

Track & Field

Resultados

1T25



DISCLAIMER

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



Track & Field

Mensagem da Administração



DESTAQUES DO TRIMESTRE

Sell Out

**R\$380,6
milhões**

+33,7% **+24,8%**
vs. 1T24 em SSS
+48,1%
em reformadas

Receita
Líquida
Consolidada

**R\$212,8
milhões**

+31,2%
vs. 1T24

EBITDA
Ajustado
Consolidado

**R\$54,7
milhões**

+47,9% **25,7%**
vs. 1T24 Margem
(+2,9 p.p.)

Lucro Líq.
Ajustado
Consolidado

**R\$39,0
milhões**

+37,6% **18,3%**
vs. 1T24 Margem
(+0,8 p.p.)

Dívida Zero

Equivalentes de
caixa de
R\$138,4 milhões
em 31/03/2025

Geração de caixa
operacional de
R\$59,0 milhões

+27,1%
vs. 1T24

Expansão

4 novas lojas
no trimestre,
totalizando...
402
lojas na rede

7 reformas
(1 própria e 6
franquias)



Track & Field
Resultados
1T25





Inauguração de 4 lojas no 1T25, sendo todas franquias

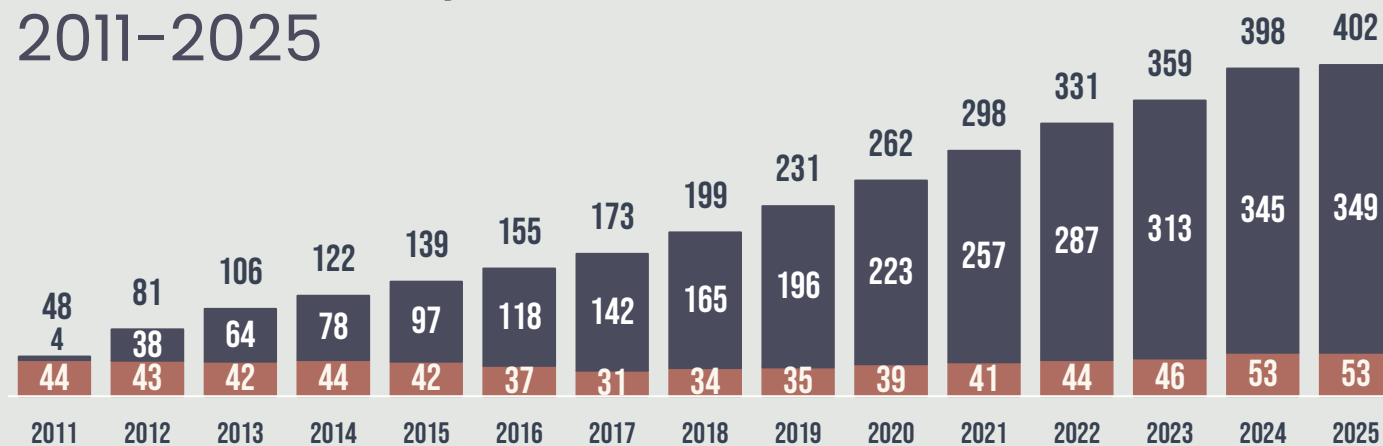
+41 lojas em relação ao 1T24

Realizamos a reforma de 7 lojas durante o trimestre, sendo 6 franquias e 1 loja própria

Ao final do trimestre, 47% das lojas da rede adotavam o novo layout, e esperamos que aproximadamente 60% da nossa rede esteja no novo conceito até o final de 2025

Número de lojas 2011-2025

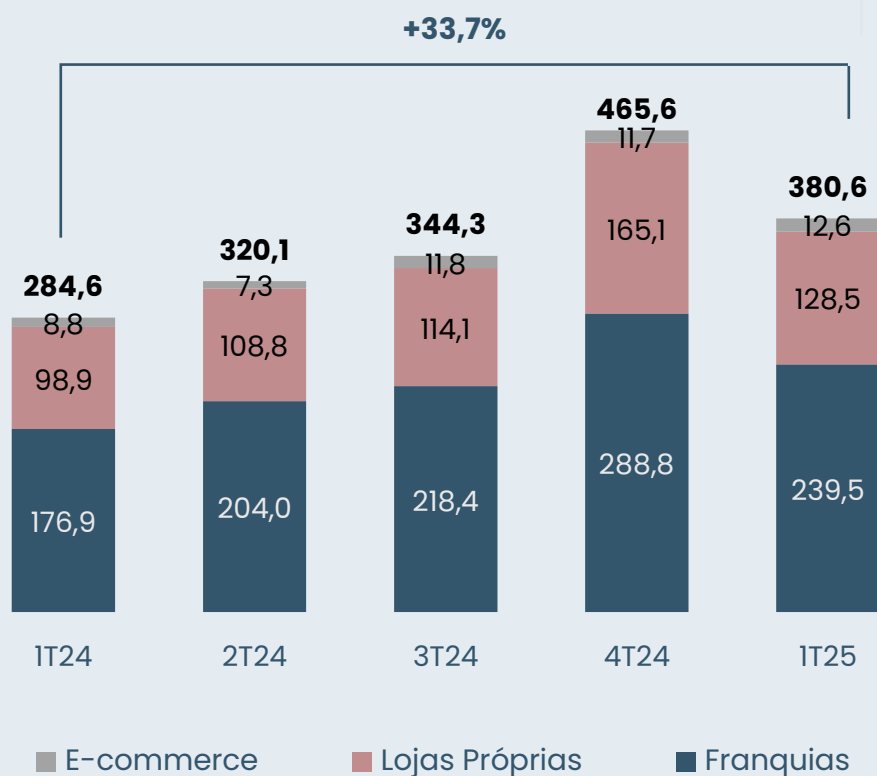
Lojas próprias Franquias



Nota: E-commerce considerado como 01 loja própria.

Sell Out

R\$380,6 milhões no 1T25



Sell out e same store sales apresentando crescimentos recordes¹ YoY: **R\$380,6 milhões no 1T25, +33,7% em relação ao 1T24, e +24,8% em SSS.** Destaque para lojas reformadas crescendo **48,1% YoY.**

Desempenho expansão/reformadas: Foram adicionadas 41 novas lojas nos últimos 12 meses, e as unidades reformadas apresentaram crescimento nas vendas de 40,5% nas lojas próprias e de 54,4% nas franquias.

Desempenho do trimestre impulsionado pelas **vendas durante a sale de verão**, por uma **rede melhor abastecida**, pela **ótima aceitação por parte dos clientes da nova coleção de inverno**, lançada em março, e pelo **maior fluxo de clientes nas lojas físicas**, estimulado pela **organização dos eventos**.

E-commerce: Crescimento de 38,0% vs. 1T24, com participação de 11,4% no *sell out* total do período.

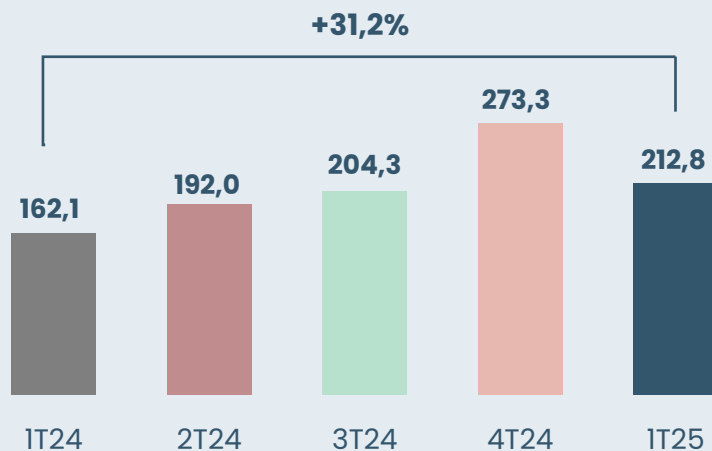
Omnicanalidade: 329 lojas conectadas à vitrine infinita, representando 9,8% do *sell out* digital (+1,2 p.p. YoY). Finalizamos o trimestre com 393 lojas conectadas com o nosso *e-commerce* (98% do número de lojas), sendo 34 lojas atuando como *sellers* nacionais, e ainda 71,0% das vendas digitais geradas através da modalidade *ship from store*.

Social Selling: Crescimento de 32,2% YoY, representando 37,0% das vendas do trimestre.

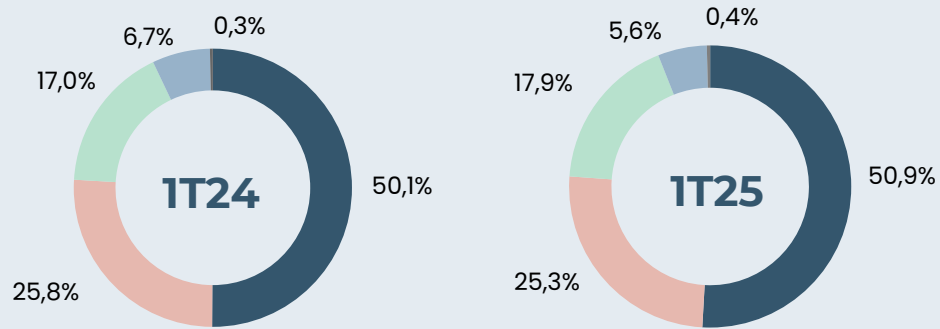
¹ Excluindo o impacto da pandemia.

Receita Líquida

R\$212,8 milhões no 1T25



Composição Receita Líquida



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

Receita líquida de R\$212,8 milhões no trimestre, +31,2% vs. 1T24, como resultado do forte crescimento do *sell out*.

Destaques:

(i) Varejo (rede própria): +33,4% YoY, impulsionado por expansão de lojas, forte desempenho das unidades reformadas (+40,5%), desempenho positivo durante a *sale* e aumento no fluxo de clientes (eventos).

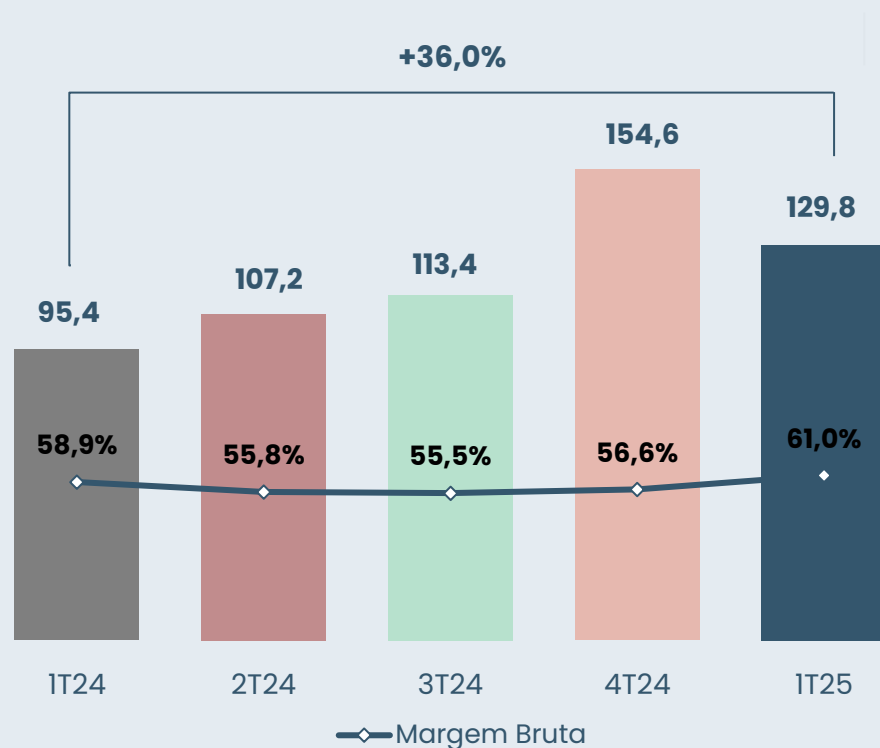
(ii) Royalties: +37,9% YoY, com forte desempenho das franquias, refletindo a expansão da rede, desempenho das franquias reformadas (+54,4%) e melhor nível de abastecimento.

(iii) Mercadoria para Franquias (*Sell in*): +28,3% YoY, refletindo abertura de 36 novas unidades e novas estratégias de abastecimento.

Ganho de canais com maior margem, como **varejo próprio (+0,8 p.p.)** e **royalties (+0,9 p.p.)**, e **queda de 0,6 p.p. na participação do canal de mercadoria para franquias**, refletindo uma rede melhor abastecida no início do ano (vs. 1T24).

Lucro Bruto

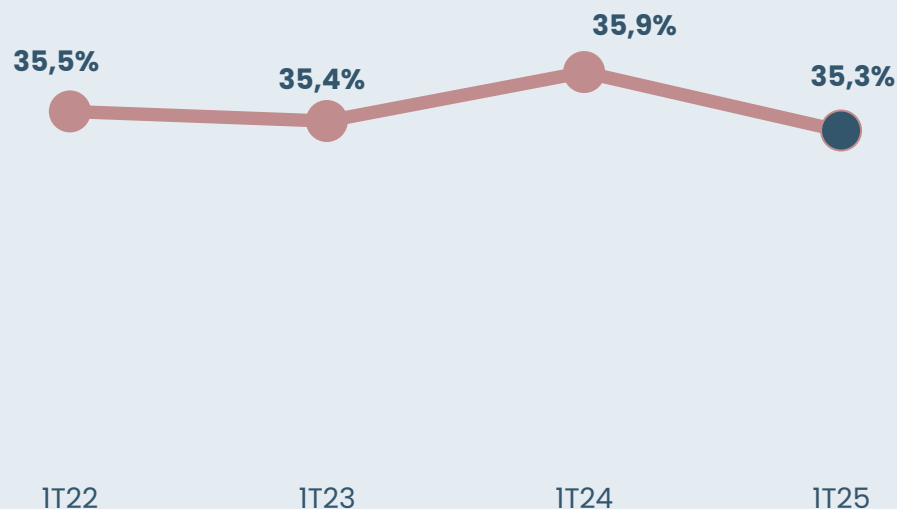
R\$129,8 milhões no 1T25



Lucro Bruto de R\$129,8 milhões no trimestre (+36,0% vs. 1T24), e margem bruta atingindo 61,0%, ganho de 2,1 p.p. YoY, impulsionado por **melhores margens na maior parte dos canais** (melhor *mark up*, maior representatividade de vendas *full price* e negociações com fornecedores) e um **mix de canais mais favorável**, com redução da participação do *sell in* em favor de negócios com margens mais elevadas, como *royalties* e varejo próprio.

Despesas Operacionais

35,3% das vendas líquidas no 1T25

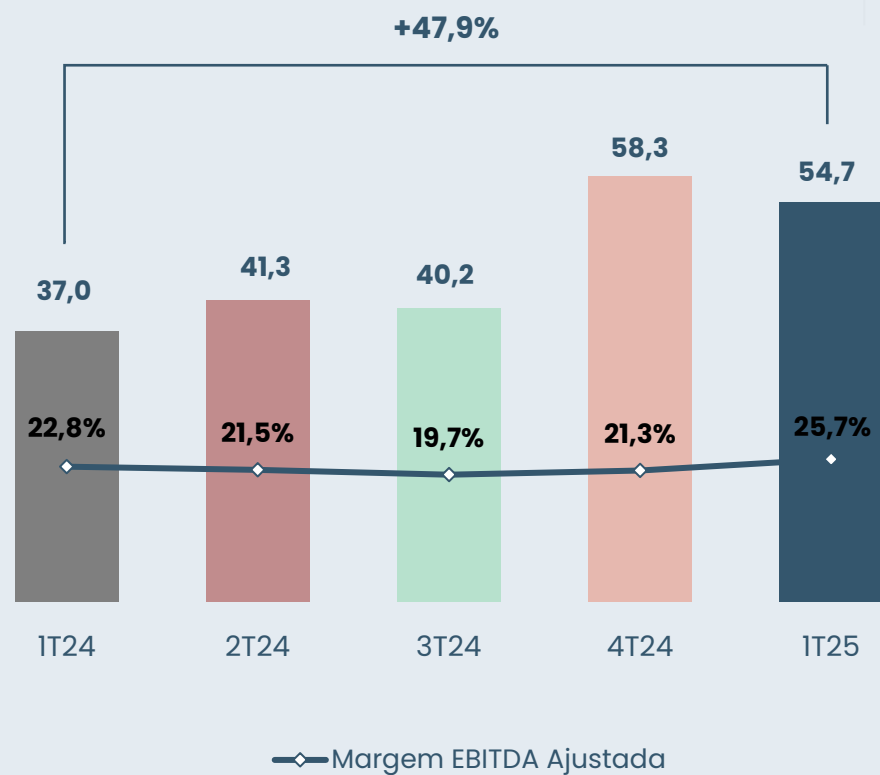


Despesas Operacionais Ajustadas: 35,3% das vendas líquidas no 1T25, **redução de 0,6 p.p.** em relação aos 35,9% registrados no 1T24, evidenciando a capacidade da Companhia em **diluir seus custos operacionais** com o crescimento da receita, **gestão consistente de despesas** aliada à iniciativas de negociações e processos de concorrência, **mesmo diante de todos investimentos em TFSports**.

- **Despesas com Vendas: 19,4% das vendas líquidas** do período, permanecendo **estável** em relação ao 1T24. O aumento de despesas com marketing, decorrente dos investimentos em **mídia de performance** e das iniciativas relacionadas aos **eventos** – consistente com os trimestres anteriores, porém em um patamar superior ao registrado no 1T24 –, neutralizou a maior diluição de custo com varejo próprio diante da maior representatividade do negócio de franquias na receita líquida.
- **Despesas Administrativas: 16,2% das vendas líquidas**, diluição de 0,6 p.p. na comparação anual, resultado do desempenho sólido nas vendas, estruturas mais comparáveis e da maior eficiência na diluição de custos fixos.

EBITDA

R\$54,7 milhões no 1T25

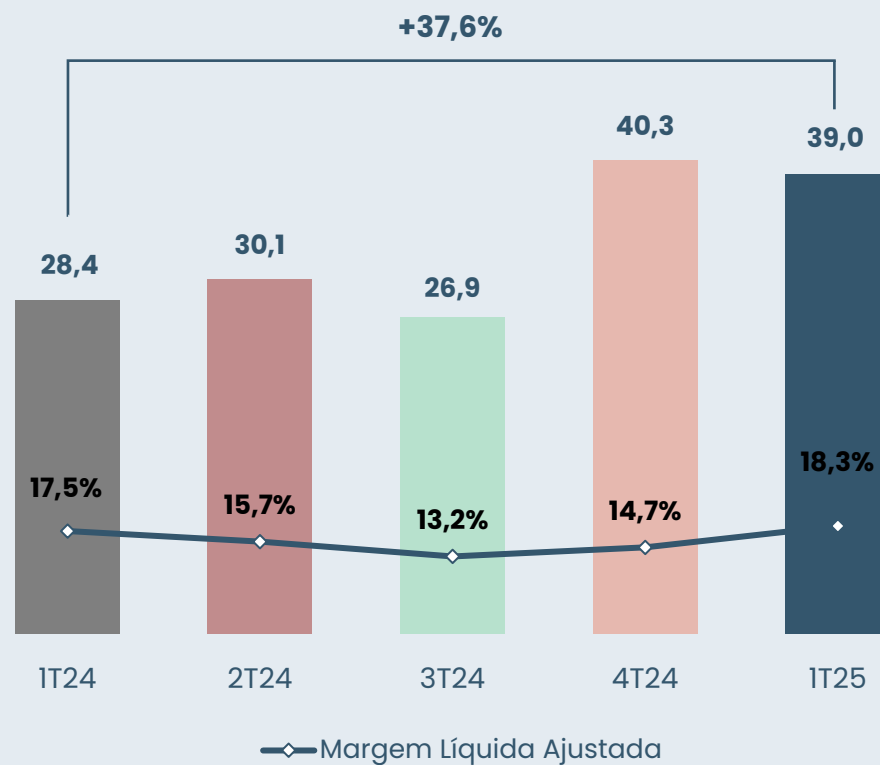


EBITDA ajustado consolidado **alcançou R\$54,7 milhões (+47,9% YoY)**, com **margem de 25,7%**, um **avanço de 2,9 p.p. YoY**, impulsionada pelo **ganho de 2,1 p.p. na margem bruta** — reflexo de melhores margens na maior parte dos canais (melhor *mark up*, maior representatividade de vendas *full price* e negociações com fornecedores) e do efeito mix, com maior peso de canais de maior rentabilidade como *royalties* e varejo (rede própria) - aliado à **alavancagem operacional apresentada no trimestre** (-0,6 p.p.).

Os impactos de TFSports (-R\$ 4,6 milhões no 1T25 vs. -R\$ 135,0 mil no 1T24) refletindo o descasamento de patrocínios e a aceleração de eventos, em especial o Experience.

Lucro Líquido

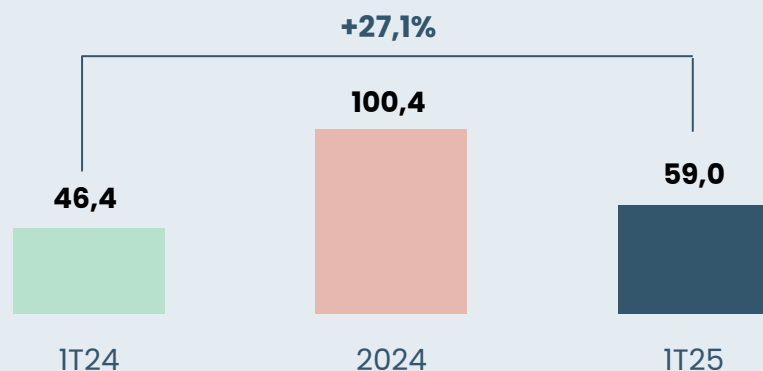
R\$39,0 milhões no 1T25



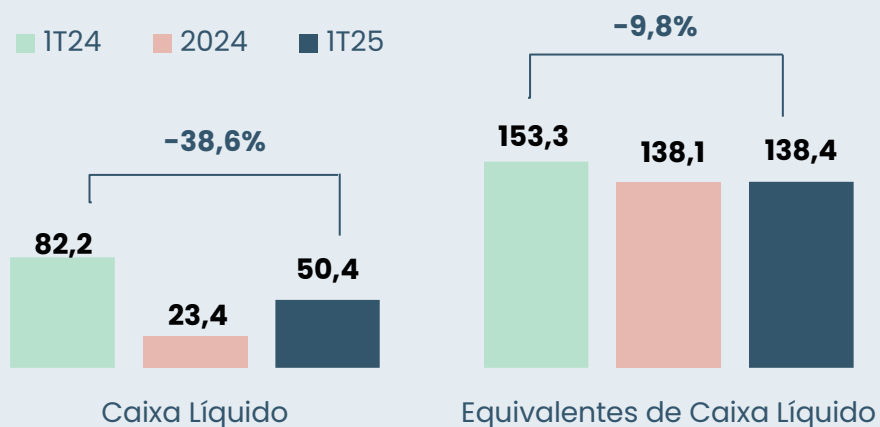
Lucro Líquido Ajustado atingiu R\$39,0 milhões **(+37,6% YoY)** e **margem líquida de 18,3% (+0,8 p.p. YoY)**, sustentada pelo sólido desempenho do *core business*.

Posição de Caixa

Geração de Caixa Operacional



Posição de Caixa e Equivalentes



Encerramos o período com uma **geração de caixa líquido operacional de R\$59,0 milhões**, representando um **aumento de 27,1% YoY**.

A Companhia fechou o período **com saldo líquido de caixa de R\$50,4 milhões e equivalentes de caixa** (incluindo recebíveis de cartões de crédito) **de R\$138,4 milhões**. Vale destacar que a **redução** da posição de caixa observada em relação ao mesmo período do ano anterior **reflete**: (i) as **recompras** de ações realizadas pela Companhia, (ii) as **inaugurações** e **reformas** de lojas e (iii) o desenvolvimento do **aplicativo** da TFSports.

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

 tf sports



955 mil
usuários
em 31/03/25

+48,2%
YoY

8,3 mil
Treinadores
cadastrados
em 31/03/25

+24,8%
YoY

854
eventos realizados
pela **TFSports**¹ no 1T25

+12,5%
vs. 1T24

106,9 mil
inscritos em eventos
da plataforma no
1T25

+57,4%
vs. 1T24

R\$14,8
milhões
Receita líquida² no
1T25

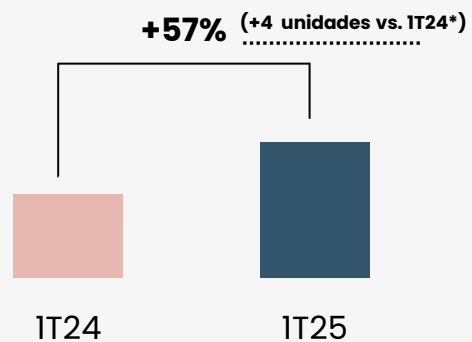
+35,6%
vs. 1T24

DESTAQUES DO PERÍODO

¹ Considerando eventos proprietários e de trainers.

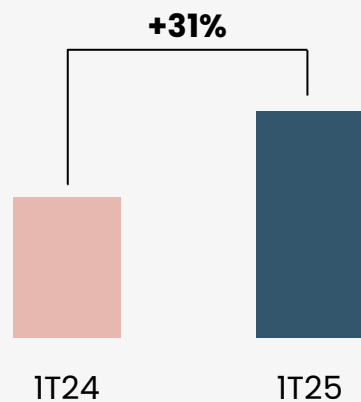
² Receita Líquida de TFSports não considera os efeitos de eliminação *intercompany*.

Vendas TFC

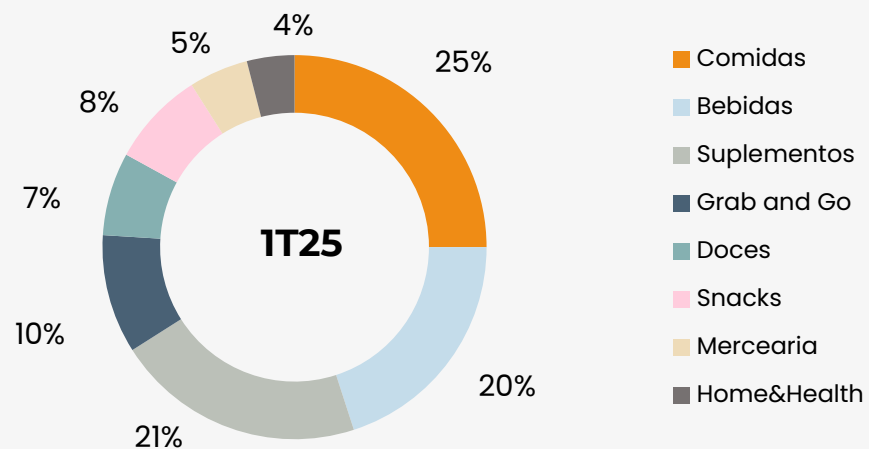


*Fechamos o 1T25 com 13 unidades do TFC vs. 9 unidades no 1T24.

Clientes Atendidos



Venda por Categoria



A person wearing a maroon hooded jacket and matching pants is running outdoors. The person is captured in profile, moving from left to right. The background is a blurred urban setting with buildings and greenery. The jacket has a visible seam across the back and a small logo on the lower left side.

Track & Field
Contato RI

ri@tf.com.br
www.tfco.com.br/ri

Track & Field

1Q25

Results



DISCLAIMER

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



Track & Field

Management Comments



QUARTER HIGHLIGHTS

Sell Out

**R\$380.6
million**

+33.7% **+24.8%**
vs. 1Q24 SSS

+48.1%
In renovated stores

Consolidated
Net Revenue

**R\$212.8
million**

+31.2%
vs. 1Q24

Consolidated
Adj. EBITDA

**R\$54.7
million**

+47.9% **25.7%**
vs. 1Q24 Margin
(+ 2.9 p.p.)

Consolidated
Adj. Net Profit

**R\$39.0
million**

+37.6% **18.3%**
vs. 1Q24 Margin
(+ 0.8 p.p.)

Net Debt

Cash equivalents
of **R\$138.4 million**
as of 03/31/2025

Operating cash
generation of
R\$59.0 million

+27.1%
vs. 1Q24

Expansion

4 new stores
In the quarter,
totaling...

**402
stores in
network**
7 renovations
(1 own and 6
franchises)



Track & Field
1Q25
Results



EXPANSION



Opening of 4 new stores in 1Q25, all franchises

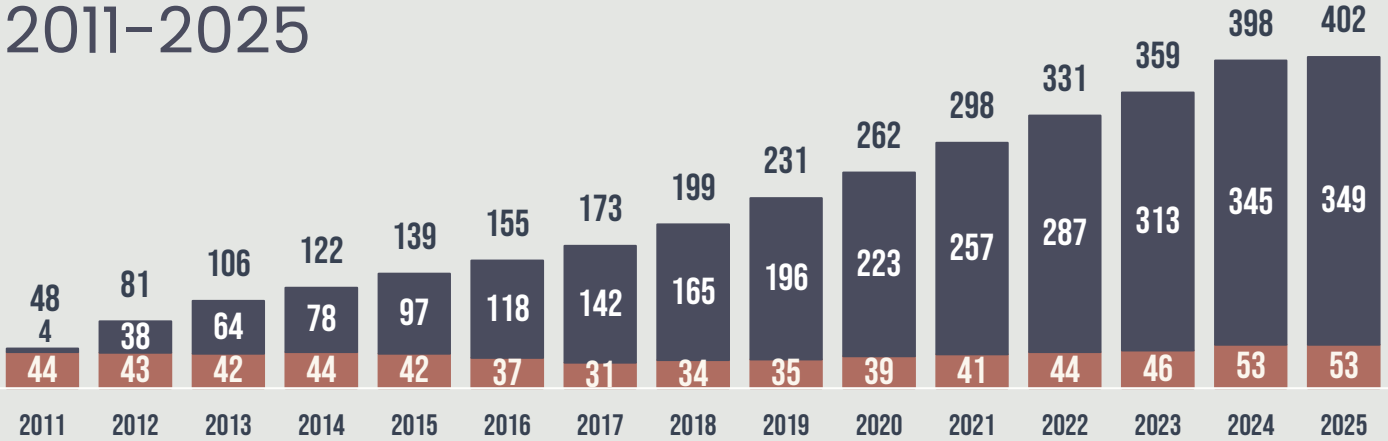
+41 stores compared to 1Q24

We renovated 7 stores during the quarter, including 6 franchises and 1 company-operated store

By the end of the year, 47% of our stores had adopted the new layout, and we expect approximately 60% of our network to be in the new concept by the end of 2025.

Number of stores 2011-2025

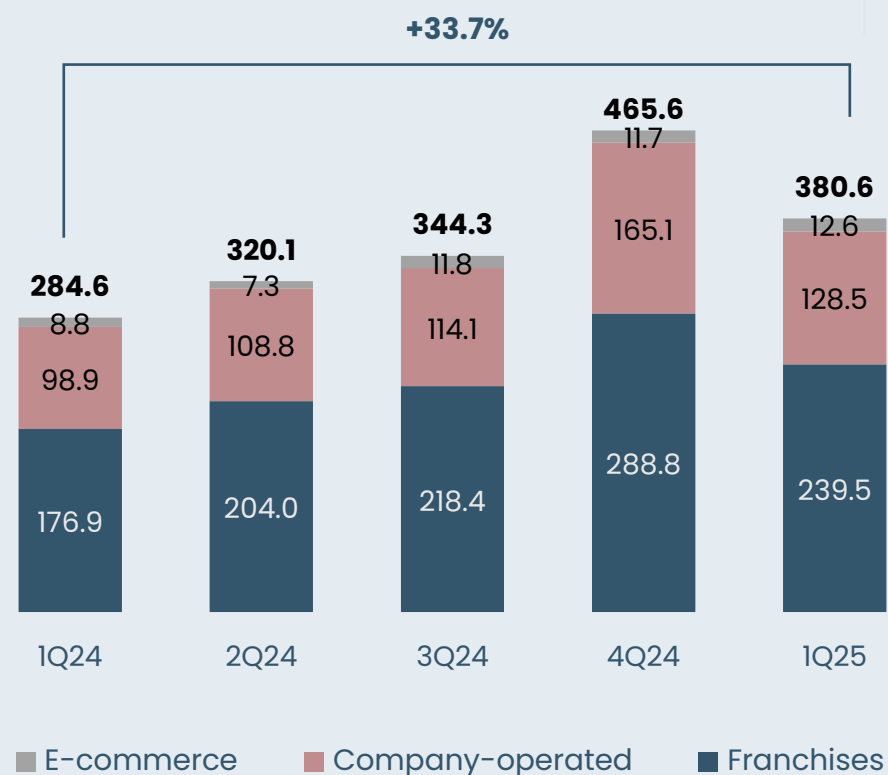
Company-Operated Stores Franchises



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

Sell Out

R\$380.6 million in 1Q25



Sell out and same store sales showing record growth¹ YoY: R\$380.6 million in 1Q25, +33.7% compared to 1Q24, and +24.8% in SSS. Highlights include renovated stores, up 48.1% YoY.

Expansion/renovated performance: 41 new stores were opened in the last 12 months, and renovated stores showed sales growth of 40.5% in company-operated stores and 54.4% in franchises.

This quarter's performance was driven by **sales during the summer discount**, a **better stocked network**, **great customer acceptance of the new winter collection**, launched in March, and a **greater flow of customers in physical stores**, stimulated by **the events organized**.

E-commerce: Growth of 38.0% vs. 1Q24, with a share of 11.4% in the total sell out for the period.

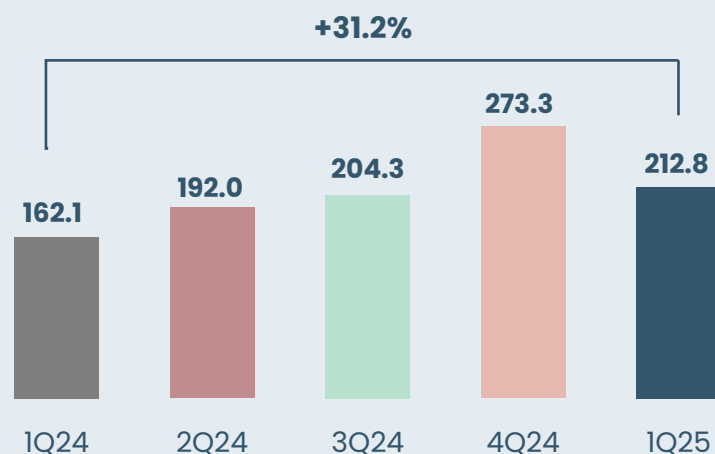
Omnichannel: 329 stores connected to the infinite storefront, representing 9.8% of digital sell-out (+1.2 p.p. YoY). We ended the quarter with 393 stores connected to our e-commerce (98% of the number of stores), with 34 stores acting as national sellers, and 71.0% of digital sales generated through the ship from store modality.

Social Selling: Growth of 32.2% YoY, representing 37.0% of sales for the quarter.

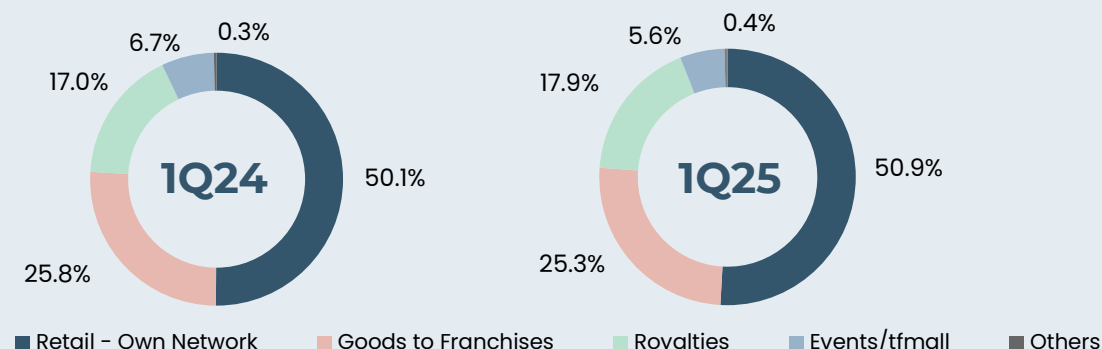
¹ Excluding the impacts of pandemic

Net Revenue

R\$212.8 million in 1Q25



Net Revenue Breakdown



Net revenue of R\$212.8 million in the quarter, +31.2% vs. 1Q24, as a result of strong growth in sell-out.

Highlights:

(i) Retail (own network): +33.4% YoY, driven by store expansion, strong performance of renovated stores (+40.5%), positive performance during summer sale and increase in customer flow (events).

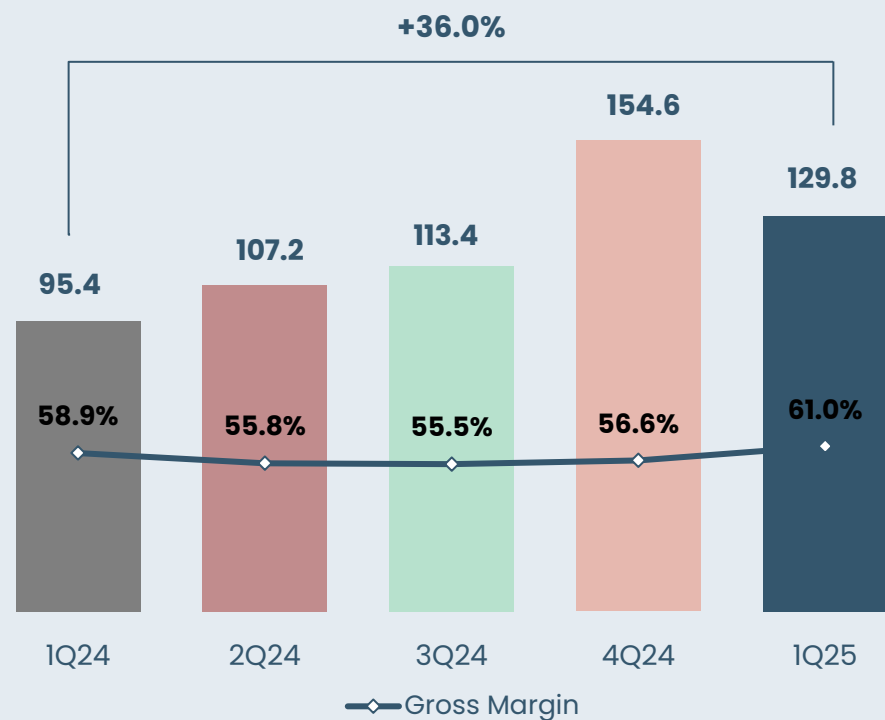
(ii) Royalties: +37.9% YoY, with a strong performance from franchises, reflecting the expansion of the network, performance of renovated franchises (+54.4%) and better supply levels.

(iii) Sell in: +28.3% YoY, reflecting the opening of 36 new stores and new supply strategies.

Gains in channels with higher margins, such as own retail (+0.8 p.p.) and royalties (+0.9 p.p.), and a drop of 0.6 p.p. in the share of the franchise merchandise channel, reflecting a better stocked network at the start of the year (vs. 1Q24).

Gross Profit

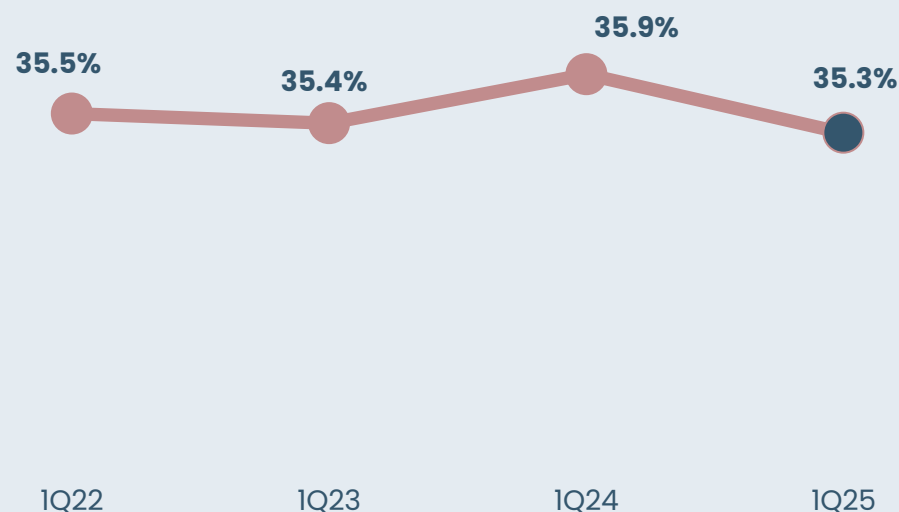
R\$129.8 million in 1Q25



Gross Profit of R\$129.8 million in the quarter (+36.0% vs. 1Q24), and gross margin reaching 61.0%, a gain of 2.1 p.p. YoY, driven by **better margins in most channels (better mark up, greater representation of full price sales and negotiations with suppliers) and a **more favorable channel mix**, with a reduction in the share of sell in favor of businesses with higher margins, such as royalties and own retail.**

Operating Expenses

35.3% of net sales in 1Q25

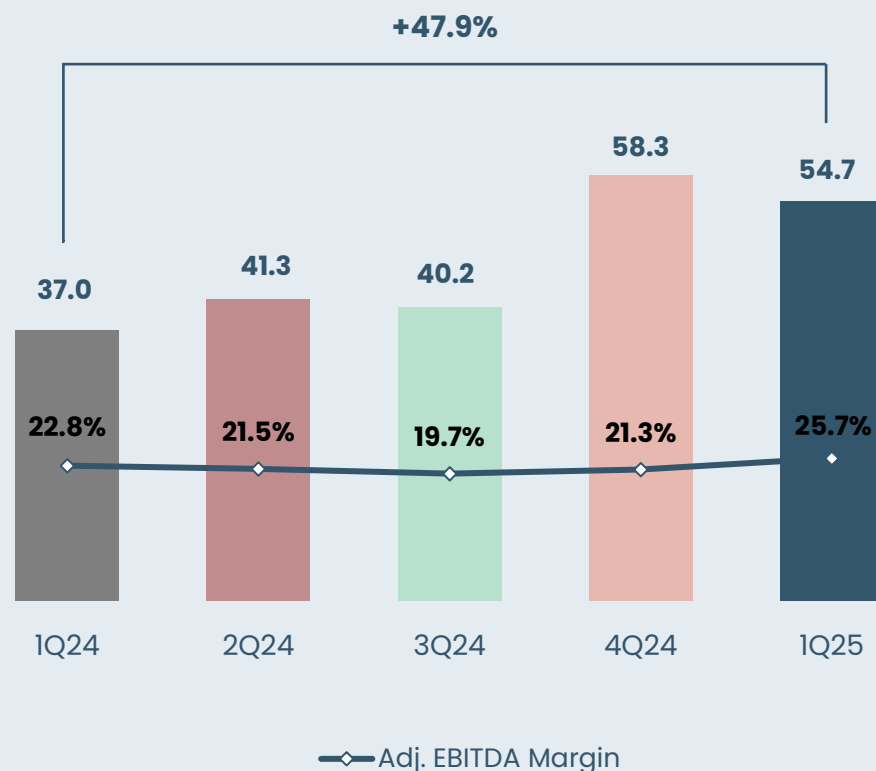


Adjusted **Operating Expenses: 35.3% of net sales** in 1Q25, **down 0.6 p.p.** on the 35.9% reported in 1Q24, showing the company's capacity to **dilute its operating costs** with revenue growth, **consistent expense management** combined with negotiation initiatives and competition processes, **even in the face of all the investments in TFSports.**

- **Selling Expenses: 19.4% of net sales** for the quarter, remaining **stable** compared to 1Q24. The increase in marketing expenses, due to the investments in **performance media** and initiatives related to **events**
 - consistent with previous quarters, but at a higher level than in 1Q24
 - neutralized the greater dilution of costs with own retail, given the greater presence of the franchise business in net revenue.
- **Administrative expenses: 16.2% of net sales**, a dilution of 0.6 p.p. year-on-year, as a result of solid sales performance, more comparable structures and greater efficiency in diluting fixed costs.

EBITDA

R\$54.7 million in 1Q25

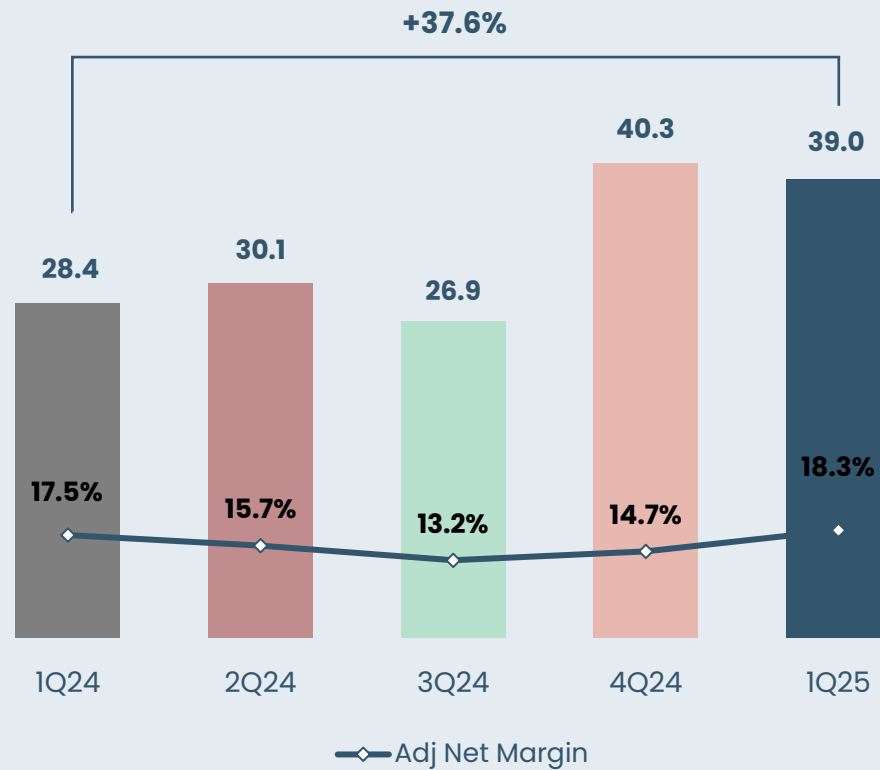


Consolidated adjusted **EBITDA reached R\$54.7 million (+47.9% YoY)**, **with a margin of 25.7%, an increase of 2.9 p.p. YoY**, driven by the **2.1 p.p. gain in gross margin** – a reflection of better margins in most channels (better mark up, greater representation of full price sales and negotiations with suppliers) and the mix effect, with a greater weight of channels with higher profitability such as royalties and retail (own network) – combined with the **operating leverage presented in the quarter** (–0.6 p.p.).

The impacts of TFSports (–R\$ 4.6 million in 1Q25 vs. –R\$ 135.0 thousand in 1Q24) reflect the mismatch of sponsorships and the acceleration of events, especially Experience events.

Net Profit

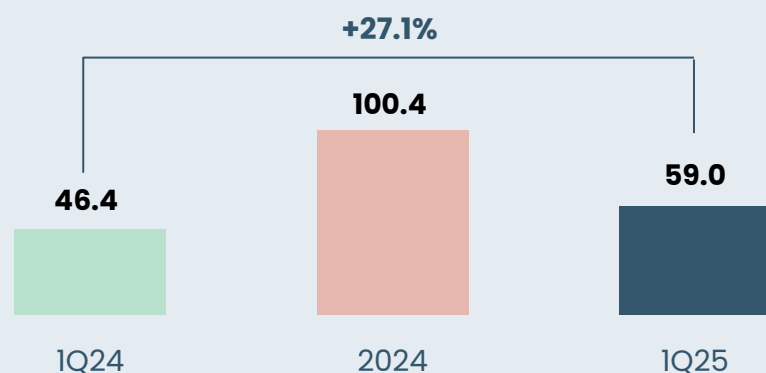
R\$39.0 million in 1Q25



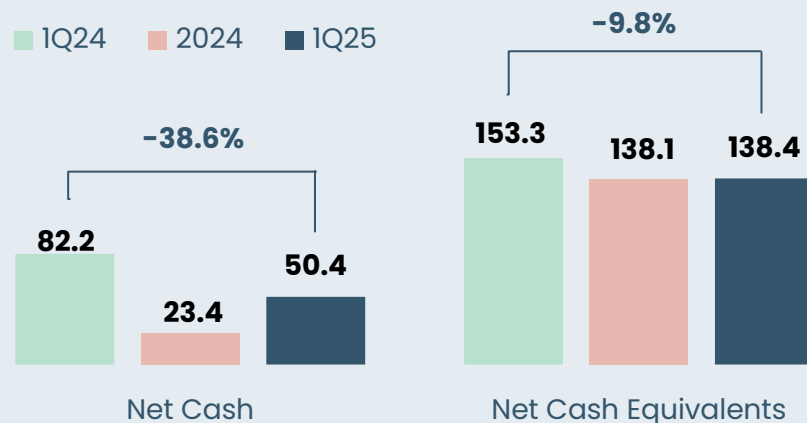
Adjusted **Net Income** reached R\$39.0 million (**+37.6% YoY**) and **net margin of 18.3% (+0.8 p.p. YoY)**, supported by the solid performance of core business.

Cash Position

Operating Cash Generation



Cash and Cash Equivalents



We ended the quarter with a **net operating cash generation of R\$59.0 million**, representing an **increase of 27.1% YoY**.

The company ended the quarter with a **net cash balance of R\$50.4 million** and **cash equivalents** (including credit card receivables) of **R\$138.4 million**. It is important to mention that the **reduction** in the cash position compared to the same period last year **reflects**: (i) the **share buy-backs** carried out by the Company, (ii) the store **openings** and **renovations** and (iii) the development of TFSports' **app**.

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

 tf sports



955.0K
users

As of 03/31/25

+48.2%
YoY

8.3K
registered
trainers
as of 03/31/25

+24.8%
YoY

854
events held by
TFSports¹ in 1Q25

+12.5%
vs. 1Q24

106.9K
participants in
events on the
platform in 1Q25

+57.4%
vs. 1Q24

R\$14.8
million
Net revenue² in
1Q25

+35.6%
vs. 1Q24

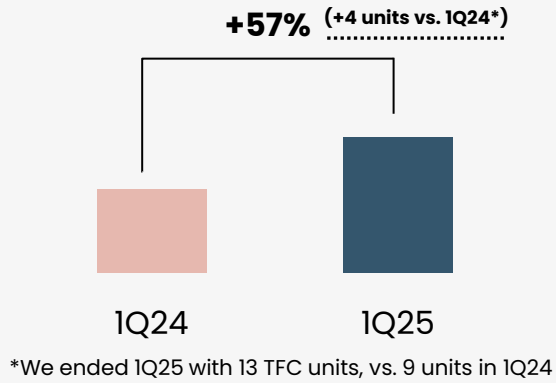
HIGHLIGHTS OF THE PERIOD

¹ Considering proprietary and trainer events.

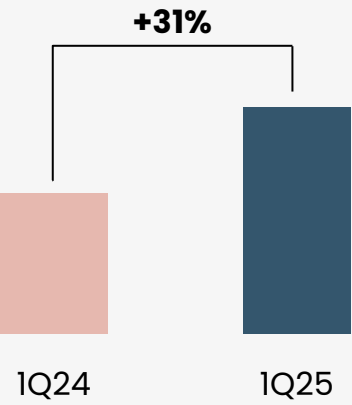
² TFSports Net Revenue does not consider the effects of intercompany elimination.



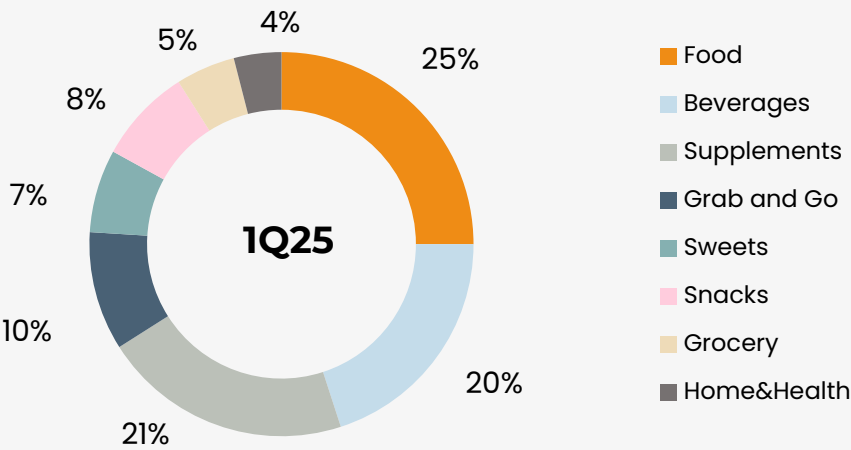
TFC Sales



Customers Served



Sales per Category



A person wearing a maroon hooded jacket and matching pants is running outdoors. The person is captured in profile, moving from left to right. The background is a blurred urban setting with buildings and greenery. The jacket has a visible seam across the back and a small logo on the lower left side.

Track & Field IR Contact

ri@tf.com.br
www.tfco.com.br/ri