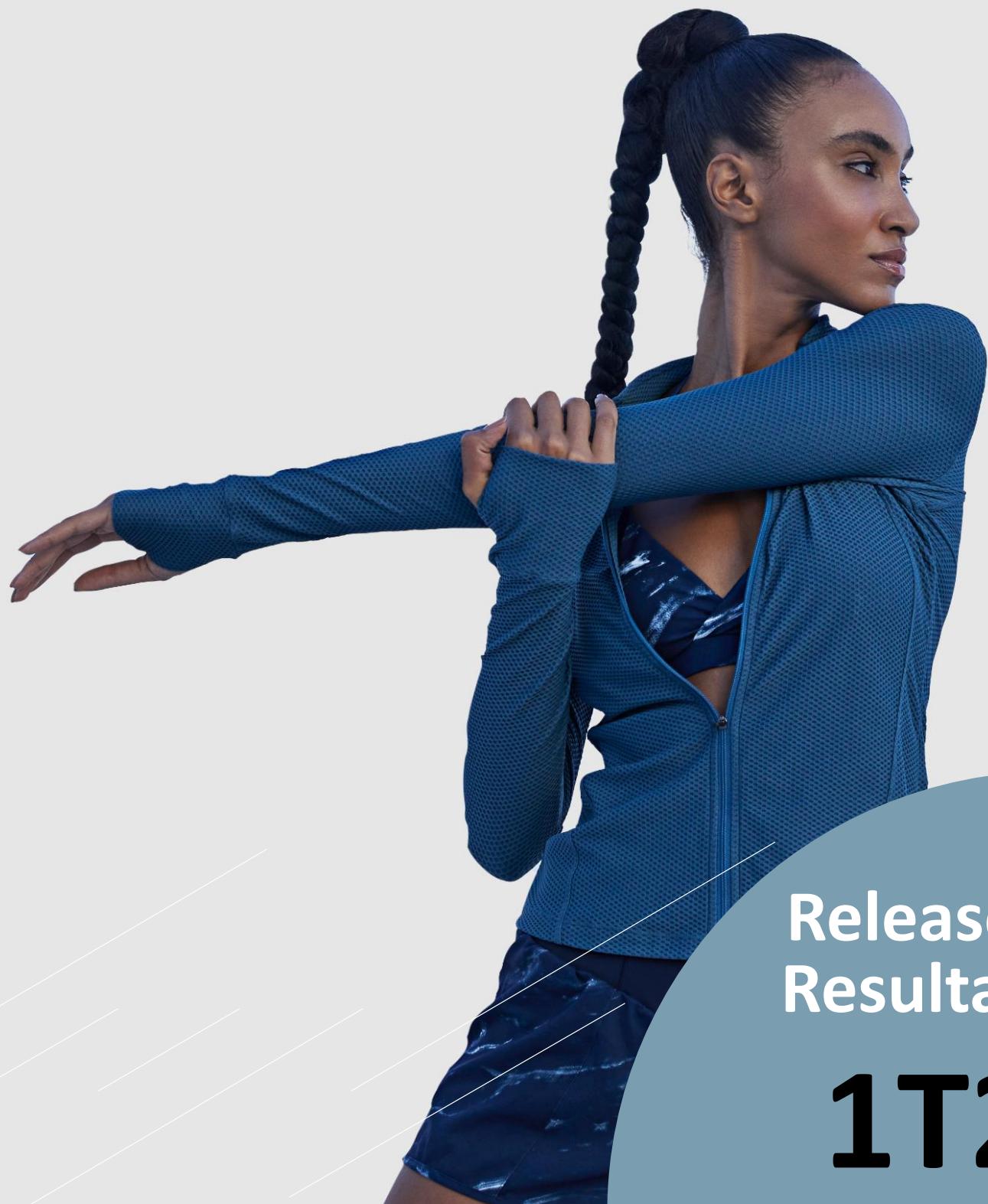


TRACK & FIELD



Release de
Resultados

1T21

Teleconferência
14 de maio (sexta-feira)
11:00 BRT | 10:00 a.m. NY

Português
Tel.: +55 11 3181-8565
[Webcast](#)

Inglês
Phone: +1 412 717-9627
[Webcast](#)

São Paulo, 13 de maio de 2021 – A Track & Field CO S.A. (B3: TFCO4) anuncia seus resultados do primeiro trimestre de 2021 (1T21). As demonstrações financeiras consolidadas foram preparadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com as normas internacionais de contabilidade (IFRS) emitidas pelo International Accounting Standards Board (IASB).

Destaques Operacionais



O **sell out** totalizou **R\$ 124,6 milhões** no 1T21, **+26,0% em relação ao 1T20**;

Registramos **expansão de 22,9% em Same Store Sales (SSS)**, refletindo a aceleração da Companhia em termos de digitalização, atrelada ao crescimento do mercado endereçável;

Crescimento de 81,7% em SSS em março, com destaque para a **segunda quinzena**, período no qual, mesmo com o fechamento de parcela significativa das lojas (agravamento da pandemia), a Companhia registrou **crescimento de vendas na rede de 479% versus** o período de *lock down*, em 2020 - refletindo o **processo de digitalização** através do crescimento do e-commerce, *social selling* e omnicanalidade;

As **vendas por e-commerce mantiveram forte crescimento, ficando 118,7% superiores** ao 1T20, como resultado de mudanças de hábito na pandemia e aprimoramento da omnicanalidade;

Continuamos progredindo com nosso projeto de **omnicanalidade**. Ao final do 1T21, das 262 lojas totais, **160** (próprias e franquias) já estavam com o **ship-from-store/pick up in store** implementado, com **Entrega Super Expressa** (entrega em até 1 dia útil) funcionando em todas essas lojas;

O **NPS (Net Promoter Score)** se mantém em patamar elevado, atingindo **81** no trimestre e comprovando a satisfação e lealdade de nossos clientes com a marca;

Para o segundo trimestre, planejamos inaugurar **novo centro de distribuição**, localizado em Osasco/SP, permitindo ampliar em 4x a nossa capacidade de armazenamento e distribuição.

Destaques Financeiros

B3: TFCO4

R\$13,27

(por ação PN em 12/05)

877.251.375 ações ON

71.992.864 ações PN

(*free float*: 54.241.204 PN)

R\$ 2,1 bilhões

Valor de Mercado em 12/05

Receita Líquida totalizou **R\$ 63,7 milhões** no 1T21, **+13,6% YoY**. Excluindo as receitas com eventos (realizados no 1T20), a receita líquida total cresceu 19,0% YoY;



Margem Bruta atingiu **64,0% (+11,6 p.p. YoY)**;



EBITDA ajustado somou **R\$ 8,7 milhões** vs. R\$ 1,8 milhão no 1T20 (+380,8% YoY), com margem de **13,7%** (+10,5 p.p. YoY);



Lucro Líquido ajustado totalizou **R\$ 7,2 milhões** superior ao R\$ 0,1 milhão registrado no 1T20, **crescimento de +10.324,1% YoY**.

Tabela | Resumo dos Indicadores

As informações contidas nesse material se referem as demonstrações financeiras consolidadas do primeiro trimestre de 2021 e de 2020.

| R\$ mil, exceto quando indicado | 1T21 | 1T20 | Var. 1T21/ 1T20 |
|--|---------|--------|-----------------------|
| Resultados Financeiros | | | |
| Receita Líquida | 63.713 | 56.100 | 13,6% |
| Lucro Bruto | 40.790 | 29.398 | 38,8% |
| Margem Bruta | 64,0% | 52,4% | 11,6 p.p. |
| EBITDA | 10.989 | 4.207 | 161,2% |
| Margem EBITDA | 17,2% | 7,5% | 9,7 p.p. |
| EBITDA Ajustado ¹ | 8.720 | 1.813 | 380,8% |
| Margem EBITDA Ajustado | 13,7% | 3,2% | 10,5 p.p. |
| Lucro Líquido | 7.227 | -566 | n.d. |
| Margem Líquida | 11,3% | -1,0% | 12,4 p.p. |
| Lucro Líquido Ajustado ² | 7.172 | 69 | 10.324,1% |
| Margem Líquida Ajustado | 11,3% | 0,1% | 11,1 p.p. |
| Caixa Líquido ³ | 85.998 | 74.395 | 15,6% |
| Equivalentes Líq. Caixa ⁴ | 113.917 | 75.318 | 51,2% |
| Indicadores Operacionais | | | |
| Número de Lojas | 262 | 233 | 12,4% |
| Próprias | 39 | 36 | 8,3% |
| Franquias | 223 | 197 | 13,2% |
| Ticket Médio (R\$) | 355,64 | 303,14 | 17,3% |
| Sell Out Total ⁵ (R\$ mil) | 124.553 | 98.819 | 26,0% |
| Vendas por E-commerce (R\$ mil) | 12.996 | 5.942 | 118,7% |
| Same Store Sales ⁶ (SSS)% YoY | 22,9% | -0,9% | 23,8 p.p. |

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

¹ EBITDA Ajustado: exclusão dos efeitos do IFRS 16 (efeito da exclusão de despesa de depreciação do direito de uso e despesa de arrendamento referente aos aluguéis) e no exercício de 2020 exclusão das despesas relacionadas ao plano de opção de ações.

² Lucro Líquido Ajustado: exclusão da aplicação do IFRS e no exercício de 2020 exclusão dos efeitos do plano de opção de ações.

³ Caixa Líquido: Caixa e equivalentes de caixa – Empréstimos financeiros.

⁴ Equivalentes líquidos de Caixa: Caixa e equivalentes de caixa + Recebíveis de cartões – Empréstimos financeiros.

⁵ Sell out Total: Representa as vendas ao consumidor do Grupo Track & Field, independente do canal de vendas (físico/on-line ou ainda se loja própria/franquia).

⁶ Same Store Sales (SSS): Considera as vendas nas mesmas lojas em relação ao igual período do ano anterior.



Mensagem da Administração

O primeiro trimestre de 2021 confirmou as tendências de recuperação e crescimento de nossas operações observadas no 3T20 e 4T20. Favorecida pela ampliação do mercado endereçável, cada vez mais a Track & Field se consolida como uma ampla plataforma omnicanal de *wellness*, apresentando crescimento de três dígitos em suas vendas de e-commerce pelo terceiro trimestre consecutivo, ao mesmo tempo que as lojas físicas tiveram também forte desempenho, mesmo diante de um cenário desafiador pontuado por restrições mais rígidas para o combate à pandemia do COVID-19. Cabe destacar também que o forte crescimento apresentado no trimestre foi acompanhado por um aumento ainda mais expressivo na rentabilidade da Companhia, com o EBITDA Ajustado e Lucro Líquido Ajustado crescendo perto de 5 vezes e mais de 100 vezes, respectivamente, em comparação ao 1T20.

A pandemia do COVID-19 acelerou, ao longo de 2020, a implementação da nossa estratégia de vendas através de diversos canais. Além de aperfeiçoar as vendas por meio do nosso site e aprender a continuar vendendo mesmo com nossas lojas fechadas, aceleramos o *rollout* dos canais omni em uma velocidade muito maior que havíamos planejado inicialmente, apresentando curva de aprendizado muito rápida. A prova disso é que nosso e-commerce apresentou crescimento de vendas de 119% no 1T21. Em linha com esse acelerado crescimento, continuaremos focados em intensificar cada vez mais nossa estratégia digital e de omnicanalidade. Ao final do trimestre 160 lojas de um total de 262 já contavam com o omni em pleno funcionamento, tanto na modalidade *ship from store* quanto *pick up in store*. Também continuaremos dedicando esforços significativos para tornarmos o *social selling* cada vez mais relevante para nossas operações.

Além do forte desempenho do e-commerce no trimestre, as lojas físicas também apresentaram sólido crescimento de vendas. As vendas de franquias cresceram 27,8% YoY para R\$ 71,7 milhões, enquanto as vendas das lojas próprias aumentaram 8,3%, totalizando R\$ 39,9 milhões. As vendas nas mesmas lojas apresentaram crescimento de quase 23% em relação ao 1T20, reflexo da evolução e melhor preparo da Companhia em vendas realizadas através do *social selling* e e-commerce, especialmente durante o período do fechamento temporário das lojas. Para o ano de 2021, seguiremos firmes com nosso plano de expansão de lojas físicas e pretendemos superar o número de novas lojas inauguradas em 2020, que totalizou 35.

Durante o trimestre aumentamos o sortimento de produtos vendidos em nossas lojas, com uma maior variedade de tênis, de cores (linha heroes) e produtos para yoga. Também, aproveitando o sucesso da modalidade de *beach tennis* no Brasil, que ganha cada vez mais adeptos, lançamos no 1T21 uma linha exclusiva incluindo roupas, raquetes, bolas e acessórios, voltada à prática deste esporte. Além disso, em agosto deste ano, planejamos inaugurar nossa primeira loja de Experiência, em um ambiente inovador, que fará com que o cliente possa comprovar de forma única a qualidade de nossos produtos e ter uma experiência de compra diferenciada, testando várias iniciativas que poderão ser eventualmente incorporadas ao restante da rede, assim como a integração com a nossa plataforma TFSports.

Já o *sell out* total cresceu 26% YoY para R\$ 124,6 milhões. Este expressivo crescimento de vendas no trimestre foi acompanhado pela forte diligência no controle de nossos custos e despesas, permitindo crescer a rentabilidade da Companhia de forma significativa. O EBITDA Ajustado totalizou R\$ 8,7 milhões, crescimento de 381% e margem de 13,7%, 10,5 p.p. acima do 1T20. O expressivo crescimento do EBITDA Ajustado, muito acima do aumento YoY de 13,6% da Receita Líquida, demonstra o elevado grau de alavancagem operacional da Companhia. Já o Lucro Líquido Ajustado somou R\$ 7,2 milhões no trimestre, com margem de 11,3% versus um resultado ajustado próximo ao break even no mesmo período do ano anterior.

As restrições sociais por conta do combate à pandemia também continuam afetando nossos eventos presenciais, tais como as corridas de rua, importante parte de nosso ecossistema. Isso não nos impediu, no entanto, de continuarmos promovendo aulas *on line* “Continue em Movimento”, bem como aperfeiçoando e incluindo cada vez mais funcionalidades em nossa plataforma *wellness* TFSports. Já contamos com 313 treinadores na plataforma para organização das aulas, incentivando-os e integrando-os em nosso ecossistema.

A busca constante pela satisfação e superação das expectativas de nossos consumidores continua sendo um fator crucial para a Companhia. O nosso indicador NPS (Net Promoter Score) permanece elevado, em patamares acima de 80, o que mostra a satisfação e fidelização de nossos consumidores com nossos produtos, serviços, experiências e atendimento.

Para encerrar, gostaríamos de agradecer, mais uma vez, a toda nossa equipe de colaboradores e ao nosso Conselho de Administração pelo engajamento e direcionamento, aos franqueados pela dedicação, aos nossos fornecedores pela parceria e aos nossos acionistas pela confiança em nós depositada.

Canais Digitais e Plataforma Omnicanalidade

Cada vez mais, a Track & Field se consolida como uma verdadeira plataforma omnicanal, unindo sua abrangente rede física de lojas a seus ágeis canais digitais, além de integrar os usuários do nosso aplicativo TFSports, criando um verdadeiro ecossistema de *wellness*.

Por meio das mídias sociais, vendas realizadas pelo WhatsApp, campanhas de marketing, *social selling* e e-commerce, os canais digitais da Companhia continuam se fortalecendo e crescendo de forma acelerada. Alavancamos nossa rede de lojas físicas com soluções digitais, oferecendo aos nossos clientes uma operação com delivery nacional integrado à plataforma multicanal e uma experiência de compra completa.

Em agosto de 2020 implantamos o *ship from store*, que permitiu que as pessoas passassem a receber os produtos escolhidos online a partir da loja mais próxima. No mesmo período também incluímos o *pick up in store*, que permitiu a retirada do produto escolhido online, com maior conveniência, na loja mais próxima do consumidor.

Isto nos ajudou a otimizar a logística operacional e a utilizar as nossas lojas como um estoque unificado, realizando a entrega de forma mais ágil, em 1 dia útil, e aumentando a avaliação positiva feita pelos nossos clientes. Até o final do 1T21, 160 lojas de um total de 262 já contavam com o omni em pleno funcionamento, tanto na modalidade *ship from store* quanto *pick up in store*. Nossa objetivo é implementar o omni em praticamente todas as nossas lojas até o final do 1S21.

- Crescimento de vendas do **e-commerce** no **1T21:**
+119%
- **160 lojas** com **omni** em pleno funcionamento

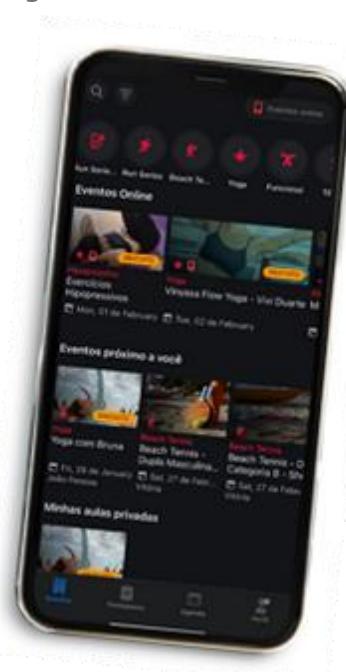


Plataforma TFSports

Dado o cenário de isolamento social, por conta das medidas de contenção da pandemia global da COVID-19, diversos eventos precisaram ser postergados. Contudo, continuamos a observar uma maior demanda de nossos clientes por um estilo de vida mais ativo e saudável, identificado pelo aumento no número de usuários cadastrados em nossa plataforma TFSports, como também pela maior prática de exercícios físicos realizados através das aulas oferecidas pela Companhia, mesmo em formato digital.

Com 219 mil usuários cadastrados em nossa plataforma, continuamos promovendo uma série de inovações em nossos modelos de aula e atuação. Somente neste 1º trimestre, as franquias organizaram 8 eventos TF Experience com 86 inscritos e foram realizadas 354 aulas do “Continue em Movimento”, com 11.833 inscritos. Desde o início das aulas do “Continue em Movimento”, em março de 2020, tivemos um total de 111.756 pessoas inscritas nessa modalidade em março de 2021.

Adicionalmente, vislumbrando oferecer novas experiências aos nossos usuários, diversas funcionalidades continuam sendo testadas e incorporadas em nossa plataforma, como os próprios treinadores integrados à plataforma TFSports para organização das aulas, incentivando-os e integrando-os em nosso ecossistema.



Sell Out

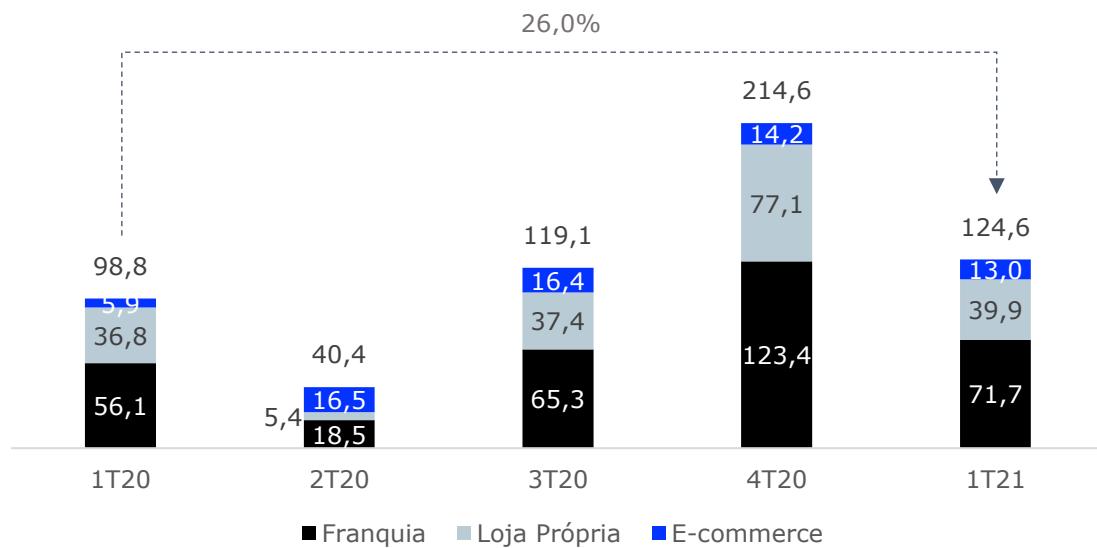
| Sell Out por canal⁽¹⁾ (R\$ mil) | 1T21 | 1T20 | Var. 1T21/ 1T20 |
|---|----------------|---------------|--------------------------------|
| Franquias | 71.673 | 56.063 | 27,8% |
| Lojas Próprias | 39.883 | 36.814 | 8,3% |
| E-Commerce | 12.996 | 5.942 | 118,7% |
| Sell out Total | 124.553 | 98.819 | 26,0% |

(1) Não inclui eventos e outras receitas.

O Sell Out, resultado da soma da venda bruta em todos os canais de venda do Grupo Track&Field (incluindo lojas, franquias e e-commerce), cresceu 26,0% YoY, para R\$ 124,6 milhões no 1T21, impulsionado pelos seguintes fatores: (i) força da marca em um ambiente de aumento do nosso mercado endereçável, com maior demanda do público consumidor por produtos de qualidade, unindo roupas esportivas a um estilo casual confortável e com estilo; (ii) forte aumento nas vendas do e-commerce (+118,7% YoY) e por outros canais digitais; e (iii) crescimento acelerado nas lojas físicas, especialmente

das franquias, em função da curva de maturação das lojas que foram abertas ao longo dos últimos anos.

Sell Out
R\$ milhões



As vendas continuaram apresentando performance resiliente, com crescimento em todos os canais. Mesmo diante das restrições mais severas decretadas no mês de março de 2021 (em função da pandemia), conseguimos compensar parcialmente o fechamento temporário das lojas com nossa operação no e-commerce, que vem se fortalecendo e adquirindo maior maturidade mês após mês, e pelas vendas também realizadas através do *social selling*.

No critério ‘mesmas lojas’, o crescimento do sell out no 1T21 foi de 22,9%, com tendência bastante positiva durante todo o período, com destaque para o mês de março, que registrou expansão de 81,7%, refletindo uma companhia mais bem preparada para enfrentar os desafios da pandemia através da aceleração de vendas influenciadas digitalmente.



Receita Líquida

| Receita Líquida (R\$ mil) | 1T21 | 1T20 | Var. 1T21/1T20 |
|--|---------------|---------------|---------------------------------|
| Vendas de mercadorias | 14.373 | 13.881 | 3,5% |
| Royalties | 10.444 | 8.164 | 27,9% |
| Varejo (Rede Própria) | 38.866 | 31.464 | 23,5% |
| Eventos* | 30 | 2.591 | -98,8% |
| Receita Líquida Total (R\$ mil) | 63.713 | 56.100 | 13,6% |

*Inclui eventos e outras receitas

A Receita Líquida neste trimestre totalizou R\$ 63,7 milhões, favorecida novamente pela contínua evolução das vendas através dos canais digitais. Ainda que o cenário econômico permaneça incerto, principalmente em comparação com o mesmo período do ano passado, registramos crescimento de 13,6% YoY, mesmo com a queda acentuada nas receitas provenientes de eventos (postergados em função da pandemia). Excluindo as receitas com eventos nos dois anos, registramos no 1T21 um crescimento de receita líquida de 19,0% YoY.

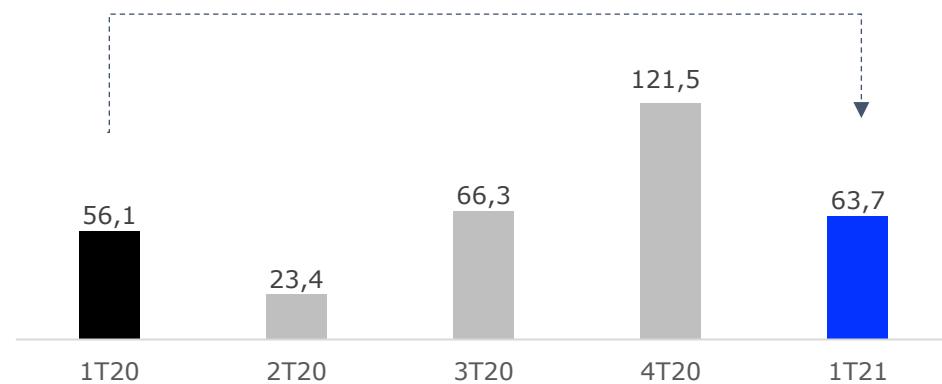
Vale destacar a evolução das receitas no trimestre, com crescimento ao longo de todo o período nas vendas, com destaque para lojas próprias, e-commerce e receita de royalties.

Importante destacar que o lançamento da coleção de inverno/21 ocorreu em abril, enquanto no ano de 2020 ocorreu no mês de março. O deslocamento do lançamento da coleção para o segundo trimestre fez com que as vendas de mercadorias para os franqueados da nova coleção também ocorresse no início do segundo trimestre, explicando o crescimento de 3,5% na linha de vendas de mercadorias, abaixo da média de crescimento registrada pelos outros negócios no período.

Receita Líquida

R\$ milhões

13,6%

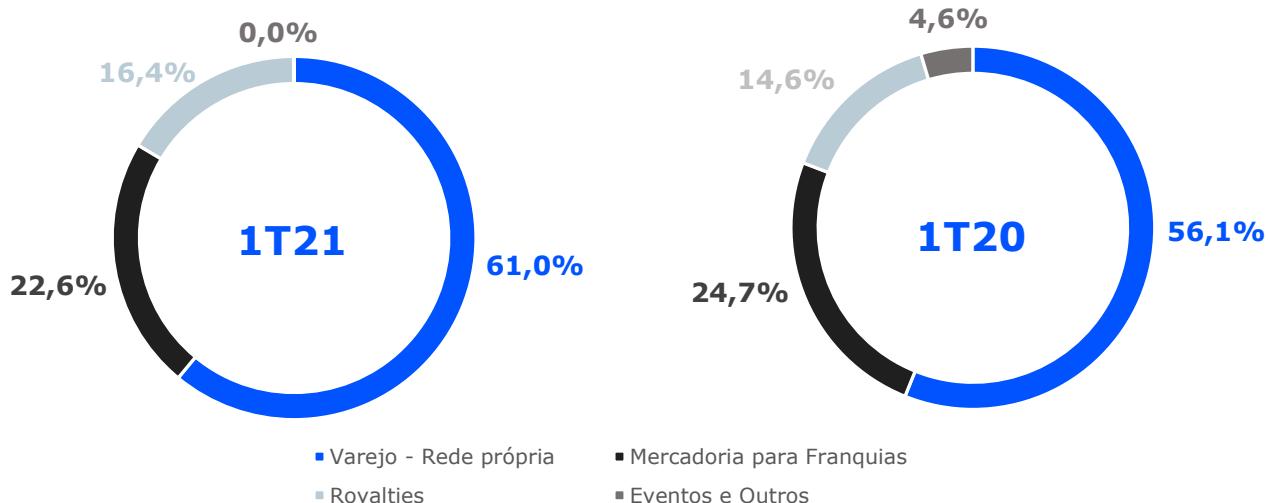


O grande destaque positivo na Receita Líquida do 1T21 foi mais uma vez o e-commerce, com forte performance e mais que dobrando em relação ao mesmo trimestre de 2020 (+120,5% YoY) para R\$ 9,4 milhões, atingindo uma participação de 14,8% da receita líquida versus 7,6% no mesmo período de 2020.

Como já mencionado, dado o impacto das restrições impostas para o combate à pandemia, novamente não tivemos receita com eventos no 1T21. Comparativamente, a receita de eventos no 1T20 totalizou R\$ 2,6 milhões, equivalente a 4,6% da Receita Líquida Total daquele trimestre. Esperamos que tão logo a pandemia do COVID-19 seja controlada e, consequentemente, que os eventos esportivos sejam normalizados, esta importante parte do nosso negócio volte gradualmente a impactar positivamente nossa geração de receita.

Composição da Receita Líquida

%



Lucro Bruto

| Lucro Bruto (R\$ mil) | 1T21 | 1T20 | Var. 1T21/ 1T20 |
|--------------------------|--------|--------|-----------------------|
| Lucro Bruto | 40.790 | 29.398 | 38,8% |
| Margem Bruta | 64,0% | 52,4% | +11,6 p.p. |

O Lucro Bruto do trimestre foi de R\$ 40,8 milhões, aumento de 38,8% em relação ao 1T20, fruto do crescimento de vendas e do aumento de margem no período. A margem bruta alcançou maior patamar dos últimos 2 anos, atingindo 64,0% no 1T21, com aumento de 11,6 p.p YoY e crescimento de 3,4 p.p. em relação ao trimestre anterior, que pode ser considerado o mais aquecido por conta das datas comemorativas de final de ano. Esse crescimento reflete (i) um melhor mix de negócios, diante da maior representatividade de lojas próprias, e-commerce e royalties; (ii) o aumento de margem em lojas próprias (incluindo e-commerce), tendência verificada desde o 4T20; e a (iii) baixa necessidade de *mark down*, dada a forte demanda pelos nossos produtos.

Adicionalmente, quando analisamos os períodos da tabela acima, convém relembrar que a Companhia teve um esforço promocional no início da pandemia (março/20), o que dificulta a base de comparação.

Despesas Operacionais

| Despesas Operacionais (R\$ mil) | 1T21 | 1T20 | Var. 1T21/ 1T20 |
|------------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|
| Com Vendas | 17.330 | 14.086 | 23,0% |
| Gerais e Administrativas | 14.211 | 13.631 | 4,3% |
| Outras Despesas (Receitas) | 701 | 308 | 127,5% |
| Total Desp. Operacionais | 32.242 | 28.025 | 15,0% |

As Despesas com Vendas aumentaram 23,0% no trimestre, reflexo principalmente do aumento das despesas variáveis, em função do forte crescimento das vendas, impactando principalmente despesas com pessoal (loja), marketing, gastos associados a operação de e-commerce (plataforma e fretes) e aluguéis.

As Despesas Gerais e Administrativas por sua vez, registraram aumento de 4,3% no 1T21 vs. 1T20, significativamente inferior ao aumento da Receita Líquida, refletindo as medidas de otimização de custos e sinergias entre áreas implementadas ao longo de 2020.

Destaque para a linha de despesas de pessoal que apresentaram queda de 4,8% versus o 1T21, reduzindo a sua representatividade sobre vendas líquidas em 2,6 p.p. YoY e reforçando o potencial de alavancagem operacional da Companhia.

A tabela abaixo reflete a variação das despesas operacionais, excluindo os efeitos do IFRS-16 e *stock options*.

| Despesas Operacionais Ajustadas (R\$ mil) | 1T21 | 1T20 | Var. 1T21/ 1T20 |
|--|---------------|---------------|--------------------------------|
| Com Vendas | 17.047 | 14.560 | 17,1% |
| Gerais e Administrativas | 15.057 | 13.864 | 8,6% |
| Outras Despesas (Receitas) | 701 | 7 | n.d. |
| Total Desp. Operacionais | 32.805 | 28.431 | 15,4% |

EBITDA

| EBITDA (R\$ mil) | 1T21 | 1T20 | Var. 1T21/ 1T20 |
|-------------------------------|---------------|--------------|--------------------------------|
| Lucro Líquido | 7.227 | -566 | n.d. |
| (+) Imposto de Renda e CS | 1.332 | 812 | 64,1% |
| (+) Resultado Fin. Líquido | -11 | 1.127 | n.d. |
| (+) Depreciação e amortização | 2.442 | 2.834 | -13,8% |
| EBITDA | 10.989 | 4.207 | 161,2% |
| Margem EBITDA | 17,2% | 7,5% | 9,7 p.p. |
| (+) Ajuste IFRS-16 | -2.270 | -2.694 | -15,7% |
| (+) Ajuste Stock Options | - | 301 | n.d. |
| EBITDA Ajustado | 8.720 | 1.813 | 380,8% |
| Margem EBITDA Ajustado | 13,7% | 3,2% | 10,5 p.p. |

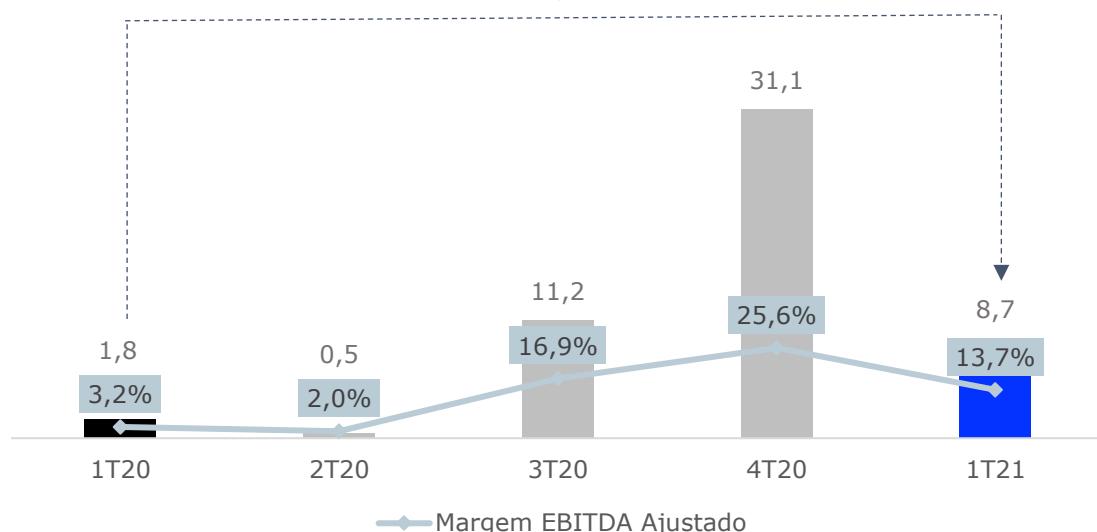
O EBITDA totalizou R\$ 11,0 milhões no trimestre, demonstrando a contínua retomada de nossos resultados, mesmo diante de condições mais restritivas de mobilidade social (em função da pandemia), impulsionados pelo crescimento das vendas em nosso *e-commerce*. A Margem EBITDA no 1T21 foi de 17,2%.

Excluindo os efeitos do IFRS-16 e as despesas com Stock Options em 2020, o EBITDA Ajustado somou R\$ 8,7 milhões no 1T21, 380,8% acima do 1T20.

EBITDA Ajustado

R\$ milhões

380,8%

**Resultado Financeiro**

| Resultado Financeiro (R\$ mil) | 1T21 | 1T20 | Var. 1T21/1T20 |
|---------------------------------------|------------|---------------|-------------------|
| Receitas Financeiras | 1.410 | 838 | 68,2% |
| Despesas Financeiras | -1.399 | -1.965 | -28,8% |
| Resultado Financeiro | 11 | -1.127 | n.d. |
| Efeito Líquido dos Ajustes | 629 | 1.224 | -48,6% |
| Resultado Financeiro Ajustado* | 641 | 97 | 559,4% |

*Efeitos IFRS: juros sobre as operações de arrendamento mercantil e descontos (período COVID-19)

O Resultado Financeiro Ajustado no trimestre, excluindo os efeitos do IFRS 16, foi de R\$ 0,6 milhão, com redução das despesas financeiras provenientes de juros e encargos e incremento das receitas financeiras provenientes de aplicações financeiras, dado o maior saldo de caixa no período, e, em virtude da pandemia do COVID-19, os descontos obtidos pela companhia em aluguéis.

Convém mencionar, que no 1T20 tivemos uma despesa (cerca de R\$ 200 mil) com a antecipação de 100% da carteira de recebíveis de cartões de crédito no início da pandemia visando assegurar eventuais necessidades de caixa e garantir a liquidez da Companhia.

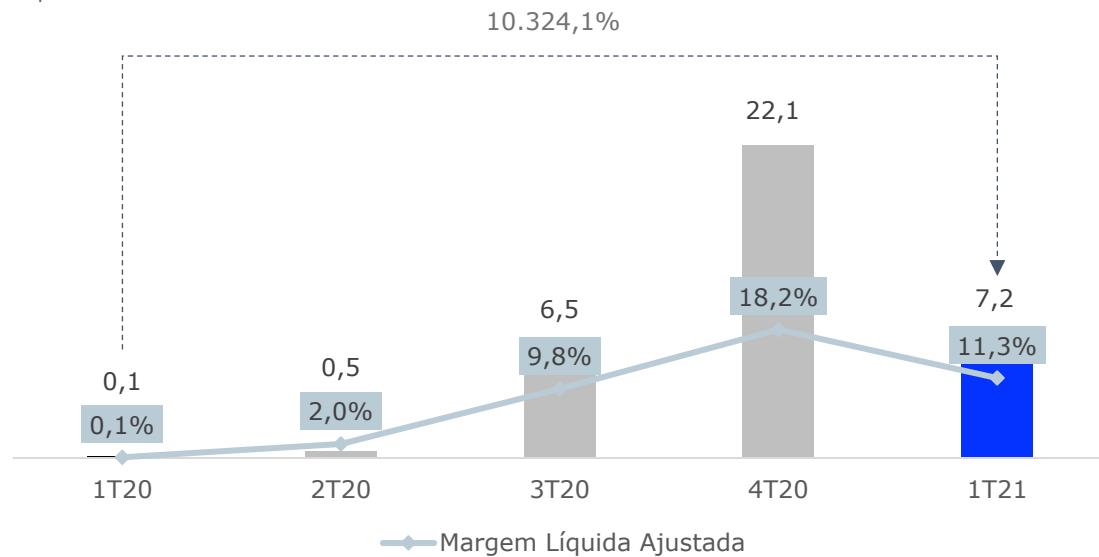
Lucro Líquido

| Lucro Líquido R\$ mil e % | 1T21 | 1T20 | Var. 1T21/1T20 |
|---|--------------|-------------|---------------------------|
| Lucro Líquido | 7.227 | -566 | n.d. |
| Margem Líquida | 11,3% | -1,0% | 12,4 p.p. |
| (+) Ajuste IFRS-16 | -55 | 335 | -116,4% |
| (+) Ajuste Stock Options | - | 301 | n.d. |
| Lucro Líquido Ajustado² | 7.172 | 69 | 10.324,1% |
| Margem Líquida Ajustada | 11,3% | 0,1% | 11,1 p.p. |

O Lucro Líquido atingiu R\$ 7,2 milhões no 1T21, ficando R\$ 7,8 milhões acima do mesmo trimestre do ano anterior. A margem líquida manteve o ritmo de recuperação observado nos trimestres anteriores, encerrando o período com 11,3% de margem.

Lucro Líquido Ajustado

R\$ milhões



O Lucro Líquido Ajustado, sem efeitos da aplicação do IFRS 16 e as despesas com Stock Options em 2020, totalizou R\$ 7,2 milhões no trimestre, ficando fortemente acima do resultado apresentado no 1T20, que foi de R\$ 69 mil, e registrou também ganho de 11,1 p.p. na margem líquida ajustada na comparação entre os períodos.

Endividamento

A Companhia sempre prezou pela disciplina no que se refere a sua estrutura de capital e historicamente não possui dívidas.

Encerramos o trimestre com sólida posição de Caixa de R\$ 86,0 milhões, que somado aos recebíveis de cartões, totalizaram R\$ 113,9 milhões.

Destacamos que a referida estrutura de capital nos deixa em posição confortável para continuarmos investindo em nossa plataforma de *wellness*, em tecnologia e inovação focando no aprimoramento da nossa omnicanalidade, na cadeia de produção e no centro de distribuição.

A Companhia não possui endividamento em moeda estrangeira e não faz uso de instrumentos derivativos.



Fluxo de Caixa

| Fluxo de Caixa R\$ mil | 1T21 | 1T20 |
|---|--------------|-------------|
| Caixa Líquido Gerado Pelas Atividades Operacionais | 1,1 | 32,5 |
| (+) Caixa Líquido Aplicado nas Atividades de Investimentos | (2,4) | (0,3) |
| (+) Caixa Líquido Gerado Pelas Atividades de Financiamentos | (1,8) | (5,2) |
| (=) Aumento (Redução) de Caixa e Equivalentes de Caixa | (3,1) | 27,0 |
| (+) Saldo Inicial de Caixa | 89,1 | 47,4 |
| (=) Saldo Final de Caixa | 86,0 | 74,4 |

No trimestre, a Companhia gerou R\$ 1,1 milhão pelas Atividades Operacionais, frente a R\$ 32,5 milhões no 1T20. Essa diferença se deve (i) ao efeito extraordinário de antecipação de recebíveis no 1T20, para trazer mais segurança ao caixa da companhia no início da pandemia, no valor de R\$ 24,9 milhões; (ii) ao aumento nos Estoques, explicado pelo lançamento da nova coleção de inverno, programada para o mês de abril; (iii) à nossa expectativa de maiores vendas para 2021 em relação ao ano anterior; (iv) ao maior saldo na rubrica de Fornecedores no ano passado, devido às renegociações realizadas; e (v) um desembolso maior com obrigações tributárias no 1T21.

O Caixa Líquido de Investimentos teve crescimento de R\$ 2,1 milhões nos desembolsos devido principalmente à aquisição de imobilizado (novo Centro de Distribuição localizado em Osasco).

O Caixa Líquido de Financiamentos, por sua vez, havia sido impactado no 1T20 devido ao pagamento de dividendos e amortização do principal dos empréstimos.

Continuamos bastante disciplinados com relação a nossa estrutura de capital, sem endividamento bancário, além de encerramos o trimestre com sólida posição de Caixa de R\$ 86,0 milhões, que somado aos recebíveis de cartões, totalizaram R\$ 113,9 milhões.

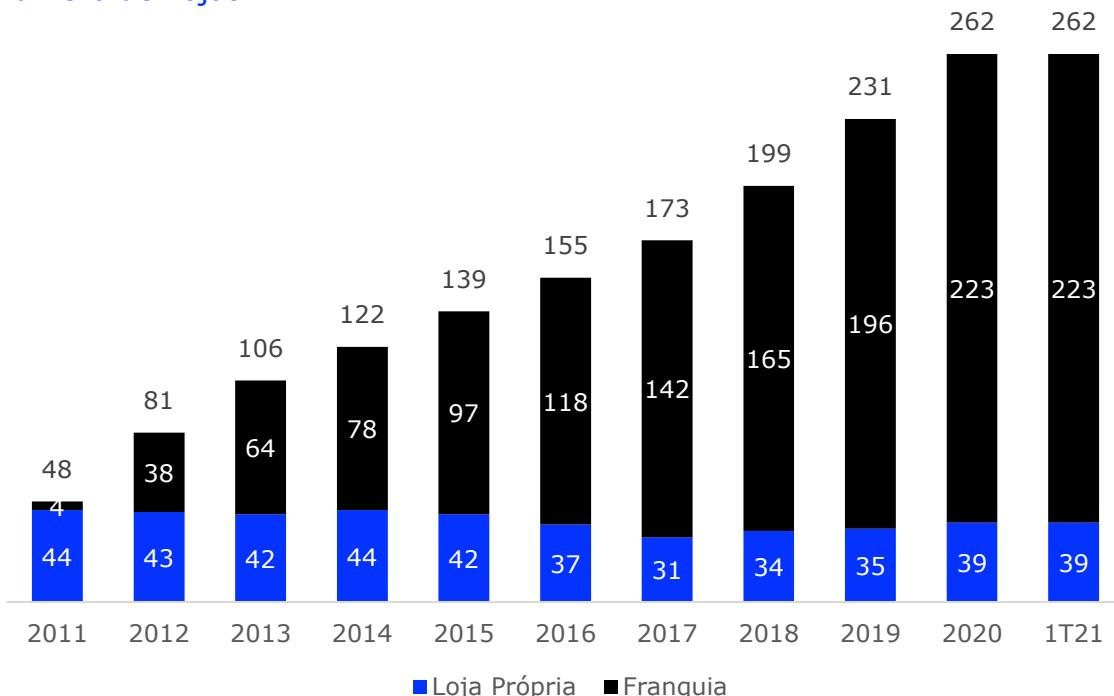
Investimentos/Expansão

Seguimos com o plano de expansão de nossa rede de lojas físicas, devidamente revisado pelo nosso orçamento pós-COVID-19, e estamos confiantes em relação ao número de abertura de lojas para o ano de 2021, que deverá superar o número aberto em 2020, que foi de 35.

No trimestre encerramos uma de nossas franquias, localizada em um aeroporto no Rio de Janeiro, e inauguramos uma nova loja (franquia) em Salvador (BA). Encerramos o período com 262 lojas, das quais 30 são lojas próprias, 223 são franquias e 9 são outlets.

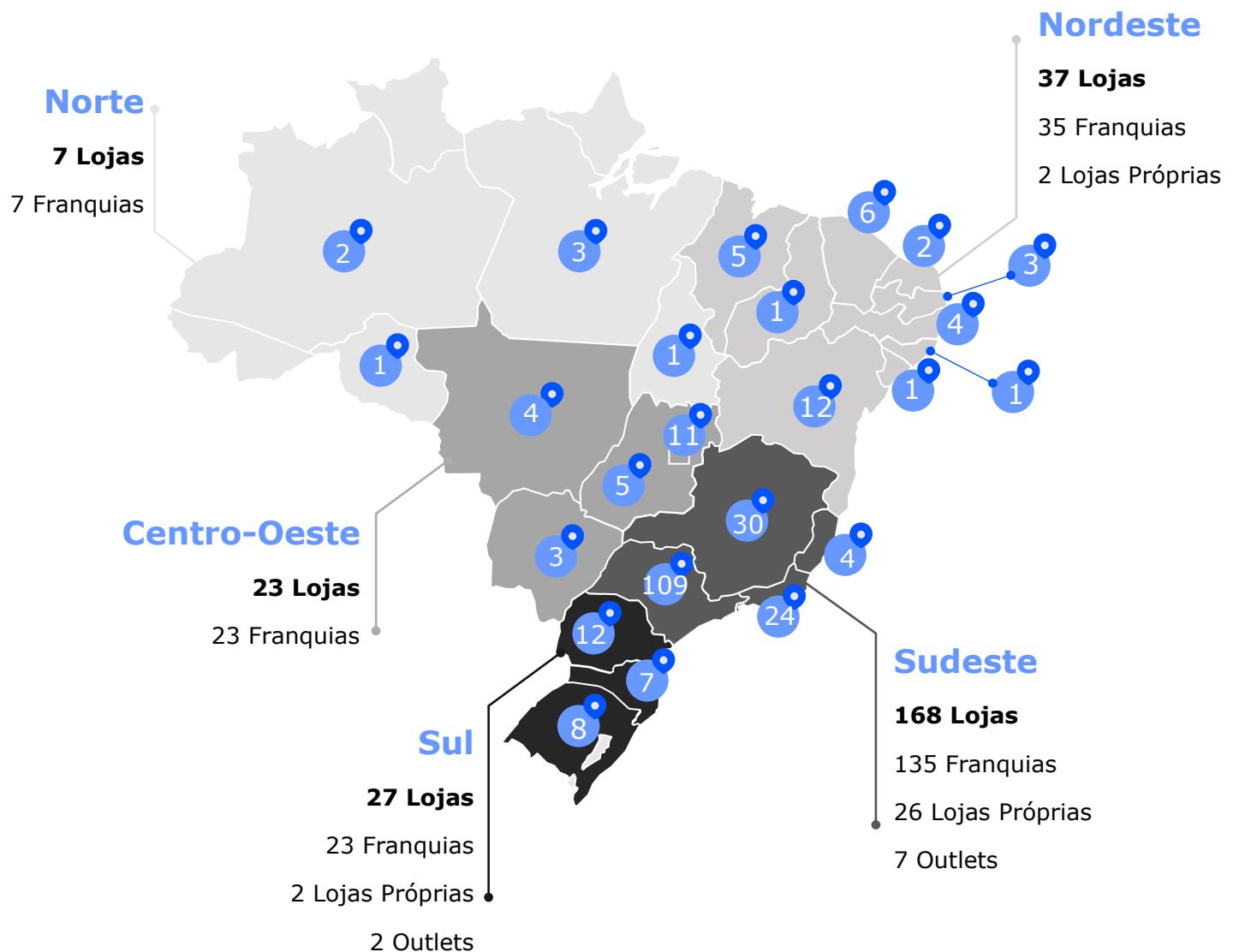
15

Número de Lojas



Nota: E-Commerce considerado como 1 loja própria.

Mapa de Lojas



Anexos

Demonstração do Resultado do Exercício

| R\$ mil | 1T21 | 1T20 |
|---|--------------|-------------|
| RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS DE MERCADORIAS E SERVIÇOS PRESTADOS | 63.713 | 56.100 |
| Custo das mercadorias vendidas e dos serviços prestados | -22.923 | -26.702 |
| LUCRO BRUTO | 40.790 | 29.398 |
| RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS | -32.242 | -28.025 |
| Com vendas | -17.330 | -14.086 |
| Gerais e administrativas | -14.211 | -13.631 |
| Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas | -701 | -308 |
| LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO | 8.548 | 1.373 |
| RESULTADO FINANCEIRO | 11 | -1.127 |
| Receitas financeiras | 1.410 | 838 |
| Despesas financeiras | -1.399 | -1.965 |
| LUCRO OPERACIONAL ANTES DO IR E CS | 8.559 | 246 |
| IMPOSTO DE RENDA E CS | -1.332 | -812 |
| LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO | 7.227 | -566 |

Demonstração do Resultado do Exercício (Sem Efeito do IFRS-16 e Stock Options)

| R\$ mil | 1T21 | 1T20 |
|---|--------------|-------------|
| RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS DE MERCADORIAS E SERVIÇOS PRESTADOS | 63.713 | 56.100 |
| Custo das mercadorias vendidas e dos serviços prestados | -22.923 | -26.702 |
| LUCRO BRUTO | 40.790 | 29.398 |
| RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS | -32.805 | -28.431 |
| Com vendas | -17.047 | -14.560 |
| Gerais e administrativas | -15.057 | -13.864 |
| Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas | -701 | -7 |
| LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO | 7.985 | 967 |
| RESULTADO FINANCEIRO | 641 | 97 |
| Receitas financeiras | 901 | 838 |
| Despesas financeiras | -260 | -741 |
| LUCRO OPERACIONAL ANTES DO IR E CS | 8.626 | 1.064 |
| IMPOSTO DE RENDA E CS | -1.454 | -995 |
| LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO | 7.172 | 69 |

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, incluindo no EBITDA Ajustado.

| Linhas incluídas no BP pelo IFRS 16 Em R\$ mil | Com Efeito do IFRS 16 (A) | Sem Efeito do IFRS 16 (B) | Diferença (A-B) |
|---|--|--|----------------------------|
| Ativo – Direitos de Uso | 67.183 | - | 67.183 |
| Passivo – Arrendamentos a Pagar | 72.254 | - | 72.254 |

| 1T21 Linhas afetadas pelo IFRS 16 e Stock Options Em R\$ mil | Com Efeito do IFRS 16 e Stock Options (A) | Sem Efeito do IFRS 16 e Stock Options (B) | Diferença (A-B) |
|---|--|--|----------------------------|
| Despesas Operacionais (excl. Depreciação e Amortização) | 29.801 | 32.070 | -2.270 |
| Despesas Depreciação e Amortização | 2.442 | 735 | 1.707 |
| Resultado Financeiro | -11 | -641 | 629 |
| Lucro Líquido | 7.227 | 7.172 | -55 |
| EBITDA | 10.989 | 8.720 | 2.270 |



FLUXO DE CAIXA

| R\$ mil | 1T21 | 1T20 |
|---|---------------|---------------|
| FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS | | |
| Lucro líquido do exercício | 7.227 | -566 |
| Ajustes para reconciliar o lucro líquido (prejuízo) do exercício com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais: | | |
| Depreciação e amortização | 2.455 | 2.849 |
| Atualização monetária de depósitos judiciais | -62 | -62 |
| Atualização monetária de provisão de contingências | -63 | -74 |
| Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos | 1.332 | 812 |
| Provisão (Reversão) para perdas de estoque | 159 | 89 |
| Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários | -134 | -221 |
| Perdas de crédito | 642 | 118 |
| Perdas esperadas de crédito | -94 | 133 |
| Baixa de ativo imobilizado e intangível | - | 1 |
| Créditos tributários de períodos anteriores | -874 | - |
| Juros s/ arrendamento - direito de uso | 1.139 | 1.224 |
| Atualização monetária de impostos a recuperar | -241 | -298 |
| Variação nos ativos e passivos operacionais: | | |
| Contas a receber | 41.727 | 46.244 |
| Estoques | -36.079 | -9.017 |
| Impostos a recuperar | 2.232 | -229 |
| Depósitos judiciais | 219 | -212 |
| Outros créditos | -895 | -916 |
| Fornecedores | 2.362 | 8.742 |
| Obrigações trabalhistas e previdenciárias | -2.534 | -1.046 |
| Obrigações tributárias | -13.240 | -9.893 |
| Contas a pagar | -2.095 | -1.826 |
| Contas a pagar partes relacionadas | -215 | -1.077 |
| Outras obrigações | 25 | 10.001 |
| Caixa gerado pelas atividades operacionais | 2.993 | 44.776 |
| Imposto de renda e contribuição social pagos | -1.874 | -12.231 |
| Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais | 1.119 | 32.545 |
| FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO | | |
| Aquisição de imobilizado | -1.956 | -269 |
| Aquisição de intangível | -483 | -48 |
| Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento | -2.439 | -317 |
| FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO | | |
| Dividendos pagos | - | -899 |
| Amortização de empréstimos e financiamentos - principal | - | -1.647 |
| Arrendamentos direito de uso pago | -1.760 | -2.694 |
| Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento | -1.760 | -5.240 |
| VARIAÇÃO CAMBIAL SOBRE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA DE CONTROLADA NO EXTERIOR | | |
| AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA | 1 | -7 |
| Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa | 89.077 | 47.414 |
| Saldo final de caixa e equivalentes de caixa | 85.998 | 74.395 |

Balanço Patrimonial

| R\$ mil | 1T21 | 1T20 |
|--|----------------|----------------|
| ATIVO | | |
| CIRCULANTE | | |
| Caixa e equivalentes de caixa | 85.998 | 74.395 |
| Contas a receber | 56.056 | 18.665 |
| Estoques | 115.821 | 64.084 |
| Impostos a recuperar | 16.540 | 13.407 |
| Despesas pagas antecipadamente e outros créditos | 3.168 | 4.391 |
| Total do ativo circulante | 277.583 | 174.942 |
| NÃO CIRCULANTE | | |
| Depósitos judiciais | 946 | 11.378 |
| Imposto de renda e contribuição social diferidos | 4.480 | 4.866 |
| Impostos a recuperar | 6.678 | 16.091 |
| Imobilizado | 77.772 | 54.663 |
| Intangível | 1.801 | 1.757 |
| Total do ativo não circulante | 91.677 | 88.755 |
| TOTAL DO ATIVO | 369.260 | 263.697 |

| R\$ mil | 1T21 | 1T20 |
|---|----------------|----------------|
| PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO | | |
| CIRCULANTE | | |
| Fornecedores | 38.613 | 22.198 |
| Partes relacionadas | 14 | 2.566 |
| Obrigações trabalhistas e previdenciárias | 10.292 | 12.465 |
| Obrigações tributárias | 4.718 | 5.747 |
| Arrendamentos direito de uso a pagar | 8.652 | 5.974 |
| Aluguéis a pagar | 858 | 816 |
| Adiantamento de Eventos | 8.196 | - |
| Dividendos a pagar | 6.135 | 123.295 |
| Outras obrigações | 8.568 | 14.168 |
| Total do passivo circulante | 86.046 | 187.229 |
| NÃO CIRCULANTE | | |
| Arrendamentos direito de uso a pagar | 63.602 | 41.756 |
| Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários | 10.742 | 22.538 |
| Outras obrigações | - | 10 |
| Total do passivo não circulante | 74.344 | 64.304 |
| PATRIMÔNIO LÍQUIDO | | |
| Capital social | 192.392 | 415 |
| Ações em tesouraria | -21 | -25 |
| Reserva de capital | -20.084 | 2.104 |
| Reserva de lucros | 27.487 | 8.376 |
| Outros resultados abrangentes | 1.869 | 1.860 |
| Resultado do exercício | 7.227 | -566 |
| Patrimônio líquido atribuível a proprietários da controladora | 208.870 | 12.164 |
| Total do patrimônio líquido | 208.870 | 12.164 |
| TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO | 369.260 | 263.697 |

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, das despesas financeiras, 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, além da exclusão dos efeitos do plano de opções de ações. 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), os efeitos do plano de opção de ações.

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

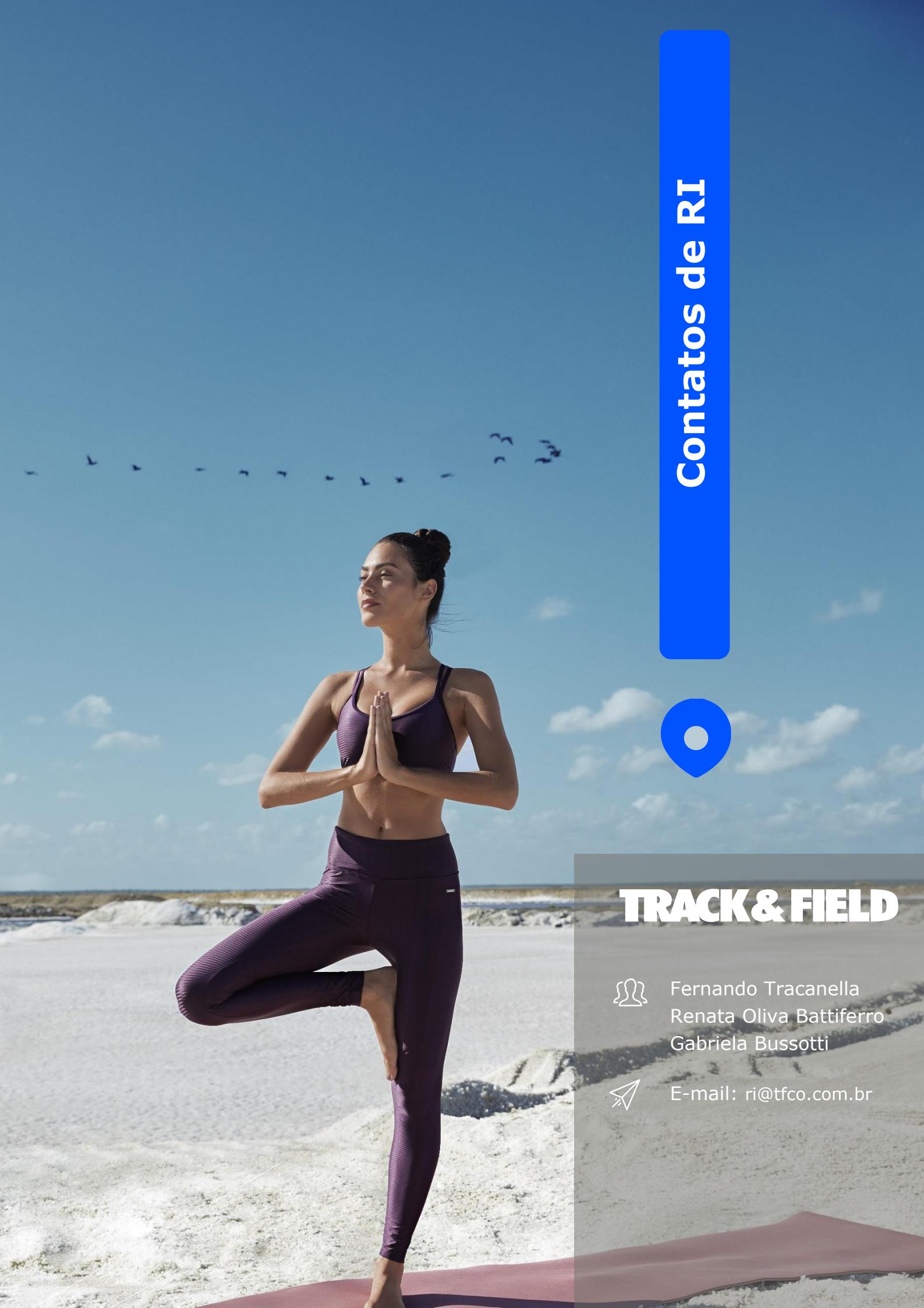
A Dívida Bruta equivale ao total da soma dos empréstimos a pagar (passivo circulante e não circulante). A Dívida Bruta não é medida de resultado em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil. Outras empresas podem calcular a Dívida Bruta de maneira diferente da Companhia.

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.

DISCLAIMER

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.



Contatos de RI



TRACK & FIELD



Fernando Tracanella
Renata Oliva Battiferro
Gabriela Bussotti



E-mail: ri@tfco.com.br

TRACK & FIELD



Earnings
Release
1Q21

Phone Conference
May 14 (Friday)
11:00 a.m. BRT | 10:00 a.m. NY

Portuguese
Phone: +55 11 3181-8565
[Webcast](#)

English
Phone: +1 412 717-9627
[Webcast](#)

São Paulo, May 13, 2021 – A Track & Field CO S.A. (B3: TFCO4) reports its results for the first quarter of 2021 (1Q21). The consolidated financial statements were prepared according to accounting practices adopted in Brazil and with international financial reporting standards (IFRS) issued by the International Accounting Standards Board (IASB).

Operational Highlights



The **sell out** totaled **R\$ 124.6 million** in 1Q21, **+26.0% compared to 1Q20**;



We recorded a **22.9% expansion in Same Store Sales (SSS)**, reflecting the Company's acceleration in terms of digitalization, linked to the growth of the addressable market;



81.7% growth in SSS in March, with highlight to the **second half**, a period in which, even with the closing of a significant portion of our stores (worsening of the pandemic), the Company recorded a **479% growth in the chain's sales** versus the lockdown period, in 2020, reflecting the **digitalization process** through the growth of e-commerce, social selling and omnichannel capacity;



E-commerce sales kept a strong growth pace, recording a 118.7% increase compared to 1Q20, as a result of habit changes during the pandemic and improvement of omnichannel capacity;



We continue to progress with our **omnichannel** project. By the end of 1Q21, of the total 262 stores, **160** (own stores and franchises) already had **ship-from-store/pick up in store** implemented, with **Super Express Delivery** (delivery within 1 business day) working in all of these stores;



The **NPS (Net Promoter Score)** remains high, reaching **81** in the quarter and proving the satisfaction and fidelity of our customers to the brand;



For the second quarter, we plan to open our **new distribution center**, located in Osasco/SP, allowing us to increase 4 times our storage and distribution capacity.

B3: TFCO4

R\$13,27

(per share PN in 05/12)

877,251,375 common shares

71,992,864 preferred shares

(free float: 54,241,204 preferred shares)

R\$ 2.1 billions

Market Cap on 05/12

Financial Highlights



Net Revenue totaled **R\$ 63.7 million** in 1Q21, **+13.6% YoY**. Excluding revenues from events (held in 1Q20), total net income grew 19.0% YoY;



Gross Margin reached **64.0% (+11.6 p.p. YoY)**;



Adjusted EBITDA totaled **R\$ 8.7 million** vs. R\$ 1.8 million in 1Q20 (+380.8% YoY), with a **13,7% margin** (+10.5 p.p. YoY);



Adjusted Net Income totaled **R\$ 7.2 million** higher than the R\$ 0.1 million recorded in 1Q20, **increasing +10,324.1% YoY**.

Table | Summary of Financial Indicators

The information contained in this material refer to consolidated financial statements of the first quarter of 2021 and 2020.

| R\$ thousand, except when otherwise stated | 1Q21 | 1Q20 | Var. 1Q21/ 1Q20 |
|---|---------|--------|-----------------------|
| Financial Results | | | |
| Net Revenue | 63,713 | 56,100 | 13.6% |
| Gross Profit | 40,790 | 29,398 | 38.8% |
| Gross Margin | 64.0% | 52.4% | 11.6 p.p. |
| EBITDA | 10,989 | 4,207 | 161.2% |
| EBITDA Margin | 17.2% | 7.5% | 9.7 p.p. |
| Adjusted EBITDA ¹ | 8,720 | 1,813 | 380.8% |
| Adjusted EBITDA Margin | 13.7% | 3.2% | 10.5 p.p. |
| Net Income | 7,227 | -566 | n.d. |
| Net Margin | 11.3% | -1.0% | 12.4 p.p. |
| Adjusted Net Income ² | 7,172 | 69 | 10,324.1% |
| Adjusted Net Margin | 11.3% | 0.1% | 11.1 p.p. |
| Net Cash ³ | 85,998 | 74,395 | 15.6% |
| Net Cash Equivalents ⁴ | 113,917 | 75,318 | 51.2% |
| Operational Indicators | | | |
| Number of Stores | 262 | 233 | 12.4% |
| Own | 39 | 36 | 8.3% |
| Franchise | 223 | 197 | 13.2% |
| Average Ticket (R\$) | 355.64 | 303.14 | 17.3% |
| Total Sell Out ⁵ (R\$ thousand) | 124,553 | 98,819 | 26.0% |
| E-commerce Sales (R\$ thousand) | 12,996 | 5,942 | 118.7% |
| Same Store Sales ⁶ (SSS)% YoY | 22.9% | -0.9% | 23.8 p.p. |

Note: Adjusted amounts refer to non-accounting measurements for the purposes of comparison and best market analysis.

¹ Adjusted EBITDA: excluding effects of IFRS 16 (effects of exclusion of expenses with depreciation of the right to use and leasing expenses referring to rent) and in fiscal year 2020 exclusion of expenses referring to the stock option plan.

² Adjusted Net Income: excluding the application of IFRS and in fiscal year 2020 excluding the stock option plan.

³ Net Cash: Cash and cash equivalents – Financial loans.

⁴ Net Cash Equivalents: Cash and cash equivalents + Cards receivables – Financial loans.

⁵ Total Sell Out: Represents sales to consumers of Grupo Track & Field, regardless of the sales channel (physical/online or, moreover, own store/franchise).

⁶ Same Store Sales (SSS): Considers sales in same stores relative to the same period in the previous year.



Message from Management

The first quarter of 2021 reiterated the recovery and growth trends our operations observed in 3Q20 and 4Q20. Favored by the expansion of the addressable market, Track & Field consolidates itself even further into an omnichannel wellness platform while presenting three-digit growth in e-commerce sales for the third consecutive quarter, at the same time physical stores also demonstrated strong performance, despite a challenging scenario marked by stricter COVID-19 related restrictions. It is also important to point out that the strong growth presented in the quarter was matched by even more significant increase in the Company's profitability. The adjusted EBITDA nearly quintupled and Adjusted Net Income grew by over 100 times in comparison to 1Q20.

The COVID-19 pandemic accelerated, throughout 2020, the implementation of our selling strategy on several channels. In addition to enhancing sales through our website and learning to continue to sell even with our stores closed, we sped up the rollout of the omnichannel at a much faster rate than we initially planned, showing a steep learning curve. Proof of that, our e-commerce platform showed an 119% increase in sales for 1Q21. In line with this accelerated growth, we remain focused on intensifying even further our digital strategy and omnichannel capabilities. At the end of the quarter, 160 stores (out of 262 total) already had the omnichannel strategy in full operation, both for the ship from store and pick up in store options. We will also continue to dedicate significant efforts to make social selling more relevant to our operations.

In addition to a strong e-commerce performance in the quarter, physical stores also showed solid sales growth. Franchise sales grew 27.8% YoY to R\$ 71.7 million, while the sales of owned stores increased by 8.3% totaling R\$ 39.9 million. Same store sales presented growth of almost 23% relative to 1Q20, reflecting the evolution and preparations made by the company through sales from social selling and e-commerce, especially during the temporary closing of the stores. For 2021, we remain firm in our plans to expand physical stores and aim to surpass the number of new stores opened in 2020, which totaled at 35.

During the quarter, we increased the mix of products sold in our stores, with a larger assortment of sneakers, colors (heroes line), and yoga products. Also, taking advantage of the beach tennis modality in Brazil, which keeps adding to the fan base, we launched an exclusive line of clothing in 1Q21, featuring clothes, tennis rackets, balls and accessories, aimed at the practice of this sport. Furthermore, in August of this year, we plan to launch our first Experience store, through an innovative environment, that will allow the customer to prove in a unique way the quality of our products and have a differentiated shopping experience, testing several initiatives that will eventually be incorporated into the rest of the chain, as well as the integration of our TFSports platform.

Regarding the sell out, the increase was 26% YoY to R\$ 124.6 million. This substantial sales increase in the quarter was driven by our diligence in controlling costs and expenses, allowing the company to significantly grow profitability. Adjusted EBITDA totaled R\$ 8.7 million, a 381% growth and 13.7% margin at 10.5 p.p. above 1Q20. This solid growth of adjusted EBITDA, much higher than the YoY increase of 13.6% of Net Revenue, demonstrates the company's high operational leverage. Adjusted Net Income totaled R\$ 7.2 million in the quarter, with a 11.3% margin versus an adjusted net result close to break even in the same period of the previous year.

Social distancing, due to the pandemic, continues to have an impact on our face-to-face events, such as street runs, an important part of our ecosystem. This did not prevent us, however, of continuing to promote "Keep Moving" online classes, as well as improving and including more functionalities on our wellness platform TFSports. We already have 313 trainers to organize classes, encouraging and integrating them into our ecosystem.

The constant pursuit of satisfaction and exceeding the expectations of our consumers remains crucial to the company. Our NPS indicator (Net Promoter Score) remains high at levels above 80, demonstrating the satisfaction and loyalty of our consumers to our products, services, experiences, and treatment.

In conclusion, we would like to thank our entire team of employees, our Board for their engagement and direction, our franchisees for their dedication, our suppliers for their partnership, and our shareholders for the trust they have given us.

MANAGEMENT

Digital Channels and Omnichannel Platform

More and more, Track & Field has been consolidating itself as a true omnichannel platform, joining its wide chain of physical stores to its agile digital channels, in addition to integrating users of our TFSports app, creating a true wellness ecosystem.

Through social media, sales made through WhatsApp, marketing campaigns, social selling and e-commerce, the Company's digital channels continue to strengthen and grow at an accelerated pace. We have leveraged our network of physical stores with digital solutions, offering our customers an operation with national delivery integrated to the multichannel platform and a complete shopping experience.

In August 2020 we implemented ship from store, which allowed people to receive products bought online from the closest store. In the same period, we have also included pick up in store, which allowed collecting the product bought online, with more convenience, in the closest store to the consumer.

- Sales growth in **e-commerce** in **1Q21**: **+119%**
- **160 stores** with **omni** in full operation

That helped us to optimize operational logistics and use our stores as a single unified inventory, making the delivery more agile, in 1 business day, and increasing the positive evaluation made by our customers. By the end of 1Q21, 160 of a total of 262 stores already counted with omni in full operation, both in the ship from store and in the pick up in store modalities. Our goal is to implement omni in practically all of our stores by the end of the 1H21.

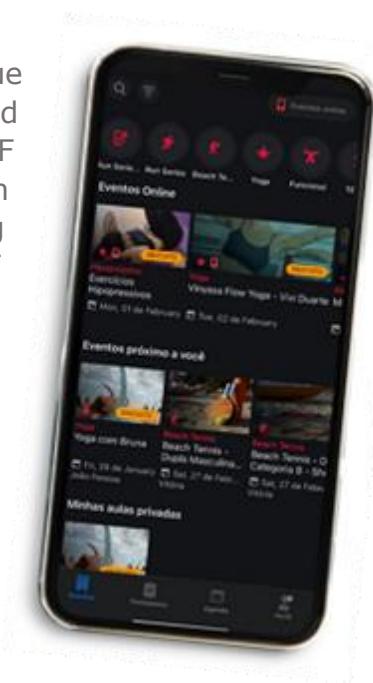


TFSports Platform

Given the social distancing scenario, due to measures set to contain the global COVID-19 pandemic, several events needed to be postponed. However, we continue to observe a higher demand from our clients for a more active and healthier lifestyle, identified by the increase in the number of users registered with our TFSports platform, as well as for the higher rate of physical exercises practiced through the classes offered by the Company, even in the digital format.

With 219 thousand users registered in our platform, we continue to promote a series of innovations in our models of class and operation. In this 1st quarter alone, the franchises organized 8 TF Experience events with 86 enrolled and 354 classes were held in "Keep Moving", with 11,833 registered users. Since the beginning of the "Keep Moving" classes, in March 2020, we had a total of 111,756 people enrolled in this modality in March 2021.

Moreover, seeking to offer new experiences to our users, several functionalities keep being tested and incorporated to our platform, such as trainers themselves integrated to the TFSports platform for organizing classes, encouraging and integrating them to our ecosystem.



6

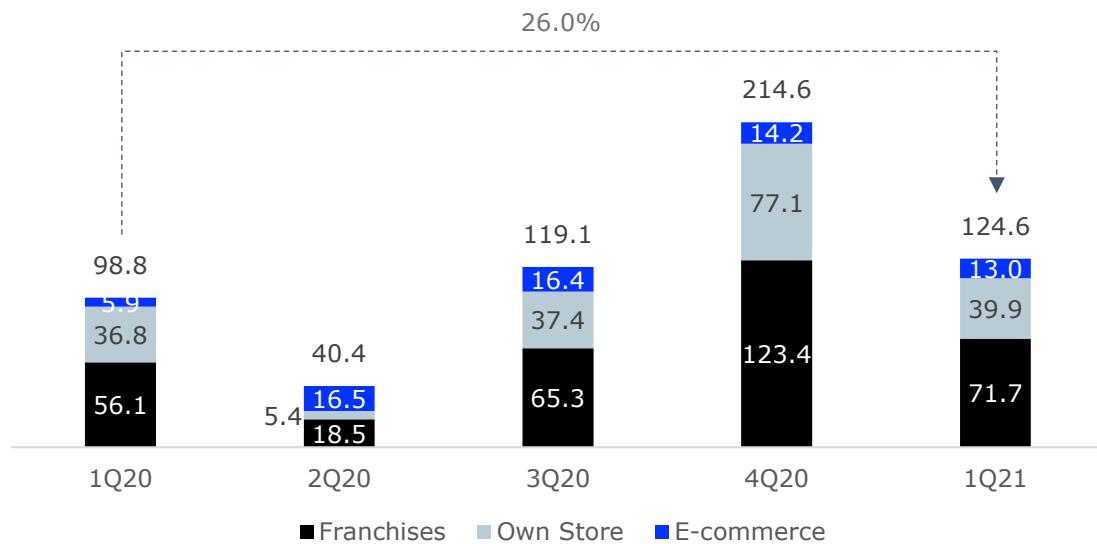
Sell Out

| Sell Out by channel⁽¹⁾ (R\$ thousand) | 1Q21 | 1Q20 | Var. 1Q21/ 1Q20 |
|---|----------------|---------------|--------------------------------|
| Franchises | 71,673 | 56,063 | 27.8% |
| Own Stores | 39,883 | 36,814 | 8.3% |
| E-Commerce | 12,996 | 5,942 | 118.7% |
| Total Sell Out | 124,553 | 98,819 | 26.0% |

(1) Does not include events and other revenues.

Sell Out, the result of the sum of gross sales across all sales channels of Grupo Track&Field (including stores, franchises and e-commerce), grew 26.0% YoY, to R\$ 124.6 million in 1Q21, boosted by the following factors: (i) brand strength in an environment of increase of our addressable market, with higher demand of the consumer public for quality products, joining sports clothing to a comfortable-casual fashion with style; (ii) strong increase in e-commerce sales (+118.7% YoY) and through other digital channels; and (iii) accelerated growth in physical stores, specifically franchises, due to the maturation curve of stores opened throughout the last years.

Sell Out R\$ million



Sales continued to demonstrate a resilient performance, with growth across all channels. Even in light of more severe restrictions decreed in the month of March 2021 (due to the pandemic), we managed to partially offset the temporary closing of stores with our e-commerce operation, which has been strengthening and acquiring more maturity month after month, and also through sales made through social selling.

In the 'same stores' criterion, sell out growth in 1Q21 was 22.9%, with a very positive trend during the entire period, with a highlight to the month of March, which recorded a 81.7% expansion, reflecting a company that is better prepared to face the challenges of the pandemic by accelerating digitally-influenced sales.



Net Revenue

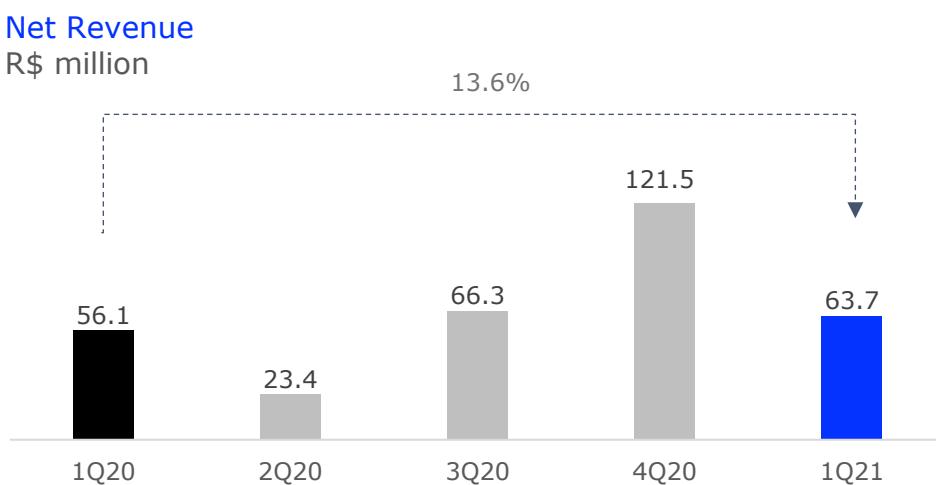
| Net Revenue (R\$ thousand) | 1Q21 | 1Q20 | Var. |
|---|---------------|---------------|--------------|
| | | | 1Q21/1Q20 |
| Sales of goods | 14,373 | 13,881 | 3.5% |
| Royalties | 10,444 | 8,164 | 27.9% |
| Retail (Own Chain) | 38,866 | 31,464 | 23.5% |
| Events* | 30 | 2,591 | -98.8% |
| Total Net Revenue (R\$ thousand) | 63,713 | 56,100 | 13.6% |

*Including events and other revenues

Net Revenue in this quarter totaled R\$ 63.7 million, favored once again by the continued evolution of sales through digital channels. Although the economic scenario remains uncertain, especially compared to the same period of last year, we recorded a 13.6% growth YoY, even with the accentuated decrease in revenues from events (delayed due to the pandemic). Excluding revenues from events in both years, we recorded a 19.0% YoY increase in net revenue.

It is worth mentioning the evolution of revenues in the quarter, with the growth throughout the entire sales period, especially own stores, e-commerce and royalties revenue.

It is also important to point out that the launch of the Winter/21 collection happened in April, while in 2020 it happened in the month of March. The change in the launch of the collection for the second quarter caused sales of goods of the new collection to franchisees to also happen in the beginning of the second quarter, explaining the 3.5% growth in the line of sales of goods, below the growth average recorded by other businesses in the period.



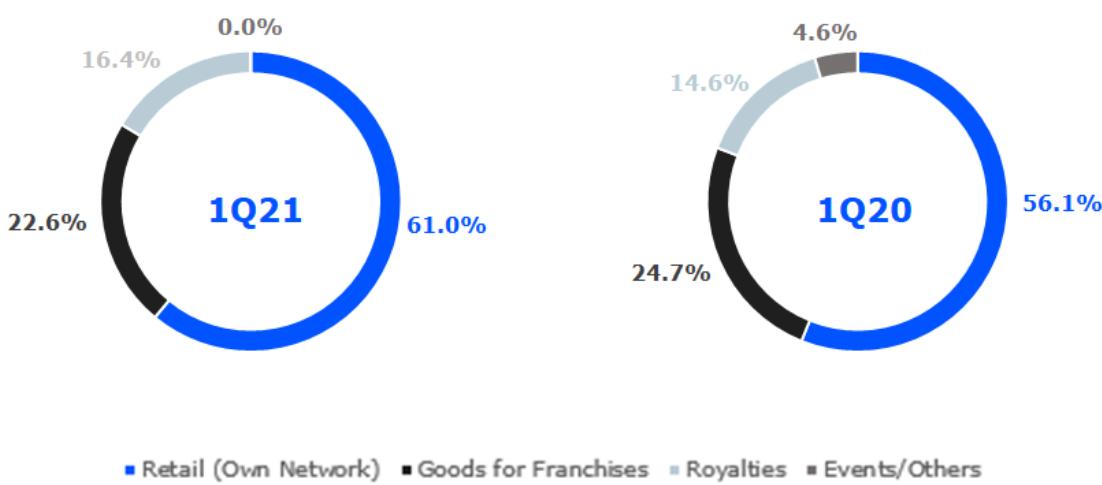
The main positive highlight in Net Revenue in 1Q21 was once again the e-commerce, with strong performance and more than double the same quarter in 2020 (+120.5% YoY) to

R\$ 9.4 million, reaching a 14.8% share in net revenue versus 7.6% in the same period of 2020.

As aforementioned, given the impact of restrictions imposed for fighting the pandemic, once again, we had no income from events in 1Q21. Comparatively, revenue from events in 1Q20 totaled R\$ 2.6 million, equivalent to 4.6% of Total Net Revenue in that quarter. We expect that as soon as the COVID-19 pandemic is under control and, consequently, as sports events resume, this important part of our business will gradually return to positively impact our revenue generation.

Composition of Net Income

%



Gross Profit

| Gross Profit (R\$ thousand) | 1Q21 | 1Q20 | Var. 1Q21/ 1Q20 |
|--|-------------|-------------|--------------------------------|
| Gross Profit | 40,790 | 29,398 | 38.8% |
| Gross Margin | 64.0% | 52.4% | +11.6 p.p. |

Gross Profit in the quarter was R\$ 40.8 million, a 38.8% increase compared to 1Q20, resulting from higher sales and margin in the quarter. Gross margin reached the highest level in the last 2 years, reaching 64.0% in 1Q21, with an increase of 11.6 p.p. YoY and a 3.4 p.p. growth relative to the previous quarter, which can be considered the most heated one due to the years' end holidays. This increase reflects (i) a better business mix, in light of the higher representation of own stores, e-commerce and royalties; (ii) increase in the margin of own stores (including e-commerce), a trend seen since 4Q20; and the (iii) low need for mark down, given the strong demand for our products.

Furthermore, when we analyze the periods in the table above, it is worth remembering that the Company had a promotional effort in the beginning of the pandemic (March/20), which hampers the basis for comparison.

Operating Expenses

| Operating Expenses (R\$ thousand) | 1Q21 | 1Q20 | Var. 1Q21/ 1Q20 |
|--|---------------|---------------|--------------------------------|
| Selling | 17,330 | 14,086 | 23.0% |
| General and Administrative | 14,211 | 13,631 | 4.3% |
| Other Expenses (Revenues) | 701 | 308 | 127.5% |
| Total Operating Expenses | 32,242 | 28,025 | 15.0% |

Sales expenses increased 23.0% in the quarter, mostly a reflection of the increase of variable expenses, due to the strong growth in sales, mostly impacting expenses with personnel (store), marketing, expenses associated to operation of e-commerce (platform and shipping) and rent.

General and Administrative Expenses, on their turn, recorded a 4.3% increase in 1Q21 vs. 1Q20, significantly below the increase of Net Revenue, reflecting the cost improvement measures and synergies between the areas implemented throughout 2020. Highlight for

the personnel expenses line, which decreased 4.8% compared to 1Q21, reducing its share of net sales by 2.6 p.p. YoY and reinforcing the Company's operational leverage potential.

The table below reflects the variation of operational expenses, excluding the effects of IFRS-16 and *stock options*.

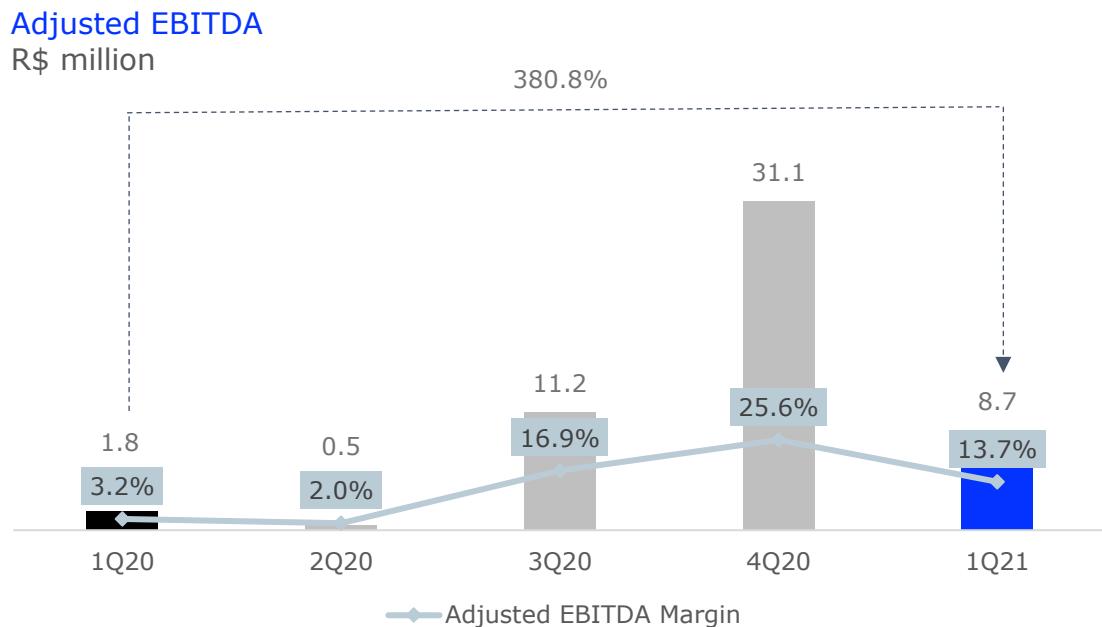
| Adjusted Operational Expenses (R\$ thousand) | 1Q21 | 1Q20 | Var. 1Q21/ 1Q20 |
|---|---------------|---------------|--------------------------------|
| Selling | 17,047 | 14,560 | 17.1% |
| General and Administrative | 15,057 | 13,864 | 8.6% |
| Other Expenses (Revenues) | 701 | 7 | n.d. |
| Total Operational Expenses | 32,805 | 28,431 | 15.4% |

EBITDA

| EBITDA (R\$ thousand) | 1Q21 | 1Q20 | Var. 1Q21/ 1Q20 |
|---|---------------|--------------|--------------------------------|
| Net Income | 7,227 | -566 | n.d. |
| (+) Income Tax and CS (Social Contribution) | 1,332 | 812 | 64.1% |
| (+) Net Financial Result | -11 | 1,127 | n.d. |
| (+) Depreciation and amortization | 2,442 | 2,834 | -13.8% |
| EBITDA | 10,989 | 4,207 | 161.2% |
| EBITDA Margin | 17.2% | 7.5% | 9.7 p.p. |
| (+) IFRS-16 Adjustment | -2,270 | -2,694 | -15.7% |
| (+) Stock Options Adjustment | - | 301 | n.d. |
| Adjusted EBITDA | 8,720 | 1,813 | 380.8% |
| Adjusted EBITDA Margin | 13.7% | 3.2% | 10.5 p.p. |

EBITDA totaled R\$ 11.0 million in the quarter showing a continued resumption of our results, even in the face of more restrictive social distancing measures (due to the pandemic), propelled by the growth of sales in our e-commerce. The EBITDA Margin in 1Q21 was 17.2%.

Excluding the effects of IFRS-16 and expenses with Stock Options in 2020, the Adjusted EBITDA totaled R\$ 8.7 million in 1Q21, 380.8% above 1Q20.



Financial Result

| Financial Result (R\$ thousand) | 1Q21 | 1Q20 | Var. 1Q21/1Q20 |
|------------------------------------|------------|---------------|-------------------|
| Financial Revenues | 1,410 | 838 | 68.2% |
| Financial Expenses | -1,399 | -1,965 | -28.8% |
| Financial Result | 11 | -1,127 | n.d. |
| Net Effect of Adjustments | 629 | 1,224 | -48.6% |
| Adjusted Financial Result* | 641 | 97 | 559.4% |

*IFRS Effects: interests on commercial lease operations and discounts (COVID-19 period)

The Adjusted Financial Result in the quarter, disregarding the effects of IFRS 16, was R\$ 0.6 million, with a reduction of financial expenses resulting from interests and an increase in financial revenues from financial investments, given the higher balance of cash in the period, and, due to the COVID-19 pandemic, the discounts obtained by the Company in rent.

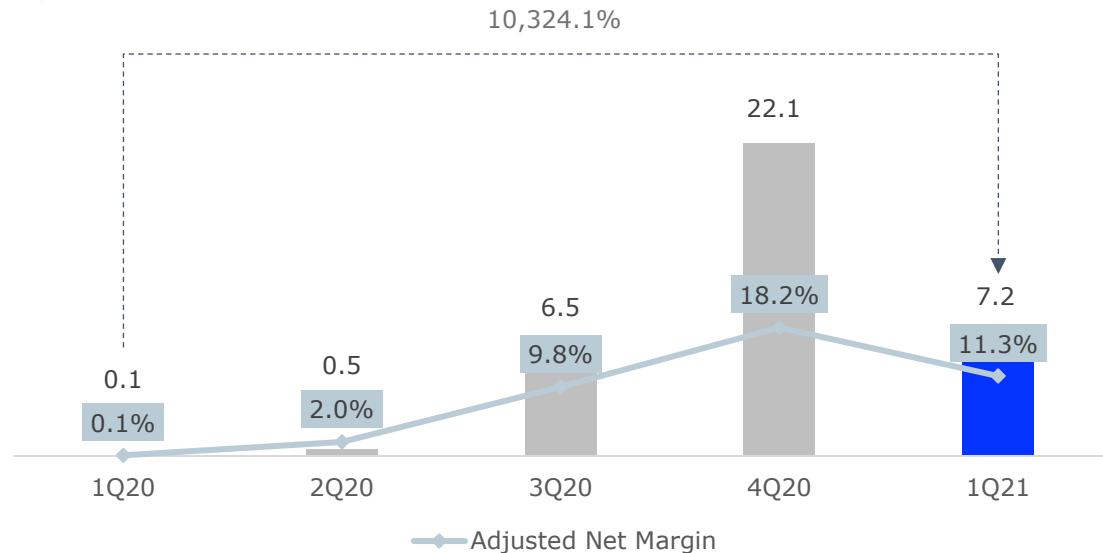
It is worth mentioning that in 1Q20 we had an expense (approximately R\$ 200 thousand) with the anticipation of 100% of the portfolio of receivables from credit cards in the beginning of the pandemic, for ensuring eventual cash needs and for guaranteeing the Company's liquidity.

Net Income

| Net Income R\$ thousand and % | 1Q21 | 1Q20 | Var. 1Q21/1Q20 |
|--|--------------|-------------|---------------------------|
| Net Income | 7,227 | -566 | n.d. |
| <i>Net Margin</i> | 11.3% | -1.0% | 12.4 p.p. |
| (+) IFRS-16 Adjustment | -55 | 335 | -116.4% |
| (+) Stock Options Adjustment | - | 301 | n.d. |
| Adjusted Net Income² | 7,172 | 69 | 10,324.1% |
| <i>Adjusted Net Margin</i> | 11.3% | 0.1% | 11.1 p.p. |

Net Income reached R\$ 7.2 million in 1Q21, R\$ 7.8 million above the same quarter in the previous year. The net margin kept the recovery rhythm observed in the previous quarters, closing the period with a 11.3% margin.

Adjusted Net Income
R\$ million



The Adjusted Net Income, without the effects of the application of IFRS 16 and expenses with Stock Options in 2020, totaled R\$ 7.2 million in the quarter, strongly above the results presented in 1Q20, which was R\$ 69 thousand, and also recorded a 11.1 p.p. gain in the adjusted net margin in the comparison between the periods.

Indebtedness

The Company has always focused on discipline relative to its capital structure and historically has no debt.

We closed the quarter with a solid Cash position of R\$ 86.0 million, which, added to credit card receivables, totaled R\$ 113.9 million.

We highlight that the aforementioned capital structure leaves us in a comfortable position to continue to invest in our wellness platform, in technology and innovation, focusing in improving our omnichannel capabilities, in the chain of production and in the distribution center.

The Company has no debt in foreign currency and does not use derivative instruments.



Cash Flow

| Cash Flow R\$ thousand | 1Q21 | 1Q20 |
|--|--------------|-------------|
| Net cash from Operational Activities | 1.1 | 32.5 |
| (+) Net Cash used in Investment Activities | (2.4) | (0.3) |
| (+) Net Cash Generated by Financing Activities | (1.8) | (5.2) |
| (=) Increase (Reduction) of Cash and Cash Equivalents | (3.1) | 27.0 |
| (+) Cash Balance at the beginning of the period | 89.1 | 47.4 |
| (=) Cash Balance at the end of the period | 86.0 | 74.4 |

In the quarter, the Company generated R\$ 1.1 million from Operational Activities, compared to R\$ 32.5 million in 1Q20. This difference is due (i) to the extraordinary effect of prepayment of receivables in 1Q20, to bring more security to the company's cash at the beginning of the pandemic, in the amount of R\$ 24.9 million; (ii) to the increase in Inventory, explained by the launch of the new winter collection, scheduled for the month of April; (iii) to our expectation of higher sales for 2021 relative to the previous year; (iv) to the higher balance in the Suppliers title in the previous year, due to negotiations made; and (v) a higher disbursement with tax obligations in 1Q21.

Net Cash from Investments grew R\$ 2.1 million in disbursements especially due to the acquisition of fixed assets (new Distribution Center located in Osasco).

Net Cash from Financing, on its turn, had been impacted in 1Q20 due to payment of dividends and amortization of the principal and loans.

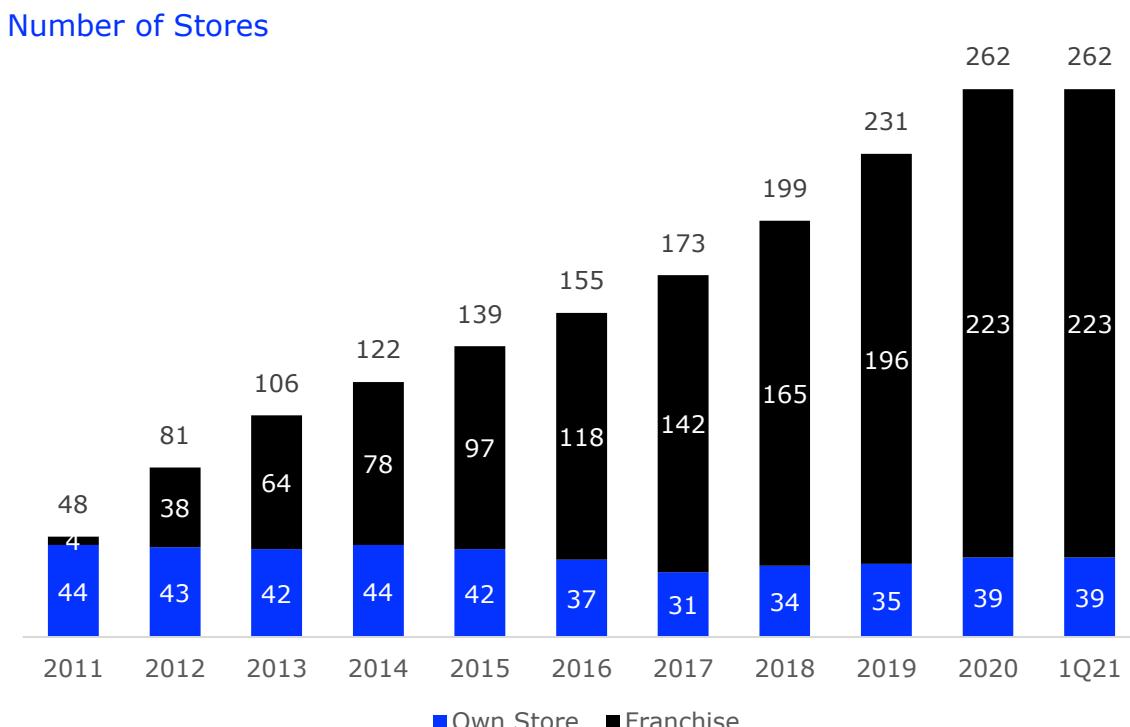
We remain very disciplined relative to our capital structure, with no bank borrowing, in addition to closing the quarter with a solid cash position of R\$ 86.0 million, which, added to receivables from credit cards, totaled R\$ 113.9 million.

Investments/Expansion

We continue with the plan for expansion of our chain of physical stores, duly reviewed for our post-COVID-19 budget, and we are confident relative to the number of stores to be opened in 2021, which is likely to exceed the number opened in 2020, which was 35.

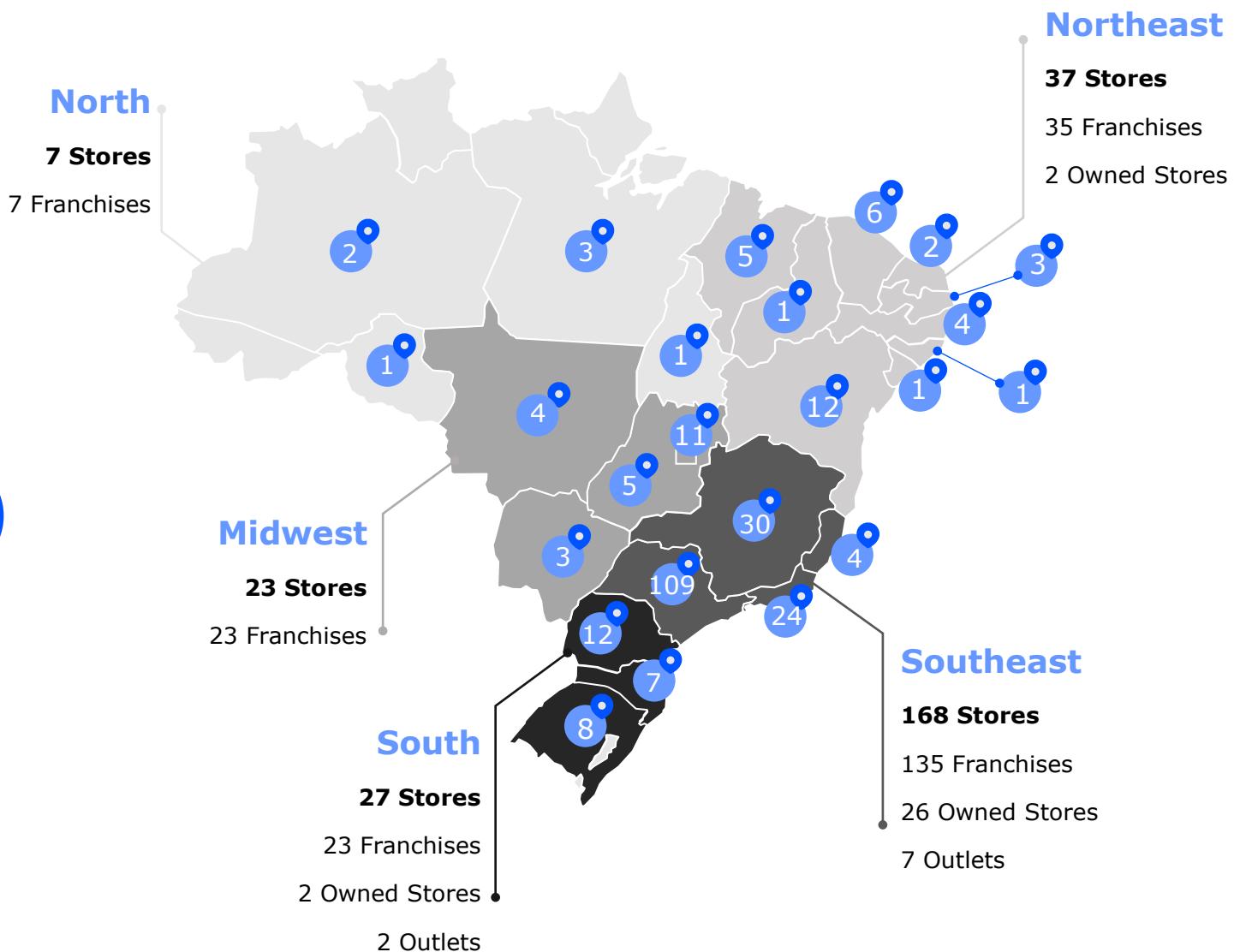
In the quarter we closed one of our franchises, located at an airport in Rio de Janeiro, and we opened a new store (franchise) in Salvador (BA). We closed the period with 262 stores, 30 of which are owned, 223 are franchises and 9 of them are outlets.

15



Note: E-Commerce considered as 1 owned store.

Stores Map



Appendix

Statement of Income for the Fiscal Year

| R\$ thousand | 1Q21 | 1Q20 |
|---|--------------|-------------|
| NET REVENUE FROM SALES OF GOODS AND SERVICES PROVIDED | 63,713 | 56,100 |
| Cost of goods sold and services provided | -22,923 | -26,702 |
| GROSS PROFIT | 40,790 | 29,398 |
| OPERATIONAL REVENUE (EXPENSES) | -32,242 | -28,025 |
| Selling | -17,330 | -14,086 |
| General and administrative | -14,211 | -13,631 |
| Other Net Operational Revenues (Expenses) | -701 | -308 |
| EARNINGS BEFORE FINANCIAL RESULT | 8,548 | 1,373 |
| FINANCIAL RESULT | 11 | -1,127 |
| Financial revenues | 1,410 | 838 |
| Financial expenses | -1,399 | -1,965 |
| OPERATING INCOME BEFORE IR AND CS | 8,559 | 246 |
| INCOME TAX AND CS (SOCIAL CONTRIBUTION) | -1,332 | -812 |
| NET INCOME IN THE FISCAL YEAR | 7,227 | -566 |

17

Statement of Income for the Fiscal Year (Excluding the effects of IFRS-16 and Stock Options)

| R\$ thousand | 1Q21 | 1Q20 |
|---|--------------|-------------|
| NET REVENUE FROM SALES OF GOODS AND SERVICES PROVIDED | 63,713 | 56,100 |
| Cost of goods sold and services provided | -22,923 | -26,702 |
| GROSS PROFIT | 40,790 | 29,398 |
| OPERATIONAL REVENUE (EXPENSES) | -32,805 | -28,431 |
| Selling | -17,047 | -14,560 |
| General and administrative | -15,057 | -13,864 |
| Other Net Operational Revenues (Expenses) | -701 | -7 |
| EARNINGS BEFORE FINANCIAL RESULT | 7,985 | 967 |
| FINANCIAL RESULT | 641 | 97 |
| Financial revenues | 901 | 838 |
| Financial expenses | -260 | -741 |
| OPERATING INCOME BEFORE IR AND CS | 8,626 | 1,064 |
| INCOME TAX AND CS (SOCIAL CONTRIBUTION) | -1,454 | -995 |
| NET INCOME IN THE FISCAL YEAR | 7,172 | 69 |

Impacts of IFRS-16

The mandatory adoption of the IFRS-16 standard, in January 2019, brought significant changes to accounting of Brazilian companies, including Track & Field. Therefore, for better understanding the effects of IFRS-16 in our financial statements, we detailed below the impact in the main lines of the Balance Sheet and DRE, including in the Adjusted EBITDA.

| Lines included in Balance Sheet by IFRS 16 Em R\$ thousand | Including effects of IFRS 16 (A) | Excluding Effects of IFRS 16 (B) | Difference (A-B) |
|--|---|---|-----------------------------|
| Asset – Rights to Use | 67,183 | - | 67,183 |
| Liability – Leasing Payable | 72,254 | - | 72,254 |
| 1Q 2021 Lines impacted by IFRS 16 and Stock Options In R\$ thousand | | | |
| | Including effects of IFRS 16 and Stock Options (A) | Excluding effects of IFRS 16 and Stock Options (B) | Difference (A-B) |
| Operating Expenses (excluding Depreciation and Amortization) | 29,801 | 32,070 | -2,270 |
| Expenses, Depreciation and Amortization | 2,442 | 735 | 1,707 |
| Financial Result | -11 | -641 | 629 |
| Net Income | 7,227 | 7,172 | -55 |
| EBITDA | 10,989 | 8,720 | 2,270 |



CASH FLOW

| R\$ thousand | 1Q21 | 1Q20 |
|--|---------------|---------------|
| CASH FLOW FROM OPERATIONAL ACTIVITIES | | |
| Net income of the year | 7,227 | -566 |
| Adjustments for reconciling net income (loss) of the fiscal year with net cash generated by operating activities: | | |
| Depreciation and amortization | 2,455 | 2,849 |
| Adjustment for inflation of judicial deposits | -62 | -62 |
| Adjustment for inflation of contingency provisioning | -63 | -74 |
| Current and deferred income tax and social contribution | 1,332 | 812 |
| Provisioning (Reversal) for loss of inventory | 159 | 89 |
| Provisioning for civil, labor and tax risks | -134 | -221 |
| Credit losses | 642 | 118 |
| Expected credit losses | -94 | 133 |
| Derecognition of fixed and intangible assets | - | 1 |
| Tax credits of previous periods | -874 | - |
| Interests on leasing - right to use | 1,139 | 1,224 |
| Adjustment for inflation of recoverable taxes | -241 | -298 |
| Variation in operating assets and liabilities: | | |
| Accounts Receivable | 41,727 | 46,244 |
| Inventories | -36,079 | -9,017 |
| Taxes to recover | 2,232 | -229 |
| Court deposits | 219 | -212 |
| Other Credits | -895 | -916 |
| Suppliers | 2,362 | 8,742 |
| Labor and social security obligations | -2,534 | -1,046 |
| Tax Obligations | -13,240 | -9,893 |
| Accounts Payable | -2,095 | -1,826 |
| Accounts payable - intercompany | -215 | -1,077 |
| Other obligations | 25 | 10,001 |
| Cash generated by operating activities | 2,993 | 44,776 |
| Income tax and social contribution paid | -1,874 | -12,231 |
| Net cash from operational activities | 1,119 | 32,545 |
| CASH FLOW FROM INVESTMENT ACTIVITIES | | |
| Acquisition of Fixed Assets | -1,956 | -269 |
| Acquisition of intangible assets | -483 | -48 |
| Net cash invested in financing activities | -2,439 | -317 |
| CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES | | |
| Dividends Paid | - | -899 |
| Amortization of loans and financing - principal | - | -1,647 |
| Leasing - right to use - paid | -1,760 | -2,694 |
| Net Cash invested in financing activities | -1,760 | -5,240 |
| FOREIGN EXCHANGE RATE VARIATION ON CASH AND CASH EQUIVALENTS OF FOREIGN SUBSIDIARY | | |
| INCREASE (REDUCTION) OF CASH AND CASH EQUIVALENTS | -3,079 | 26,981 |
| Starting balance of cash and cash equivalent | 89,077 | 47,414 |
| Final balance of cash and cash balance | 85,998 | 74,395 |

Balance Sheet

| R\$ thousand | 1Q21 | 1Q20 |
|---|----------------|----------------|
| ASSETS | | |
| CURRENT | | |
| Cash and cash equivalents | | |
| Cash and cash equivalents | 85,998 | 74,395 |
| Accounts Receivable | 56,056 | 18,665 |
| Inventories | 115,821 | 64,084 |
| Taxes to recover | 16,540 | 13,407 |
| Expenses paid in advance and other credits | 3,168 | 4,391 |
| Total Current Assets | 277,583 | 174,942 |
| NONCURRENT | | |
| Court deposits | 946 | 11,378 |
| Deferred income tax and social contribution | 4,480 | 4,866 |
| Taxes to recover | 6,678 | 16,091 |
| Fixed | 77,772 | 54,663 |
| Intangible assets | 1,801 | 1,757 |
| Total Noncurrent Assets | 91,677 | 88,755 |
| TOTAL ASSETS | 369,260 | 263,697 |

| R\$ thousand | 1Q21 | 1Q20 |
|--|----------------|----------------|
| LIABILITIES AND EQUITY | | |
| CURRENT | | |
| Suppliers | 38,613 | 22,198 |
| Intercompany | 14 | 2,566 |
| Labor and social security obligations | 10,292 | 12,465 |
| Tax Obligations | 4,718 | 5,747 |
| Leasing - right to use payable | 8,652 | 5,974 |
| Rent Payable | 858 | 816 |
| Advance of Events | 8,196 | - |
| Dividends payable | 6,135 | 123,295 |
| Other obligations | 8,568 | 14,168 |
| Total Current Liabilities | 86,046 | 187,229 |
| NONCURRENT | | |
| Leasing - right to use payable | 63,602 | 41,756 |
| Provisioning for civil, labor and tax risks | 10,742 | 22,538 |
| Other obligations | - | 10 |
| Total Noncurrent Liabilities | 74,344 | 64,304 |
| SHAREHOLDERS' EQUITY | | |
| Share Capital | 192,392 | 415 |
| Shares held in treasury | -21 | -25 |
| Capital reserve | -20,084 | 2,104 |
| Profit Reserve | 27,487 | 8,376 |
| Other comprehensive profit & loss | 1,869 | 1,860 |
| Result in the Fiscal Year | 7,227 | -566 |
| Equity attributable to Parent Company's owners | 208,870 | 12,164 |
| Total Equity | 208,870 | 12,164 |
| TOTAL LIABILITIES AND EQUITY | 369,260 | 263,697 |

Non-Accounting Measurements

EBITDA

The EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) is the net income in the period, added of income tax and social contribution, financial expenses, depreciation and amortization and deducted from net financial result. This indicator is a non-accounting measurement prepared by the Company in accordance with CVM Directive 527/12. The EBITDA is used for presenting the generation of operational cash of the Company, however, it is not a profitability measurement, since it does not consider certain expenses resulting of the business, such as: taxes, financial expenses and revenues, depreciation and amortization. This indicator also does not represent cash flows in the presented periods. The EBITDA Margin is calculated by EBITDA (according to the calculation above) divided by Net Revenue from sales of goods and services provided.

Adjusted EBITDA

Adjusted EBITDA is the EBITDA excluding the effects of adoption of IFRS 16 / CPC 06(R2) – which came into force in the treatment of accounting standard for Commercial Leasing Operations as of 2019, in addition to exclusion of the effects of the stock options plan. Furthermore, the adjusted EBITDA margin is calculated by the division between the Adjusted EBITDA and Net Revenue from the Sale of Goods and services provided.

The Adjusted EBITDA and the Adjusted EBITDA margin are not measurements of results in accordance with the accounting practices adopted in Brazil. Other companies may calculate Adjusted EBITDA in a different manner.

The Company presents adjusted EBITDA as a way of assessing its financial-operational performance, since it is a non-accounting measurement that eliminates nonrecurring effects from the result. Therefore, it eliminates effects that are not part of the business routine and which were punctual to the results.

Adjusted Net Income

The Adjusted Net Income is the net income excluding the effects of the adoption of IFRS 16 / CPC 06(R2), the effects of the stock options plan.

The Adjusted Net Income is not a measurement of results in accordance with accounting practiced adopted in Brazil. Other companies may calculate Adjusted Net Income in a different way.

Gross Debt

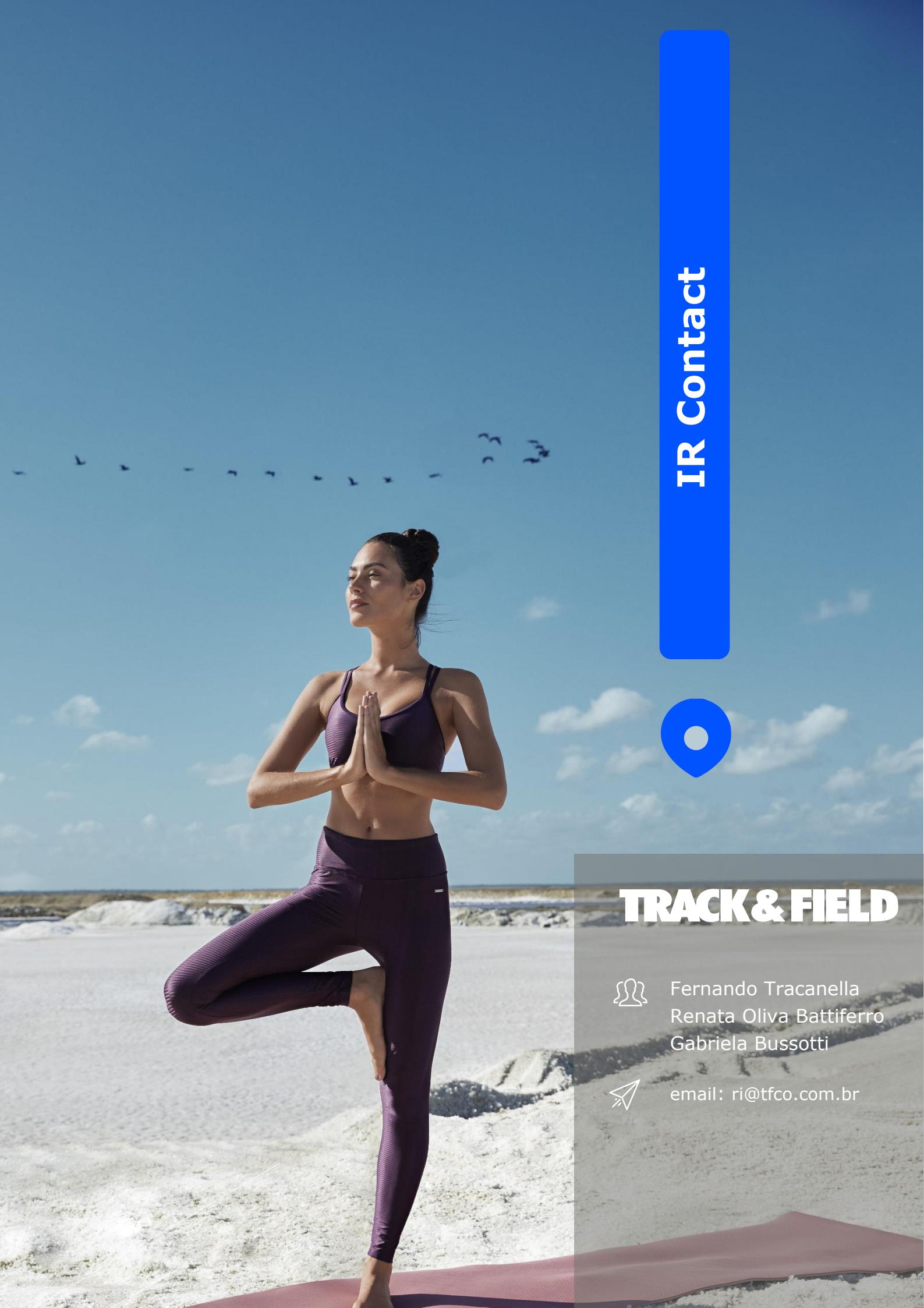
Gross Debt is equivalent to the total of the sum of loans payable (current and noncurrent liabilities). Gross Debt is not a measurement of results in accordance with accounting practiced adopted in Brazil. Other companies may calculate Gross Debt in a different way.

Net Cash

Net Cash is the sum of short and long-term loans under Current Liabilities and Noncurrent Liabilities subtracted from the sum of Cash and cash equivalents present in the Company's Current Assets. This indicator is a non-accounting measurement prepared by the Company. Net Cash is not a profitability measurement in accordance with accounting practiced adopted in Brazil and does not represent cash flows of the presented periods.

DISCLAIMER

The statements presented in this report relative to the Company's business perspectives, projections and results and its growth potential are mere forecasts and were based on Management's expectations relative to the future of the Company. These expectations are highly dependent on changes in the market and the overall economic performance of the Country, of the industry and of the international market; therefore, subject to changes.



IR Contact



TRACK & FIELD



Fernando Tracanella
Renata Oliva Battiferro
Gabriela Bussotti



email: ri@tfco.com.br