

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

GRUPO SBF

1T26



GRUPO SBF

CENTAURO

FISIA



AGENDA

- > MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO E INICIATIVAS ESTRATÉGICAS
- > RESULTADOS FINANCEIROS 1T26
- > Q&A



**MENSAGEM DA
ADMINISTRAÇÃO**

**GUSTAVO FURTADO
CEO**

GRUPO SBF

DESTAQUES 1T26

GRUPO SBF BEM
POSICIONADO PARA
O ANO DE 2026

REFLEXO DA BASE CONSTRUÍDA EM 2025,
QUE FORTALECEU NOSSA CAPACIDADE
OPERACIONAL E COMERCIAL.

RESULTADOS SÓLIDOS

O GRUPO SBF REGISTROU **RECEITA
LÍQUIDA DE R\$ 1,8 BI** NO 1T26 (+14,9%
VS. 1T25), E **LUCRO BRUTO DE
R\$ 906 M** (+17,3%) COM **MARGEM
BRUTA DE 50,8%** (+1,1 P.P.).

LUCRO LÍQUIDO DE
R\$ 78,7M NO 1T26

CRESCIMENTO DE **6,1%**
VS. 1T25, COM MARGEM
LÍQUIDA DE **4,4%**.

CONSISTÊNCIA NOS
RESULTADOS DA CENTAURO

+13,3% DE RECEITA LÍQUIDA VS. 1T25 E
SSS DE **14,6%**. NOS CANAIS: **+14,2%** EM
LOJAS FÍSICAS E **20,8%** DE GMV DIGITAL.
A MARGEM BRUTA ATINGIU
51,3% NO PERÍODO.

CRESCIMENTO DE RECEITA
LÍQUIDA EM TODOS OS
CANAIS DA FISIA

+16,4% NAS LOJAS FÍSICAS E **+15,4%** NO
DIGITAL, COM DESTAQUE PARA O CANAL
DE ATACADO QUE CRESCEU **48,7%**.

MODERNIZAÇÃO DA
REDE DE LOJAS CENTAURO

INÍCIO DA REFORMA DE 23 LOJAS,
COM **12 REFITS JÁ CONCLUÍDOS**
NO TRIMESTRE, TOTALIZANDO
21 LOJAS REVITALIZADAS.

LANÇAMENTO DA CAMISA OFICIAL DA SELEÇÃO BRASILEIRA

NOS CANAIS DTC DA FÍSIA E DA CENTAURO

CAMISA AWAY

LANÇAMENTO DIA 12 DE MARÇO

PARCERIA COM A MARCA
JORDAN PELA PRIMEIRA VEZ
NA HISTÓRIA

CAMISA HOME

LANÇAMENTO DIA 22 DE MARÇO

INSPIRADA NOS UNIFORMES
CLÁSSICOS DA SELEÇÃO
BRASILEIRA



CENTAURO 1T26

GRUPO SBF

ESTRATÉGIA E PERFORMANCE CENTAURO

PROJETO DESTRAVA

- › INÍCIO DE 2026 CONFIANTES COM A BASE SÓLIDA CONSTRUÍDA EM 2025, REFLEXO DOS INVESTIMENTOS ESTRUTURAIS.

R\$ 931 M
RECEITA LÍQUIDA
(+13% VS. 1T25)

12,4%
SSS LOJAS

20,8%
GMV DIGITAL
(1P+3P)

RESULTADOS SÓLIDOS

- › AVANÇO NAS **PRINCIPAIS CATEGORIAS**, RESULTANDO EM CRESCIMENTO EM AMBOS OS CANAIS;
- › **CALÇADOS DE CORRIDA** COMO UM DOS PRINCIPAIS MOTORES DE CRESCIMENTO, REGISTRANDO AUMENTO DE **48%** NAS VENDAS DA CATEGORIA;
- › AVANÇO NA **CATEGORIA DE FUTEBOL**, COM DESTAQUE PARA OS PRODUTOS RELACIONADOS À COPA DO MUNDO, REGISTRANDO VENDAS RELEVANTES DE **LICENCIADOS** EM PARCERIA COM A CBF E DA **BOLA OFICIAL**.
- › EXPANSÃO DA **MALHA LOGÍSTICA**: NOVO PROJETO DE **CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO SECUNDÁRIOS** EM DIVERSAS REGIÕES DO PAÍS.

MODERNIZAÇÃO DA REDE DE LOJAS

REVITALIZAÇÕES COM FOCO NA EVOLUÇÃO DA EXPERIÊNCIA EM LOJA E NA BANDEIRA CENTAURO, VISANDO FORTALECER A PRODUTIVIDADE E POSICIONAMENTO DA MARCA

- › 23 OBRAS INICIADAS NO 1T26;
- › 12 REFITS REINAUGURADOS NO TRIMESTRE;
- › 21 LOJAS REVITALIZADAS NO TOTAL;
- › DESEMPENHO SUPERIOR AO DE LOJAS NAS MESMAS REGIÕES.

FISIA 1T26

CRESCIMENTO DO ATACADO E DAS CATEGORIAS FUTEBOL E CORRIDA

AVANÇOS ESTRUTURAIS DECORRENTES DA EXECUÇÃO BEM-SUCEDIDA DAS ESTRATÉGIAS DEFINIDAS EM 2025

ATACADO

- > SEQUÊNCIA DA TRAJETÓRIA DE CRESCIMENTO INICIADA NO 2S25;
- > CRESCIMENTO DE **+48,7%** VS. 1T25, IMPULSIONADO TAMBÉM PELAS VENDAS DE PRODUTOS VOLTADOS A COPA DO MUNDO.

CANAIS DTC

- > CRESCIMENTO CONSISTENTE NO 1T26: **+16,4%** NAS LOJAS FÍSICAS E **+15,4%** NO DIGITAL (VS. 1T25);
- > O CANAL DIGITAL VOLTOU A APRESENTAR CRESCIMENTO DE DUPLO DÍGITO, COM DESTAQUE PARA AS CATEGORIAS DE FUTEBOL, CORRIDA E CASUAL.

FUTEBOL

- > LANÇAMENTO DAS CAMISAS DOS NOVOS CLUBES PATROCINADOS PELA NIKE, **ATLÉTICO MINEIRO** E **VASCO DA GAMA**, COM PERFORMANCE SUPERANDO AS EXPECTATIVAS;
- > LANÇAMENTO DA NOVA COLEÇÃO DE **COPA DO MUNDO DE 2026**.

CORRIDA

- > CONTINUIDADE DA ESTRATÉGIA DE **ROAD RUNNING**;
- > FRANQUIAS **PEGASUS**, **STRUCTURE** E **VOMERO**, SEGUEM APRESENTANDO PERFORMANCE POSITIVA, IMPULSIONANDO OS CANAIS DTC, EM ESPECIAL O DIGITAL.

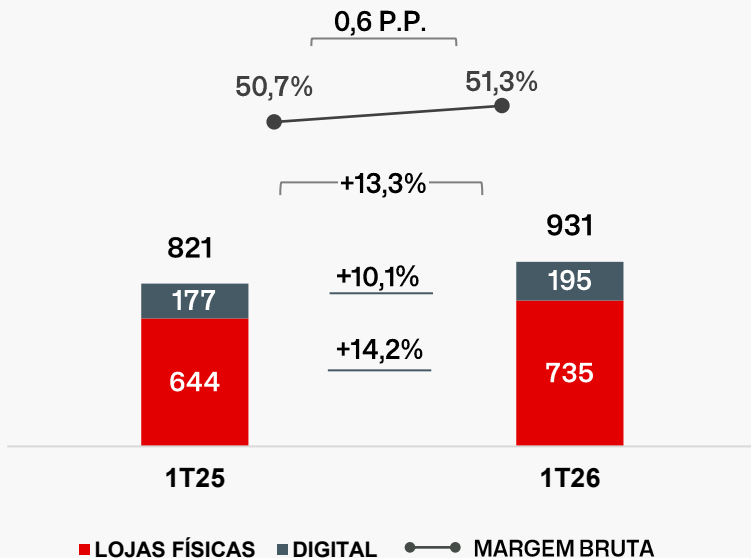




RESULTADOS FINANCEIROS

JOSÉ SALAZAR
CFO

GRUPO SBF

RECEITA LÍQUIDA E MARGEM BRUTA

CRESCIMENTO DE RECEITA COM SSS DE **+14,6%**,
IMPULSIONADO PELO AVANÇO NOS DOIS CANAIS E
NAS CATEGORIAS DE FUTEBOL E CALÇADOS.

LOJAS (VS. 1T25)

+33,4% EM FUTEBOL
DESTAQUE PARA AS VENDAS INICIAIS DE
COPA E DA NOVA CAMISA DO VASCO

+22,3% EM CALÇADOS
ITENS DE ALTA PERFORMANCE E CORRIDA

+5,8% DE ITENS VENDIDOS

+9,2% DE TICKET MÉDIO

92,4 DE NPS (+2,3 PONTOS VS. 1T25)

DIGITAL (VS. 1T25)

+20,8% DE GMV
AVANÇO DA OPERAÇÃO 3P

+42,4% EM FUTEBOL
IMPULSIONADO PELO LANÇAMENTO DA
CAMISA DO VASCO E DA SELEÇÃO.

+17,0% EM TRÁFEGO

+10,5% DE ITENS VENDIDOS

+4,2% DE TICKET MÉDIO

MARGEM BRUTA (VS. 1T25)

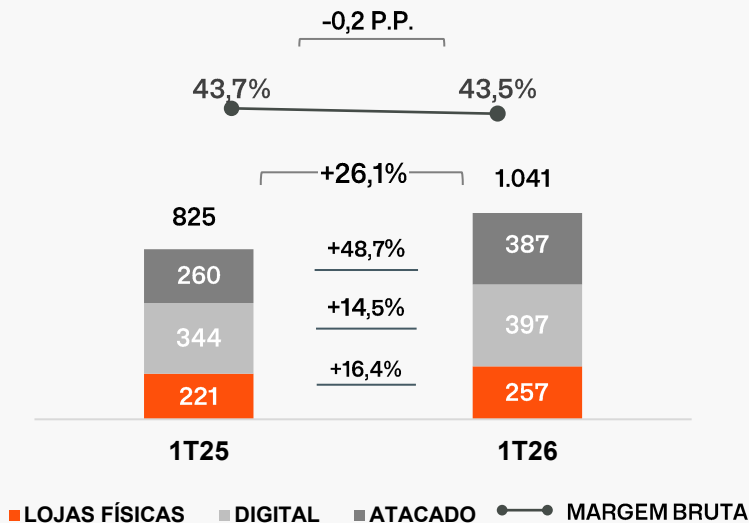
51,3% (+0,6 P.P. VS. 1T25)

MANUTENÇÃO DA MARGEM BRUTA EM
UM PATAMAR SAUDÁVEL POR MAIS
UM TRIMESTRE

MIX ASSERTIVO E MENOS REMARCAÇÕES.



RECEITA LÍQUIDA E MARGEM BRUTA



EXPANSÃO DE RECEITA ATRAVÉS DO CRESCIMENTO EM TODOS OS CANAIS, COM DESTAQUE PARA A CONTÍNUA EVOLUÇÃO DO CANAL DE ATACADO.

LOJAS (VS. 1T25)

DESTAQUE PARA VENDAS INICIAIS DE COPA E DAS CAMISAS DE ATLÉTICO-MG E VASCO

+3,6% DE TICKET MÉDIO NVS
EVOLUÇÃO NA ESTRATÉGIA DE ABASTECIMENTO E QUALIDADE DE ESTOQUE

+14,0% DE TICKET MÉDIO NDIS
REFLETINDO GANHOS DE PRODUTIVIDADE E AUMENTO DA CONVERSÃO

DIGITAL (VS. 1T25)

+62,6% EM FUTEBOL
LANÇAMENTOS DAS CAMISAS DOS NOVOS CLUBES (VASCO E ATLÉTICO - MG) E COLEÇÃO DE COPA DO MUNDO

+30,3% EM CORRIDA
MODELOS ROAD RUNNING EM DESTAQUE

+7,8% EM CASUAL

ATACADO (VS. 1T25)

+48,7% NO 1T26
DESTAQUE PARA PRODUTOS DOS NOVOS CLUBES E COPA DO MUNDO.

MARGEM BRUTA (VS. 1T25)

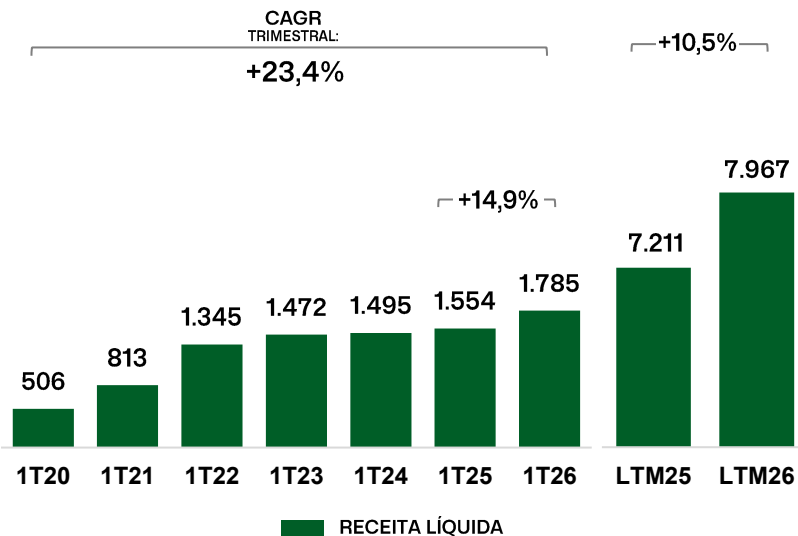
IMPACTO DA DESVALORIZAÇÃO CAMBIAL, COMPENSADO PARCIALMENTE PELO INCENTIVO FISCAL DE ICMS NAS LOJAS E NO ATACADO.



RECEITA LÍQUIDA E LUCRO BRUTO

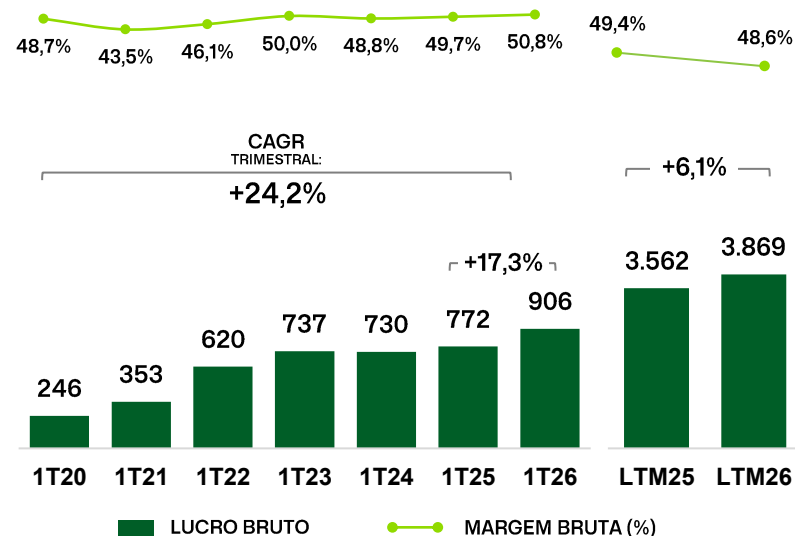
R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

RECEITA LÍQUIDA



CRESCIMENTO DE DUPLO DÍGITO EM AMBAS AS UNIDADES DE NEGÓCIO. CENTAURO BENEFICIADA PELO AVANÇO DAS CATEGORIAS DE FUTEBOL E CALÇADOS NOS DOIS CANAIS. FÍSIA IMPULSIONADA PELAS VENDAS DE CÔPA NO ATACADO, PELOS NOVOS CLUBES E PELA CATEGORIA DE CALÇADOS NOS CANAIS DTC.

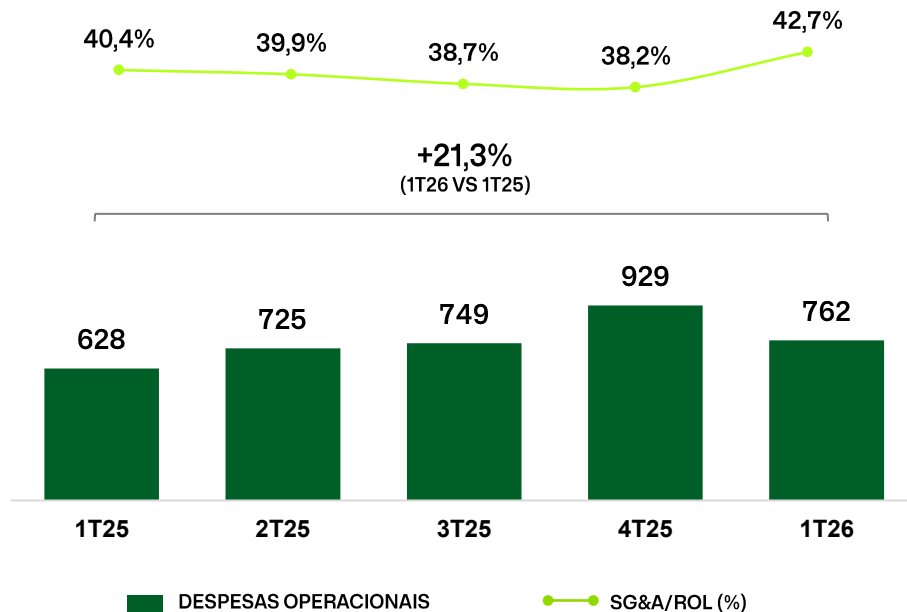
LUCRO BRUTO



A EXPANSÃO DA MARGEM BRUTA CONSOLIDADA NO 1T26 REFLETE A MANUTENÇÃO DA MARGEM DA CENTAURO EM PATAMAR SAUDÁVEL E UMA LEVE PRESSÃO CAMBIAL NA MARGEM BRUTA DA FÍSIA.

DESPESAS OPERACIONAIS

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS



DESPESAS OPERACIONAIS

+21,3%, REPRESENTANDO 42,7% DA RECEITA LÍQUIDA (+2,3 P.P. VS. 1T25)

VENDAS

+24,4%, ATINGINDO 37,3% DA RECEITA LÍQUIDA (+2,8 P.P. VS. 1T25),
IMPACTADAS PRINCIPALMENTE PELAS LINHAS DE:

PESSOAL

- (I) REFORÇO DE *HEADCOUNT* NAS LOJAS CENTAURO (NO 2T25);
- (II) CONTRATAÇÕES PARA NOVAS LOJAS INAUGURADAS APÓS O 1T25.

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

- (I) ROYALTIES: DADO O MAIOR VOLUME DE MERCADORIAS RECEBIDAS (CRESCIMENTO DA CENTAURO E PREPARAÇÃO PARA A COPA) E A CONCENTRAÇÃO DESSES RECEBIMENTOS NO 2S25;
- (II) NOVOS PATROCÍNIOS: VASCO DA GAMA E ATLÉTICO MINEIRO;
- (III) ROYALTIES CORINTHIANS: RECONHECIMENTO MAIS LINEAR EM 2026.

GERAIS E ADMINISTRATIVAS

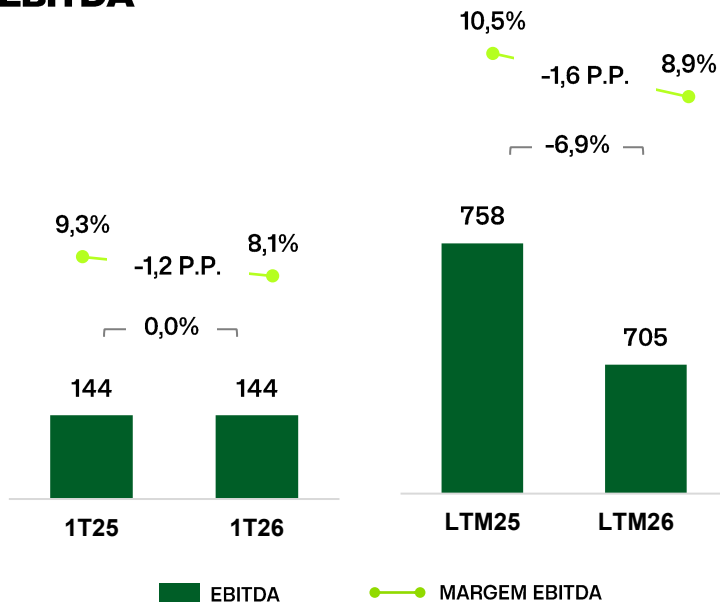
+8,2%, ATINGINDO 5,9% DA RECEITA LÍQUIDA (-0,4 P.P. VS. 1T25)

IMPACTADAS PELO INÍCIO DO PROJETO DE REVISÃO E ESTUDO DE VIABILIDADE PARA UNIFICAÇÃO DE ESTOQUES.

EBITDA E LUCRO LÍQUIDO

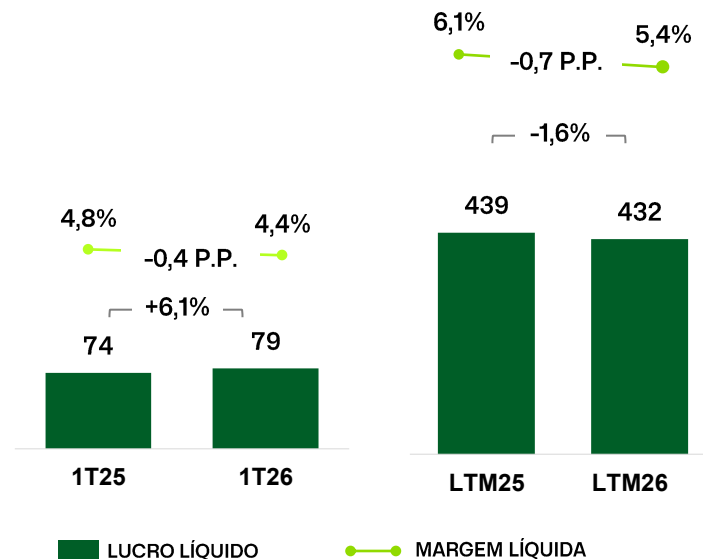
R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

EBITDA



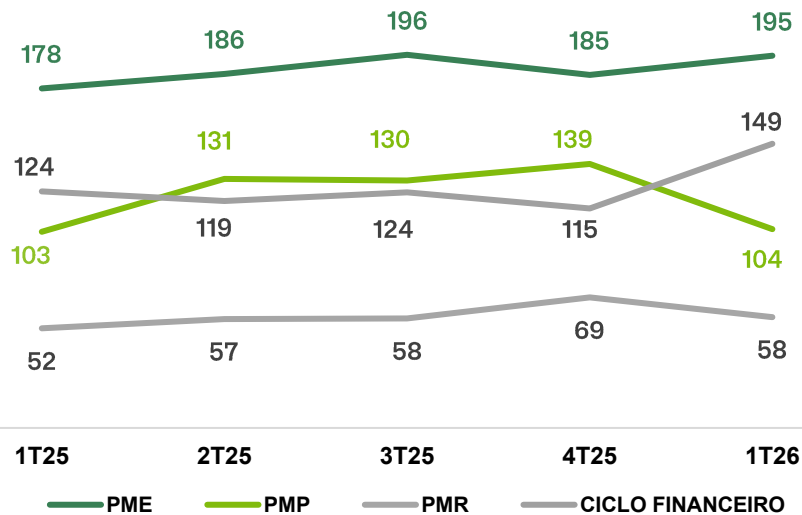
O EBITDA PERMANECEU ESTÁVEL NO 1T26, COM UMA COMPRESSÃO NA MARGEM EBITDA REFLETINDO O IMPACTO CAMBIAL SOBRE O CUSTO DAS MERCADORIAS IMPORTADAS PELA FISIA, E A DESALAVANCAGEM OPERACIONAL, EM FUNÇÃO DO AUMENTO DAS DESPESAS COM VENDAS.

LUCRO LÍQUIDO



O CRESCIMENTO DO LUCRO LÍQUIDO NO 1T26 FOI SUSTENTADO PELA MENOR ALÍQUOTA EFETIVA DE IR, DECORRENTE DOS INCENTIVOS FISCAIS DE ICMS NA FISIA, COMPENSANDO (I) O IMPACTO CAMBIAL NO CUSTO, (II) A DESALAVANCAGEM OPERACIONAL, E (III) O MAIOR RESULTADO FINANCEIRO, DADO O AUMENTO DA DÍVIDA E DOS JUROS.

CICLO FINANCEIRO (DIAS)



PRINCIPAIS VARIAÇÕES

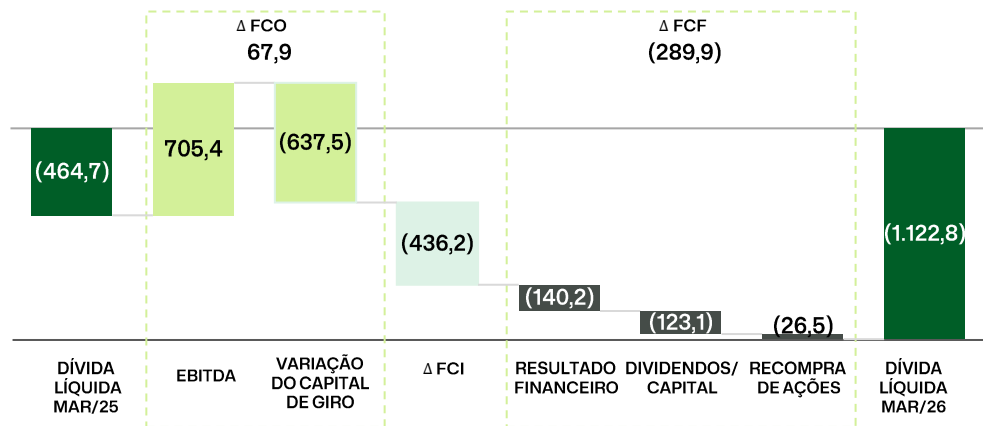
- > CICLO FINANCEIRO: +25 DIAS;
- > PME (+17 DIAS): INCREMENTO NOS ESTOQUES PARA SUPORTAR O CRESCIMENTO DA OPERAÇÃO E A PREPARAÇÃO PARA A COPA DO MUNDO 2026.
- > PMR (+6 DIAS): VENDAS COM MAIOR PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO.

DÍVIDA LÍQUIDA E ALAVANCAGEM

R\$ M | AJUSTADO | EX-IFRS

GRUPO SBF

FLUXO DE CAIXA GERENCIAL (LTM 2026)



NOS ÚLTIMOS 12 MESES, A DÍVIDA LÍQUIDA CONTOU COM R\$ 658,2 MILHÕES DE INCREMENTO, EXPLICADO PRINCIPALMENTE POR:

FCO:

› VARIACÃO DO CAPITAL DE GIRO DADA A SAZONALIDADE, O CRESCIMENTO DA OPERAÇÃO E A PREPARAÇÃO PARA A COPA;

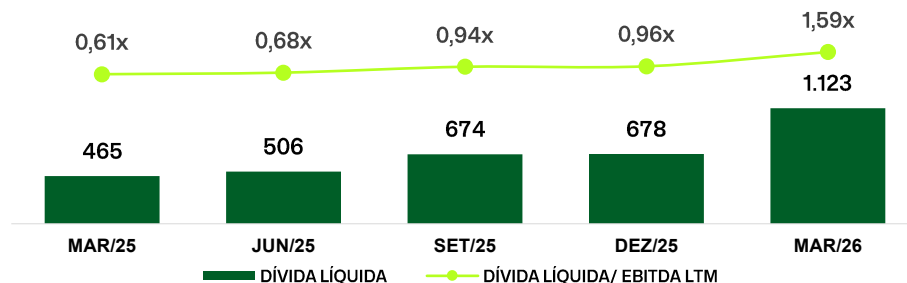
FCI:

› INCREMENTO NO CAPEX EM LINHA COM A AGENDA DE INVESTIMENTOS INICIADA A PARTIR DO 2T25;

FCF:

› IMPACTADO POR R\$ 140,2 MILHÕES DE RESULTADO FINANCEIRO (VS. R\$ 111,9 MILHÕES NO PERÍODO DE COMPARAÇÃO) EM FUNÇÃO DE JUROS MAIS ALTOS E DÍVIDA MÉDIA MAIOR; E DISTRIBUIÇÃO DE DIVIDENDOS OCORRIDA NO 2T25.

ALAVANCAGEM



AUMENTO NO ENDIVIDAMENTO COM MAIORES INVESTIMENTOS E NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO RESULTANDO EM ALAVANCAGEM DE 1,59X (VS. 0,61X EM MAR/25)

Q&A

**PARA PERGUNTAS AO VIVO, POR ÁUDIO,
LEVANTE A MÃO PARA ENTRAR NA FILA.**

**AO SER ANUNCIADO, UMA SOLICITAÇÃO PARA
ATIVAR SEU MICROFONE APARECERÁ NA TELA
E, ENTÃO, VOCÊ DEVE ATIVAR O SEU
MICROFONE PARA FAZER PERGUNTAS.**

**SE PREFERIR, ESCREVA SUA PERGUNTA
DIRETAMENTE NO ÍCONE DE Q&A NA PARTE
INFERIOR DA TELA.**



GRUPO SBF

 **CENTAURO**

FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL  NO BRASIL

ri.gruposbf.com.br | ri@gruposbf.com.br



**José
Salazar**



**Victoria
Machado**



**Luna
Romeu**



**Larissa
Cristovão**

Aviso Legal

As declarações contidas neste relatório relativas à perspectiva dos negócios da Companhia, às projeções e resultados e ao potencial de crescimento dela constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas expectativas da administração em relação ao futuro da Companhia. Essas expectativas são altamente dependentes de mudanças no mercado e no desempenho econômico geral do País, do setor e do mercado internacional; estando, portanto, sujeitas a mudanças.

SMLL B3 | ICON B3 | IGC B3 | IGC-MN B3 | IGCT B3 | ITAG B3 | IBRA B3