

RESULTADOS 2T26

Track & Field



Videoconferência
13 de agosto (quinta-feira)
9h Brasília | 8h EUA-EST

Clique aqui para
acessar a
videoconferência

Destaques Operacionais

O sell out atingiu R\$ 493,4 milhões no 2T26, crescimento de **+20,7%** vs 2T25, com avanço de **+15,9% em mesmas lojas (SSS)**. As **lojas reformadas** seguiram apresentando desempenho superior, com **crescimento de 37,2%** na comparação anual, enquanto as **vendas captadas digitalmente representaram 9,4% do sell out** total da Companhia.

A vitrine infinita continuou ampliando sua capilaridade e relevância na estratégia omnicanal da Companhia, com suas vendas **correspondendo a 13,9% do sell out captado digitalmente**.

Inauguramos 1 loja própria e 6 franquias no período, encerrando o trimestre com **448 lojas na rede**. Além disso, **8 franquias e 1 loja própria foram reformadas**.

Com mais de 1,4 milhão de usuários (+35,9% YoY), a plataforma TFSports segue crescendo, realizando **mais de mil eventos no trimestre** (+33,7% YoY) e reunindo 162,5 mil inscritos (+34,4%). Além disso, contamos com 8,3 mil treinadores cadastrados na plataforma.

Evolução do aplicativo TFSports, consolidando em uma única plataforma as **inscrições em eventos** e aulas, além da **oferta de produtos Track&Field**, itens do **TFC Food & Market** e uma seleção de produtos do **tfmall**.

No primeiro semestre de 2026, **o GMV do tfmall apresentou crescimento de 87,3% YoY**, acompanhado de maior volume de peças vendidas.

As vendas do TFC Food & Market cresceram 34,8% vs 2T25, com avanço de **+17,6% em SSS**. O **número de clientes atendidos aumentou 29,2%**, refletindo forte aderência da marca ao mercado de alimentação e suplementação.

O Net Promoter Score (NPS) alcançou 83 pontos no 2T26, reforçando o compromisso da Companhia em sustentar um crescimento acelerado aliado à excelência na experiência e na qualidade do atendimento ao cliente.

Destaques Financeiros

A receita líquida consolidada atingiu R\$ 279,7 milhões no 2T26, crescimento de **+15,5% vs 2T25 (R\$ 242,1 milhões)**, **impulsionada pelo forte desempenho do negócio de franquias**, refletido no crescimento de 24,2% YoY das receitas de *royalties* e 21,5% das vendas de mercadorias para franquias (*sell in*).

Lucro bruto do trimestre totalizou R\$158,6 milhões (+14,4% vs 2T25) e margem bruta de 56,7% (-0,6 p.p. YoY), refletindo um **efeito temporal no mix de canais**, com **maior representatividade de *sell in*** na receita total.

Despesas operacionais ajustadas representaram 33,3% da receita líquida no 2T26, diluindo 0,6 p.p. YoY, com destaque para as **Despesas Gerais & Administrativas**, que diluíram 1,6 p.p. no período.

O EBITDA ajustado consolidado somou R\$ 65,6 milhões no 2T26, crescimento de **15,9% YoY**, com **margem EBITDA atingindo 23,5%**. No **1S26**, o EBITDA acumulado foi de **R\$ 127,2 milhões, +14,3% YoY**, com **margem de 24,0%** (-0,5 p.p. YoY).

Vale destacar a **robusta geração de caixa operacional**, que totalizou **R\$47,8 milhões no período, um crescimento de 96,2% YoY**. Encerramos o período com **R\$ 144,6 milhões em Equivalente Líquidos de Caixa¹**, representando uma **expansão de 51,6% YoY**.

O lucro líquido ajustado consolidado alcançou R\$ 44,3 milhões no 2T26, crescimento de **+8,2% YoY**, com **margem líquida de 15,8%** (-1,1 p.p. vs 2T25). **No semestre, o lucro líquido foi de R\$ 85,8 milhões**, com avanço de **+7,3% YoY** e margem de 16,2% (-1,4 p.p. YoY).

¹Equivalentes Líquidos de Caixa: Caixa líquido + Recebíveis de cartões.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Encerramos o segundo trimestre de 2026 mantendo uma trajetória consistente de crescimento, sustentada pela execução disciplinada da nossa estratégia e pelo fortalecimento contínuo do ecossistema Track&Field. Ao longo do período, seguimos ampliando nossa proposta de valor por meio da integração entre produtos, serviços e experiências, reforçando nosso compromisso de incentivar um estilo de vida ativo e saudável.

O trimestre foi impulsionado pela excelente receptividade da coleção de inverno, favorecida pelo início das temperaturas mais baixas, além do forte desempenho das principais datas sazonais, como o Dia das Mães e o Dia dos Namorados. Esses fatores contribuíram para a evolução das vendas e reforçaram a conexão da marca com seus consumidores.

Como resultado, o *sell out* atingiu R\$ 493,4 milhões no trimestre (+20,7%), enquanto a receita líquida consolidada avançou 15,5%, para R\$ 279,7 milhões. O EBITDA Ajustado alcançou R\$ 65,6 milhões (+15,9%), preservando a margem em 23,5%, e o lucro líquido ajustado somou R\$ 44,3 milhões (+8,2%).

Além da evolução dos resultados financeiros, seguimos avançando em iniciativas estratégicas que fortalecem nosso ecossistema e ampliam nossa capacidade de crescimento de longo prazo. Demos continuidade na modernização da rede de franquias, evoluímos nossa operação omnicanal e ampliamos as funcionalidades do aplicativo TFSports, que passou a integrar, em um único ambiente, inscrições em eventos e aulas, produtos Track & Field, itens do TFC Food & Market e uma seleção de produtos do tfmall.

A TFSports manteve sua trajetória de expansão, encerrando o trimestre com mais de 1,4 milhão de usuários (+35,9% YoY). No período, foram realizados 1.282 eventos, que reuniram mais de 162,5 mil inscritos, consolidando a plataforma como um importante canal de relacionamento entre a marca e sua comunidade.

Além dos produtos Track & Field, a integração do tfmall e do TFC Food & Market ao aplicativo representa um importante avanço na consolidação do nosso ecossistema digital. No tfmall, seguimos ampliando um portfólio cuidadosamente selecionado de marcas alinhadas ao universo de *wellness*, encerrando junho com 36 marcas ativas, 19 a mais do que no mesmo período do ano anterior. A expansão do portfólio, aliada ao amadurecimento da operação, impulsionou um crescimento de 87,3% no GMV acumulado do ano.

Já o TFC Food & Market manteve sua trajetória de evolução, registrando avanço de 34,8% nas vendas, crescimento de 17,6% em mesmas lojas e aumento de 29,2% no número de clientes atendidos. Os avanços evidenciam a consolidação da operação e o potencial de expansão da proposta de valor no segmento de alimentação saudável e suplementação.

(CONTINUA)

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A expansão e a modernização da rede permaneceram entre as principais prioridades estratégicas da Companhia ao longo do semestre. No segundo trimestre, inauguramos seis franquias e uma loja própria, encerrando junho com 448 lojas, sendo 390 franquias e 58 unidades próprias, das quais 14 são outlets.

Paralelamente, seguimos avançando na revitalização da base existente, com a modernização de oito franquias e uma loja própria no período. Os resultados dessa estratégia continuam sendo evidenciados pelo desempenho das lojas revitalizadas, que apresentaram crescimento de 36,0% YoY nas unidades próprias e de 37,8% YoY nas franquias, acima da média da rede.

Ao final do trimestre, 17 lojas da rede já contavam com operações do TFC Food & Market, além da unidade localizada no escritório da Companhia, totalizando 18 operações ativas. Seguimos confiantes na execução do plano de modernização, com a expectativa de que aproximadamente 70% da base esteja operando no novo padrão até o encerramento de 2026.

Também seguimos avançando em nossa presença em Portugal, mercado onde continuamos desenvolvendo nossa operação de forma gradual e disciplinada. No segundo semestre, inauguraremos mais duas franquias em Lisboa, elevando para cinco o número de lojas no país. As novas unidades estarão localizadas em pontos estratégicos da cidade, sendo uma integrada a uma academia e outra no Chiado, reforçando nossa confiança no potencial da marca e em nossa abordagem gradual para o desenvolvimento dessa operação.

Iniciamos a segunda metade do ano confiantes na continuidade da nossa estratégia e na solidez dos fundamentos da Companhia. Com disciplina na execução, foco na experiência do consumidor e investimentos contínuos no fortalecimento do nosso ecossistema, seguimos comprometidos com a geração sustentável de valor para nossos acionistas, franqueados, consumidores e demais públicos de relacionamento.

Tabela | Resumo dos Indicadores Financeiros

São Paulo, 12 de agosto de 2026 – A Track & Field CO S.A. (B3: TFCO4) anuncia seus resultados do segundo trimestre de 2026 (2T26) e período acumulado dos seis primeiros meses do ano (1S26).

R\$ mil, exceto quando indicado	2T26	2T25	Var.	1S26	1S25	Var.
Indicadores Operacionais						
Sell Out Total¹	493.424	408.950	20,7%	936.324	789.598	18,6%
Same Store Sales	15,9%	21,8%	-5,9 p.p.	14,1%	23,2%	-9,1 p.p.
Total Captado por E-commerce	46.384	40.136	15,6%	102.369	83.702	22,3%
Número de Lojas	448	406	10,3%	448	406	10,3%
Próprias	58	54	7,4%	58	54	7,4%
Franquias	390	352	10,8%	390	352	10,8%
Ticket Médio (R\$)	466,44	438,76	6,3%	432,26	413,09	4,6%
Resultados Financeiros						
Receita Líquida	279.718	242.091	15,5%	530.876	454.877	16,7%
Lucro Bruto	158.617	138.657	14,4%	308.800	268.475	15,0%
Margem Bruta	56,7%	57,3%	-0,6 p.p.	58,2%	59,0%	-0,9 p.p.
EBITDA	68.254	58.298	17,1%	132.044	116.885	13,0%
Margem EBITDA	24,4%	24,1%	0,3 p.p.	24,9%	25,7%	-0,8 p.p.
EBITDA Ajustado²	65.597	56.577	15,9%	127.211	111.293	14,3%
Margem EBITDA Ajustada	23,5%	23,4%	0,1 p.p.	24,0%	24,5%	-0,5 p.p.
Lucro Líquido	37.121	33.989	9,2%	71.522	68.780	4,0%
Margem Líquida	13,3%	14,0%	-0,7 p.p.	13,5%	15,1%	-1,6 p.p.
Lucro Líquido Ajustado³	44.311	40.960	8,2%	85.785	79.982	7,3%
Margem Líquida Ajustada	15,8%	16,9%	-1,1 p.p.	16,2%	17,6%	-1,4 p.p.
Caixa Líquido⁴	50.313	23.674	112,5%	50.313	23.674	112,5%
Equivalentes LÍq. Caixa⁵	144.648	95.407	51,6%	144.648	95.407	51,6%

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

¹ 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).

² 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.

³ Lucro Líquido Ajustado: exclusão da aplicação do IFRS 16 e despesas não recorrentes.

⁴ Caixa Líquido: Caixa e equivalentes de caixa – Empréstimos financeiros.

⁵ Equivalentes Líquidos de Caixa: Caixa líquido + Recebíveis de cartões.

→

Sell Out

Sell Out Captado por Canal	2T26	2T25	Var.	1S26	1S25	Var.
(R\$ mil)						
Franquias	305.899	248.235	23,2%	564.219	470.283	20,0%
Lojas Próprias	141.141	120.579	17,1%	269.736	235.613	14,5%
E-commerce	46.384	40.136	15,6%	102.369	83.702	22,3%
Sell out total	493.424	408.950	20,7%	936.324	789.598	18,6%

Sell out Faturado por canal	2T26	2T25	Var.	1S26	1S25	Var.
(R\$ mil)						
Franquias	328.065	265.499	23,6%	608.197	504.999	20,4%
Lojas Próprias	153.256	130.548	17,4%	297.072	259.072	14,7%
E-commerce¹	12.103	12.903	-6,2%	31.055	25.527	21,7%
Sell out total	493.424	408.950	20,7%	936.324	789.598	18,6%

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

O *sell out* totalizou R\$ 493,4 milhões no segundo trimestre de 2026, avanço de 20,7% em relação ao 2T25, refletindo a continuidade da trajetória de crescimento da Companhia mesmo diante de uma base comparativa mais forte. O desempenho foi acompanhado pela expansão de 15,9% nas vendas em mesmas lojas (SSS).

A combinação entre a forte aceitação da coleção de inverno pelos consumidores e condições climáticas mais favoráveis impulsionou a demanda ao longo do trimestre. Somou-se a isso o forte desempenho registrado nas campanhas de Dia das Mães e Dia dos Namorados, reforçando a capacidade da marca de capturar oportunidades sazonais e ampliar sua relevância junto aos consumidores.

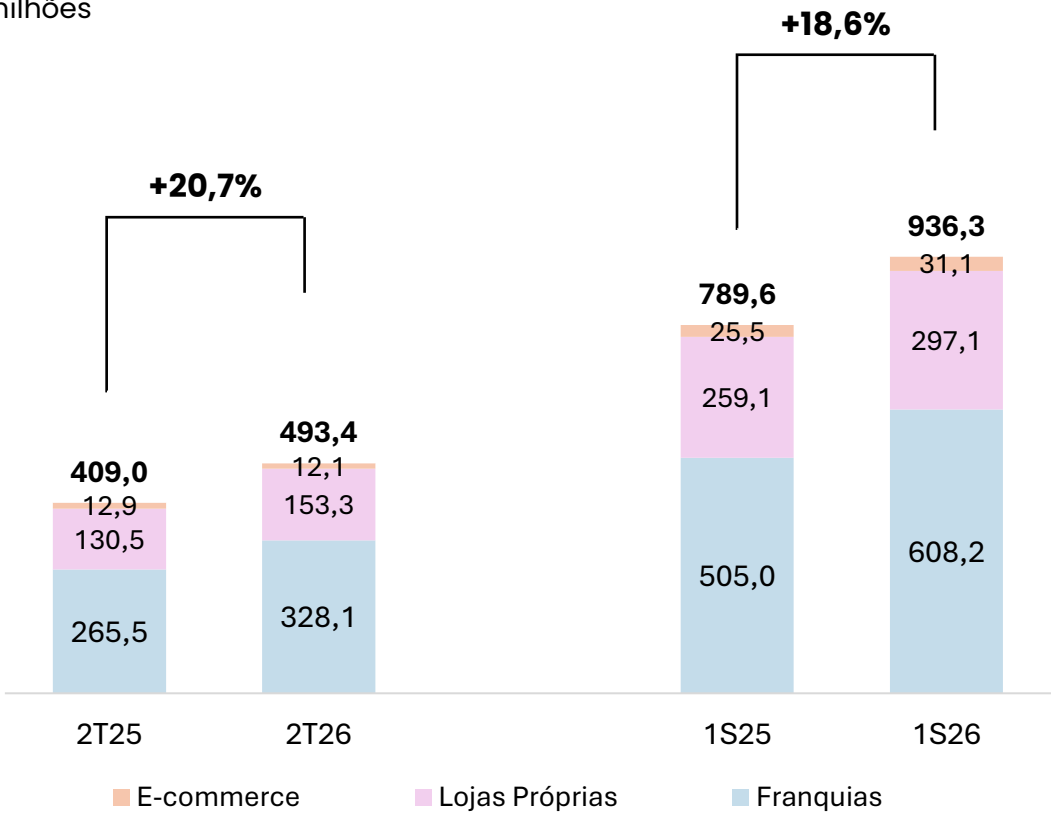
Além do cenário comercial favorável, as lojas reformadas mantiveram desempenho superior à média da rede, com evolução de 36,0% nas unidades próprias e 37,8% nas franquias. A expansão da presença física da Companhia também sustentou esse resultado, com 42 lojas adicionadas nos últimos doze meses.

Os principais indicadores comerciais seguiram demonstrando a solidez da operação. O maior fluxo de consumidores nas lojas, impulsionado pelo calendário de eventos e pelo fortalecimento das iniciativas de branding e influência, favoreceu a conversão das vendas. Nesse contexto, o número de tickets cresceu 13,7%, enquanto o volume de peças comercializadas avançou 13,4% frente ao mesmo período do ano anterior.

A operação digital manteve sua trajetória de expansão, com crescimento de 15,6% nas vendas captadas pelo *e-commerce*, que representaram 9,4% do *sell out*. Paralelamente, a Companhia seguiu ampliando sua capacidade *omnichannel* por meio da Vitrine Infinita, fortalecendo a integração entre os canais de venda, ampliando a disponibilidade de produtos para os clientes e aumentando sua relevância na estratégia digital.

Sell Out Faturado

R\$ milhões



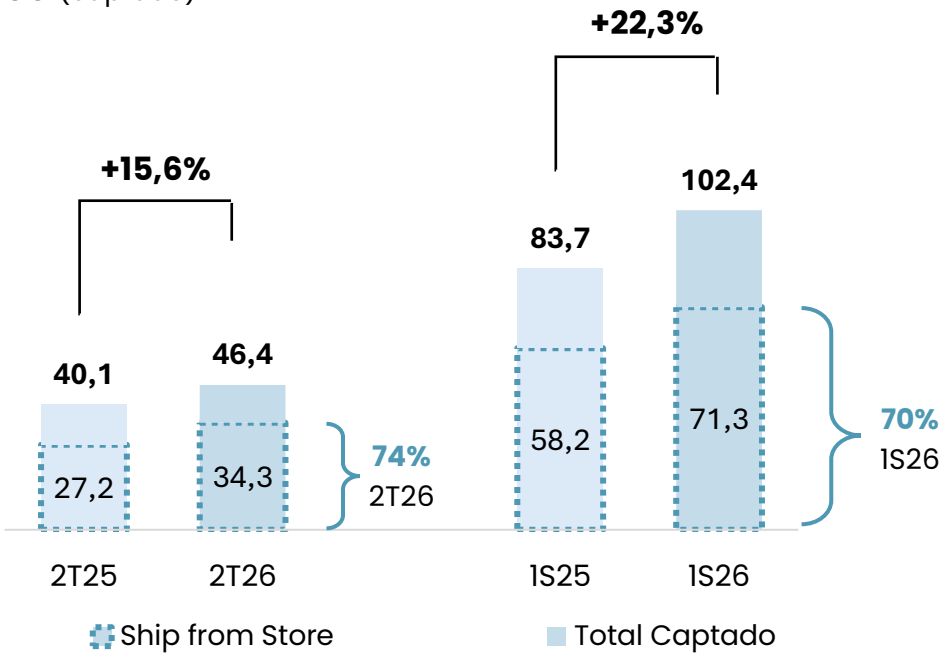
A operação omnicanal continuou ganhando relevância no trimestre, com a rede de lojas consolidando seu papel como um dos principais pilares da estratégia digital da Companhia. A crescente integração entre os canais físico e *online* amplia a disponibilidade de produtos, reduz prazos de entrega e eleva a eficiência logística, proporcionando uma experiência de compra mais conveniente aos consumidores.

Essa evolução se reflete na crescente participação das lojas no atendimento às vendas digitais. No trimestre, 74% do volume vendido pelo e-commerce foi faturado por meio do *ship from store*, evidenciando a importância da capilaridade da rede para suportar o crescimento do canal digital.

Ao final do período, 39 lojas operavam como *sellers* nacionais, respondendo por 44,5% do *sell out* digital, enquanto 384 unidades atuavam como *sellers* locais, representando 29,3% das vendas online. Os 26,2% restantes foram atendidos pelo centro de distribuição da Companhia, demonstrando a complementaridade entre a infraestrutura logística e a rede de lojas na execução da estratégia omnicanal.

E-commerce (captado)

R\$ milhões





Receita Líquida

Receita Líquida (R\$ mil)	2T26	2T25	Var.	1S26	1S25	Var.
Vendas de mercadorias	87.532	72.042	21,5%	157.237	125.780	25,0%
Royalties	51.580	41.544	24,2%	94.464	79.559	18,7%
Varejo (Rede Própria)	126.609	111.210	13,8%	253.056	219.492	15,3%
Eventos/tfmall	11.114	13.586	-18,2%	22.232	25.531	-12,9%
Outros	2.883	3.709	-22,3%	3.887	4.515	-13,9%
Receita Líquida Total	279.718	242.091	15,5%	530.876	454.877	16,7%

A receita líquida consolidada totalizou R\$ 279,7 milhões no segundo trimestre de 2026, avanço de 15,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, refletindo a continuidade do crescimento das principais linhas de receita da Companhia.

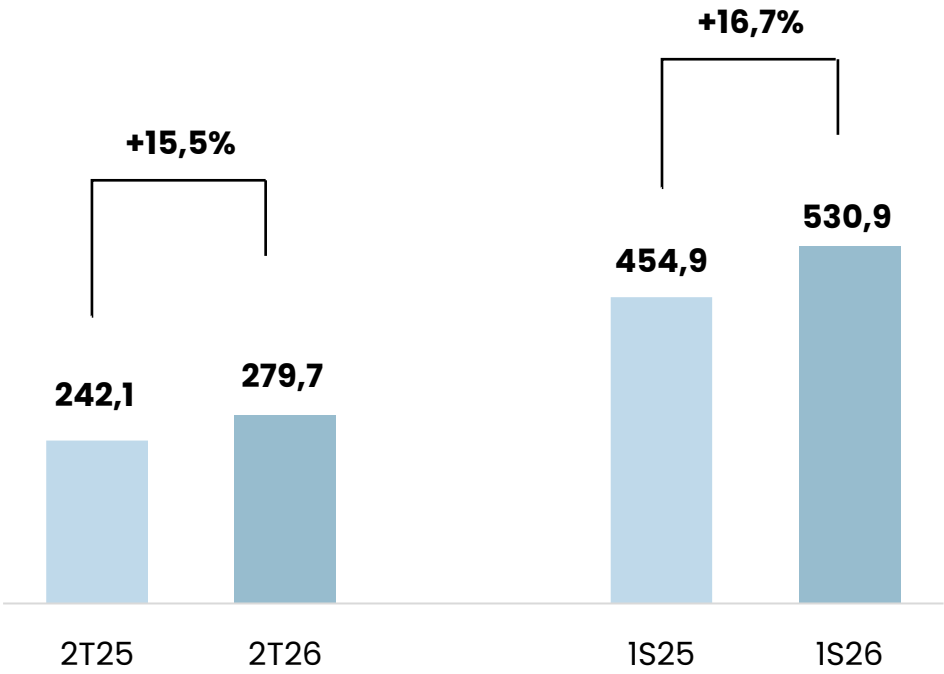
As vendas de mercadorias para franquias alcançaram R\$ 87,5 milhões, crescimento de 21,5% na comparação anual, elevando sua participação na receita líquida em 1,5 p.p. O desempenho foi impulsionado pela continuidade da expansão da rede, pela forte aceitação da coleção de Inverno pelos franqueados e pelo aumento do abastecimento das lojas em preparação para as principais datas comerciais do trimestre.

Esse movimento reforça a estratégia de fortalecimento da rede franqueada e contribui para a expansão da receita recorrente da Companhia. Conforme mencionado no trimestre anterior, o maior volume de mercadorias destinado às franquias tende a se traduzir em maior geração de *royalties* nos períodos subsequentes, à medida que esses produtos são comercializados ao consumidor final.

Nesse contexto, a receita de *royalties* atingiu R\$ 51,6 milhões, crescimento de 24,2% em relação ao 2T25, ampliando sua participação na receita líquida em 1,2 p.p. O resultado reflete o sólido desempenho das vendas nas franquias, beneficiadas tanto pela expansão da rede quanto pelo maior volume de produtos disponibilizados às lojas. As franquias reformadas seguiram apresentando desempenho superior, com crescimento de 37,8% frente ao mesmo período do ano anterior.

Receita Líquida

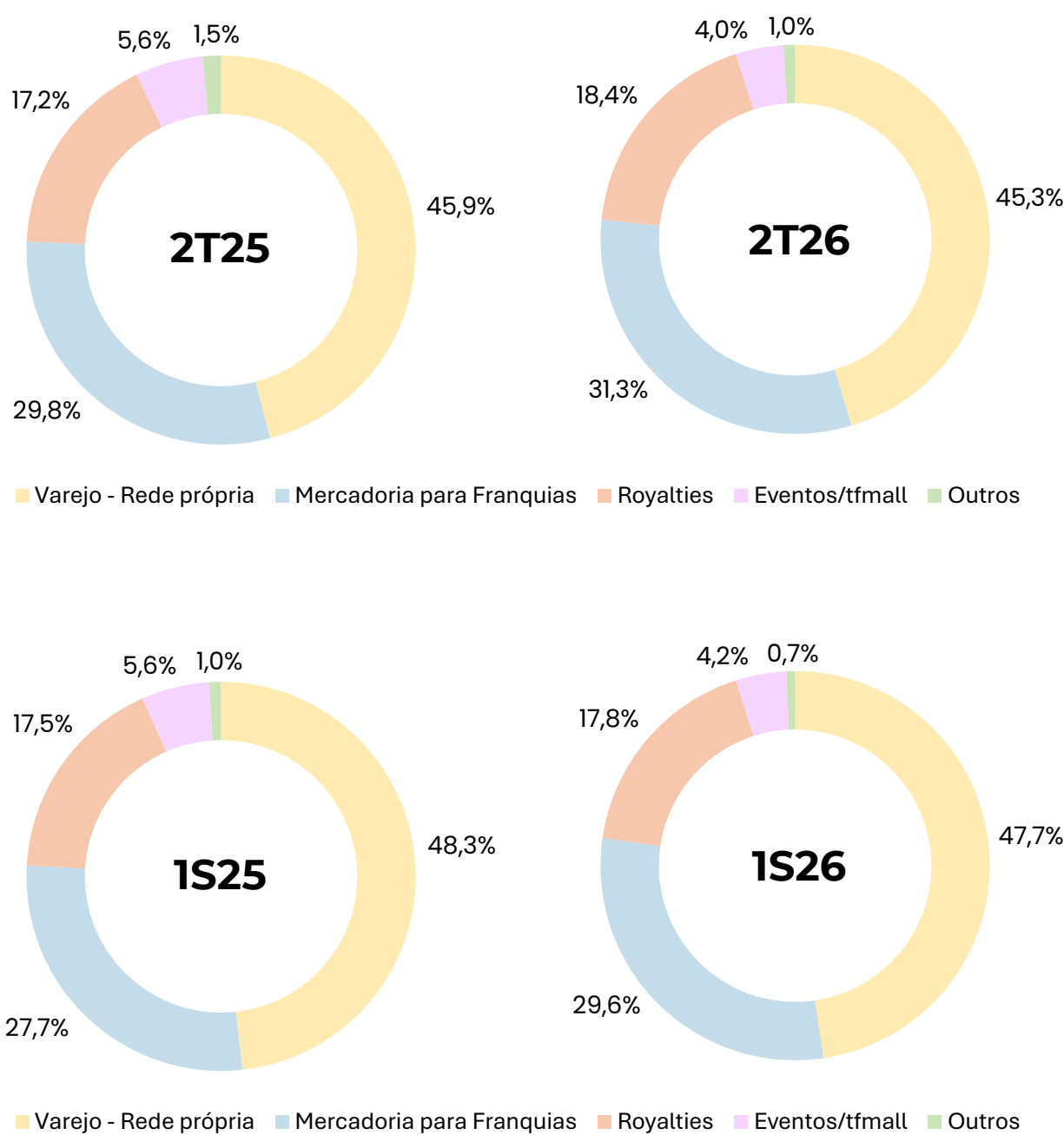
R\$ milhões



O canal de varejo (rede própria) registrou receita de R\$ 126,6 milhões no trimestre, crescimento de 13,8% em relação ao 2T25. Embora tenha mantido uma trajetória consistente de expansão, sua participação na receita líquida consolidada recuou 0,6 p.p., refletindo o maior crescimento das receitas provenientes do canal de franquias (*sell in*) e de *royalties*. O desempenho do período foi impulsionado pela forte aceitação da coleção de Inverno, pelo bom desempenho das vendas nas campanhas de Dia das Mães e Dia dos Namorados e pela maior produtividade das lojas reformadas, que apresentaram crescimento de 36,0% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Por fim, a receita líquida da TFSports – que engloba eventos e o tfmall – totalizou R\$ 11,1 milhões, registrando uma queda de 18,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. O desempenho reflete, principalmente, o descasamento das receitas de patrocínio entre os períodos. Vale comentar que, em bases comparáveis, registraríamos um crescimento de 13,8% YoY.

Composição da Receita Líquida (%)



→

Lucro Bruto

Lucro Bruto (R\$ mil)	2T26	2T25	Var.	1S26	1S25	Var.
Lucro Bruto	158.617	138.657	14,4%	308.800	268.475	15,0%
Margem Bruta	56,7%	57,3%	-0,6 p.p.	58,2%	59,0%	-0,9 p.p.

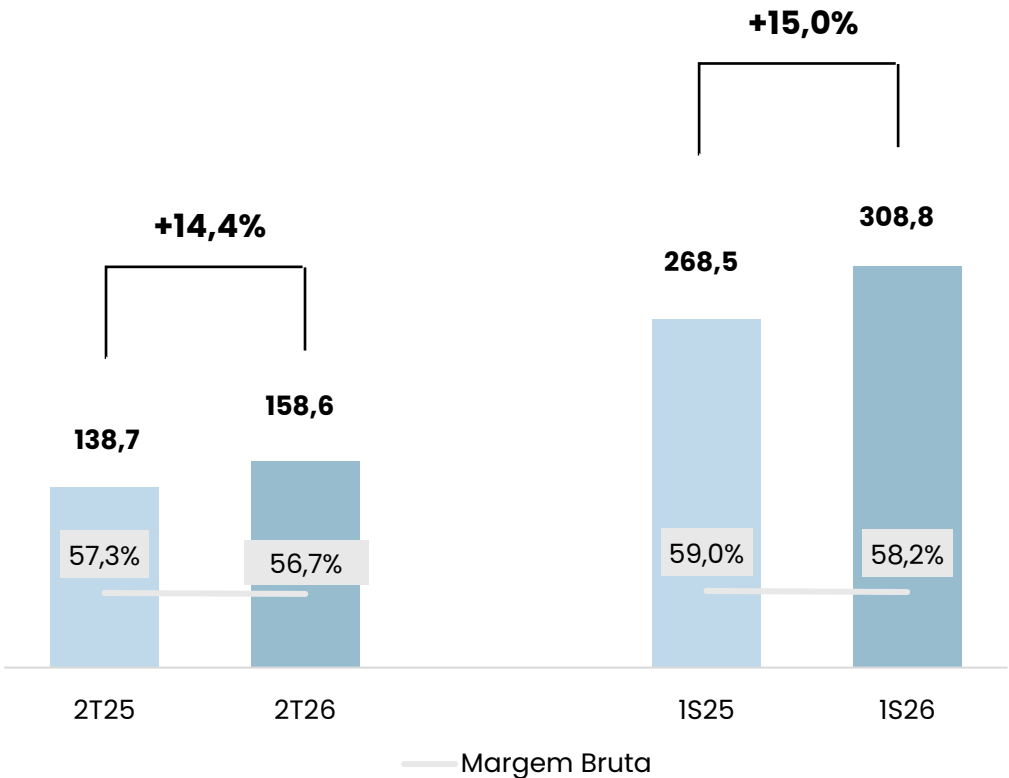
O lucro bruto totalizou R\$ 158,6 milhões no segundo trimestre de 2026, crescimento de 14,4% em relação ao 2T25. A margem bruta atingiu 56,7%, redução de 0,6 p.p. na comparação anual, refletindo principalmente a mudança no mix de receitas, com maior participação das vendas de mercadorias para franquias (*sell in*), canal que apresenta margem inferior à das receitas de royalties e do varejo próprio.

Esse efeito decorre de uma virada de coleção mais eficiente, da forte aceitação da coleção de Inverno pelos franqueados e do reforço do abastecimento da rede para as principais datas comerciais do trimestre, fatores que elevaram a participação do *sell in* na receita líquida (+1,5 p.p.).

No mesmo período, a receita de royalties ampliou sua participação em 1,2 p.p., enquanto o canal de varejo próprio reduziu sua representatividade em 0,6 p.p. Assim, embora os *royalties* tenham ganhado participação na composição da receita, a menor participação do varejo próprio, aliada ao maior peso do *sell in*, resultou em uma leve redução da margem bruta consolidada.

Lucro Bruto

R\$ milhões





Despesas Operacionais Ajustadas

Despesas Operacionais Ajustadas (R\$ mil)	2T26	2T25	Var.	1S26	1S25	Var.
Com Vendas	55.089	44.527	23,7%	105.958	85.707	23,6%
% Com Vendas s/ RL Geral	19,7%	18,4%	1,3 p.p.	20,0%	18,8%	1,2 p.p.
Gerais e Administrativas	38.728	37.173	4,2%	75.904	71.585	6,0%
% Gerais e Administrativas s/ RL Geral	13,8%	15,4%	-1,6 p.p.	14,3%	15,7%	-1,4 p.p.
Despesas Operacionais	93.817	81.700	14,8%	181.862	157.292	15,6%
%Total Despesas Operacionais s/ RL Geral	33,5%	33,7%	-0,2 p.p.	34,3%	34,6%	-0,3 p.p.
Outras receitas (despesas) operacionais	-797	378	-311,0%	-273	-111	146,1%
Total Despesas (receitas) Operacionais – sem depreciação	93.020	82.078	13,3%	181.589	157.181	15,5%
%Total Despesas (receitas) Operacionais s/ RL Geral	33,3%	33,9%	-0,6 p.p.	34,2%	34,6%	-0,3 p.p.
Depreciação	5.141	4.179	23,0%	9.815	7.748	26,7%
Total Despesas (receitas) operacionais – com depreciação	98.161	86.257	13,8%	191.404	164.929	16,1%
%Total Despesas Operacionais s/ RL Geral	35,1%	35,6%	-0,5 p.p.	36,1%	36,3%	-0,2 p.p.

Nota: A tabela com a conciliação das despesas ajustadas se encontra na página 24.

As despesas operacionais ajustadas representaram 33,3% da receita líquida no 2T26, redução de 0,6 p.p. frente aos 33,9% registrados no mesmo período do ano anterior.

Nas despesas com vendas, o efeito positivo decorrente da maior participação do canal de franquias na composição da receita foi neutralizado pelos investimentos realizados em marketing, resultando em um aumento de 1,3 p.p. na representatividade dessa linha sobre a receita líquida.

Por outro lado, as despesas administrativas seguiram apresentando evolução positiva, com redução de 1,6 p.p. em relação à receita líquida. Esse resultado reflete o ganho de eficiência no trimestre, impulsionado especialmente pelos cortes e reduções que foram realizadas ao término do 1T26. Cabe destacar que essa melhora foi alcançada mesmo absorvendo as despesas do segundo turno no centro de distribuição – iniciativa implementada no 4T25 para suportar o crescimento da demanda. Desconsiderando esse investimento, a diluição das despesas administrativas teria sido ainda mais expressiva.

Dessa forma, mesmo com maior alocação de recursos voltados ao fortalecimento da marca e à expansão da operação, a Companhia manteve estável o patamar de despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida, reforçando sua eficiência operacional e capacidade de capturar ganhos de escala.

→

EBITDA

EBITDA (R\$ mil e %)	2T26	2T25	Var.	1S26	1S25	Var.
Lucro Líquido	37.121	33.989	9,2%	71.522	68.780	4,0%
(+) Imposto de Renda e CS	10.794	8.163	32,2%	19.795	16.008	23,7%
(+) Resultado Financeiro Líquido	9.856	6.945	41,9%	20.294	14.630	38,7%
(+) Depreciação e amortização	10.483	9.201	13,9%	20.433	17.467	17,0%
EBITDA	68.254	58.298	17,1%	132.044	116.885	13,0%
Margem EBITDA	24,4%	24,1%	0,3 p.p.	24,9%	25,7%	-0,8 p.p.
(+) Ajuste IFRS-16	-8.490	-7.483	13,5%	-16.914	-14.514	16,5%
(+) Ajuste Não Recorrente	5.833	5.762	1,2%	12.081	8.922	35,4%
EBITDA Ajustado	65.597	56.577	15,9%	127.211	111.293	14,3%
Margem EBITDA Ajustada	23,5%	23,4%	0,1 p.p.	24,0%	24,5%	-0,5 p.p.

Nota: A tabela com a abertura dos Não Recorrentes se encontra na página 25.

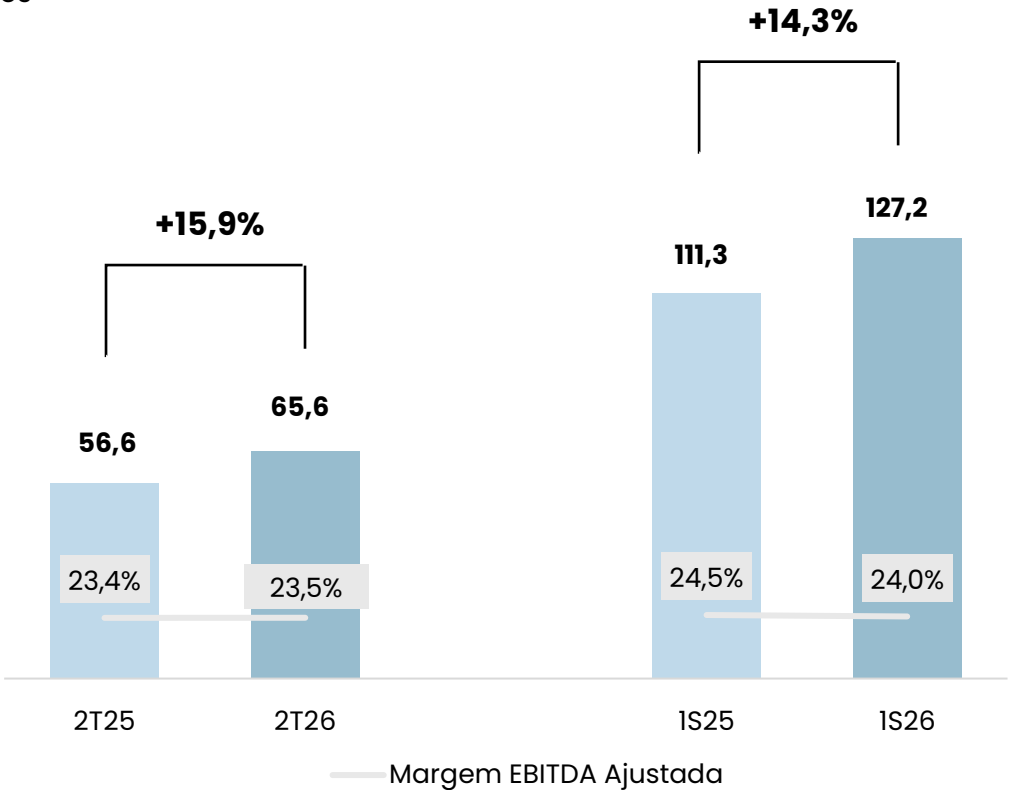
Excluindo os efeitos do IFRS 16 e as despesas não recorrentes, o EBITDA ajustado consolidado totalizou R\$ 65,6 milhões no 2T26, um crescimento de 15,9% na comparação anual. A margem EBITDA ajustada atingiu 23,5%, ganho de 0,1 p.p.

A diluição das despesas nas operacionais observada no período (-0,6 p.p.) foi integralmente compensada pela redução de 0,6 p.p. da margem bruta, decorrente da maior participação do canal de *sell in* no mix de receitas. Dessa forma, o ganho de alavancagem operacional foi neutralizado pela alteração do mix de canais no trimestre.

No acumulado do primeiro semestre, o EBITDA ajustado totalizou R\$ 127,2 milhões, crescimento de 14,3% em relação ao 1S25. A margem EBITDA ajustada foi de 24,0%, retração de 0,5 p.p. na comparação anual.

EBITDA Ajustado

R\$ milhões



→

Resultado Financeiro

Resultado Financeiro (R\$ mil)	2T26	2T25	Var.	1S26	1S25	Var.
Receitas Financeiras	1.510	942	60,3%	2.295	2.047	12,1%
Despesas Financeiras	-11.366	-7.887	44,1%	-22.589	-16.677	35,5%
Juros IFRS 16	-5.504	-3.818	44,2%	-11.030	-8.207	34,4%
Outras Despesas Financeiras	-5.862	-4.069	44,1%	-11.559	-8.470	36,5%
Resultado Financeiro	-9.856	-6.945	41,9%	-20.294	-14.630	38,7%
Efeito Líquido dos Ajustes	5.513	3.827	44,1%	11.046	8.224	34,3%
Resultado Financeiro Ajustado*	-4.343	-3.118	39,3%	-9.248	-6.406	44,4%

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

No 2T26, o Resultado Financeiro Líquido totalizou uma despesa de R\$ 9,9 milhões, em comparação aos R\$ 6,9 milhões registrados no 2T25. Como destaque positivo na composição deste resultado, nossas Receitas Financeiras apresentaram um crescimento de 60,3% no período, atingindo R\$ 1,5 milhão.

O aumento na linha de Despesas Financeiras é explicado por duas vertentes principais. A primeira refere-se às despesas com juros sobre contratos de arrendamento mercantil (IFRS-16), que somaram R\$ 5,5 milhões, tratando-se de um efeito de natureza estritamente contábil sem efeito no fluxo de caixa livre. A segunda vertente engloba as outras despesas financeiras, que totalizaram R\$ 5,9 milhões, refletindo, especialmente, nossas iniciativas estratégicas de suporte à rede de franquias para assegurar a sustentabilidade do nosso ecossistema a longo prazo.

Dessa forma, ao expurgarmos os efeitos contábeis do IFRS-16 e demais itens não recorrentes, o Resultado Financeiro Ajustado foi negativo em R\$ 4,3 milhões, representando uma variação de R\$ 1,2 milhão frente ao mesmo trimestre do ano anterior.

Encerramos mais um trimestre reafirmando sua sólida saúde financeira e rigorosa disciplina de alocação de capital, mantendo um balanço robusto e preservando sua posição de caixa líquido sem endividamento.

→

Lucro Líquido

Lucro Líquido (R\$ mil e %)	2T26	2T25	Var.	1S26	1S25	Var.
Lucro Líquido	37.121	33.989	9,2%	71.522	68.780	4,0%
Margem Líquida	13,3%	14,0%	-0,7 p.p.	13,5%	15,1%	-1,6 p.p.
(+) Ajuste IFRS-16	1.984	1.421	39,6%	4.056	3.104	30,7%
(+) Ajuste Não Recorrente	5.206	5.550	-6,2%	10.207	8.098	26,0%
Lucro Líquido Ajustado	44.311	40.960	8,2%	85.785	79.982	7,3%
Margem Líquida Ajustada	15,8%	16,9%	-1,1 p.p.	16,2%	17,6%	-1,4 p.p.

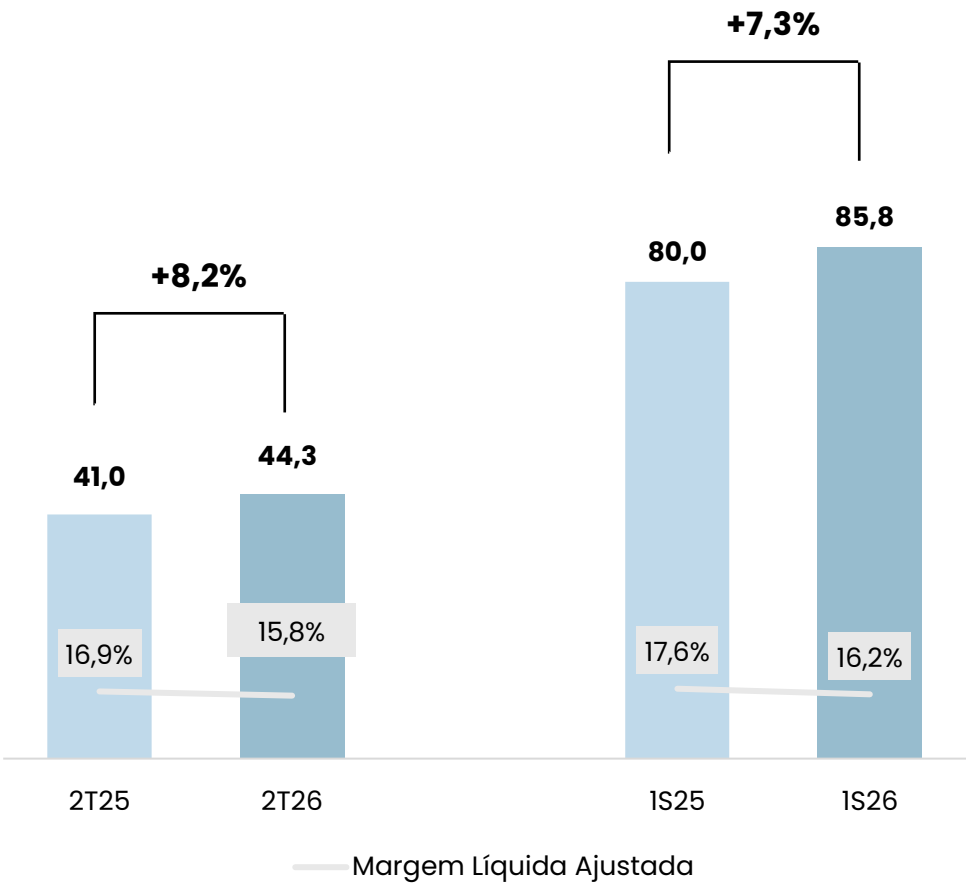
Nota: A tabela com a abertura dos Não Recorrentes se encontra na página 25.

Desconsiderando os efeitos do IFRS 16 e das despesas não recorrentes, o lucro líquido ajustado consolidado atingiu R\$ 44,3 milhões no segundo trimestre de 2026, crescimento de 8,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem líquida ajustada foi de 15,8%, redução de 1,1 p.p. na comparação anual.

No acumulado do primeiro semestre, o lucro líquido ajustado totalizou R\$ 85,8 milhões, avanço de 7,3% em relação ao 1S25, com margem líquida ajustada de 16,2%, 1,4 p.p. inferior à registrada no mesmo período do ano anterior.

Lucro Líquido Ajustado

R\$ milhões





TFSports	2T26	2T25	Var.	1S26	1S25	Var.
Usuários no Aplicativo (mil)	1.413,3	1.039,8	35,9%	1.413,3	1.039,8	35,9%
Eventos realizados (proprietários e trainers)	1.282	959	33,7%	2.373	1.813	30,9%
Inscritos em Eventos (mil)	162,5	120,9	34,4%	292,7	227,8	28,5%
Número de Treinadores (mil)	8,3	8,3	0,3%	8,3	8,3	0,3%

Ao final do trimestre, a TFSports ultrapassou a marca de 1,4 milhão de usuários, crescimento de 35,9% em relação ao mesmo período do ano anterior, reforçando a evolução do ecossistema digital da Companhia. O crescimento da plataforma foi acompanhado pela expansão da agenda de experiências: foram realizados 1.282 eventos (+33,7% YoY), que reuniram 162,5 mil inscritos (+34,4% YoY). A plataforma também encerrou o período com uma base superior a 8 mil treinadores cadastrados, ampliando a oferta de aulas e treinos e fortalecendo a conexão da marca com a rotina de bem-estar de seus clientes.

Durante o trimestre, a Companhia deu mais um passo na evolução de seu ecossistema digital com a atualização do aplicativo TFSports, que passou a reunir, em uma única plataforma, a inscrição em eventos e aulas, a compra de produtos Track & Field, itens do TFC Food & Market e produtos selecionados do tfmall. A iniciativa amplia a integração entre as diferentes verticais da Companhia, proporcionando uma experiência mais fluida aos clientes e fortalecendo o relacionamento com a marca ao longo de toda a jornada de consumo.

No aspecto financeiro, os impactos da TFSports no EBITDA consolidado corresponderam a 3,8% da receita líquida no 2T26. Ao ajustarmos o descasamento temporal das receitas de patrocínio, o impacto em bases comparáveis foi de 2,2%.

O tfmall encerrou o mês de junho com 36 marcas ativas, 19 a mais do que no mesmo período de 2025. A expansão do portfólio manteve o foco na curadoria de marcas alinhadas ao posicionamento de *wellness* da Companhia e contribuiu para a evolução da plataforma. No acumulado do ano, o GMV cresceu 87,3%, acompanhado pelo aumento do volume de peças vendidas, refletindo tanto a ampliação da base de marcas quanto o amadurecimento da operação.



Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	2T26	2T25	1S26	1S25
Caixa Líquido Gerado (aplicado) nas Atividades Operacionais	47,8	24,4	99,3	83,3
Caixa Líquido Gerado (aplicado) nas Atividades de Investimento	-14,9	-13,7	-25,6	-22,2
Caixa Líquido Gerado (aplicado) nas Atividades de Financiamento	-46,2	-37,5	-58,6	-60,8
Aumento / Redução de Caixa e Equivalentes de Caixa	- 13,3	- 26,8	15,1	0,3
Saldo Inicial de Caixa	63,6	50,4	35,3	23,4
Saldo Final de Caixa	50,3	23,7	50,3	23,7

O fluxo de caixa operacional atingiu R\$ 47,8 milhões no 2T26, marcando um expressivo salto de 96,2% na comparação anual. Esse avanço é reflexo do sólido desempenho de vendas da companhia, aliado a um maior equilíbrio estratégico entre os canais de atuação. Adicionalmente, a otimização na dinâmica de abastecimento e na composição de compras trouxeram impactos estruturais positivos para o capital de giro. Como resultado dessa gestão eficiente, observou-se uma evolução favorável no ciclo financeiro durante o trimestre, impulsionada pelo alongamento do prazo médio de fornecedores e por uma variação também positiva na linha de estoques.

Os investimentos do trimestre consumiram R\$ 14,9 milhões em caixa, um incremento de 9,4% em relação ao 2T25. Essa alocação reflete a continuidade da nossa estratégia de expansão e modernização da rede física de lojas, contemplando tanto a reforma e inauguração realizadas no período quanto a preparação para demais unidades. Em paralelo ao avanço físico, mantivemos os investimentos para aprimoramento contínuo da plataforma TFSports, reforçando o pilar tecnológico do nosso ecossistema.

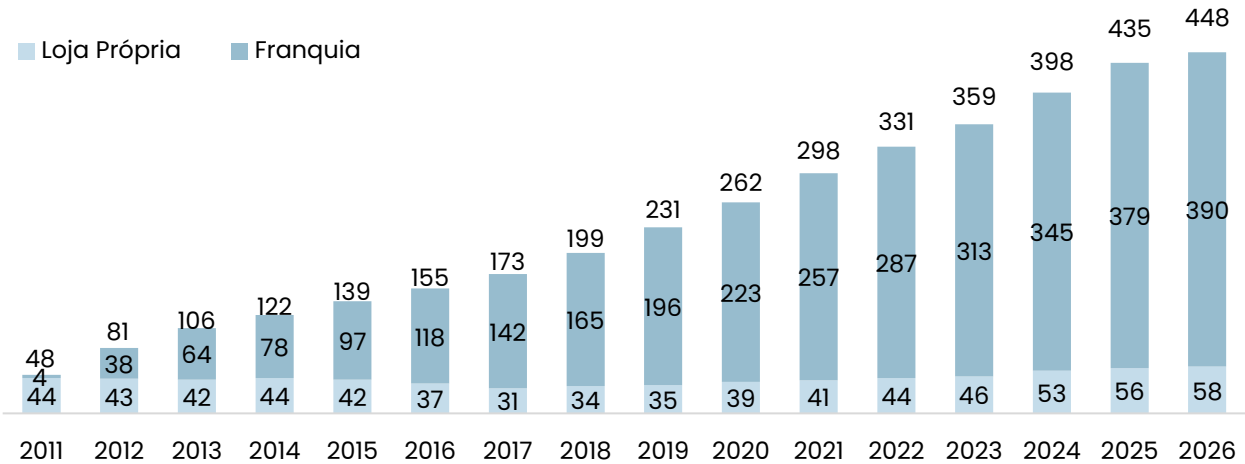
O fluxo de caixa de financiamento registrou um consumo 23,3% superior quando comparado ao 2T25. Essa variação decorre, fundamentalmente, do aumento na distribuição de Juros sobre Capital Próprio, evidenciando o forte desempenho financeiro da Companhia.

Nossa posição financeira no encerramento do trimestre evidenciou um caixa líquido de R\$ 50,3 milhões e uma liquidez total de R\$ 144,6 milhões – considerando a linha de recebíveis de cartões (+51,6% YoY).

Seguimos sustentando uma estrutura de dívida zero, garantindo a continuidade do ritmo de expansão da rede física e o fortalecimento contínuo em TFSports. Essa dinâmica ratifica a força da Companhia em financiar a sua expansão e iniciativas de inovação.

EXPANSÃO

NÚMERO DE LOJAS



Nota: E-Commerce considerado como 1 loja própria.

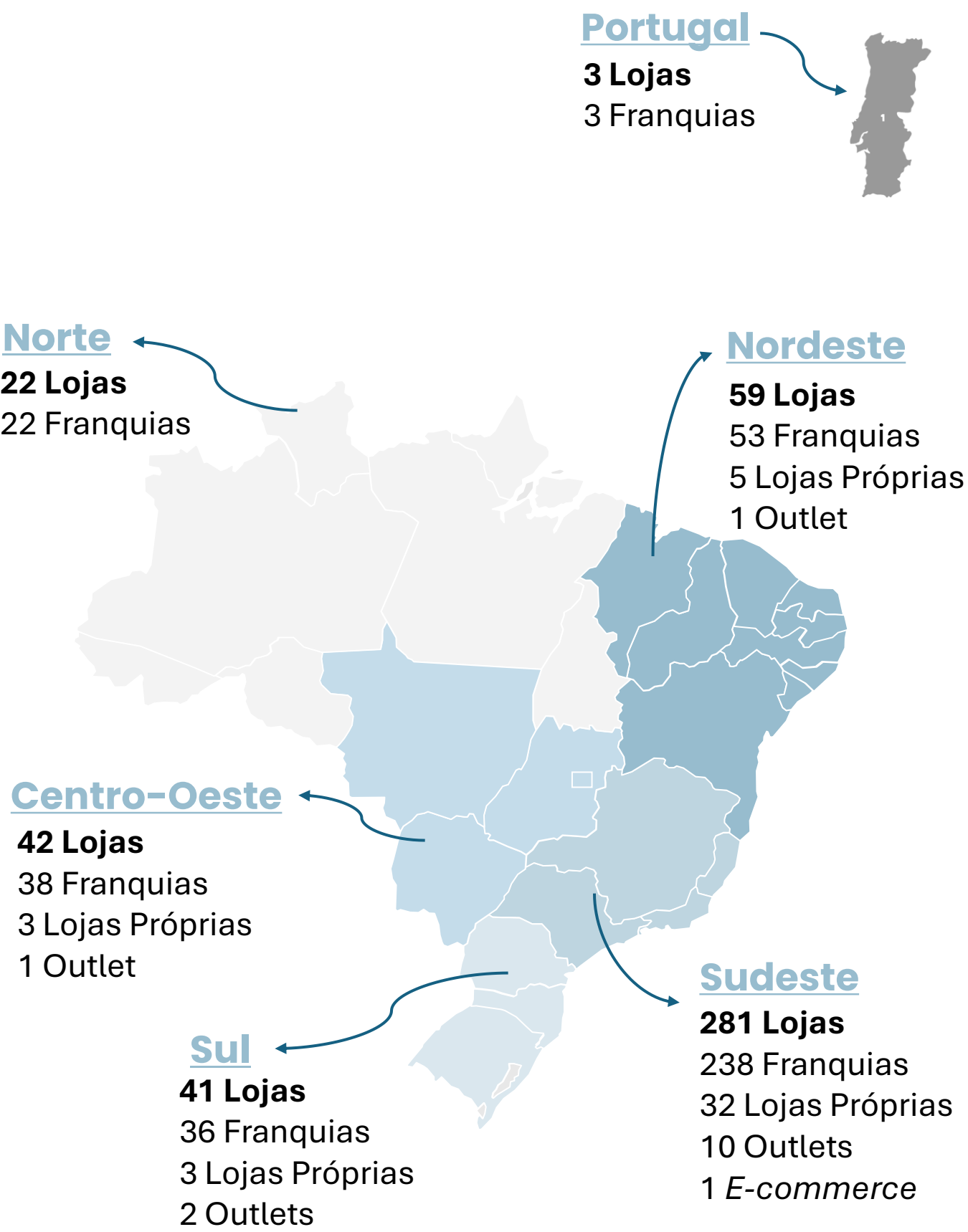
A rede física seguiu avançando no trimestre, combinando expansão da presença da marca com a modernização da base existente. No período, foram inauguradas 6 novas franquias e uma loja própria, encerrando junho com 448 lojas, sendo 390 franquias e 58 lojas próprias, incluindo 14 outlets.

Além da expansão, a Companhia manteve o ritmo de evolução do parque instalado, com a revitalização de 8 unidades franqueadas no trimestre e uma própria. Atualmente, 17 lojas da rede contam com a operação do TFC, além da unidade localizada no escritório da Companhia, totalizando 18 operações ativas.

A modernização da rede permanece como uma das prioridades estratégicas da Companhia, com a expectativa de que, ao final de 2026, aproximadamente 70% da base de lojas esteja operando no novo padrão.



MAPA DE LOJAS



ANEXOS

Track & Field



Demonstração do Resultado Ajustada

(Sem Efeito do IFRS-16 e Não Recorrente)

R\$ mil	2T26	2T25	1S26	1S25
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS DE MERCADORIAS E SERVIÇOS PRESTADOS	279.718	242.091	530.876	454.877
Custo das mercadorias vendidas e dos serviços prestados	-121.101	-103.434	-222.076	-186.402
LUCRO BRUTO	158.617	138.657	308.800	268.475
Margem Bruta	56,7%	57,3%	58,2%	59,0%
Despesas operacionais	-98.958	-85.879	-191.677	-165.040
Com vendas	-57.672	-46.312	-111.032	-89.122
Gerais e administrativas	-41.286	-39.567	-80.645	-75.918
% Total das Despesas Operacionais sobre a Receita Líquida	35,4%	35,5%	36,1%	36,3%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	797	-378	273	111
Total Despesas (receitas) Operacionais	-98.161	-86.257	-191.404	-164.929
% Total das Despesas (receitas) Operacionais sobre a Receita Líquida	35,1%	35,6%	36,1%	36,3%
EBITDA Ajustado	65.597	56.577	127.211	111.293
Margem EBITDA Ajustada	23,5%	23,4%	24,0%	24,5%
Depreciação e Amortização	-5.141	-4.179	-9.815	-7.748
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	60.456	52.398	117.396	103.545
RESULTADO FINANCEIRO Ajustado	-4.343	-3.118	-9.248	-6.406
Receitas financeiras	1.511	942	2.295	2.047
Despesas financeiras	-5.854	-4.060	-11.543	-8.453
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO IRPJ/CSLL	56.113	49.280	108.148	97.139
IRPJ/CSLL	-11.802	-8.320	-22.363	-17.157
LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO	44.311	40.960	85.785	79.982
Margem Líquida Ajustada	15,8%	16,9%	16,2%	17,6%

Nota: As tabelas com a abertura dos Não Recorrentes se encontram nas páginas 24 e 25.

Demonstração do Resultado

R\$ mil	2T26	2T25	1S26	1S25
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS DE MERCADORIAS E SERVIÇOS PRESTADOS	279.718	242.091	530.876	454.877
Custo das mercadorias vendidas e dos serviços prestados	-121.101	-103.434	-222.076	-186.402
LUCRO BRUTO	158.617	138.657	308.800	268.475
<i>Margem Bruta</i>	56,7%	57,3%	58,2%	59,0%
Despesas operacionais	-101.643	-89.180	-197.463	-169.167
Com vendas	-55.998	-44.780	-107.305	-86.428
Gerais e administrativas	-45.645	-44.400	-90.157	-82.739
<i>% Total das Despesas Operacionais sobre a Receita Líquida</i>	36,3%	36,8%	37,2%	37,2%
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	797	-380	273	110
Total Despesas (receitas) Operacionais	-100.846	-89.560	-197.190	-169.057
<i>% Total das Despesas (receitas) Operacionais sobre a Receita Líquida</i>	36,1%	37,0%	37,1%	37,2%
EBITDA	68.254	58.298	132.044	116.885
<i>Margem EBITDA</i>	24,4%	24,1%	24,9%	25,7%
Depreciação e Amortização	-10.483	-9.201	-20.433	-17.467
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	57.771	49.097	111.611	99.418
RESULTADO FINANCEIRO	-9.856	-6.945	-20.294	-14.630
Receitas financeiras	1.510	942	2.295	2.047
Despesas financeiras	-11.366	-7.887	-22.589	-16.677
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO IRPJ/CSLL	47.915	42.152	91.317	84.788
IRPJ/CSLL	-10.794	-8.163	-19.795	-16.008
LUCRO LÍQUIDO	37.121	33.989	71.522	68.780
<i>Margem Líquida</i>	13,3%	14,0%	13,5%	15,1%

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	160.665		160.665
Passivo – Arrendamentos a Pagar	171.758		171.758

2T26	Com Efeito do IFRS 16	Sem Efeito do IFRS 16	Diferença
Linhas afetadas pelo IFRS 16	IFRS 16	IFRS 16	Diferença
(R\$ mil)	(A)	(B)	(A-B)
Despesas Operacionais (excl. Depreciação e Amortização)	- 90.363	- 98.853	8.490
Despesas Depreciação e Amortização	- 10.483	- 5.140	- 5.343
Resultado Financeiro	- 9.856	- 4.352	- 5.504
IRPJ/CSLL	- 10.794	- 11.167	373
Lucro Líquido	37.121	39.105	- 1.984
EBITDA	68.254	59.764	8.490

1S26	Com Efeito do IFRS 16	Sem Efeito do IFRS 16	Diferença
Linhas afetadas pelo IFRS 16	IFRS 16	IFRS 16	Diferença
(R\$ mil)	(A)	(B)	(A-B)
Despesas Operacionais (excl. Depreciação e Amortização)	- 176.757	- 193.671	16.914
Despesas Depreciação e Amortização	- 20.433	- 9.814	- 10.619
Resultado Financeiro	- 20.294	- 9.264	- 11.030
IRPJ/CSLL	- 19.795	- 20.474	678
Lucro Líquido	71.522	75.578	- 4.056
EBITDA	132.044	115.130	16.914

Ajustes Não Recorrentes

Conciliação das Despesas Ajustadas (R\$ mil)	2T26	2T25	1S26	1S25
Total Despesas (receitas) Operacionais – sem depreciação	90.363	80.359	176.756	151.590
(+) Ajuste IFRS-16	8.490	7.483	16.914	14.514
Despesas comerciais	6.139	5.726	12.274	11.072
Despesas administrativas	2.351	1.757	4.640	3.442
(+) Ajuste Não Recorrente	-5.833	-5.762	-12.081	-8.922
Despesas comerciais	-389	-209	-420	-666
Reversão aluguel reformadas – pop up's	-222	-129	-222	-341
Consultorias não recorrentes	-61	-80	-92	-80
Outros gastos não recorrentes	-106	0	-106	-245
Despesas administrativas	-5.444	-5.553	-11.661	-8.257
Remuneração variável complementar 2025	0	0	-3.281	0
Plano de Opção/ Não-caixa	-3.933	-4.640	-5.798	-5.985
Consultorias não recorrentes	-837	-913	-1.530	-1.822
Efeitos fiscais extemporâneos	0	0	0	-450
Outros gastos não recorrentes	-674	0	-1.052	0
Total Despesas (receitas) Operacionais Ajustadas – sem depreciação	93.020	82.079	181.589	157.181

Ajustes Não Recorrentes

Conciliação do EBITDA Ajustado (R\$ mil)	2T26	2T25	1S26	1S25
EBITDA	68.254	58.298	132.044	116.885
(+) Ajuste IFRS-16	-8.490	-7.483	-16.914	-14.514
(+) Ajuste Não Recorrente	5.833	5.762	12.081	8.922
Remuneração variável complementar 2025	0	0	3.281	0
Rescisões	780	0	1.158	245
Consultorias não recorrentes	898	993	1.622	1.901
Efeitos fiscais extemporâneos	0	0	0	450
Reversão aluguel reformadas - pop up's	222	129	222	341
Plano de Opção/ Não-caixa	3.933	4.640	5.798	5.985
EBTIDA Ajustado	65.597	56.577	127.211	111.293

Conciliação do Lucro Líquido Ajustado (R\$ mil)	2T26	2T25	1S26	1S25
Lucro Líquido	37.121	33.989	71.522	68.780
(+) Ajuste IFRS-16	2.357	1.356	4.734	3.411
(+) Ajuste Não Recorrente	4.833	5.614	9.529	7.791
Remuneração variável complementar 2025	0	0	3.281	0
IRPJ/CSLL sobre ajustes	-1.008	-156	-2.569	-1.148
Consultorias não recorrentes	898	993	1.622	1.901
Efeitos fiscais extemporâneos	8	9	17	467
Reversão aluguel reformadas - pop up's	222	129	222	341
Plano de Opção/ Não-caixa	3.933	4.640	5.798	5.985
Outros gastos não recorrentes	780	0	1.158	245
Lucro Líquido Ajustado	44.311	40.960	85.785	79.982

Fluxo de Caixa

(R\$ mil)	2T26	2T25	1S26	1S25
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS				
Lucro líquido do período	37.121	33.989	71.522	68.780
AJUSTES PARA RECONCILIAR O LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO COM O CAIXA LÍQUIDO GERADO PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS:				
Depreciação e amortização	11.125	9.884	21.650	18.655
Imposto de renda e contribuição social corrente e diferido	10.794	8.163	19.795	16.008
Constituição de perda projetada de estoque	811	617	1.264	1.127
Provisão (Reversão) para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	-663	-133	-614	-319
Perdas de crédito de contas a receber	184	164	375	243
Provisão de ILP	3.963	2.251	5.930	3.596
Perda de crédito esperada	15	44	-127	-102
Baixa de ativo imobilizado	0	43	13	43
Reconhecimento (perda) de créditos tributários	-89	0	-132	0
Juros s/ arrendamento - direito de uso	5.503	3.818	11.029	8.207
Atualização monetária líquida	-198	-509	-401	-740
VARIAÇÃO NOS ATIVOS E PASSIVOS OPERACIONAIS:				
Contas a receber	429	-3.084	65.545	64.908
Estoques	168	-9.416	-47.554	-49.018
Impostos a recuperar	513	1.956	510	1.297
Depósitos judiciais	-82	310	-92	742
Outros créditos	-2.282	-11.478	-7.040	-16.431
Fornecedores	9.852	-122	1.392	-6.034
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	-14.650	2.597	-10.445	1.260
Obrigações tributárias	-5.196	-3.436	-19.639	-15.921
Aluguéis a pagar	-276	-231	-2.506	-1.737
Outras obrigações	-29	-2.751	10.127	4.937
Caixa gerado pelas atividades operacionais	57.013	32.676	120.602	99.501
Imposto de renda e contribuição social pagos	-9.176	-8.300	-21.347	-16.159
Caixa líquido gerado nas atividades operacionais	47.837	24.376	99.255	83.342
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO				
Venda de imobilizado	5	11	5	11
Aquisição de imobilizado e intangível	-14.952	-13.678	-25.641	-22.257
Caixa líquido gerado (aplicado) nas atividades de investimento	-14.947	-13.667	-25.636	-22.246
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO				
Dividendos pagos	-1.535	-4.179	-1.535	-4.179
Juros sobre o capital próprio pagos	-36.251	-24.736	-37.483	-25.545
Arrendamentos direito de uso - pagamento principal	-2.925	-3.714	-6.808	-6.548
Arrendamentos direito de uso - pagamento juros	-5.503	-3.818	-11.029	-8.207
Recompra de ações	0	-1.027	-1.705	-16.349
Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento	-46.214	-37.474	-58.560	-60.828
VARIAÇÃO CAMBIAL SOBRE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA DE CONTROLADA NO EXTERIOR				
	-	- 1	- 1	- 4
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	- 13.324	- 26.766	15.058	264
SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	63.637	50.440	35.255	23.410
SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	50.313	23.674	50.313	23.674

Balanço Patrimonial

(R\$ mil)	30/06/2026	30/06/2025
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	50.313	23.674
Contas a receber	220.829	176.615
Estoques	383.226	337.287
Impostos a recuperar	6.179	4.941
Outros créditos	23.336	20.145
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	683.883	562.662
NÃO CIRCULANTE		
Depósitos judiciais	3.669	3.205
Imposto de renda e contribuição social diferidos	7.017	5.020
Impostos a recuperar	3.028	3.287
Arrendamentos direito de uso	160.665	136.772
Imobilizado	102.083	83.288
Intangível	29.121	28.547
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	305.583	260.119
TOTAL DO ATIVO	989.466	822.781
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	87.905	73.773
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	43.050	35.666
Obrigações tributárias	24.541	18.949
Arrendamentos direito de uso a pagar	17.498	16.625
Dividendos e JSCP a pagar	24.019	17.110
Outras obrigações	18.974	14.568
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	215.987	176.691
NÃO CIRCULANTE		
Arrendamentos direito de uso a pagar	154.260	129.697
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	3.561	4.162
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	157.821	133.859
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital social	336.148	336.148
Ações em tesouraria	-39.157	-47.708
Reserva de capital	-22.826	-17.469
Reserva de incentivos fiscais	8.663	8.663
Reserva de lucros	282.009	178.712
Outros resultados abrangentes	1.871	1.872
Lucro do período	46.096	50.717
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	612.804	510.935
Participação de não controladores	2.854	1.296
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	615.658	512.231
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	989.466	822.781

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).

Medições não contábeis

Demonstração do Resultado do Exercício Ajustado - a Demonstração do Resultado Ajustado é uma medida não contábil que apresenta o desempenho financeiro da Companhia excluindo os efeitos da adoção do IFRS 16 / CPC 06(R2) e de itens não recorrentes (receitas ou despesas que, por sua natureza, não fazem parte da operação usual do negócio). Esta demonstração visa proporcionar uma visão normalizada da rentabilidade, facilitando a análise da performance operacional ano a ano, eliminando distorções causadas por eventos pontuais ou mudanças em normas contábeis que não impactam o caixa operacional da mesma forma. A Demonstração do Resultado Ajustado não substitui a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) elaborada em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil e pode ser calculada de forma distinta por outras empresas.



RESULTS 2026

Track & Field



Video conference
August 13 (Thursday)
8am USA-EST | 9am Brasília

Click here to access the
video conference

Operational Highlights

Sell-out reached R\$ 493.4 million in 2Q26, a growth of +20.7% vs. 2Q25, with an advance of **+15.9% in same store sales (SSS)**. **Renovated stores** continued to show superior performance, with a **37.2% year-over-year growth**, while **digitally captured** sales accounted for **9.4% of the Company's total sell-out**.

The endless aisle continued to expand its reach and relevance in the Company's omnichannel strategy, with its sales **corresponding to 13.9% of digitally captured sell-out**.

We opened 1 company-owned store and 6 franchises in the period, ending the quarter with **448 stores** in the network. Additionally, **8 franchises and 1 company-owned store were renovated**.

With over 1.4 million users (+35.9% YoY), the TFSports platform continues to grow, holding **over a thousand events in the quarter** (+33.7% YoY) and gathering 162.5 thousand registered participants (+34.4%). Furthermore, we have 8.3 thousand registered trainers on the platform.

Evolution of the TFSports app, consolidating event and class **registrations** into a single platform, along with the **offering of Track&Field products, TFC Food & Market** items, and a selection of **tfmall** products.

In the first half of 2026, **tfmall's GMV showed a growth of 87.3% YoY**, accompanied by a higher volume of items sold.

TFC Food & Market sales grew 34.8% vs. 2Q25, with an advance of **+17.6% in SSS**. The number of **customers served increased by 29.2%**, reflecting the brand's strong acceptance in the food and supplementation market.

The **Net Promoter Score (NPS) reached 83 points in 2Q26**, reinforcing the Company's commitment to sustaining accelerated growth combined with excellence in customer experience and service quality.

Financial Highlights

Consolidated net revenue reached R\$ 279.7 million in 2Q26, a growth of **+15.5% vs. 2Q25** (R\$ 242.1 million), **driven by the strong performance of the franchise business**, which was reflected in the 24.2% YoY growth in royalty revenues and 21.5% in merchandise sales to franchises (sell-in).

Gross profit for the quarter totaled R\$ 158.6 million (+14.4% vs. 2Q25) with a gross margin of 56.7% (-0.6 p.p. YoY), reflecting a **temporal effect on the channel mix**, with a **higher share of sell-in in the total revenue**.

Adjusted operating expenses represented 33.3% of net revenue in 2Q26, diluting 0.6 p.p. YoY, **highlighted by General & Administrative Expenses, which diluted 1.6 p.p. in the period**.

Consolidated adjusted EBITDA totaled R\$ 65.6 million in 2Q26, a **15.9% YoY** growth, with **EBITDA margin reaching 23.5%**. In **1H26**, accumulated EBITDA was **R\$ 127.2 million, +14.3% YoY**, with a **24.0% margin** (-0.5 p.p. YoY).

It is worth highlighting the **robust operating cash generation**, which totaled **R\$ 47.8 million** in the period, a **96.2% YoY growth**. We ended the period with R\$ 144.6 million in Net Cash Equivalents¹, representing a **51.6% YoY expansion**.

Consolidated adjusted net income reached R\$ 44.3 million in 2Q26, a growth of **+8.2% YoY**, with a net margin of 15.8% (-1.1 p.p. vs. 2Q25). **In the semester, net income was R\$ 85.8 million**, an advance of +7.3% YoY and a margin of 16.2% (-1.4 p.p. YoY).

¹Net Cash Equivalents: Net cash + Credit card receivables.

MESSAGE FROM MANAGEMENT

We ended the second quarter of 2026 maintaining a consistent growth trajectory, supported by the disciplined execution of our strategy and the continuous strengthening of the Track&Field ecosystem. Throughout the period, we continued to expand our value proposition through the integration of products, services, and experiences, reinforcing our commitment to encouraging an active and healthy lifestyle.

The quarter was driven by the excellent reception of the winter collection, favored by the onset of lower temperatures, in addition to the strong performance of key seasonal dates, such as Mother's Day and Valentine's Day. These factors contributed to the sales evolution and reinforced the brand's connection with its consumers.

As a result, sell-out reached R\$ 493.4 million in the quarter (+20.7%), while consolidated net revenue advanced 15.5% to R\$ 279.7 million. Adjusted EBITDA reached R\$ 65.6 million (+15.9%), preserving the margin at 23.5%, and adjusted net income totaled R\$ 44.3 million (+8.2%).

In addition to the evolution of financial results, we continued to advance strategic initiatives that strengthen our ecosystem and expand our long-term growth capacity. We continued the modernization of the franchise network, evolved our omnichannel operation, and expanded the functionalities of the TFSports app, which now integrates, in a single environment, event and class registrations, Track&Field products, TFC Food & Market items, and a selection of tfmall products.

TFSports maintained its expansion trajectory, ending the quarter with over 1.4 million users (+35.9% YoY). In the period, 1,282 events were held, gathering over 162.5 thousand registered participants, consolidating the platform as an important relationship channel between the brand and its community.

Beyond Track&Field products, the integration of tfmall and TFC Food & Market into the app represents an important advance in the consolidation of our digital ecosystem. At tfmall, we continued to expand a carefully selected portfolio of brands aligned with the wellness universe, ending June with 36 active brands, 19 more than in the same period of the previous year. The portfolio expansion, combined with the maturation of the operation, drove an 87.3% growth in the year-to-date GMV.

TFC Food & Market, in turn, maintained its evolutionary trajectory, recording a 34.8% advance in sales, a 17.6% growth in same-store sales, and a 29.2% increase in the number of customers served. These advances highlight the consolidation of the operation and the expansion potential of the value proposition in the healthy food and supplementation segment.

(CONTINUED)

MESSAGE FROM MANAGEMENT

The expansion and modernization of the network remained among the Company's main strategic priorities throughout the first half of the year. In the second quarter, we opened six franchises and one company-owned store, ending June with 448 stores, comprising 390 franchises and 58 company-owned units, of which 14 are outlets.

In parallel, we continued to advance the revitalization of our existing base, modernizing eight franchises and one company-owned store during the period. The results of this strategy continue to be evidenced by the performance of the revitalized stores, which showed a 36.0% YoY growth in company-owned units and 37.8% YoY in franchises, both above the network average.

At the end of the quarter, 17 stores in the network already featured TFC Food & Market operations, in addition to the unit located at the Company's headquarters, totaling 18 active operations. We remain confident in the execution of the modernization plan, with the expectation that approximately 70% of the base will be operating under the new standard by the end of 2026.

We also continued to advance our presence in Portugal, a market where we continue to develop our operation in a gradual and disciplined manner. In the second half of the year, we will open two additional franchises in Lisbon, bringing the number of stores in the country to five. The new units will be located in strategic areas of the city—one integrated into a gym and the other in the Chiado neighborhood—reinforcing our confidence in the brand's potential and in our gradual approach to developing this operation.

We begin the second half of the year confident in the continuity of our strategy and the solidness of the Company's fundamentals. With disciplined execution, a focus on the consumer experience, and continuous investments in strengthening our ecosystem, we remain committed to the sustainable generation of value for our shareholders, franchisees, consumers, and other stakeholders.

Table | Summary of Indicators

São Paulo, August 12, 2026 – Track & Field CO S.A. (B3: TFCO4) announces its results for the second quarter of 2026 (2Q26) and the first six months of the year (1H26).

R\$ thousand, except when	2Q26	2Q25	Chg. %	1H26	1H25	Chg. %
Operational Indicators						
Total Sell Out'	493,424	408,950	20.7%	936,324	789,598	18.6%
Same Store Sales	15.9%	21.8%	-5.9 p.p.	14.1%	23.2%	-9.1 p.p.
Sales by E-commerce	46,384	40,136	15.6%	102,369	83,702	22.3%
Number of Stores	448	406	10.3%	448	406	10.3%
Company-operated	58	54	7.4%	58	54	7.4%
Franchises	390	352	10.8%	390	352	10.8%
Average Ticket (R\$)	466.44	438.76	6.3%	432.26	413.09	4.6%
Financial Results						
Net Revenue	279,718	242,091	15.5%	530,876	454,877	16.7%
Gross Profit	158,617	138,657	14.4%	308,800	268,475	15.0%
Gross Margin	56.7%	57.3%	-0.6 p.p.	58.2%	59.0%	-0.9 p.p.
EBITDA	68,254	58,298	17.1%	132,044	116,885	13.0%
EBITDA Margin	24.4%	24.1%	0.3 p.p.	24.9%	25.7%	-0.8 p.p.
Adjusted EBITDA²	65,597	56,577	15.9%	127,211	111,293	14.3%
Adjusted EBITDA Margin	23.5%	23.4%	0.1 p.p.	24.0%	24.5%	-0.5 p.p.
Net Income	37,121	33,989	9.2%	71,522	68,780	4.0%
Net Margin	13.3%	14.0%	-0.7 p.p.	13.5%	15.1%	-1.6 p.p.
Adjusted Net Income³	44,311	40,960	8.2%	85,785	79,982	7.3%
Adjusted Net Margin	15.8%	16.9%	-1.1 p.p.	16.2%	17.6%	-1.4 p.p.
Net Cash⁴	50,313	23,674	112.5%	50,313	23,674	112.5%
Net Cash Equivalents⁵	144,648	95,407	51.6%	144,648	95,407	51.6%

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

¹ Total Sell-out: Represents consumer sales across the Track&Field Group, regardless of the sales channel (physical or online) or store format (owned stores or franchises).

² Adjusted EBITDA: excludes the effects of IFRS 16 (impact from the exclusion of right-of-use asset depreciation expenses and lease expenses related to rents) and non-recurring expenses.

³ Adjusted Net Income: excludes the effects of IFRS 16 and non-recurring expenses.

⁴ Net Cash: Cash and cash equivalents less financial borrowings.

⁵ Net Cash Equivalents: Net cash plus credit card receivables.



Sell Out

Captured Sell out per Channel (R\$ thousand)	2Q26	2Q25	Chg. %	1H26	1H25	Chg. %
Franchises	305,899	248,235	23.2%	564,219	470,283	20.0%
Company-operated stores	141,141	120,579	17.1%	269,736	235,613	14.5%
E-commerce	46,384	40,136	15.6%	102,369	83,702	22.3%
Total Sell Out	493,424	408,950	20.7%	936,324	789,598	18.6%

Billed Sell out per channel (R\$ thousand)	2Q26	2Q25	Chg. %	1H26	1H25	Chg. %
Franchises	328,065	265,499	23.6%	608,197	504,999	20.4%
Company-operated stores	153,256	130,548	17.4%	297,072	259,072	14.7%
E-commerce ¹	12,103	12,903	-6.2%	31,055	25,527	21.7%
Total Sell Out	493,424	408,950	20.7%	936,324	789,598	18.6%

¹ Sell-out invoiced by e-commerce reflects the sales captured by the website and invoiced by our Distribution Center.

Sell-out totaled R\$ 493.4 million in the second quarter of 2026, an advance of 20.7% compared to 2Q25, reflecting the continuity of the Company's growth trajectory even against a stronger comparative base. This performance was accompanied by a 15.9% expansion in same-store sales (SSS).

The combination of strong consumer acceptance of the winter collection and more favorable weather conditions boosted demand throughout the quarter. Added to this was the strong performance recorded in the Mother's Day and Valentine's Day campaigns, reinforcing the brand's ability to capture seasonal opportunities and expand its relevance among consumers.

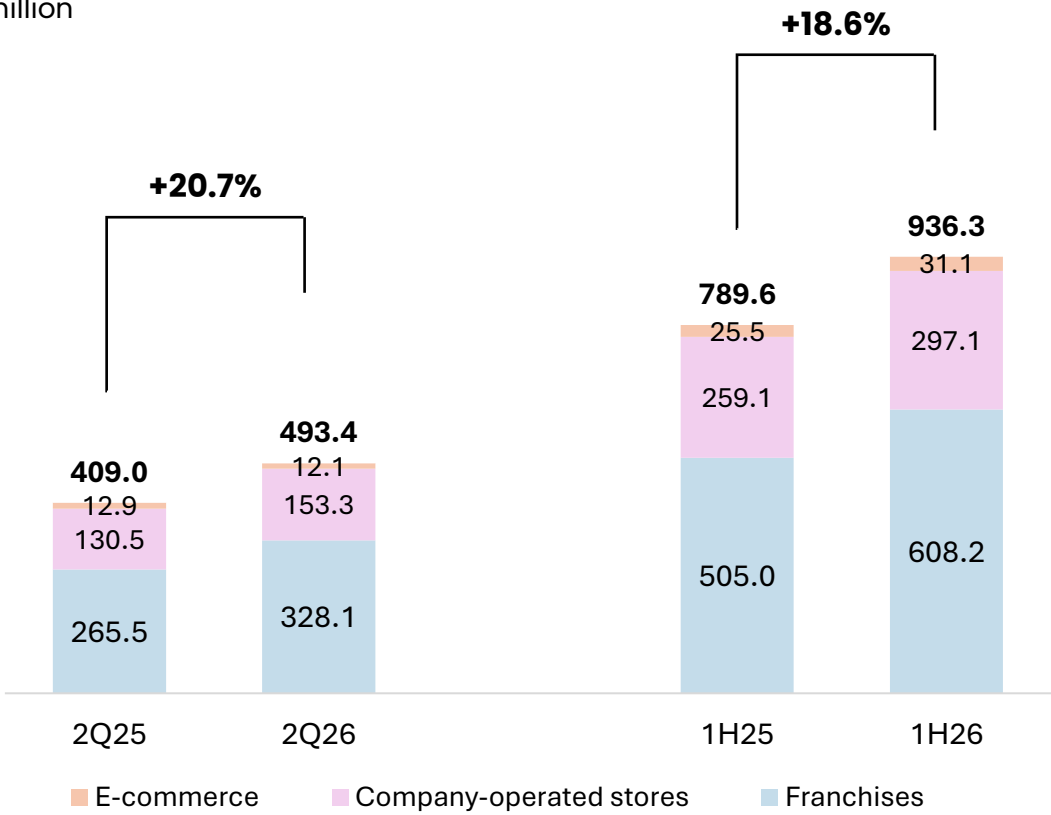
In addition to the favorable commercial environment, the renovated stores maintained a performance above the network average, with an evolution of 36.0% in company-owned units and 37.8% in franchises. The expansion of the Company's physical presence also supported this result, with 42 stores added in the last twelve months.

The main commercial indicators continued to demonstrate the solidity of the operation. The higher consumer traffic in stores, driven by the events calendar and the strengthening of branding and influencer initiatives, favored sales conversion. In this context, the number of tickets grew by 13.7%, while the volume of items sold advanced 13.4% compared to the same period of the previous year.

The digital operation maintained its expansion trajectory, with a 15.6% growth in sales captured by e-commerce, which accounted for 9.4% of the sell-out. In parallel, the Company continued to expand its omnichannel capacity through the Endless Aisle, strengthening the integration between sales channels, expanding product availability for customers, and increasing its relevance in the digital strategy.

Invoiced Sell-out

R\$ million



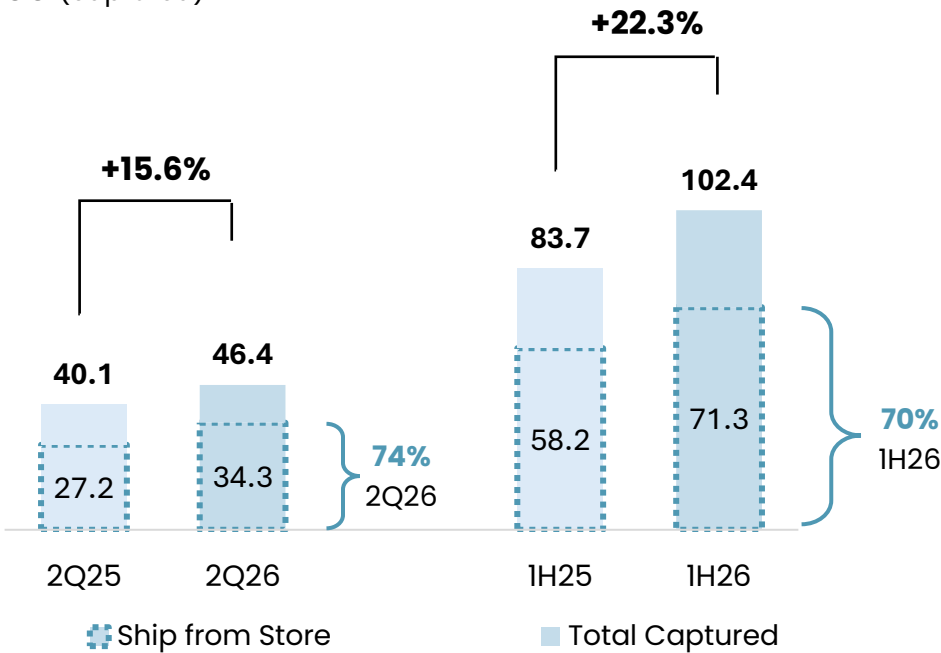
The omnichannel operation continued to gain relevance in the quarter, with the store network consolidating its role as one of the main pillars of the Company's digital strategy. The growing integration between physical and online channels expands product availability, reduces delivery times, and increases logistical efficiency, providing a more convenient shopping experience for consumers.

This evolution is reflected in the growing participation of stores in fulfilling digital sales. In the quarter, 74% of the volume sold by e-commerce was invoiced through ship-from-store, highlighting the importance of the network's reach to support the growth of the digital channel.

At the end of the period, 39 stores operated as national sellers, accounting for 44.5% of the digital sell-out, while 384 units acted as local sellers, representing 29.3% of online sales. The remaining 26.2% were fulfilled by the Company's distribution center, demonstrating the complementarity between the logistics infrastructure and the store network in executing the omnichannel strategy.

E-commerce (captured)

R\$ million





Net Revenue

Net Revenue (R\$ thousand)	2Q26	2Q25	Chg. %	1H26	1H25	Chg. %
Sales of Goods	87,532	72,042	21.5%	157,237	125,780	25.0%
Royalties	51,580	41,544	24.2%	94,464	79,559	18.7%
Retail (Own Chain)	126,609	111,210	13.8%	253,056	219,492	15.3%
Events/tfmall	11,114	13,586	-18.2%	22,232	25,531	-12.9%
Others	2,883	3,709	-22.3%	3,887	4,515	-13.9%
Total Net Revenue	279,718	242,091	15.5%	530,876	454,877	16.7%

Consolidated net revenue totaled R\$ 279.7 million in the second quarter of 2026, an advance of 15.5% compared to the same period of the previous year, reflecting the continued growth of the Company's main revenue lines.

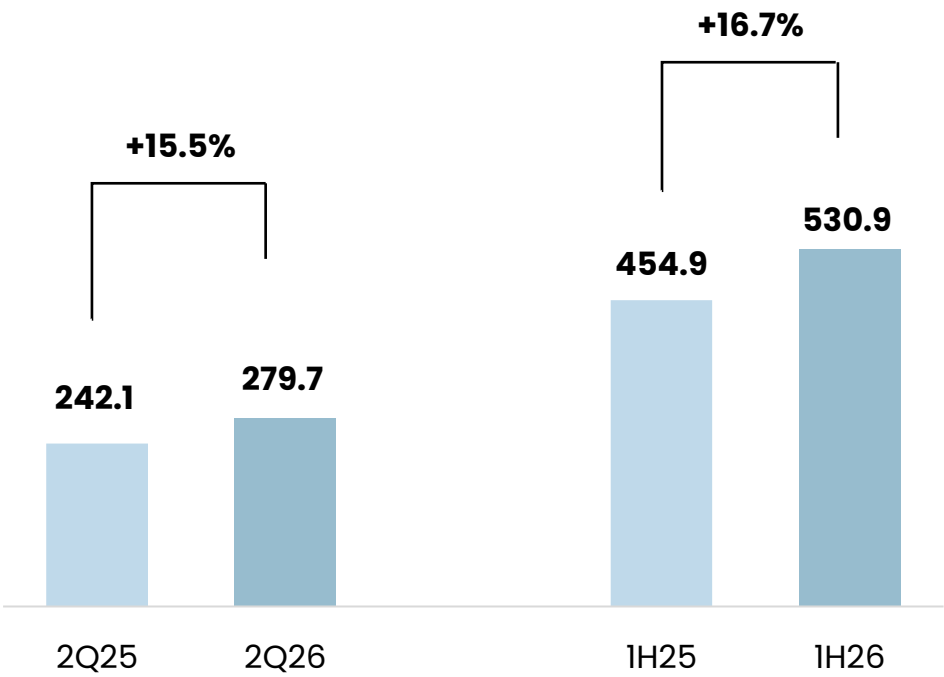
Merchandise sales to franchises reached R\$ 87.5 million, a 21.5% year-over-year growth, increasing their share of net revenue by 1.5 p.p. This performance was driven by the continued expansion of the network, the strong acceptance of the Winter collection by franchisees, and the increased supply to stores in preparation for the quarter's main commercial dates.

This movement reinforces the strategy of strengthening the franchise network and contributes to the expansion of the Company's recurring revenue. As mentioned in the previous quarter, the higher volume of merchandise allocated to franchises tends to translate into higher royalty generation in subsequent periods, as these products are sold to the end consumer.

In this context, royalty revenue reached R\$ 51.6 million, a 24.2% growth compared to 2Q25, increasing its share of net revenue by 1.2 p.p. This result reflects the solid sales performance of the franchises, benefiting from both the network expansion and the higher volume of products made available to the stores. Renovated franchises continued to show superior performance, with a 37.8% growth compared to the same period of the previous year.

Net Revenue

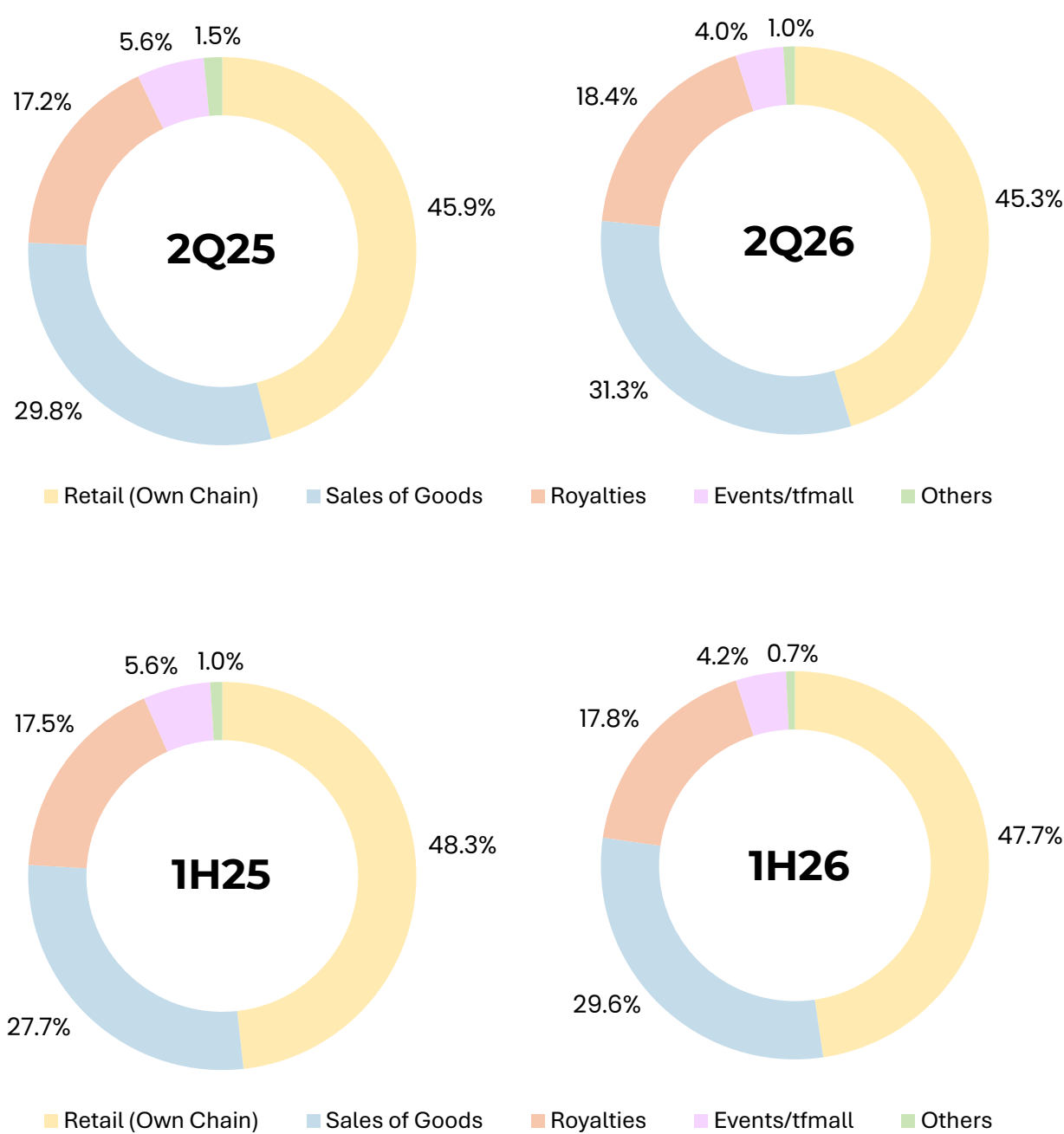
R\$ million



The retail channel (company-owned network) recorded a revenue of R\$ 126.6 million in the quarter, a 13.8% growth compared to 2Q25. Although it maintained a consistent expansion trajectory, its share of consolidated net revenue declined by 0.6 p.p., reflecting the higher growth of revenues from the franchise channel (sell-in) and royalties. The performance for the period was driven by the strong acceptance of the Winter collection, the good sales performance during the Mother's Day and Valentine's Day campaigns, and the higher productivity of the renovated stores, which showed a 36.0% growth compared to the same period of the previous year.

Finally, TFSports' net revenue — which includes events and tfmall — totaled R\$ 11.1 million, recording an 18.2% decrease compared to the same period of the previous year. This performance mainly reflects the mismatch of sponsorship revenues between the periods. It is worth noting that, on a comparable basis, we would have recorded a 13.8% YoY growth.

Net Revenue Breakdown (%)





Gross Profit

Gross Profit (R\$ thousand)	2Q26	2Q25	Chg. %	1H26	1H25	Chg. %
Gross Profit	158,617	138,657	14.4%	308,800	268,475	15.0%
Gross Margin	56.7%	57.3%	-0.6 p.p.	58.2%	59.0%	-0.9 p.p.

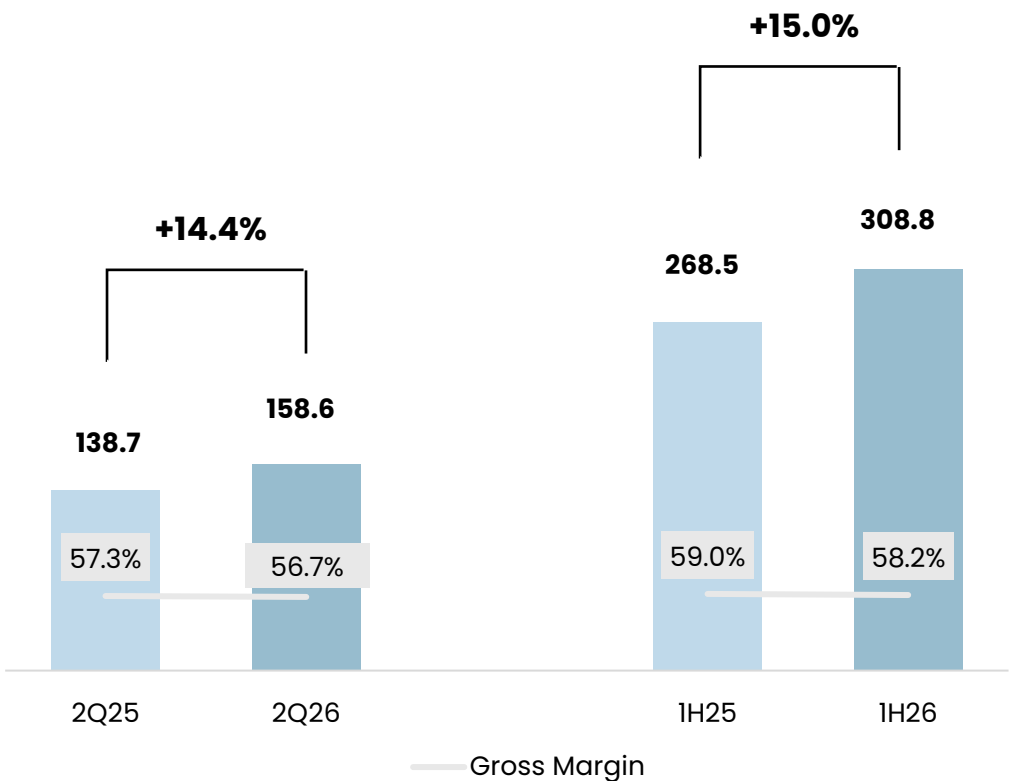
Gross profit totaled R\$ 158.6 million in the second quarter of 2026, a 14.4% growth compared to 2Q25. Gross margin reached 56.7%, a decrease of 0.6 p.p. year-over-year, primarily reflecting the shift in the revenue mix, with a higher share of merchandise sales to franchises (sell-in), a channel that presents a lower margin than royalty and company-owned retail revenues.

This effect stems from a more efficient collection transition, the strong acceptance of the Winter collection by franchisees, and the increased supply to the network for the quarter's main commercial dates, factors that increased the share of sell-in in net revenue (+1.5 p.p.).

In the same period, royalty revenue expanded its share by 1.2 p.p., while the company-owned retail channel reduced its representation by 0.6 p.p. Thus, although royalties gained share in the revenue composition, the lower share of company-owned retail, combined with the higher weight of sell-in, resulted in a slight reduction in the consolidated gross margin.

Gross Profit

R\$ million





Adjusted Operating Expenses

Adjusted Operating Expenses (R\$ thousand)	2Q26	2Q25	Chg. %	1H26	1H25	Chg. %
Sales	55,089	44,527	23.7%	105,958	85,707	23.6%
% With Sales over General NR	19.7%	18.4%	1.3 p.p.	20.0%	18.8%	1.2 p.p.
General and Administrative	38,728	37,173	4.2%	75,904	71,585	6.0%
% G&A over General NR	13.8%	15.4%	-1.6 p.p.	14.3%	15.7%	-1.4 p.p.
Operating Expenses	93,817	81,700	14.8%	181,862	157,292	15.6%
%Total Operating Expenses over General NR	33.5%	33.7%	-0.2 p.p.	34.3%	34.6%	-0.3 p.p.
Other Operating Revenues (Expenses)	-797	378	-311.0%	-273	-111	146.1%
Total Operating Expenses (Revenue) - wo/ depreciation	93,020	82,078	13.3%	181,589	157,181	15.5%
Total Operating Expenses (Revenue) over General NR	33.3%	33.9%	-0.6 p.p.	34.2%	34.6%	-0.3 p.p.
Depreciation	5,141	4,179	23.0%	9,815	7,748	26.7%
Total Operating Expenses (Revenue) - w/ depreciation	98,161	86,257	13.8%	191,404	164,929	16.1%
%Total Operating Expenses over General NR	35.1%	35.6%	-0.5 p.p.	36.1%	36.3%	-0.2 p.p.

Note: The reconciliation table for adjusted expenses can be found on page 24.

Adjusted operating expenses represented 33.3% of net revenue in 2Q26, a reduction of 0.6 p.p. compared to the 33.9% recorded in the same period of the previous year.

In selling expenses, the positive effect arising from the higher share of the franchise channel in the revenue composition was offset by investments in marketing, resulting in a 1.3 p.p. increase in the representation of this line over net revenue.

On the other hand, administrative expenses continued to show positive evolution, with a 1.6 p.p. reduction in relation to net revenue. This result reflects the efficiency gain in the quarter, driven especially by the cuts and reductions carried out at the end of 1Q26. It is worth noting that this improvement was achieved even while absorbing the costs of the second shift at the distribution center — an initiative implemented in 4Q25 to support demand growth. Excluding this investment, the dilution of administrative expenses would have been even more significant.

Thus, even with a higher allocation of resources aimed at strengthening the brand and expanding the operation, the Company maintained a stable level of adjusted operating expenses in relation to net revenue, reinforcing its operational efficiency and ability to capture economies of scale.

→

EBITDA

EBITDA (R\$ thousand and %)	2Q26	2Q25	Chg. %	1H26	1H25	Chg. %
Net Income	37,121	33,989	9.2%	71,522	68,780	4.0%
(+) Income Tax and CS (Social Contribution)	10,794	8,163	32.2%	19,795	16,008	23.7%
(+) Net Financial Result	9,856	6,945	41.9%	20,294	14,630	38.7%
(+) Depreciation and Amortization	10,483	9,201	13.9%	20,433	17,467	17.0%
EBITDA	68,254	58,298	17.1%	132,044	116,885	13.0%
EBITDA Margin	24.4%	24.1%	0.3 p.p.	24.9%	25.7%	-0.8 p.p.
(+) IFRS-16 Adjustment	-8,490	-7,483	13.5%	-16,914	-14,514	16.5%
(+) Non-Recurring Adjustments	5,833	5,762	1.2%	12,081	8,922	35.4%
Adjusted EBITDA	65,597	56,577	15.9%	127,211	111,293	14.3%
Adjusted EBITDA Margin	23.5%	23.4%	0.1 p.p.	24.0%	24.5%	-0.5 p.p.

Note: The table with the breakdown of Non-Recurring Items can be found on page 25.

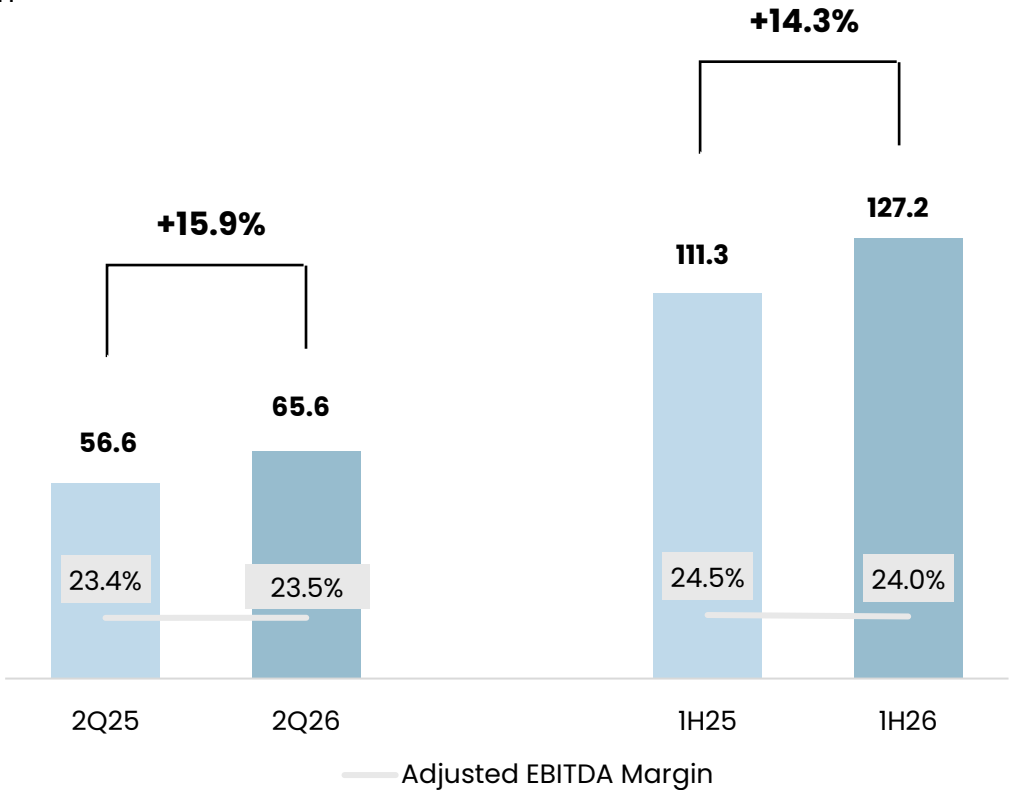
Excluding the effects of IFRS 16 and non-recurring expenses, consolidated adjusted EBITDA totaled R\$ 65.6 million in 2Q26, a 15.9% year-over-year growth. The adjusted EBITDA margin reached 23.5%, a gain of 0.1 p.p.

The dilution of operating expenses observed in the period (-0.6 p.p.) was fully offset by the 0.6 p.p. reduction in gross margin, resulting from the higher share of the sell-in channel in the revenue mix. Thus, the operating leverage gain was neutralized by the change in the channel mix in the quarter.

In the first half of the year, adjusted EBITDA totaled R\$ 127.2 million, a 14.3% growth compared to 1H25. The adjusted EBITDA margin was 24.0%, a decrease of 0.5 p.p. year-over-year.

Adjusted EBITDA

R\$ million





Financial Result

Financial Result (R\$ thousand)	2Q26	2Q25	Chg. %	1H26	1H25	Chg. %
Financial Revenues	1,510	942	60.3%	2,295	2,047	12.1%
Financial Expenses	-11,366	-7,887	44.1%	-22,589	-16,677	35.5%
IFRS-16 Interest	-5,504	-3,818	44.2%	-11,030	-8,207	34.4%
Other Financial Expenses	-5,862	-4,069	44.1%	-11,559	-8,470	36.5%
Financial Result	-9,856	-6,945	41.9%	-20,294	-14,630	38.7%
Net Effect of Adjustments	5,513	3,827	44.1%	11,046	8,224	34.3%
Adjusted Financial Result*	-4,343	-3,118	39.3%	-9,248	-6,406	44.4%

*The effects of the adjustments refer to interest on lease operations and non-recurring items.

In 2Q26, Net Financial Result totaled an expense of R\$ 9.9 million, compared to R\$ 6.9 million recorded in 2Q25. As a positive highlight in the composition of this result, our Financial Revenues presented a 60.3% growth in the period, reaching R\$ 1.5 million.

The increase in Financial Expenses is explained by two main fronts. The first refers to interest expenses on lease agreements (IFRS 16), which totaled R\$ 5.5 million, being a strictly accounting effect with no impact on free cash flow. The second front encompasses other financial expenses, which totaled R\$ 5.9 million, reflecting, especially, our strategic initiatives to support the franchise network to ensure the long-term sustainability of our ecosystem.

Thus, excluding the accounting effects of IFRS 16 and other non-recurring items, Adjusted Financial Result was negative at R\$ 4.3 million, representing a variation of R\$ 1.2 million compared to the same quarter of the previous year.

We ended another quarter reaffirming our solid financial health and rigorous capital allocation discipline, maintaining a robust balance sheet and preserving our net cash position with no debt.



Net Income

Net Income (R\$ thousand and %)	2Q26	2Q25	Chg. %	1H26	1H25	Chg. %
Net Income	37,121	33,989	9.2%	71,522	68,780	4.0%
Net Margin	13.3%	14.0%	-0.7 p.p.	13.5%	15.1%	-1.6 p.p.
(+) IFRS-16 Adjustment	1,984	1,421	39.6%	4,056	3,104	30.7%
(+) Non-Recurring Adjustments	5,206	5,550	-6.2%	10,207	8,098	26.0%
Adjusted Net Income	44,311	40,960	8.2%	85,785	79,982	7.3%
Adjusted Net Margin	15.8%	16.9%	-1.1 p.p.	16.2%	17.6%	-1.4 p.p.

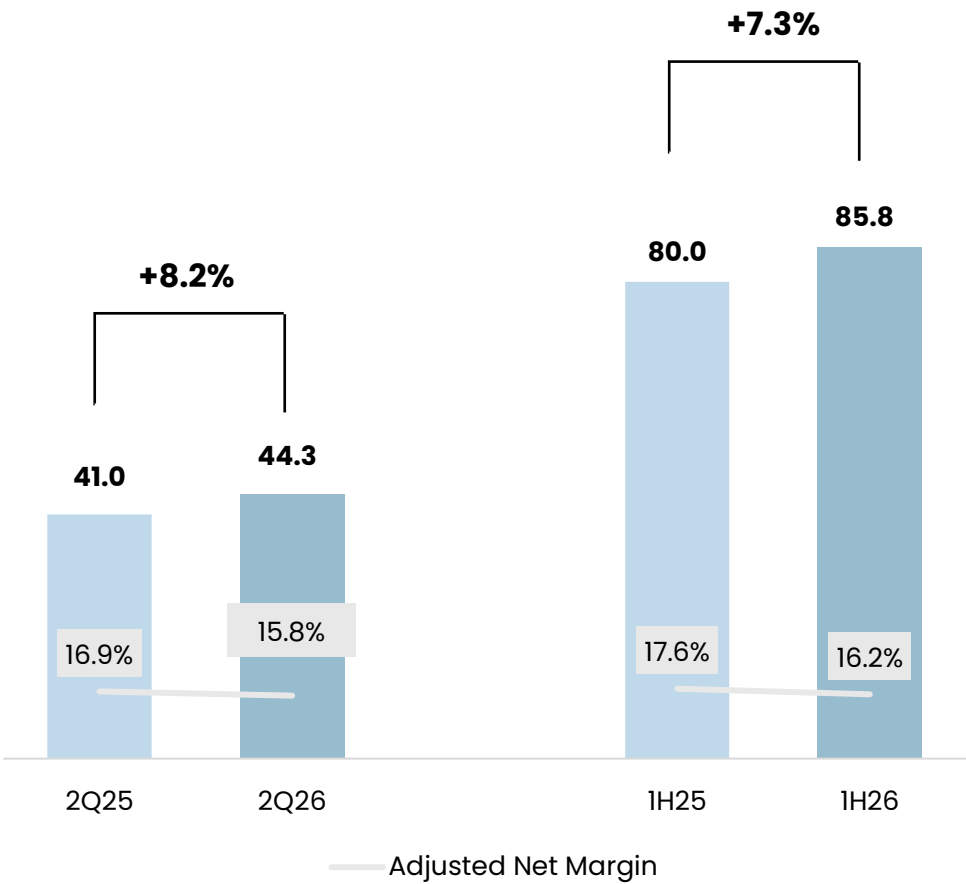
Note: The table with the breakdown of Non-Recurring Items can be found on page 25.

Excluding the effects of IFRS 16 and non-recurring expenses, consolidated adjusted net income reached R\$ 44.3 million in the second quarter of 2026, an 8.2% growth compared to the same period of the previous year. The adjusted net margin was 15.8%, a decrease of 1.1 p.p. year-over-year.

In the first half of the year, adjusted net income totaled R\$ 85.8 million, an advance of 7.3% compared to 1H25, with an adjusted net margin of 16.2%, 1.4 p.p. lower than that recorded in the same period of the previous year.

Adjusted Net Income

R\$ million





TFSports	2Q26	2Q25	Chg. %	1H26	1H25	Chg. %
Users on the App (thousand)	1,413.3	1,039.8	35.9%	1,413.3	1,039.8	35.9%
Events (Proprietary and Trainer-led)	1,282	959	33.7%	2,373	1,813	30.9%
Registration in Events (thousand)	162.5	120.9	34.4%	292.7	227.8	28.5%
Number of Trainers (thousand)	8.3	8.3	0.3%	8.3	8.3	0.3%

At the end of the quarter, TFSports surpassed the 1.4 million user mark, a 35.9% growth compared to the same period of the previous year, reinforcing the evolution of the Company's digital ecosystem. The platform's growth was accompanied by the expansion of the experience agenda: 1,282 events were held (+33.7% YoY), gathering 162.5 thousand registered participants (+34.4% YoY). The platform also ended the period with a base of over 8 thousand registered trainers, expanding the offer of classes and workouts and strengthening the brand's connection with its customers' wellness routines.

During the quarter, the Company took another step in the evolution of its digital ecosystem with the update of the TFSports app, which now integrates, into a single platform, event and class registrations, the purchase of Track & Field products, TFC Food & Market items, and selected products from tfmall. The initiative expands the integration among the Company's different verticals, providing a smoother experience for customers and strengthening the relationship with the brand throughout the entire consumer journey.

On the financial side, TFSports' impact on consolidated EBITDA corresponded to 3.8% of net revenue in 2Q26. Adjusting for the timing mismatch of sponsorship revenues, the impact on a comparable basis was 2.2%.

tfmall ended June with 36 active brands, 19 more than in the same period of 2025. The portfolio expansion maintained its focus on curating brands aligned with the Company's wellness positioning and contributed to the platform's evolution. Year-to-date, GMV grew 87.3%, accompanied by an increase in the volume of items sold, reflecting both the expansion of the brand base and the maturation of the operation.



Cash Flow

Cash Flow (R\$ thousand)	2Q26	2Q25	1H26	1H25
Net cash provided by (used in) operating activities	47.8	24.4	99.3	83.3
Net cash provided by (used in) investing activities	-14.9	-13.7	-25.6	-22.2
Net cash provided by (used in) financing activities	-46.2	-37.5	-58.6	-60.8
Increase / Reduction of Cash and Cash Equivalents	- 13.3	- 26.8	15.1	0.3
Cash Balance at the beginning of the period	63.6	50.4	35.3	23.4
Cash Balance at the end of the period	50.3	23.7	50.3	23.7

Operating cash flow reached R\$ 47.8 million in 2Q26, marking a significant leap of 96.2% year-over-year. This advance reflects the Company's solid sales performance, combined with a greater strategic balance among operating channels. Additionally, the optimization of supply dynamics and purchasing composition brought positive structural impacts to working capital. As a result of this efficient management, a favorable evolution in the financial cycle was observed during the quarter, driven by the extension of average supplier payment terms and a reduction in the inventory balance compared to the beginning of the quarter.

Investments for the quarter consumed R\$ 14.9 million in cash, a 9.4% increase compared to 2Q25. This allocation reflects the continuation of our strategy to expand and modernize the physical store network, encompassing both the renovations and openings carried out during the period, as well as preparations for future units. Alongside physical expansion, we maintained investments in the continuous enhancement of the TFSports platform, reinforcing the technological pillar of our ecosystem.

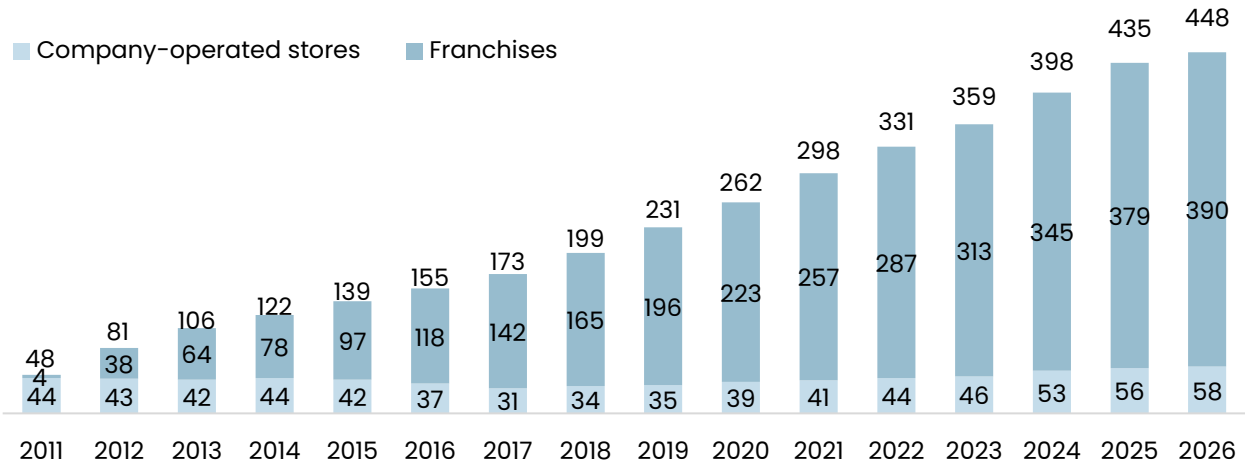
Financing cash flow recorded a 23.3% higher cash consumption when compared to 2Q25. This variation stems fundamentally from the increase in the distribution of Interest on Equity, highlighting the Company's strong financial performance.

Our financial position at the close of the quarter showed net cash of R\$ 50.3 million and total liquidity of R\$ 144.6 million—considering credit card receivables (+51.6% YoY).

We continue to maintain a zero-debt structure, ensuring the ongoing pace of physical network expansion and the continuous strengthening of TFSports. This dynamic confirms the Company's strength in financing its own expansion and innovation initiatives.

EXPANSION

NUMBER OF STORES



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

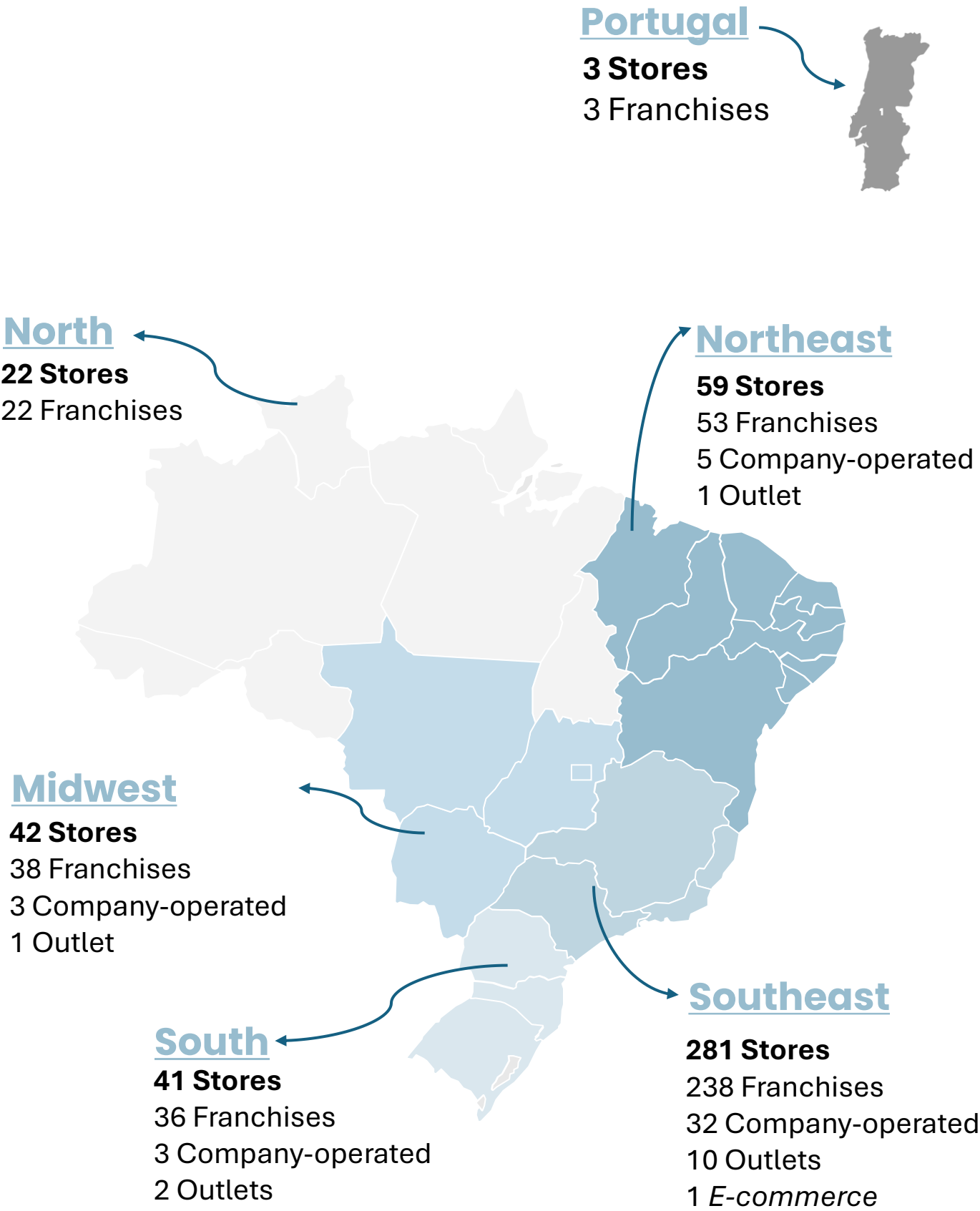
The physical network continued to advance in the quarter, combining the expansion of the brand's presence with the modernization of the existing base. During the period, 6 new franchises and one company-owned store were opened, ending June with 448 stores, comprising 390 franchises and 58 company-owned stores, including 14 outlets.

In addition to the expansion, the Company maintained the pace of evolution of its installed store base, with the revitalization of 8 franchise units and one company-owned unit in the quarter. Currently, 17 stores in the network operate with TFC, in addition to the unit located at the Company's headquarters, totalizing 18 active operations.

Network modernization remains one of the Company's strategic priorities, with the expectation that, by the end of 2026, approximately 70% of the store base will be operating under the new store concept.



STORES FOOTPRINT



ANNEXES

Track & Field



Adjusted Income Statement
(Excluding IFRS 16 and Non-Recurring Effects)

R\$ thousand	2Q26	2Q25	1H26	1S25
NET REVENUE FROM SALES OF GOODS AND SERVICES PROVIDED	279,718	242,091	530,876	454,877
Cost of Goods Sold and Services Provided	-121,101	-103,434	-222,076	-186,402
GROSS PROFIT	158,617	138,657	308,800	268,475
<i>Gross Margin</i>	56.7%	57.3%	58.2%	59.0%
Operating Expenses	-98,958	-85,879	-191,677	-165,040
Selling Expenses	-57,672	-46,312	-111,032	-89,122
General and Administrative	-41,286	-39,567	-80,645	-75,918
<i>% Total Operating Expenses over General NR</i>	35.4%	35.5%	36.1%	36.3%
Other Operating Expenses (Revenues), Net	797	-378	273	111
Total Operating Expenses (Revenues)	-98,161	-86,257	-191,404	-164,929
<i>% Total Operating Expenses (Revenues) over General NR</i>	35.1%	35.6%	36.1%	36.3%
Adjusted EBITDA	65,597	56,577	127,211	111,293
<i>Adjusted EBITDA Margin</i>	23.5%	23.4%	24.0%	24.5%
Depreciation and Amortization	-5,141	-4,179	-9,815	-7,748
EARNINGS BEFORE FINANCIAL RESULT	60,456	52,398	117,396	103,545
ADJUSTED FINANCIAL RESULT	-4,343	-3,118	-9,248	-6,406
Financial Revenues	1,511	942	2,295	2,047
Financial Expenses	-5,854	-4,060	-11,543	-8,453
OPERATING INCOME BEFORE IR AND CS	56,113	49,280	108,148	97,139
INCOME TAX AND CS (SOCIAL CONTRIBUTION)	-11,802	-8,320	-22,363	-17,157
ADJUSTED NET INCOME	44,311	40,960	85,785	79,982
<i>Adjusted net margin</i>	15.8%	16.9%	16.2%	17.6%

Note: The tables with the breakdown of Non-Recurring Items can be found on pages 24 and 25.

Income Statement

R\$ thousand	2Q26	2Q25	1H26	1H25
NET REVENUE FROM SALES OF GOODS AND SERVICES PROVIDED	279,718	242,091	530,876	454,877
Cost of Goods Sold and Services Provided	-121,101	-103,434	-222,076	-186,402
GROSS PROFIT	158,617	138,657	308,800	268,475
<i>Gross Margin</i>	56.7%	57.3%	58.2%	59.0%
Operating Expenses	-101,643	-89,180	-197,463	-169,167
Selling Expenses	-55,998	-44,780	-107,305	-86,428
General and Administrative	-45,645	-44,400	-90,157	-82,739
<i>% Total Operating Expenses over General NR</i>	36.3%	36.8%	37.2%	37.2%
Other Operating Expenses (Revenues), Net	797	-380	273	110
Total Operating Expenses (Revenues)	-100,846	-89,560	-197,190	-169,057
<i>% Total Operating Expenses (Revenues) over General NR</i>	36.1%	37.0%	37.1%	37.2%
EBITDA	68,254	58,298	132,044	116,885
<i>EBITDA Margin</i>	24.4%	24.1%	24.9%	25.7%
Depreciation and Amortization	-10,483	-9,201	-20,433	-17,467
EARNINGS BEFORE FINANCIAL RESULT	57,771	49,097	111,611	99,418
FINANCIAL RESULT	-9,856	-6,945	-20,294	-14,630
Financial Revenues	1,510	942	2,295	2,047
Financial Expenses	-11,366	-7,887	-22,589	-16,677
OPERATING INCOME BEFORE IR AND CS	47,915	42,152	91,317	84,788
INCOME TAX AND CS (SOCIAL CONTRIBUTION)	-10,794	-8,163	-19,795	-16,008
NET INCOME	37,121	33,989	71,522	68,780
<i>Net Margin</i>	13.3%	14.0%	13.5%	15.1%

IFRS 16 Impacts

The mandatory adoption of the IFRS 16 accounting standard in January 2019 brought significant changes to the accounting of Brazilian companies, including Track & Field. Thus, to better understand the effect of IFRS 16 on our financial statements, we detail below the impact on the main lines of the Balance Sheet and Income Statement (DRE).

Items included in Balance Sheet by IFRS-16	Including IFRS 16 Effect	Excluding IFRS 16 Effect	Difference
(R\$ thousand)	(A)	(B)	(A-B)
Assets - Rights of Use	160,665		160,665
Liabilities - Leases Payable	171,758		171,758

2Q26	Including IFRS 16 Effect	Excluding IFRS 16 Effect	Difference
Items affected by IFRS-16			
(R\$ thousand)	(A)	(B)	(A-B)
Operating Expenses (excl, Depreciation and Amortization)	- 90,363	- 98,853	8,490
Depreciation and Amortization Expenses	- 10,483	- 5,140	- 5,343
Financial Result	- 9,856	- 4,352	- 5,504
IRPJ/CSLL	- 10,794	- 11,167	373
Net Income	37,121	39,105	- 1,984
EBITDA	68,254	59,764	8,490

1H26	Including IFRS 16 Effect	Excluding IFRS 16 Effect	Difference
Items affected by IFRS-16			
(R\$ thousand)	(A)	(B)	(A-B)
Operating Expenses (ex Depreciation and Amortization)	- 176,757	- 193,671	16,914
Depreciation and Amortization Expenses	- 20,433	- 9,814	- 10,619
Financial Result	- 20,294	- 9,264	- 11,030
IRPJ/CSLL	- 19,795	- 20,474	678
Net Income	71,522	75,578	- 4,056
EBITDA	132,044	115,130	16,914

Non-Recurring Adjustments

Adjusted Total Operating Expenses	2Q26	2Q25	1H26	1H25
Total Operating Expenses (Revenue) - wo/ depreciation	90,363	80,359	176,756	151,590
(+) IFRS-16 Adjustment	8,490	7,483	16,914	14,514
Selling expenses	6,139	5,726	12,274	11,072
Administrative expenses	2,351	1,757	4,640	3,442
(+) Non-Recurring Adjustments	-5,833	-5,762	-12,081	-8,922
Selling expenses	-389	-209	-420	-666
Reversal of renovated rental - pop-ups	-222	-129	-222	-341
Non-recurring consultancies	-61	-80	-92	-80
Other non-recurring expenses	-106	0	-106	-245
Administrative expenses	-5,444	-5,553	-11,661	-8,257
Variable compensation True-up 2025	0	0	-3,281	0
Stock option plan/non-cash	-3,933	-4,640	-5,798	-5,985
Non-recurring consultancies	-837	-913	-1,530	-1,822
Extemporaneous fiscal effects	0	0	0	-450
Other non-recurring expenses	-674	0	-1,052	0
Total Adjusted Operating Expenses (Revenue) - wo/ depreciation	93,020	82,079	181,589	157,181

Non-Recurring Adjustments

Adjusted EBITDA Reconciliation (R\$ thousand)	2Q26	2Q25	1H26	1H25
EBITDA	68,254	58,298	132,044	116,885
(+) IFRS-16 Adjustment	-8,490	-7,483	-16,914	-14,514
(+) Non-Recurring Adjustments	5,833	5,762	12,081	8,922
Variable compensation True-up 2025	0	0	3,281	0
Terminations	780	0	1,158	245
Non-recurring consultancies	898	993	1,622	1,901
Extemporaneous fiscal effects	0	0	0	450
Reversal of renovated rental - pop-ups	222	129	222	341
Stock option plan/non-cash	3,933	4,640	5,798	5,985
Adjusted EBITDA	65,597	56,577	127,211	111,293

Adjusted Net Income Reconciliation (R\$ thousand)	2Q26	2Q25	1H26	1H25
Net Income	37,121	33,989	71,522	68,780
(+) IFRS-16 Adjustment	2,357	1,356	4,734	3,411
(+) Non-Recurring Adjustments	4,833	5,614	9,529	7,791
Variable compensation True-up 2025	0	0	3,281	0
IRPJ/CSLL on adjustments	-1,008	-156	-2,569	-1,148
Non-recurring consultancies	898	993	1,622	1,901
Extemporaneous fiscal effects	8	9	17	467
Reversal of renovated rental - pop-ups	222	129	222	341
Stock option plan/non-cash	3,933	4,640	5,798	5,985
Other non-recurring expenses	780	0	1,158	245
Adjusted Net Income	44,311	40,960	85,785	79,982

Cash Flow

(R\$ thousand)	2Q26	2Q25	1H26	1H25
CASH FLOW OF OPERATING ACTIVITIES				
Net profit for the period	37,121	33,989	71,522	68,780
Adjustments to reconcile net income for the period with the net cash generated by operating activities:				
Depreciation and amortization	11,125	9,884	21,650	18,655
Current and deferred income and social contribution taxes	10,794	8,163	19,795	16,008
Allowance for projected inventory losses	811	617	1,264	1,127
Provision (reversal) for civil, labor and tax risks	-663	-133	-614	-319
Credit losses on accounts receivable	184	164	375	243
LTI Provision	3,963	2,251	5,930	3,596
Expected credit loss	15	44	-127	-102
Write-off of property, plant and equipment items	0	43	13	43
Recognition (losses) of tax credits	-89	0	-132	0
Interest on right-of-use leases	5,503	3,818	11,029	8,207
Active monetary adjustment	-198	-509	-401	-740
Variation in operating assets and liabilities:				
Accounts receivable	429	-3,084	65,545	64,908
Inventories	168	-9,416	-47,554	-49,018
Recoverable taxes	513	1,956	510	1,297
Escrow deposits	-82	310	-92	742
Other receivables	-2,282	-11,478	-7,040	-16,431
Suppliers	9,852	-122	1,392	-6,034
Labor and social security liabilities	-14,650	2,597	-10,445	1,260
Taxes payable	-5,196	-3,436	-19,639	-15,921
Leases payable	-276	-231	-2,506	-1,737
Other payables	-29	-2,751	10,127	4,937
Cash generated by operating activities	57,013	32,676	120,602	99,501
Income tax and social contribution paid	-9,176	-8,300	-21,347	-16,159
Net cash generated by operating activities	47,837	24,376	99,255	83,342
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES				
Sale of property, plant and equipment	5	11	5	11
Purchase of property and equipment and intangible assets	-14,952	-13,678	-25,641	-22,257
Net cash generated by (used in) investing activities	-14,947	-13,667	-25,636	-22,246
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES				
Dividends paid	-1,535	-4,179	-1,535	-4,179
Interest on capital paid	-36,251	-24,736	-37,483	-25,545
Principal payments on lease liabilities	-2,925	-3,714	-6,808	-6,548
Interest payments on lease liabilities	-5,503	-3,818	-11,029	-8,207
Share buyback	0	-1,027	-1,705	-16,349
Net cash used in financing activities	-46,214	-37,474	-58,560	-60,828
EXCHANGE DIFFERENCES ON CASH AND CASH EQUIVALENTS OF FOREIGN SUBSIDIARY				
	-	- 1	- 1	- 4
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	- 13,324	- 26,766	15,058	264
Opening balance of cash and cash equivalents	63,637	50,440	35,255	23,410
Closing balance of cash and cash equivalents	50,313	23,674	50,313	23,674

Balance Sheet

(R\$ thousand)	06/30/2026	06/30/2025
ASSET		
CURRENT		
Cash and cash equivalents	50,313	23,674
Trade receivables	220,829	176,615
Inventories	383,226	337,287
Recoverable taxes	6,179	4,941
Other receivables	23,336	20,145
TOTAL CURRENT ASSETS	683,883	562,662
NON-CURRENT		
Escrow deposits	3,669	3,205
Deferred income tax and social contribution	7,017	5,020
Recoverable taxes	3,028	3,287
Right of use leases	160,665	136,772
Fixed Assets	102,083	83,288
Intangible	29,121	28,547
TOTAL NON- CURRENT ASSETS	305,583	260,119
TOTAL ASSETS	989,466	822,781
LIABILITIES & SHAREHOLDERS' EQUITY		
CURRENT LIABILITIES		
Suppliers	87,905	73,773
Payroll and related taxes	43,050	35,666
Taxes payable	24,541	18,949
Right-of-use leases payable	17,498	16,625
Dividends and interest on capital payable	24,019	17,110
Other payables	18,974	14,568
TOTAL CURRENT LIABILITIES	215,987	176,691
NON-CURRENT		
Right-of-use leases payable	154,260	129,697
Provision for civil, labor and tax risks	3,561	4,162
TOTAL NON-CURRENT LIABILITIES	157,821	133,859
SHAREHOLDERS' EQUITY		
Share capital	336,148	336,148
Treasury shares	-39,157	-47,708
Capital Reserve	-22,826	-17,469
Tax incentive reserve	8,663	8,663
Earnings reserve	282,009	178,712
Other comprehensive income	1,871	1,872
Net income (loss) for the period	46,096	50,717
TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	612,804	510,935
Non-controlling interest	2,854	1,296
TOTAL SHAREHOLDERS' EQUITY	615,658	512,231
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	989,466	822,781

Non-Accounting Measures

****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 minus net financial result. This indicator is a non-GAAP measure prepared by the Company in accordance with CVM Instruction No. 527/12. EBITDA is used to present the Company's operational cash generation, but it is not a measure of profitability, as it does not consider certain expenses arising from the business, such as taxes, financial income and expenses, depreciation and amortization. Furthermore, this indicator does not represent cash flows for the periods presented. The EBITDA Margin is calculated by dividing EBITDA (as per the calculation mentioned above) by Net Revenue from sales of goods and services rendered.

****Adjusted EBITDA**** – Adjusted EBITDA is EBITDA excluding the effect of the adoption of IFRS 16 / CPC 06(R2)—which came into effect in the accounting treatment of Lease Operations starting in 2019—and non-recurring expenses. Additionally, the adjusted EBITDA margin is calculated by dividing Adjusted EBITDA by Net Revenue from sales of goods and services rendered.

Adjusted EBITDA and adjusted EBITDA margin are not performance measures 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 way to evaluate its operating financial performance, as it is a non-GAAP performance measure that eliminates non-recurring effects from the result. Thus, it excludes effects that are not part of the business routine and were one-off impacts on the result.

****Adjusted Net Income**** – Adjusted Net Income is the net income excluding the effect of the adoption of IFRS 16 / CPC 06(R2) and non-recurring expenses.

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

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

****Net Cash**** – Net Cash is the sum of short- and long-term loans recorded in Current Liabilities and Non-Current Liabilities subtracted from the sum of Cash and cash equivalents present in the Company's Current Assets. This indicator is a non-GAAP measure prepared by the Company. Net Cash is not a measure of profitability in accordance with accounting practices in Brazil and does not represent cash flows for the periods presented.

****Total Sell-Out**** – Total Sell-Out represents retail sales to the end consumer by the Track & Field Group, regardless of the sales channel (physical/online or company-owned store/franchise).

Non-Accounting Measures

Adjusted Income Statement – The Adjusted Income Statement is a non-GAAP measure that presents the Company's financial performance excluding the effects of the adoption of IFRS 16 / CPC 06(R2) and non-recurring items (revenues or expenses that, by their nature, are not part of the usual operation of the business). This statement aims to provide a normalized view of profitability, facilitating the analysis of year-over-year operational performance by eliminating distortions caused by one-off events or changes in accounting standards that do not impact operational cash flow in the same way. The Adjusted Income Statement does not replace the Income Statement (DRE) prepared in accordance with accounting practices adopted in Brazil and may be calculated differently by other companies.

