 3Q25**, growth of **+28.3%** vs. 3Q24 and **+22.8% in same-store sales (SSS)**. Highlight for the **renovated stores**, with expressive growth of **+46.4% YoY**.

The e-commerce channel maintained a strong pace, registering an increase of **+33.8% YoY**, with digitally captured sales representing **10.9% of the Company's total sell-out** in 3Q25 (+0.4 p.p. vs 3Q24).

The endless aisle ended the quarter with **378 connected stores** (+80 YoY), whose sales corresponded to **12.4% of the digital sell-out**.

We inaugurated 12 franchises in the quarter, all in the new format, ending the period with **417 stores in the network**. We continue with the network modernization plan: **17 renovations completed in 3Q25** (15 franchises and 2 company-owned).

The base of users registered in the TFSports application reached the mark of more than 1.1 million users (+46.8% YoY). The platform continues in strong expansion, with more than 1.2 thousand events held in the quarter (+15.2% YoY), gathering 148.3 thousand registrants (+25.9%). In addition, we have 8.8 thousand trainers registered on the platform.

TFC Food&Market sales grew **58% vs 3Q24**, with an advance of **+16% in SSS**. The number of customers served increased 36%, reflecting strong adherence to the food and supplementation market.

Net Promoter Score (NPS) reached 81 points in 3Q25, a consistently high level, reinforcing our commitment to seek accelerated growth without giving up **excellence and quality in customer service**.

Financial Highlights

Consolidated net revenue reached **R\$ 268.5 million in 3Q25**, a growth of **+31.4% vs. 3Q24 (R\$ 204.3 million)**, with a highlight for 55.2% YoY growth in revenue from sale of goods to franchises (+5.1 p.p.), 24.1% in company-operated store network and 31.2% in royalty revenue.

Gross profit for the quarter totaled R\$ 141.7 million (+24.9% vs. 3Q24) and **gross margin of 52.8% (-2.7 p.p. YoY)**, reflecting the expressive growth of sell-in (+55.2%). **In the accumulated nine months, the margin reached 56.7%, remaining at the same level as the previous year.**

Adjusted operating expenses represented 33.6% of net revenue in 3Q25 (-2.2 p.p. YoY), highlighting the **dilution of 1.2 p.p. YoY of administrative expenses over net revenue for the quarter and of 1.6 p.p. of selling expenses.**

Adjusted EBITDA totaled **R\$ 51.3 million in 3Q25**, a growth of **+27.8% YoY**, with **EBITDA margin of 19.1%** (-0.6 p.p. YoY). In 9M25, accumulated EBITDA was R\$ 162.6 million, +37.3% YoY, with a margin of **22.5%** (+1.3 p.p. YoY).

Consolidated adjusted net income reached **R\$ 35 million in 3Q25**, a growth of **+30.0% YoY**, with **net margin of 13.0%** (stable in relation to the previous year). In the first nine months of the year, net income was **R\$ 115 million**, with an advance of **+34.6% YoY** and a margin of **15.9%** (+0.6 p.p. YoY).



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

The third quarter of 2025 consolidated Track&Field's robust growth trajectory for the year, with notable advances across the different fronts of our wellness ecosystem. The period was characterized by consistent performance. In August, we observed sales being boosted by Father's Day, which demonstrates the excellence of our positioning, reinforcing the brand's choice as a quality gift and celebration. The highlight of the period was the month of September, combining an effective winter sale with the strong adherence of franchisees and customers to the new summer collection.

As a result of this performance, sell-out reached R\$ 442 million in the quarter, representing an expansion of 28.3% compared to 3Q24 and an organic advance of 22.8% in same-store sales. This result is a direct fruit of the successful expansion of the physical network (36 new stores in the last 12 months), of the greater customer traffic generated by the events, of the superior return on investments in network revitalization (growth of 49.5% in company-operated units and 44.6% in franchises) and of the growth in the volume of items sold.

The consistent sales performance guaranteed solid growth in absolute financial results. EBITDA reached R\$ 51.3 million, an advance of 27.8% compared to 3Q24, while net income totaled R\$ 35 million, with growth of 30.0%.

The digital channel continues to show good results, consolidating itself as a relevant source of growth. Sales captured by e-commerce jumped 33.8% compared to 3Q24, raising its share in total sell-out to 10.9%.

The omnichannel strategy continues at a strong pace: more than 70% of e-commerce sales were shipped via ship-from-store, underscoring the strategic role of physical stores as points of sale and distribution centers. Sales via Infinite storefront, available in 378 stores, accounted for 12.4% of the digital sell-out captured. The influenced sales front — focused on interactions and conversions via WhatsApp — showed growth of 17.3% and represents 38.5% of the Company's total sell-out.

TFSports remains a fundamental lever for community engagement and for boosting customer flow to the stores. The platform currently has more than 1.1 million registered users and sustains a base of 8.8 thousand trainers. During the quarter, more than one thousand events were held, attracting 148.3 thousand registrants.

In synergy with retail, TFC Food&Market also reported expressive growth of 58% in sales and 36% in the number of customers served, validating the adherence of the concept to our audience. Our marketplace tfmall - dedicated to wellness curation - ended the period with 28 strategic partners (with 10 added in the last 12 months), all in high synergy with the brand's proposal.

Our marketplace tfmall - dedicated to wellness curation - ended the period with 28 strategic partners (with 10 added in the last 12 months), all in high synergy with the brand's proposal.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

During the third quarter of 2025, we added 12 new stores to the network, totaling 417 units in operation (362 franchises and 55 company-owned, including 13 outlets).

The acceleration of renovations also continued: 15 franchises and 2 company-operated stores were renovated, raising the total network with the new layout to 55%. The goal is to reach about 60% of the network with the new concept by the end of the year.

In September we inaugurated our second store in Portugal, strategically located in a Shopping Mall in Oeiras, Lisbon region, and, following the plan, the third opening, in Cascais, is scheduled for the fourth quarter. We continue with the same ecosystem strategy that we apply in Brazil, integrating the franchise channel and the execution of events as pillars of our expansion and community relationship model.

We ended the quarter with conviction in the solidity of our strategic direction and in the positive effect of the initiatives implemented across all channels. Our long-term focus remains on innovation, excellence in customer experience and execution with disciplinary rigor, to build a brand increasingly essential in people's lives. We express our sincere gratitude to all employees, franchisees, customers, partners and investors for following us on this growth journey.

THE MANAGEMENT

Table | Summary of Indicators

São Paulo, November 13, 2025 – Track & Field CO S.A. (B3: TFCO4) announces its results for the third quarter and nine months of 2025 (3Q25 and 9M25).

R\$ thousand, except when	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
Financial Results						
Net Revenue	268,529	204,335	31.4%	723,406	558,468	29.5%
Gross Profit	141,686	113,398	24.9%	410,161	316,053	29.8%
Gross Margin	52.8%	55.5%	-2.7 p.p.	56.7%	56.6%	0.1 p.p.
EBITDA	56,872	45,007	26.4%	173,757	130,260	33.4%
EBITDA Margin	21.2%	22.0%	-0.8 p.p.	24.0%	23.3%	0.7 p.p.
Adjusted EBITDA¹	51,337	40,181	27.8%	162,631	118,458	37.3%
Adjusted EBITDA Margin	19.1%	19.7%	-0.6 p.p.	22.5%	21.2%	1.3 p.p.
Net Income	29,902	24,525	21.9%	98,682	77,155	27.9%
Net Margin	11.1%	12.0%	-0.9 p.p.	13.6%	13.8%	-0.2 p.p.
Adjusted Net Income²	34,968	26,896	30.0%	114,949	85,395	34.6%
Adjusted Net Margin	13.0%	13.2%	-0.2 p.p.	15.9%	15.3%	0.6 p.p.
Net Cash³	20,658	47,357	-56.4%	20,658	47,357	-56.4%
Net Cash Equivalents⁴	108,820	118,659	-8.3%	108,820	118,659	-8.3%
Operational Indicators						
Number of Stores	417	381	9.4%	417	381	9.4%
Company-operated	55	52	5.8%	55	52	5.8%
Franchises	362	329	10.0%	362	329	10.0%
Average Ticket (R\$)	435.82	394.59	10.4%	420.96	386.62	8.9%
Same Store Sales	22.8%	11.0%	11.8 p.p.	23.1%	13.0%	10.1 p.p.
Total Sell Out⁵	441,699	344,288	28.3%	1,231,298	948,964	29.8%
Sales by E-commerce	48,129	35,983	33.8%	131,831	93,020	41.7%

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)	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
Franchises	269,643	204,472	31.9%	739,926	562,788	31.5%
Company-operated stores	123,928	103,833	19.4%	359,541	293,156	22.6%
E-commerce	48,129	35,983	33.8%	131,831	93,020	41.7%
Total Sell Out	441,699	344,288	28.3%	1,231,298	948,964	29.8%

Billed Sell out per channel (R\$ thousand)	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
Franchises	287,518	218,386	31.7%	792,517	599,259	32.2%
Company-operated stores	140,532	114,117	23.1%	399,604	321,766	24.2%
E-commerce¹	13,649	11,785	15.8%	39,176	27,940	40.2%
Total Sell Out	441,699	344,288	28.3%	1,231,298	948,964	29.8%

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

The third quarter of 2025 reinforced Track&Field’s strong growth trajectory, with consolidated sell-out – metric of total gross sales to the end customer across all channels – reaching R\$ 442 million, representing an advance of 28.3% compared to the same period last year. The same store sales (SSS) indicator, which measures the organic performance of our established network, advanced 22.8%, underscoring the solidity and operational maturity of existing stores.

The period’s performance was marked by the strategic leverage of main seasonalities. The month of August, with sales boosted by Father’s Day, demonstrates the strength of the brand’s positioning as a premium choice during moments of celebration and gifting. In September, the Company combined a strong performance from the winter sale with the good acceptance of the new summer collection among franchisees and end consumers. An important operational gain was the refinement of the supply flow, which resulted in a more fluid collection transition, eliminating gaps and maximizing sales potential.

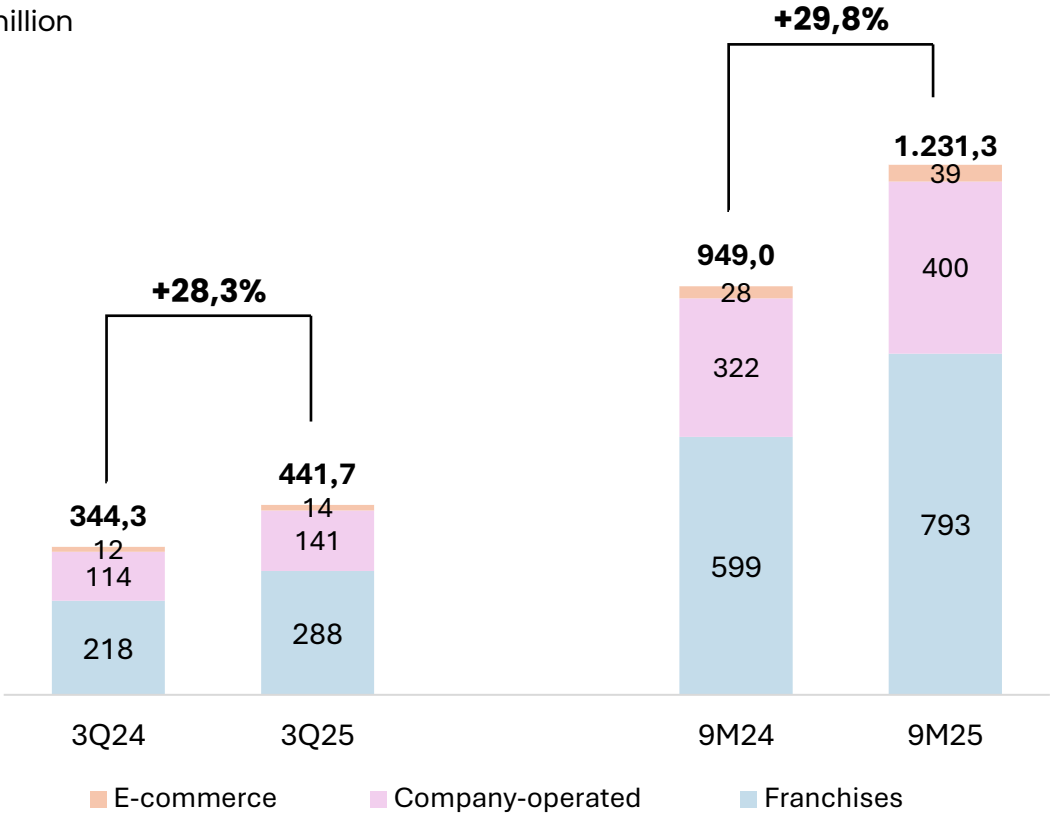
The quarter’s robust growth reflects the success and efficiency of the investments made by the Company and its franchisees in the physical network. Store revitalization continues to deliver differentiated performance, with renovated company-operated units growing 49.5% YoY and franchises 44.6% YoY. Additionally, the pace of expansion remained consistent, with the inauguration of 36 new units over the last 12 months, expanding the network’s capillarity.

The increase in visitor traffic in physical stores, boosted by the execution of events, translated into an advance of 16.0% in the number of tickets and 13.8% in the volume of items sold. Noteworthy in this context is the greater penetration of higher value-added products (favorable product mix effect), which contributed positively to the increase in the average selling price. This robust performance validates the assertiveness of the product assortment, the growing impact of the influence marketing strategy, and the continuous advance in the in-store experience of the brand’s ecosystem.

In the digital environment, the focus on omnichannel synergy remains a strategic differential. Captured e-commerce advanced 33.8% compared to the second quarter of 2024, accounting for 10.9% of total sell-out in the period. Physical-digital integration tools, such as the infinite storefront (available in 378 stores), accounted for 12.4% of digitally captured sales. Complementarily, social selling (influenced sales, especially via WhatsApp) demonstrated its relevance, growing 17.3% and representing a significant share of 38.5% of the Company’s total sell-out.

Billed Sell Out

R\$ million



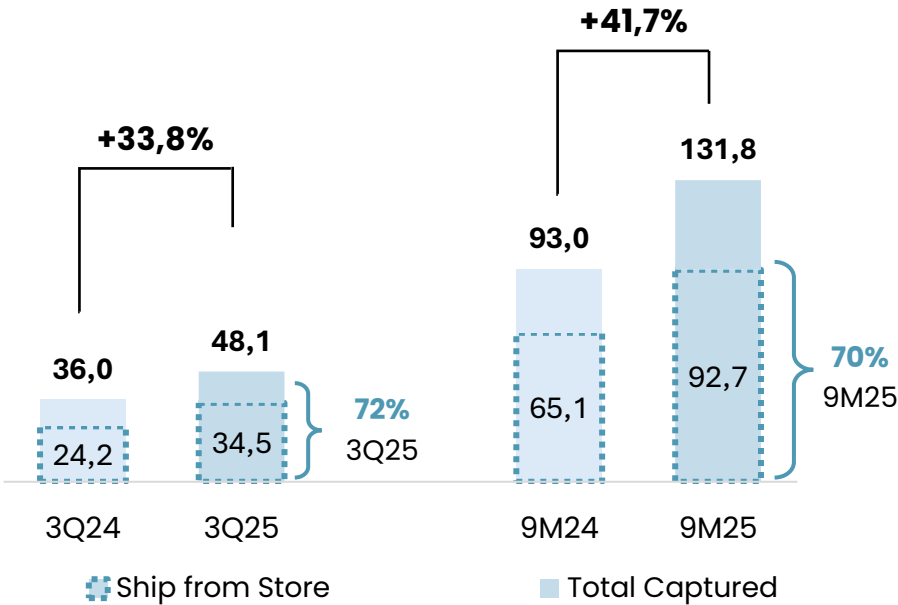
The Company deepened the integration between the physical and digital environments, transforming the stores into key logistics assets. Solutions such as ship from store – which positions the physical units as regional distribution hubs – and pick up in store – which offers the immediate pickup of online orders – were crucial. Such modalities not only expanded the capillarity of the operation, but also directly impacted customer satisfaction, resulting in reduced delivery times and an enhanced purchasing experience.

In the third quarter, 72% of the volume sold via e-commerce was fulfilled through the ship from store modality, reinforcing the central role of physical stores in fulfilling digital orders and consolidating channel integration.

At the end of the period, 35 stores acted as national sellers, with delivery capacity across the entire Brazilian territory and accounting for 44.2% of digital sell-out. Another 362 stores operated as local sellers, serving their specific geographic areas and contributing 27.4% of the digital volume. The remaining percentage, 28.4%, was invoiced directly by the Company's distribution center, evidencing the complementarity of the channels and the maturity of the omnichannel strategy.

E-commerce (captured)

R\$ million





Net Revenue

Net Revenue (R\$ thousand)	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
Sales of Goods	90,147	58,101	55.2%	215,927	155,678	38.7%
Royalties	45,547	34,726	31.2%	125,106	94,289	32.7%
Retail (Own Chain)	120,103	96,814	24.1%	339,595	266,229	27.6%
Events/tfmall	11,200	12,599	-11.1%	36,731	37,838	-2.9%
Others	1,532	2,095	-26.8%	6,047	4,433	36.4%
Total Net Revenue	268,529	204,335	31.4%	723,406	558,468	29.5%

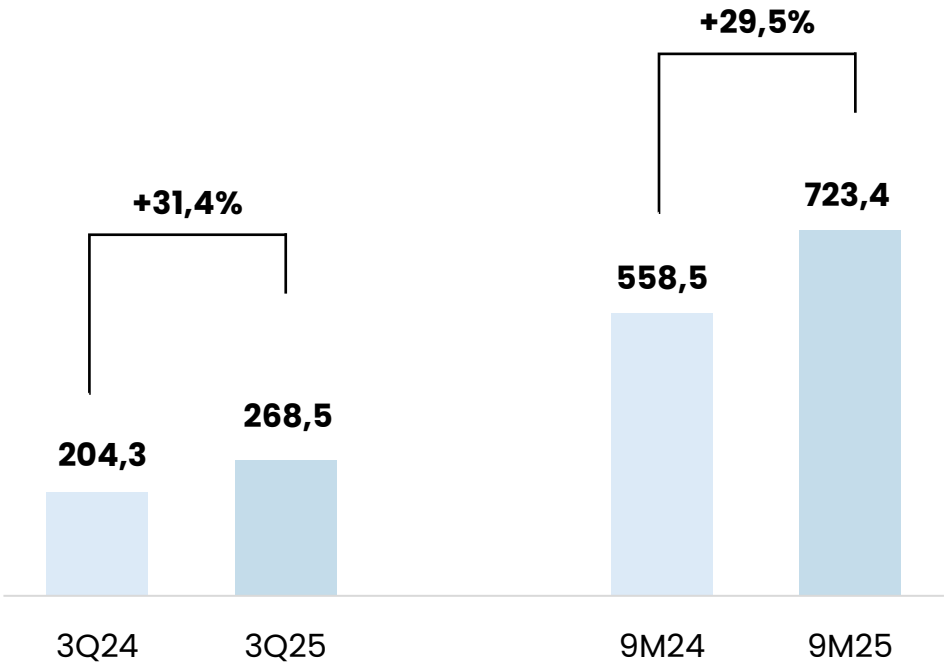
Consolidated net revenue reached R\$ 268.5 million in the quarter, representing a growth of 31.4% compared to the same period last year. This superior performance was mainly driven by the franchise sales channel, whose revenue showed a notable expansion of 55.2% YoY, totaling R\$ 90.1 million. This advance reflects the successful physical expansion strategy, with the addition of 33 franchises in the 12-month period and an even more active commercial management, seeking greater stock depth from franchisees to meet Father’s Day sales and the winter sale, in addition to the anticipation of the supply of the Summer 2026 collection. As a result, the share of this channel in total revenue grew 5.1 p.p. in the quarter.

The retail channel (own network) grew 24.1%, reaching R\$ 120.1 million. This growth was fueled by the performance in the company-operated stores, which benefited from the Father’s Day effect, the winter sale, the good receptivity of the summer collection, and the expansion of the store base. We highlight the expressive performance of the renovated company-operated units, which registered a growth of 49.5% YoY. Despite the absolute growth, the representativeness of retail in total revenue saw a retraction of 2.7 p.p., due to the greater concentration of revenue from the merchandise sales channel.

Revenue from royalties registered a growth of 31.2% compared to 3Q24, totaling R\$ 45.5 million and maintaining its stable share. This result is a direct reflection of the strong sales performance in franchises (+31.7% YoY), sustained by the organic expansion of the network, the superior performance of renovated franchises (+44.6% YoY) and the continuous improvement of supply.

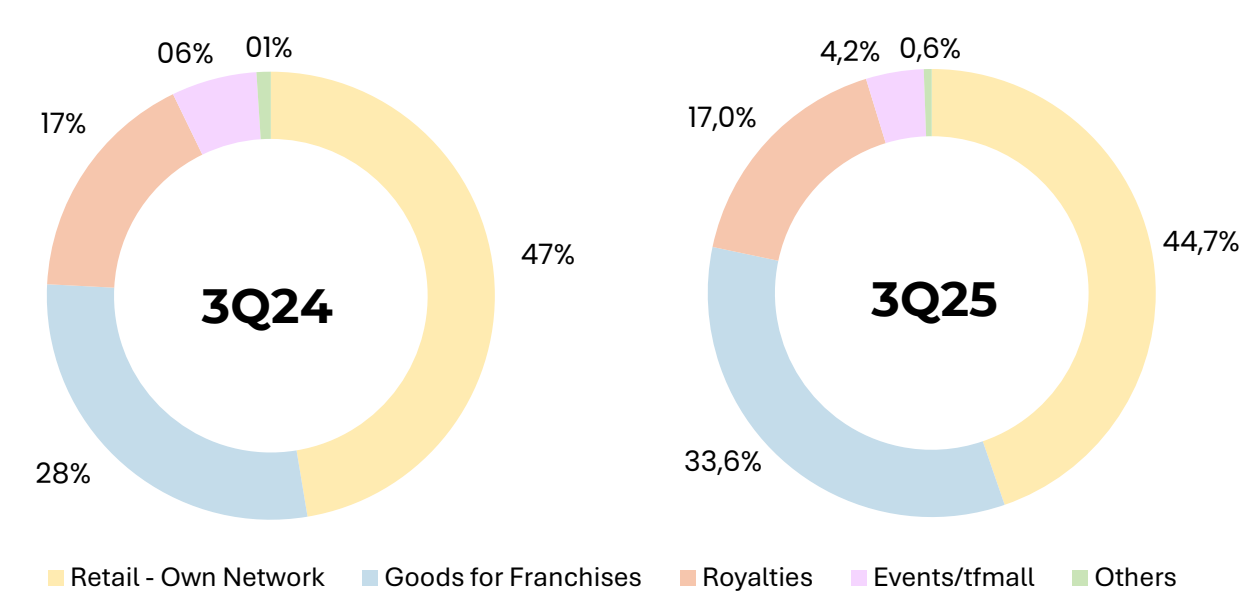
Net Revenue

R\$ million



Finally, TFSports’ net revenue — which encompasses events and tfmall — totaled R\$ 11.2 million, showing a variation of -11.1% compared to 3Q24. The main factor that impacted this revenue line was the termination of the PERSE (Emergency Program for the Resumption of the Events Sector) tax benefit, which resulted in the resumption of PIS and COFINS calculation by TFSports.

Net Revenue Breakdown (%)



Gross Profit

Gross Profit (R\$ thousand)	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
Gross Profit	141,686	113,398	24.9%	410,161	316,053	29.8%
Gross Margin	52.8%	55.5%	-2.7 p.p.	56.7%	56.6%	0.1 p.p.

Gross profit for the quarter reached R\$141.7 million, with growth of 24.9% compared to 3Q24.

The gross margin reached 52.8%, a drop of 2.7 p.p. YoY, reflecting the increased representativeness of merchandise sales to franchises in net revenue (+5.1 p.p.), to the detriment of the own-retail channel, which has a better margin. It is important to highlight that the growth of this sell-in (+55.2% YoY) tends to subsequently generate a higher volume of royalties for the Company, a channel that presents our highest gross margin.



Adjusted Operating Expenses

Adjusted Net Revenue (R\$ thousand)	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
General Adjusted Net Revenue	268,529	204,335	31.4%	723,406	558,468	29.5%
Operating Expenses (R\$ thousand)	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
Sales	48,967	40,361	21.3%	134,673	106,777	26.1%
% With Sales over General NR	18.2%	19.8%	-1.6 p.p.	18.6%	19.1%	-0.5 p.p.
General and Administrative	41,105	33,629	22.2%	112,690	92,682	21.6%
% G&A over General NR	15.3%	16.5%	-1.2 p.p.	15.6%	16.6%	-1.0 p.p.
Operating Expenses	90,072	73,990	21.7%	247,363	199,459	24.0%
%Total Operating Expenses over General NR	33.5%	36.2%	-2.7 p.p.	34.2%	35.7%	-1.5 p.p.
Other Operating Revenues (Expenses)	278	-774	-135.9%	167	-1,864	-108.9%
Total Operating Expenses (Revenue) - w/ depreciation	90,350	73,216	23.4%	247,530	197,595	25.3%
Total Operating Expenses (Revenue) over General NR	33.6%	35.8%	-2.2 p.p.	34.2%	35.4%	-1.2 p.p.
Depreciation	4,558	3,782	20.5%	12,308	10,239	20.2%
Total Operating Expenses (Revenue) - w/ depreciation	94,908	76,998	23.3%	259,838	207,834	25.0%
%Total Operating Expenses over General NR	35.3%	37.7%	-2.4 p.p.	35.9%	37.2%	-1.3 p.p.

Continuing the trend observed at the beginning of 2025, the Company once again registered a dilution of operating expenses in the quarter. This achievement is the result of the synergy between revenue growth and cost management. The corporate structures, consolidated in recent years and dimensioned for the Company's current size, allowed for the capture of efficiency gains as sales expand. Furthermore, investments aimed at the growth and consolidation of TFSports continue to become increasingly comparable between periods.

In this scenario of efficiency, adjusted operating expenses fell to 33.6% of net revenue in 3Q25, constituting an expressive reduction of 2.2 p.p. compared to the 35.8% reported in 3Q24.

Selling Expenses: The Company achieved a dilution of 1.6 p.p. YoY in selling expenses relative to revenue. This result was favored by the greater share of franchises in the total sales mix, which, by nature, reduces the representativeness of company-operated store costs.

Administrative Expenses: Administrative expenses also evidenced solid leverage, diluting 1.2 p.p. as a proportion of net revenue, which underscores the continuous advance in operational leverage.

→

EBITDA

EBITDA	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
(R\$ thousand and %)						
Net Income	29,902	24,525	21.9%	98,682	77,155	27.9%
(+) Income Tax and CS (Social Contribution)	9,016	6,900	30.7%	25,024	17,019	47.0%
(+) Net Financial Result	8,534	5,329	60.1%	23,164	12,800	81.0%
(+) Depreciation and Amortization	9,420	8,253	14.1%	26,887	23,287	15.5%
EBITDA	56,872	45,007	26.4%	173,757	130,260	33.4%
EBITDA Margin	21.2%	22.0%	-0.8 p.p.	24.0%	23.3%	0.7 p.p.
(+) IFRS-16 Adjustment	-6,856	-6,393	7.2%	-21,370	-18,906	13.0%
(+) Non-Recurring Adjustments	1,321	1,569	-15.8%	10,244	7,106	44.2%
Adjusted EBITDA	51,337	40,181	27.8%	162,631	118,458	37.3%
Adjusted EBITDA Margin	19.1%	19.7%	-0.5 p.p.	22.5%	21.2%	1.3 p.p.

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

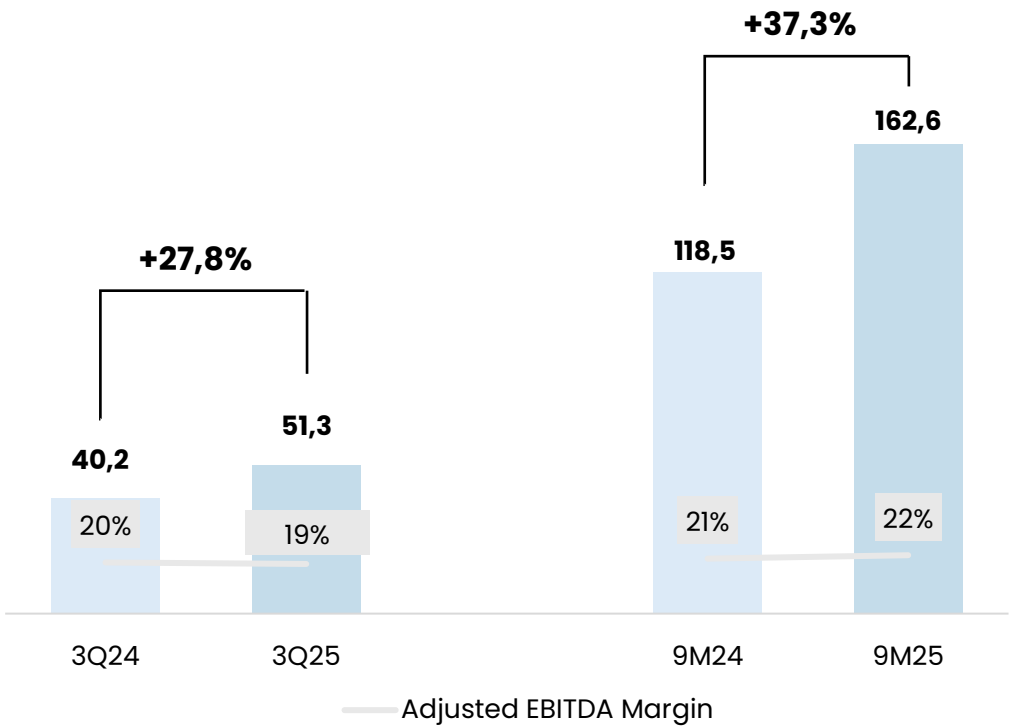
Excluding the effects of IFRS-16 and non-recurring expenses, consolidated adjusted EBITDA reached R\$51.3 million in 3Q25, a growth of 27.8% vs the same period last year.

The adjusted EBITDA margin reached 19.1%, a drop of 0.5 p.p. YoY, reflecting the loss of 2.7 p.p. in the gross margin – due to the increase in the representativeness of the sale of goods to franchises in the total revenue – compensated by the operational leverage presented in the quarter (-2.2 p.p.).

In the first nine months of the year, adjusted EBITDA reached R\$ 162.6 million, growing 37.3% vs 9M24, resulting in a margin of 22.5% (an expansion of 1.3 p.p.).

Adjusted EBITDA

R\$ million



→

Financial Result

Financial Result (R\$ thousand)	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
Financial Revenues	748	1,824	-59.0%	2,795	6,684	-58.2%
Financial Expenses	-9,282	-7,153	29.8%	-25,959	-19,484	33.2%
IFRS-16 Interest	-4,533	-3,186	42.3%	-12,740	-8,776	45.2%
Other Financial Expenses	-4,749	-3,967	19.7%	-13,219	-10,708	23.5%
Financial Result	-8,534	-5,329	60.1%	-23,164	-12,800	81.0%
Net Effect of Adjustments	4,591	3,618	26.9%	12,816	9,697	32.2%
Adjusted Financial Result*	-3,943	-1,711	130.4%	-10,348	-3,103	233.5%

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

The financial result for 3Q25 was negative at R\$ 8.5 million, pressured, especially, by the increase in financial expenses related to lease contracts and the reduction of financial revenues in the period. The drop in revenues is related to lower average cash flow compared to the previous year, reflecting strategic initiatives such as store openings and renovations, in addition to the development of the TFSports application.

Excluding the accounting effects of IFRS-16 and other non-recurring items, the adjusted financial result ended the quarter at a negative R\$ 3.9 million.

We highlight, finally, the Company's solid financial health which, once again, ended the period without financial debt.





Net Income

Net Income (R\$ thousand and %)	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
Net Income	29,902	24,525	21.9%	98,682	77,155	27.9%
Net Margin	11.1%	12.0%	-0.9 p.p.	13.6%	13.8%	-0.2 p.p.
(+) IFRS-16 Adjustment	2,879	1,054	173.2%	5,982	2,566	133.1%
(+) Non-Recurring Adjustments	2,187	1,318	65.9%	10,285	5,675	81.2%
Adjusted Net Income	34,968	26,896	30.0%	114,949	85,395	34.6%
Adjusted Net Margin	13.0%	13.2%	-0.2 p.p.	15.9%	15.3%	0.6 p.p.

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

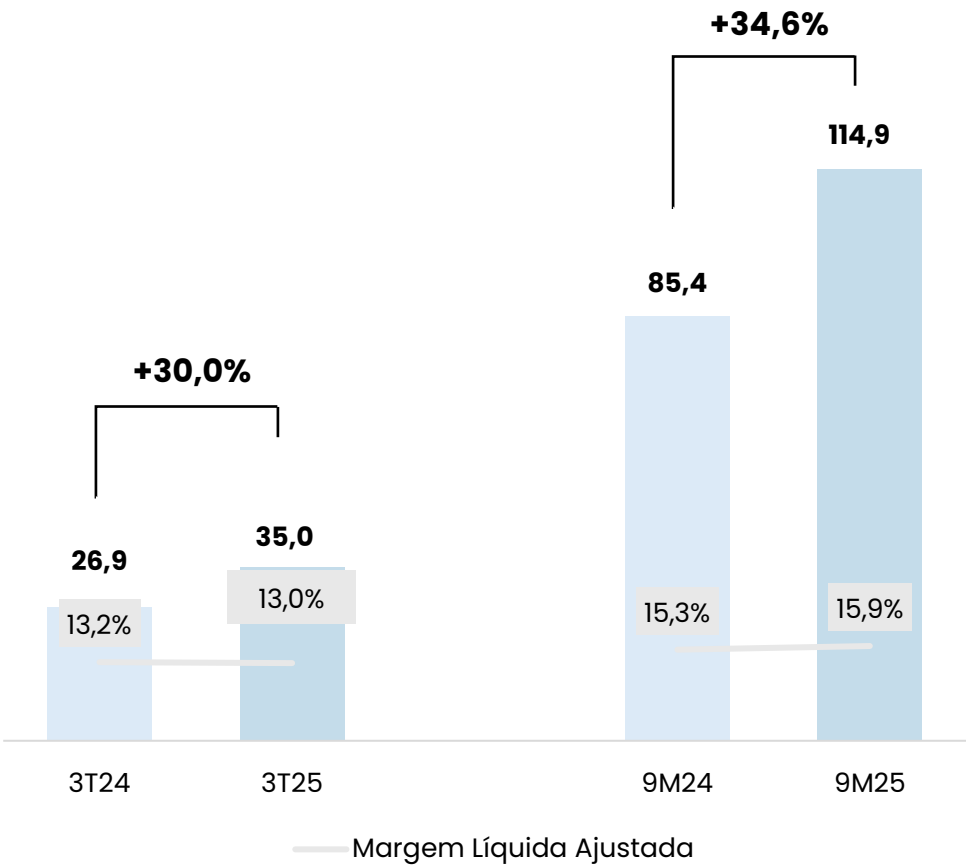
Consolidated adjusted net income, disregarding the effects of IFRS-16 and non-recurring expenses, totaled R\$35 million in 3Q25, a growth of 30.0% compared to the R\$26.9 million registered in the same period of 2024.

The Company registered a stable adjusted net margin, reaching 13.0% in the quarter.

In the accumulated nine-month period, adjusted net income reached R\$ 114.9 million, +34.6% vs 9M24, with a margin expansion of 0.6 p.p., resulting in 15.9%.

Adjusted Net Income

R\$ million





TFSports	3Q25	3Q24	Chg. %	9M25	9M24	Chg. %
Users on the App (thousand)	1,148.1	782.0	46.8%	1,148.1	782.0	46.8%
Events (Proprietary and Trainer-led)	1,154	1,002	15.2%	2,967	2,641	12.3%
Registration in Events (thousand)	148.3	117.9	25.9%	376.1	287.6	30.8%
Number of Trainers (thousand)	8.8	7.6	14.9%	8.8	7.6	14.9%

The TFSports platform surpassed the mark of 1.1 million users, a growth of +46.8% compared to the previous year, demonstrating strong public adherence.

During the third quarter of 2025, we held 1,154 events and experiences (+15.2% YoY), attracting 148.3 thousand registrants (+25.9% YoY). At the end of the period, the platform totaled 8.8 thousand registered trainers, who offer paid or free classes to our customer base.

The impacts of TFSports on the Company's consolidated EBITDA represented 4.1% of consolidated net revenue in 3Q25 and, in the accumulated nine months, represented 3.0%, a result that reflects the predicted impact on the Company's consolidated net revenue.

In tfmall – our own curated marketplace in the wellness segment – we ended the quarter with 28 partner brands (10 of them added in the last 12 months) featuring products highly synergistic with the brand's proposal and the profile of our customers.

→

Cash Flow

Cash Flow (R\$ thousand)	3Q25	3Q24	9M25	9M24
Net Cash from Operational Activities	17.2	12.8	100.5	93.5
Net Cash used in Investment Activities	-9.2	-13.1	-31.5	-33.8
Net Cash Generated by Financing Activities	-11.0	-19.3	-71.8	-66.9
Increase / Reduction of Cash and Cash Equivalents	- 3.0	- 19.6	- 2.8	- 7.1
Cash Balance at the beginning of the period	23.7	67.0	23.4	54.5
Cash Balance at the end of the period	20.7	47.4	20.7	47.4

Cash flow from operating activities reached R\$ 17.2 million in 3Q25, an increase of 33.9% compared to R\$ 12.8 million in 3Q24, surpassing the growth of net income in the same period, reinforcing the Company's ability to transform economic results into cash.

This performance reflects improved working capital management, with efficiency gains in inventory and suppliers, which ultimately compensated for the higher participation of sell-in in accounts receivable – a longer average receipt period when compared to company-operated store and royalty operations.

Net cash used in investing activities showed a reduction of 29.8% compared to 3Q24 (from R\$ 13.1 million to R\$ 9.2 million), especially due to the shift of store renovations to 4Q25.

Additionally, the quarter also demonstrated a 43.2% reduction in net cash used in financing activities, mainly due to the non-repetition of own share repurchases (an event that occurred in the previous year in the amount of R\$ 12.2 million).

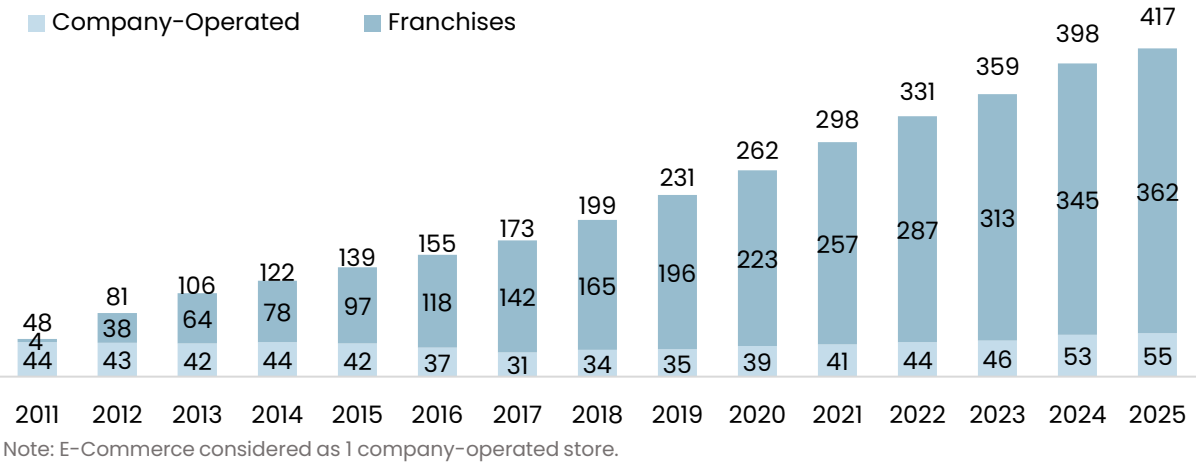
The net cash balance ended the period at R\$ 20.7 million. Cash equivalents – which include credit card receivables – totaled R\$ 108.8 million.

We reinforce that these results were achieved while the Company remained without debt and maintained continuous investments, boosting retail growth and the consolidation of TFSports. These advances reinforce our commitment to sustainable growth and consistent cash generation.



EXPANSION

NUMBER OF STORES



During the third quarter of 2025, we inaugurated 12 franchises. In the first nine months of the year, we inaugurated 21 stores, including 1 company-operated and 20 franchises, ending the period with 417 stores – 55 of which being company-operated stores (including 13 outlets) and 362 franchises.

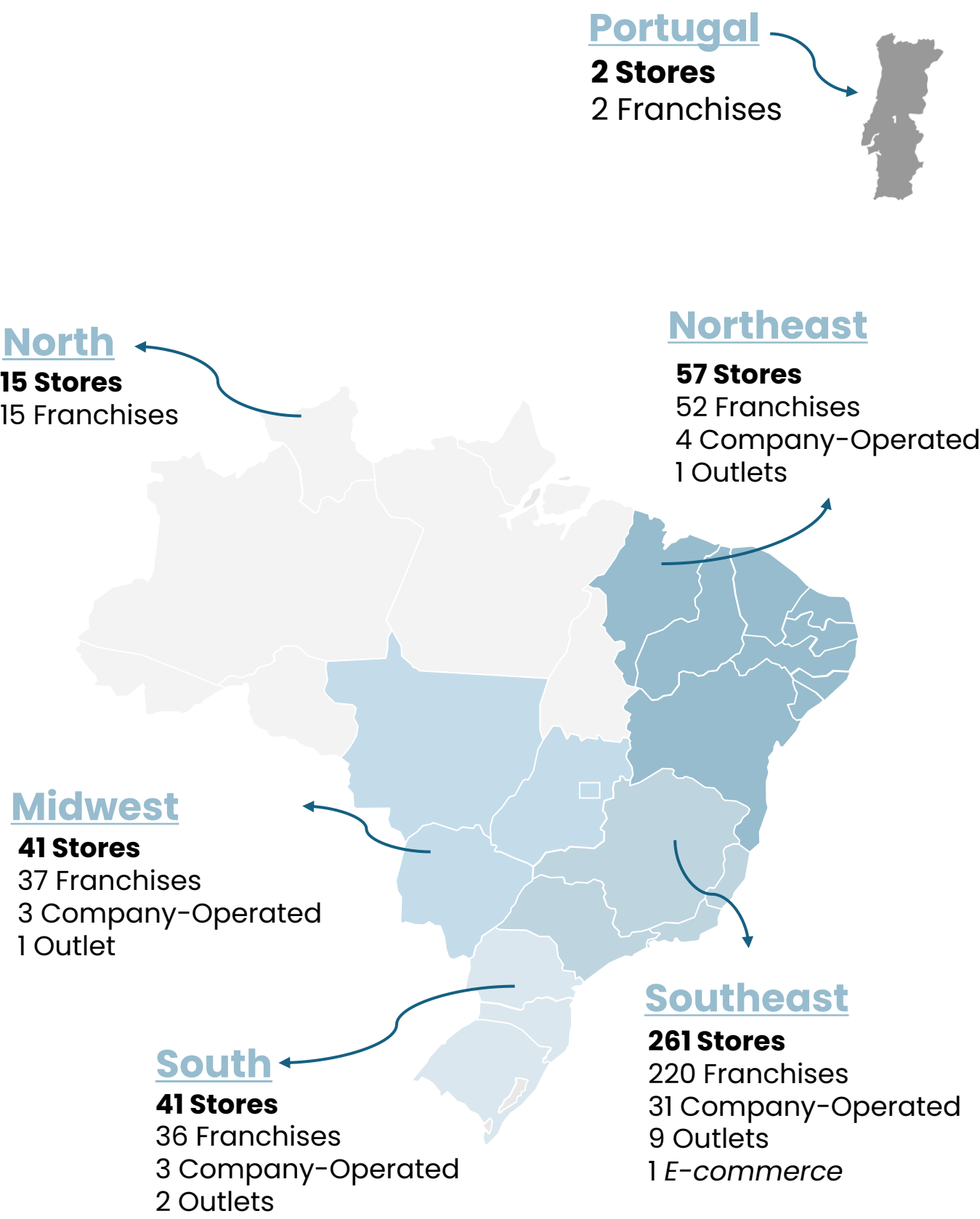
The in-store experience renovation plan continues with accelerated execution: all newly opened units already incorporate elements of the "Experience Store" concept, which includes the complete renovation of equipment, visual communication, and visual merchandising to optimize product display.

In the quarter, 17 units were renovated to adopt the new standard (15 franchises and 2 company-operated stores). Since the beginning of the year, 29 units have been renovated, of which 5 are company-operated and 24 are franchises. Thus, at the end of September, 55% of the total network was already operating under the new layout. The projection is that, by the end of the year, approximately 60% of the entire network will be aligned with the new concept.

Currently, 14 network stores already feature the TFC Food & Market operation, in addition to the unit located at the headquarters, totaling 15 active operations.



RETAIL FOOTPRINT



APPENDIX



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

R\$ thousand	3Q25	3Q24	9M25	9M24
NET REVENUE FROM SALES OF GOODS AND SERVICES PROVIDED	268,529	204,335	723,406	558,468
Cost of Goods Sold and Services Provided	-126,843	-90,937	-313,245	-242,415
GROSS PROFIT	141,686	113,398	410,161	316,053
<i>Gross Margin</i>	52.8%	55.5%	56.7%	56.6%
Operating Expenses	-94,630	-77,772	-259,671	-209,698
Selling Expenses	-50,793	-42,173	-139,916	-111,410
General and Administrative	-43,837	-35,599	-119,755	-98,288
<i>% Total Operating Expenses over General NR</i>	35.2%	38.1%	35.9%	37.5%
Other Operating Expenses (Revenues), Net	-278	774	-167	1,864
Total Operating Expenses (Revenues)	-94,908	-76,998	-259,838	-207,834
<i>% Total Operating Expenses (Revenues) over General NR</i>	35.3%	37.7%	35.9%	37.2%
Adjusted EBITDA	51,337	40,181	162,631	118,458
<i>Adjusted EBITDA Margin</i>	19.1%	19.7%	22.5%	21.2%
Depreciation and Amortization	-4,558	-3,782	-12,308	-10,239
EARNINGS BEFORE FINANCIAL RESULT	46,778	36,400	150,323	108,219
ADJUSTED FINANCIAL RESULT	-3,943	-1,711	-10,348	-3,103
Financial Revenues	748	1,757	2,795	6,617
Financial Expenses	-4,691	-3,467	-13,143	-9,720
OPERATING INCOME BEFORE IR AND CS	42,835	34,689	139,975	105,116
INCOME TAX AND CS (SOCIAL CONTRIBUTION)	-7,867	-7,793	-25,026	-19,722
ADJUSTED NET INCOME	34,968	26,896	114,949	85,395
<i>Adjusted net margin</i>	13.0%	13.2%	15.9%	15.3%

Income Statement for the Period

R\$ thousand	3Q25	3Q24	9M25	9M24
NET REVENUE FROM SALES OF GOODS AND SERVICES PROVIDED	268,529	204,335	723,406	558,468
Cost of Goods Sold and Services Provided	-126,843	-90,937	-313,245	-242,415
GROSS PROFIT	141,686	113,398	410,161	316,053
<i>Gross Margin</i>	52.8%	55.5%	56.7%	56.6%
Operating Expenses	-95,955	-77,418	-265,122	-209,821
Selling Expenses	-49,831	-41,175	-136,259	-108,637
General and Administrative	-46,124	-36,243	-128,863	-101,184
<i>% Total Operating Expenses over General NR</i>	35.7%	37.9%	36.6%	37.6%
Other Operating Expenses (Revenues), Net	1,721	774	1,831	742
Total Operating Expenses (Revenues)	-94,234	-76,644	-263,291	-209,079
<i>% Total Operating Expenses (Revenues) over General NR</i>	35.1%	37.5%	36.4%	37.4%
EBITDA	56,872	45,007	173,757	130,260
<i>EBITDA Margin</i>	21.2%	22.0%	24.0%	23.3%
Depreciation and Amortization	-9,420	-8,253	-26,887	-23,287
EARNINGS BEFORE FINANCIAL RESULT	47,452	36,754	146,870	106,974
FINANCIAL RESULT	-8,534	-5,329	-23,164	-12,800
Financial Revenues	748	1,824	2,795	6,684
Financial Expenses	-9,282	-7,153	-25,959	-19,484
OPERATING INCOME BEFORE IR AND CS	38,918	31,425	123,706	94,174
INCOME TAX AND CS (SOCIAL CONTRIBUTION)	-9,015	-6,900	-25,024	-17,019
NET INCOME	29,902	24,525	98,682	77,155
<i>Net Margin</i>	11.1%	12.0%	13.6%	13.8%

Impacts from 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.

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	160,678		160,678
Liabilities - Leases Payable	169,416		169,416

3Q25	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)	- 84,813	- 91,668	6,855
Depreciation and Amortization Expenses	- 9,420	- 4,558	- 4,862
Financial Result	- 8,534	- 4,001	- 4,533
IRPJ/CSLL	- 9,015	- 8,676	- 339
Net Income	29,902	32,781	- 2,879
EBITDA	56,872	50,016	6,856

9M25	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)	- 236,404	- 257,774	21,370
Depreciation and Amortization Expenses	- 26,887	- 12,308	- 14,579
Financial Result	- 23,164	- 10,423	- 12,741
IRPJ/CSLL	- 25,023	- 24,991	- 32
Net Income	98,682	104,664	- 5,982
EBITDA	173,757	152,387	21,370

Non-Recurring Adjustments

Adjusted EBITDA Reconciliation (R\$ thousand)	3Q25	3Q24	9M25	9M24
EBITDA	56,872	45,007	173,757	130,260
IFRS 16	-6,856	-6,393	-21,370	-18,906
Asset write-off	2,682	0	2,682	0
Non-recurring consultancies	588	685	2,489	3,150
Extemporaneous fiscal effects	-4,680	0	-4,229	1,123
Reversal of renovated rental - pop-ups	149	199	490	724
Stock option plan/non-cash	2,582	683	8,567	1,893
Other non-recurring expenses	0	0	245	213
Adjusted EBITDA	51,337	40,181	162,631	118,458

Adjusted Net Income Reconciliation (R\$ thousand)	3Q25	3Q24	9M25	9M24
Net Income	29,902	24,525	98,682	77,155
IFRS 16	2,540	1,262	5,950	2,917
Asset write-off	2,682	0	2,682	0
IRPJ/CSLL on adjustments	1,148	-893	-1	-2,703
Non-recurring consultancies	588	685	2,489	3,150
Extemporaneous fiscal effects	-4,623	434	-4,155	2,044
Reversal of renovated rental - pop-ups	149	199	490	724
Stock option plan/non-cash	2,582	683	8,567	1,893
Other non-recurring expenses	0	0	245	213
Adjusted Net Income	34,968	26,896	114,949	85,395

Cash Flow

(R\$ thousand)	3Q25	3Q24	9M25	9M24
CASH FLOW OF OPERATING ACTIVITIES				
Net profit for the period	29,902	24,525	98,682	77,155
Adjustments to reconcile net income for the period with the net cash generated by operating activities:				
Depreciation and amortization	10,146	8,785	28,801	24,870
Current and deferred income and social contribution taxes	9,016	6,900	25,024	17,019
Allowance for (reversal of) projected inventory losses	2,403	596	3,530	1,462
Provision (reversal) for civil, labor and tax risks	-74	-398	-393	-1,569
Credit losses on accounts receivable	137	66	380	204
Expected credit loss	15	-26	-87	-118
Write-off of property, plant and equipment items and intangible assets	199	53	242	403
Recognition of tax credits	-4,630	1,029	-4,630	1,029
Interest on right-of-use leases	4,533	3,186	12,740	8,776
Active monetary adjustment	-100	-622	-1,278	-1,794
Passive monetary adjustmen	0	388	438	1,145
Variation in operating assets and liabilities:				
Accounts receivable	-29,645	5,176	35,263	48,717
Inventories	-19,880	-36,461	-68,898	-65,008
Recoverable taxes	-71	-1,114	1,226	6,492
Escrow deposits	47	173	789	-1,142
Other receivables	4,966	-1,013	-11,465	-6,747
Suppliers	15,777	3,936	9,743	13,800
Labor and social security liabilities	2,783	5,628	7,639	116
Taxes payable	4,155	-334	-11,766	-15,467
Leases payable	108	-173	-1,629	-1,801
Advance payment for events	-2,392	-2,224	2,359	2,390
Other payables	-2,350	-307	-2,164	-804
Cash generated by operating activities	25,044	17,768	124,546	109,129
Income tax and social contribution paid	-7,849	-4,923	-24,008	-15,588
Net cash generated by operating activities	17,196	12,845	100,538	93,540
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES				
Sale of property, plant and equipment	2	0	13	2
Purchase of property and equipment and intangible assets	-9,237	-13,149	-31,494	-33,770
Net cash generated by (used in) investing activities	-9,235	-13,149	-31,481	-33,768
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES				
Dividends paid	0	0	-4,179	-7,211
Interest on capital paid	-1,170	-826	-26,715	-21,472
Paid right-of-use leases	-9,804	-6,306	-24,559	-19,103
Share buyback	0	-12,194	-16,349	-19,108
Net cash generated by (used in) financing activities	-10,974	-19,326	-71,802	-66,894
EXCHANGE DIFFERENCES ON CASH AND CASH EQUIVALENTS OF FOREIGN SUBSIDIARY				
	- 3	- 1	- 7	2
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	- 3,016	- 19,631	- 2,752	- 7,120
Opening balance of cash and cash equivalents	23,674	66,988	23,410	54,477
Closing balance of cash and cash equivalents	20,658	47,357	20,658	47,357

Balance Sheet

(R\$ thousand)	09/30/2025	09/30/2024
ASSET		
CURRENT		
Cash and cash equivalents	20,658	47,357
Trade receivables	206,108	147,733
Inventories	354,764	296,402
Recoverable taxes	9,864	4,188
Other receivables	21,235	16,329
TOTAL CURRENT ASSETS	612,629	512,009
NON-CURRENT		
Escrow deposits	3,258	2,863
Deferred income tax and social contribution	5,519	5,354
Recoverable taxes	3,065	4,401
Right of use leases	160,678	109,569
Fixed Assets	85,789	68,711
Intangible	30,393	25,955
TOTAL NON- CURRENT ASSETS	288,702	216,853
TOTAL ASSETS	901,331	728,862
LIABILITIES & SHAREHOLDERS' EQUITY		
CURRENT LIABILITIES		
Suppliers	90,145	73,100
Payroll and related taxes	44,505	34,768
Taxes payable	24,770	15,554
Right-of-use leases payable	17,898	17,317
Dividends and interest on capital payable	26,451	18,304
Other payables	10,548	9,895
TOTAL CURRENT LIABILITIES	214,317	168,938
NON-CURRENT		
Right-of-use leases payable	151,518	101,607
Provision for civil, labor and tax risks	3,877	4,744
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	155,395	106,351
SHAREHOLDERS' EQUITY		
Share capital	336,148	336,148
Treasury shares	-47,708	-31,065
Capital Reserve	-17,753	-11,442
Tax incentive reserve	8,663	8,663
Earnings reserve	178,712	92,127
Other comprehensive income	1,869	1,868
Net income (loss) for the period	70,345	57,274
TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	530,276	453,573
Non-controlling interest	1,343	0
TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	531,619	453,573
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	901,331	728,862

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).

