



CONFERENCIA SOBRE LOS RESULTADOS 3T26

2026



INFORMACIÓN SOBRE ESTIMACIONES Y RIESGOS ASOCIADOS

La información que se presenta en este comunicado contiene ciertas declaraciones acerca del futuro e información relativa a Grupo Sports World, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias (en conjunto “Sports World” o la “Compañía”) las cuales están basadas en el entendimiento de sus administradores, así como en supuestos e información actualmente disponible para la Compañía. Tales declaraciones reflejan la visión actual de Sports World sobre eventos futuros y están sujetas a ciertos riesgos, factores inciertos y presunciones. Muchos factores podrían causar que los resultados, desempeño, o logros actuales de la Compañía sean materialmente diferentes con respecto a cualquier resultado futuro, desempeño o logro de Sports World que pudiera ser incluida, en forma expresa o implícita dentro de dichas declaraciones acerca del futuro, incluyendo, entre otros: cambios en las condiciones generales económicas y/o políticas, cambios gubernamentales y comerciales a nivel global y en los países en los que la Compañía hace negocios, cambios en las tasas de interés y de inflación, volatilidad cambiaria, cambios en la demanda y regulación de los productos comercializados por la Compañía, cambios en el precio de materias primas y otros insumos, cambios en la estrategia de negocios y varios otros factores. Si uno o más de estos riesgos o factores inciertos se materializan, o si los supuestos utilizados resultan ser incorrectos, los resultados reales podrían variar materialmente de aquellos descritos en el presente como anticipados, creídos, estimados o esperados. Sports World no pretende y no asume ninguna obligación de actualizar estas declaraciones acerca del futuro.

¿Qué pasó en el 3T26?

-  Enfoque en fortalecer la operación, mejorar la experiencia del cliente y generar valor sostenible a largo plazo.
-  Entorno económico desafiante, con un consumo más moderado y mayor cautela en el gasto de los consumidores, que llevó a un desempeño comercial por debajo de nuestras expectativas.
-  Gestión financiera disciplinada, priorizando la eficiencia operativa y una administración rigurosa de nuestros recursos.
-  Avances en la remodelación y modernización de clubes, renovación de equipamiento e incorporación de nuevas tendencias deportivas como HYROX, junto con el fortalecimiento de iniciativas comerciales y de mercadotecnia.
-  Niveles estables de aforo y visitas por cliente, reflejando la continuidad en el uso de nuestras instalaciones.
-  Mejora continua en la satisfacción del cliente, alcanzando un NPS de 47.6 puntos, siendo el nivel más alto del año.

Líneas de acción | Servicio de Excelencia



- Fortalecimiento de la experiencia de nuestros miembros a través de la modernización de nuestras instalaciones: 2 remodelaciones concluidas, 5 proyectos iniciados, 7 adecuaciones de espacios y 2 próximos a comenzar
- Incorporación de HYROX en 6 clubes así como la capacitación de 18 coaches y adecuación de espacios en equipamiento especializado

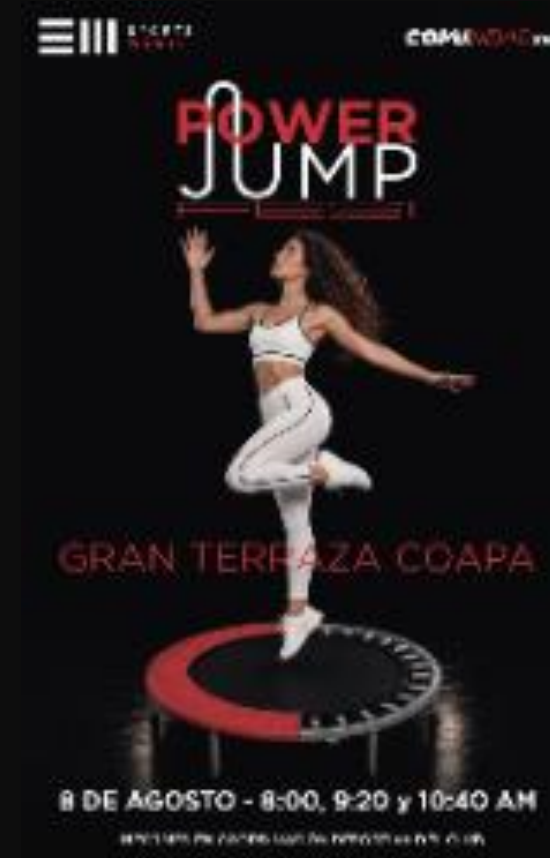


- Avance en el desarrollo de ACUAKIDZ by Sports World, nuestra nueva academia de natación con presencia en 37 clubes
- Innovación y profesionalización deportiva a través de la certificación de 30 instructores de Body Pump Heavy en 24 clubes, el lanzamiento de Indbike en Sonata y Puebla y el relanzamiento de Les Mills en toda la cadena



Líneas de acción | Servicio de Excelencia

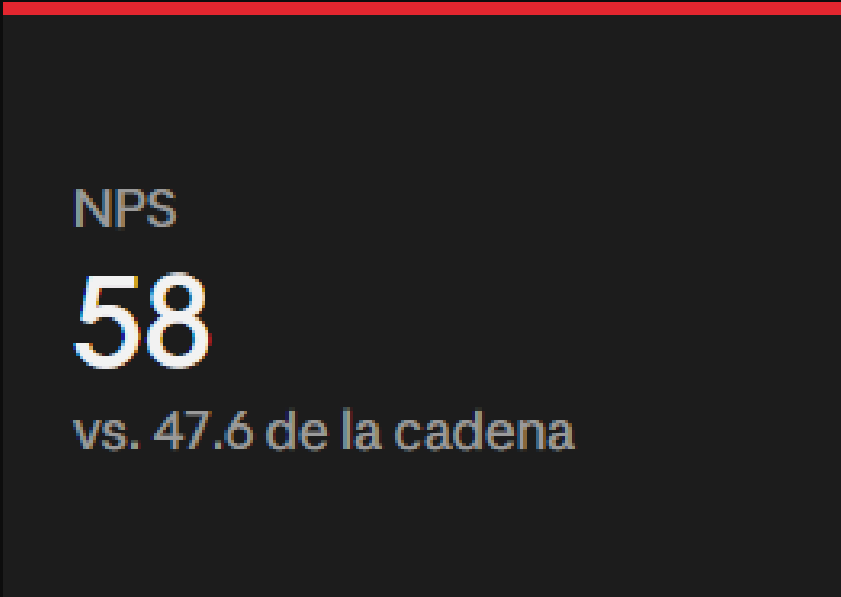
- Desarrollo de STAR, nuestro nuevo protocolo de servicio para clases grupales alineado con la metodología SPORTS, para homologar los estándares de atención
- Consolidación de comunidades deportivas mediante eventos como Power Jump Fest, GRIT vs TRAIT, Power Test y Belly Dance Fest, así como la incorporación de clases de meditación en 20 clubes
- Summer Camp con aproximadamente 2,000 niños en 36 clubes, fortaleciendo nuestra relación con las familias



Líneas de acción | Sostenibilidad Operativa y Financiera

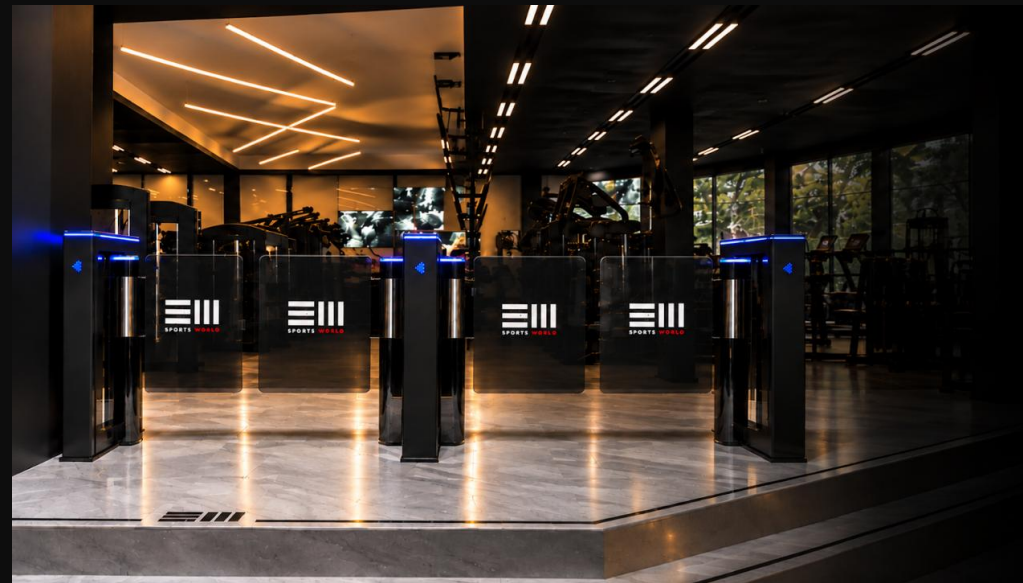
- Consolidación de nuestra estrategia comercial a través de la estandarización de membresías y servicios, fortaleciendo la consistencia de nuestra oferta y optimizando los procesos de comercialización
- Ejecución más eficiente de nuestra estrategia de pricing, contribuyendo a la disciplina operativa y al fortalecimiento de la rentabilidad de la Compañía

Club San Pedro Garza García | Inaugurado en el 1T26 Cifras al 3T26



Líneas de acción | Innovación y Tecnología

- Evolución de nuestro ecosistema digital mediante iniciativas orientadas a fortalecer la experiencia de nuestros clientes, ampliar las oportunidades comerciales y optimizar la eficiencia operativa de nuestros clubes
- Ampliación de las funcionalidades de nuestra app con la renovación de anualidades, la integración de Hyrox Training Club y la compra en línea del programa Friends & Family para nuestros colaboradores

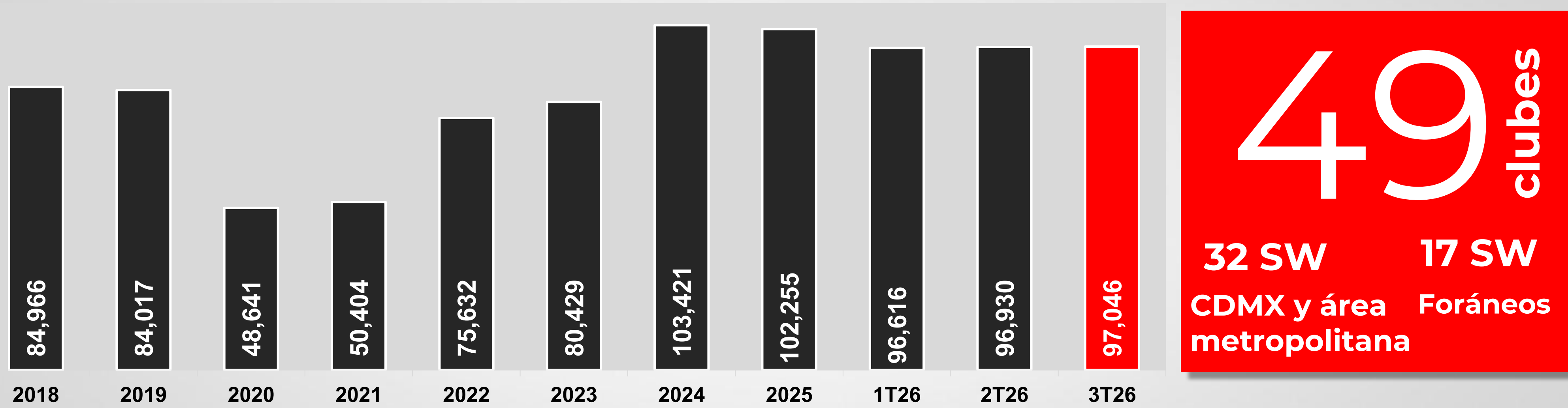


- Diversificación de nuestros canales de comercialización, facilitando la autogestión de servicios y ofreciendo una experiencia de compra más ágil y accesible
- Modernización de nuestra infraestructura tecnológica mediante la renovación de torniquetes en clubes de la Ciudad de México y del interior de la República, agilizando los procesos de acceso
- Consolidación de la tecnología como habilitador estratégico de crecimiento, integrando nuestros canales digitales con la operación de los clubes

Continuidad en nuestro crecimiento



Al cierre del 3T26 llegamos a **97,046 Clientes Activos Totales**, con una ligera reducción de 7.1% vs el 3T25. En línea con nuestra estrategia de rentabilización de clientes, mejoras en el servicio, calidad, precio, renovaciones de clubes, cambios de equipo, imagen, *layout* y manteniendo niveles estable de deserción

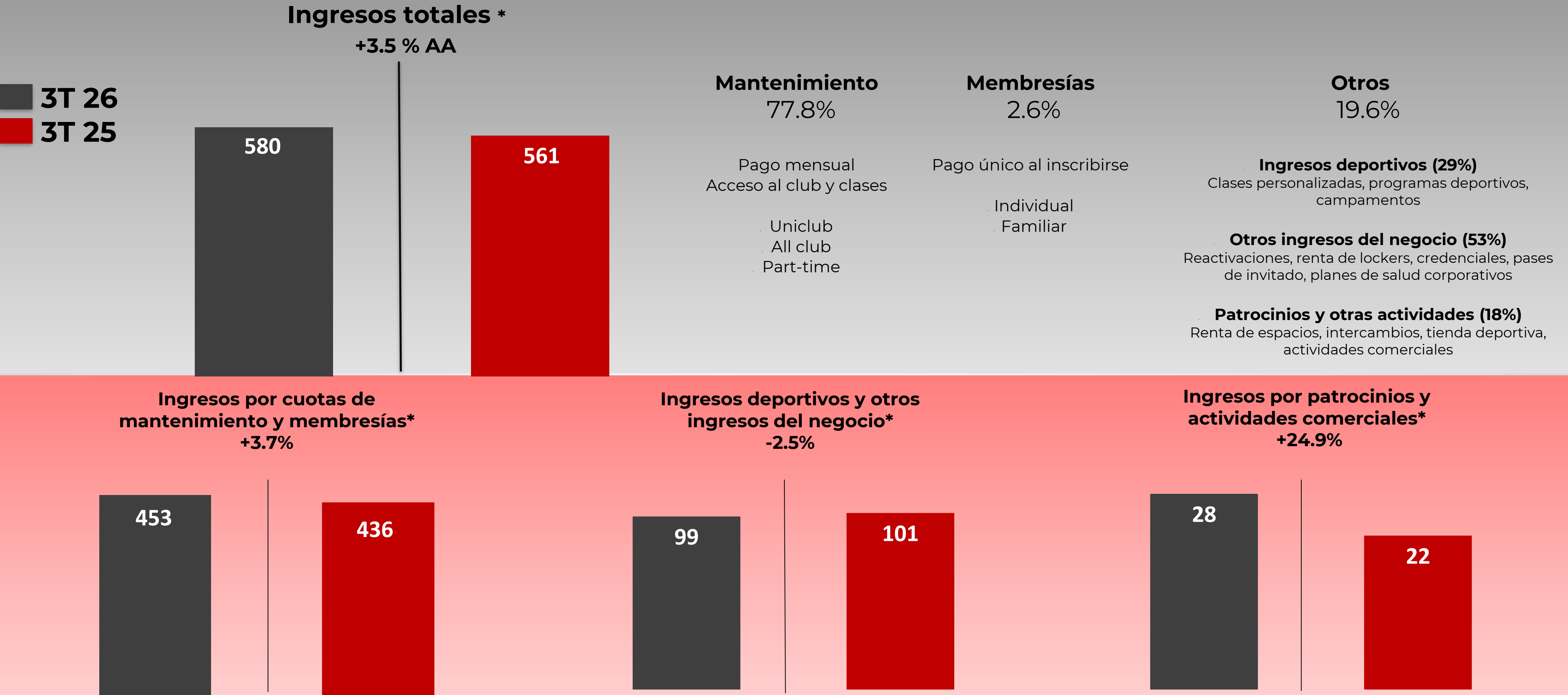


Aforo promedio mensual
3T26 885,057 visitas
3T25 874,452 visitas

Visita mensual por cliente
3T26 9.2 visitas
3T25 9.3 visitas

Nota: El número de Clientes Activos Totales considera: clientes activos de los clubes, clientes Virtuales, y clientes de Planes de Salud Corporativos, invitados especiales y clients de San Pedro Garza García.

Solidez financiera



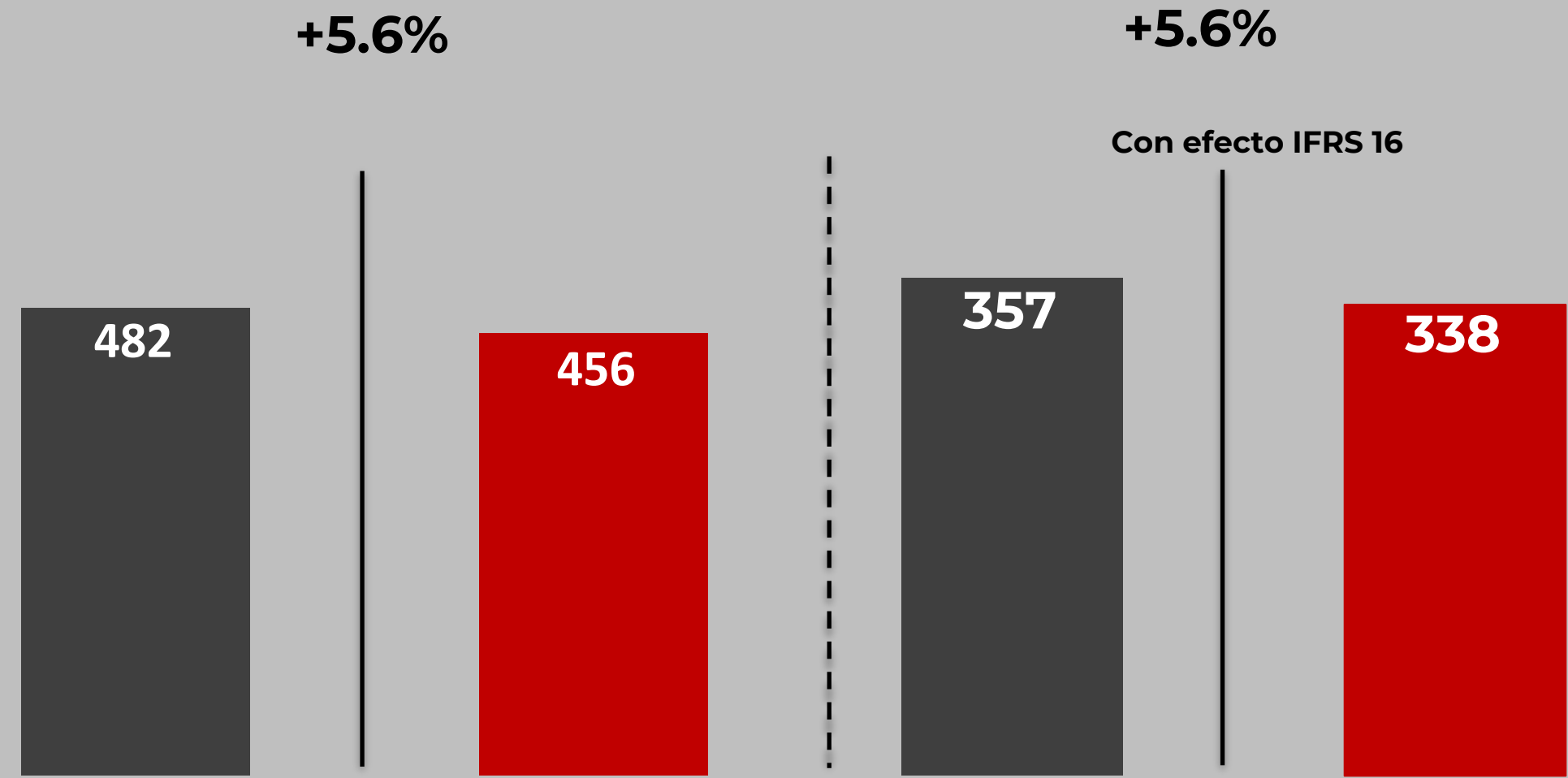
* Millones de pesos

Solidez financiera

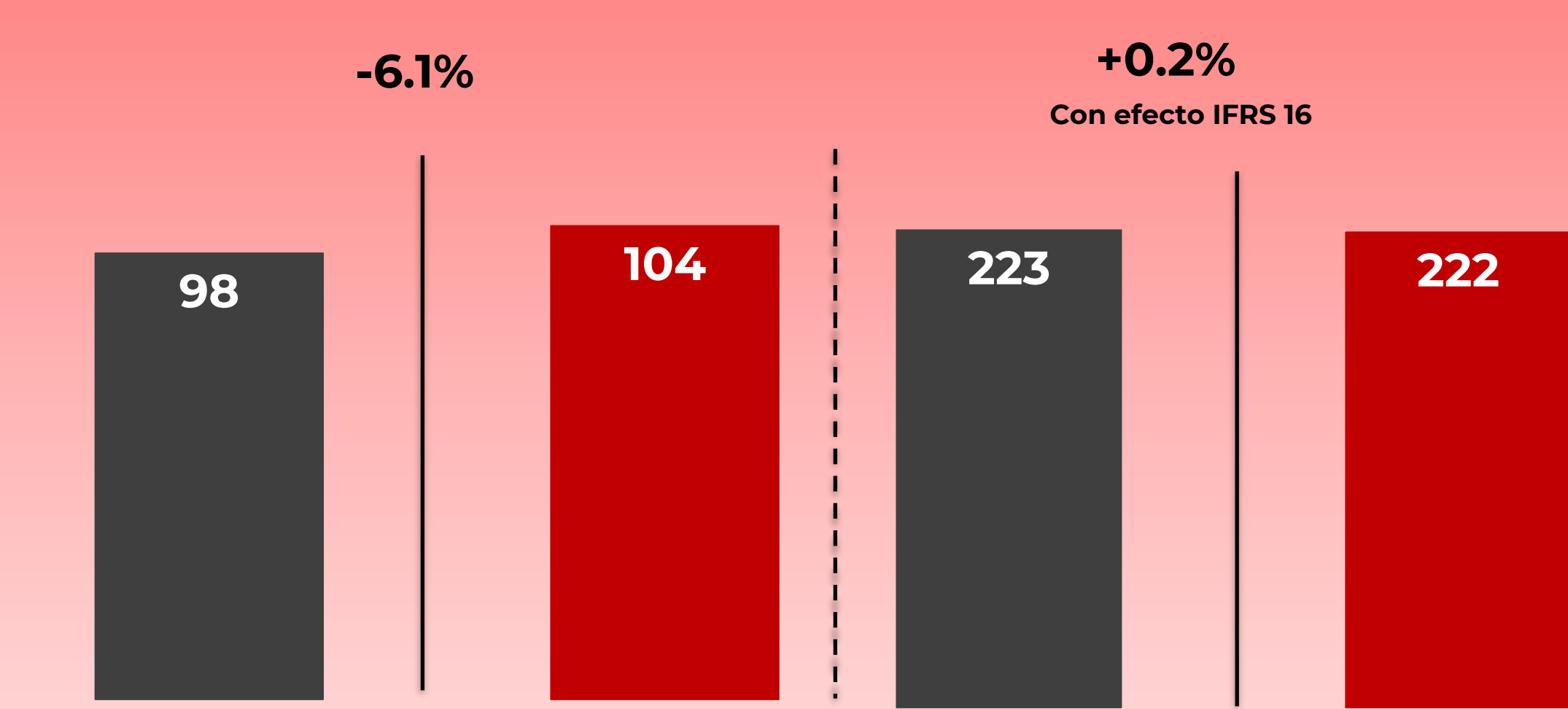
3T 26
3T 25



Gastos de operación *1



EBITDA *



Los **Gastos de Operación** ² incrementaron por:

- Mayor gasto en mercadotecnia así como los gastos relacionados al fortalecimiento de la operación como el consumo de agua, limpieza de toallas, y lo referente al aseo y limpieza

El **EBITDA** se mantuvo estable derivado al:

- Aumento en ingresos por concepto de:
 - Mayores mantenimientos y membresías así como la normalización gradual de precios;
 - Mantenimiento nuestra base de clientes activos,
 - Incremento en las clases temáticas grupales, progamas deportivos, ingresos por plan salud corporativos e intercambios

* Millones de pesos
¹ Gastos de Operación no incluye Depreciación y Amortización
² No considera IFRS16

Balance General*



Efectivo y Activo Circulante

272

Mejoras a Locales
Arrendados

736

Activos por derecho de uso

875

Otros Activos

928

ACTIVO



\$2,811

PASIVO

95

Proveedores y Acreedores

396

Deuda Financiera

1,179

Pasivo por
Arrendamiento

646

Otros Pasivos

632

Capital Contable

CAPITAL

* Con efecto IFRS16



GOBERNANZA

Transparencia y rendición de cuentas



100%

Reporte de sostenibilidad 2025 bajo IFRS S1 y S2 entregado



40%

Avance en el aseguramiento limitado, en línea con el cronograma



100%

Riesgos y oportunidades materiales con área responsable asignada



AMBIENTAL

Eficiencia operativa y descarbonización



22.2%

Migración a gas natural: 6 de 27 clubes con gas LP. En SWTME -31% tCO2e y -64% en gasto



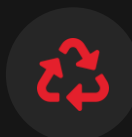
60%

Implementación de medidores de agua, luz y gas



91.5%

Factor de potencia promedio en 8 clubes; \$36.5 mil de ahorro en el trimestre



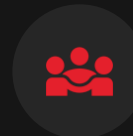
3.3 t

Residuos valorizados en economía circular, evitando ~4.7 tCO2e



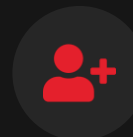
SOCIAL

Comunidad, talento e inclusión



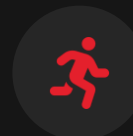
218

Personas sensibilizadas en DEI, con 4.82/5 de satisfacción y 100% de aprendizaje percibido



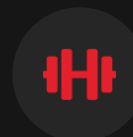
16

Contrataciones a través de 8 eventos masivos de reclutamiento



3,700

Participantes en 6 eventos de Comunidad SW: Summer Camp, Power Jump Fest, Festival de Danza



62

Clases temáticas en todos los clubes, con 950 participantes



S P O R T S W O R L D

Gabriel Ramírez

CFO

Astrid Preciado

Relación con Inversionistas

Tel: +52 55 6966 4588

inversionistas@sportsworld.com.mx