

TRACK & FIELD



**Release de
Resultados**

2T21

Teleconferência
13 de agosto (sexta-feira)
09:00 BRT | 08:00 a.m. NY

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

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

São Paulo, 12 de agosto de 2021 – A Track & Field CO S.A. (B3: TFCO4) anuncia seus resultados do segundo trimestre de 2021 (2T21). 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\$ 176,7 milhões** no 2T21, **+338% vs. 2T20 e +84,0% vs. 2T19**;



Foram **inauguradas 9 novas lojas no trimestre**, com a rede alcançando um total de **268 lojas ao final do período**;



A base de lojas que operavam no 2T19 apresentou crescimento de **62,8% no 2T21**, demonstrando uma forte tendência de crescimento da rede, mesmo excluindo o efeito da abertura de novas lojas;



Evolução da Plataforma Trainer, que além de oferecer aulas gratuitas e corridas online, **conectará treinadores** para darem aulas aos clientes;



Aumento das vendas através do **ship from store**, no total das vendas geradas pelo e-commerce, que passou de 14% no 1T21 para 27% no 2T21. Ao final do 2T21, **205 lojas já estavam com o ship from store/pick up in store** implementados, contando também com a **Entrega Super Expressa** (prazo máximo de 2 dias úteis);



Evolução da omnicanalidade com a implementação de **seller abrangente** (estoque das lojas disponível na vitrine do e-commerce), o que possibilita a exposição de produtos esgotados no Centro de Distribuição que ainda estão disponíveis nas lojas;



O **NPS (Net Promoter Score)** se mantém em patamar elevado, atingindo **83 pontos** no trimestre e comprovando a satisfação e fidelidade de nossos clientes com a marca;



Inauguração do **TF LOG - novo centro de distribuição**, localizado em Osasco, São Paulo, otimizando nossa logística de distribuição e **ampliando nossa capacidade de armazenamento em cerca de 4 vezes**, com uma área de mais de 7 mil metros quadrados.

Destaques Financeiros



Receita Líquida totalizou **R\$ 94,4 milhões** no 2T21, **+ 303,0% vs. 2T20** (R\$ 23,4 milhões) e **+64,1% vs. 2T19**;



Margem Bruta atingiu **59,6%** vs. 58,6% no 2T20 (crescimento de 1,0 p.p.) e estável em relação a 2019;



EBITDA ajustado alcançou **R\$ 17,8 milhões** (vs. 460 mil no 2T20), **87,0% superior** aos R\$ 9,5 milhões no 2T19, com **margem de 18,9%** (vs. 2,0% no 2T20) **+2,3 p.p. vs. 2T19**;



Lucro Líquido ajustado totalizou **R\$ 13,9 milhões** (vs. 459 mil no 2T20), **crescimento de 83,6% em relação aos R\$ 7,6 milhões registrados no 2T19**.

B3: TFCO4

R\$16,02

(por ação PN em 11/08)

877.251.375 ações ON

71.992.864 ações PN

(free float: 54.873.501 PN)

R\$ 2,6 bilhão

Valor de Mercado em 11/08

TFCO
B3 LISTED N2

IGC B3

ITAG B3

Tabela | Resumo dos Indicadores

As informações contidas nesse material se referem as demonstrações financeiras consolidadas do segundo trimestre e do primeiro semestre de 2021, 2020 e 2019.

R\$ mil, exceto quando indicado	2T21	2T20	Var. 2T21/2T20	2T19	Var. 2T21/2T19	1S21	1S20	Var. 1S21/1S20	1S19	Var. 1S21/1S19
Resultados Financeiros										
Receita Líquida	94.439	23.432	303,0%	57.557	64,1%	158.152	79.532	98,9%	113.982	38,8%
Lucro Bruto	56.293	13.731	310,0%	34.365	63,8%	97.083	43.129	125,1%	68.133	42,5%
Margem Bruta	59,6%	58,6%	1,0 p.p.	59,7%	-0,1 p.p.	61,4%	54,2%	7,2 p.p.	59,8%	1,6 p.p.
EBITDA	20.156	1.059	1804,0%	11.705	72,2%	31.145	5.266	491,4%	24.039	29,6%
Margem EBITDA	21,3%	4,5%	16,8 p.p.	20,3%	1,0 p.p.	19,7%	6,6%	13,1 p.p.	21,1%	-1,4 p.p.
EBITDA Ajustado ¹	17.836	460	3774,0%	9.538	87,0%	26.556	2.274	1067,6%	19.706	34,8%
Margem EBITDA Ajustado	18,9%	2,0%	16,9 p.p.	16,6%	2,3 p.p.	16,8%	2,9%	13,9 p.p.	17,3%	-0,5 p.p.
Lucro Líquido	13.381	-1.381	n.a.	6.639	101,6%	20.608	-1.947	n.a.	13.615	51,4%
Margem Líquida	14,2%	-5,9%	20,1 p.p.	11,5%	2,6 p.p.	13,0%	-2,4%	15,5 p.p.	11,9%	1,1 p.p.
Lucro Líquido Ajustado ²	13.891	459	2927,2%	7.564	83,6%	21.062	528	3891,7%	15.342	37,3%
Margem Líquida Ajustado	14,7%	2,0%	12,8 p.p.	13,1%	1,6 p.p.	13,3%	0,7%	12,7 p.p.	13,5%	-0,1 p.p.
Caixa Líquido ³	63.422	56.543	12,2%	48.791	30,0%	63.422	56.543	12,2%	48.791	30,0%
Equivalentes Líq. Caixa ⁴	98.830	68.855	43,5%	70.205	40,8%	98.830	68.855	43,5%	70.205	40,8%
Indicadores Operacionais										
Número de Lojas	268	235	14,0%	212	26,4%	268	235	14,0%	212	26,4%
Próprias	40	37	8,1%	35	14,3%	40	37	8,1%	35	14,3%
Franquias	228	198	15,2%	177	28,8%	228	198	15,2%	177	28,8%
Ticket Médio (R\$)	358,04	314,57	13,8%	286,81	24,8%	336,25	278,13	20,9%	267,98	25,5%
Sell Out Total ⁵ (R\$ mil)	176.736	40.368	337,8%	96.053	84,0%	301.294	139.187	116,5%	196.315	53,5%
Vendas por E-commerce (R\$ mil)	11.669	16.483	-29,2%	2.467	372,9%	24.664	22.425	10,0%	5.972	313,0%
Same Store Sales ⁶ (SSS) % a.a.	332,0%	-58,4%	390,4 p.p.	18,8%	313,3 p.p.	111,4%	-29,0%	140,4 p.p.	16,6%	94,9 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), despesas não recorrentes e nos exercícios de 2020 e 2019 exclusão das despesas relacionadas ao plano de opção de ações.

² Lucro Líquido Ajustado: exclusão da aplicação do IFRS, despesas não recorrentes e nos exercícios de 2020 e 2019 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

Iniciamos o segundo trimestre de 2021 acelerando o ritmo de crescimento. Com a redução das restrições no funcionamento do comércio impostas pela pandemia do COVID-19, a partir da segunda quinzena de abril, conseguimos reabrir as nossas lojas físicas e lançamos com muito sucesso a nossa coleção de inverno. Destacamos também no trimestre o lançamento da linha *beach tennis*, com a raquete ficando entre os itens mais vendidos da rede, assim como produtos da linha yoga e o aumento da variedade de calçados esportivos da marca. A tendência de ampliação do mercado endereçável continuou impactando positivamente as nossas vendas. Enxergamos os consumidores mais preocupados em cuidar da saúde, usar roupas confortáveis e praticar esportes – isto se tornou fundamental na vida das pessoas e acreditamos que essas mudanças de comportamento vieram para ficar.

O nosso *sell out* alcançou a marca de R\$ 177 milhões no trimestre, um aumento de 338% vs. 2T20 e 84% vs. 2T19. Apresentamos elevadas taxas de crescimento das vendas na comparação com 2019 e 2020 em todos os meses do período, incluindo o mês de abril, quando ainda tínhamos boa parte das lojas fechadas. Vale destacar também a excelente performance nas datas comemorativas de Dia das Mães e Dia dos Namorados, as mais fortes da história da empresa.

No digital, avançamos com o *rollout* dos canais omni e, das 268 lojas da rede, 205 já contam com a modalidade *ship from store* e *pick up in store*. Durante o segundo trimestre de 2021, 27% das vendas geradas pelo e-commerce foram concluídas utilizando a modalidade de *ship from store*, ou seja, captadas pelo e-commerce, mas faturadas pelas lojas próprias ou franquias, buscando sempre a melhor forma de atender o nosso cliente. O nosso *social selling* continuou ganhando relevância e já representa mais de 30% do nosso negócio, impactando positivamente a produtividade da nossa rede e favorecendo o aumento do nosso ticket médio.

Ainda sobre o projeto de omnicanalidade, demos início à implementação do *seller abrangente*, funcionalidade que integra o estoque de algumas lojas ao estoque disponível na vitrine do e-commerce, aumentando a disponibilidade de produtos no site, com impactos positivos em conversão de vendas e ticket médio. No 2S21, avançaremos ainda mais nas iniciativas de omnicanalidade, implementando o carrinho misto (quebra do pedido em mais de uma loja) e a vitrine infinita, que pode oferecer produtos que não estão expostos nas lojas onde os clientes estiverem fisicamente.

A Plataforma Trainer também continua crescendo, com mais de 227 mil usuários cadastrados. Digitalizamos os nossos eventos, oferecendo através do aplicativo TF Sports aulas gratuitas do programa “Continue em Movimento”, que conta com mais de 130 mil participantes desde o início da pandemia. Dentro da nossa estratégia de criar um hub de bem-estar e saúde, ampliamos o escopo dessa plataforma, que passa a conectar treinadores com a nossa base de clientes, oferecendo aulas de diversas modalidades.

Atentos aos desafios da sustentabilidade iniciamos, no mês de maio, um projeto dedicado a direcionar a estratégia da companhia em relação a temas sociais, ambientais e de governança corporativa (ESG). Estamos estruturando um programa que, junto com o Comitê de Sustentabilidade da Companhia, irá identificar as políticas e práticas já existentes, relacionar os pontos mais relevantes para o negócio no cenário atual e estabelecer os temas prioritários a serem trabalhados, incluindo indicadores socioambientais que começarão a ser monitorados e reportados nos próximos anos. Desta forma, a agenda de sustentabilidade ganhará cada vez mais relevância em nossa estratégia corporativa. O primeiro reporte da atuação da Track&Field no âmbito do ESG já está disponível no nosso site de RI.

Em linha com nossa agenda estratégica de transformação, no mês de julho, fizemos uma mudança importante em nosso Conselho de Administração, trazendo José Vicente Marino (ex-CEO Brasil da Avon e ex-COO da Natura) para assumir a presidência e contribuir com toda a sua experiência na gestão de marcas fortes e muito conectadas com o público, vendas diretas e iniciativas ESG, apoiando a companhia nesse ciclo de inovação e crescimento.

A expansão do número de lojas físicas continua, com a pretensão de abrirmos mais de 35 lojas no ano de 2021. No trimestre abrimos 9 novas lojas, sendo 8 franquias e 1 loja própria no Hospital Albert Einstein. Para suportar o crescimento da marca, decidimos investir em um novo centro de distribuição, o TF LOG, um novo espaço localizado em Osasco, SP, que foi inaugurado em junho e aumentou em cerca de 4 vezes a nossa capacidade de armazenamento e distribuição. O nosso antigo CD localizado em São Paulo passará a funcionar como uma área para atividades de *backoffice* e desenvolvimento de produtos.

Por fim, seguimos trabalhando firmes em nosso propósito, colocando o cliente sempre no centro das nossas decisões, desenvolvendo produtos de alta qualidade, sem deixar de lado o estilo e a praticidade que definem a nossa marca. Agradecemos mais uma vez aos nossos colaboradores, ao nosso Conselho de Administração, aos franqueados e aos nossos fornecedores pelo engajamento e parceria e aos nossos acionistas pela confiança em nós depositada.

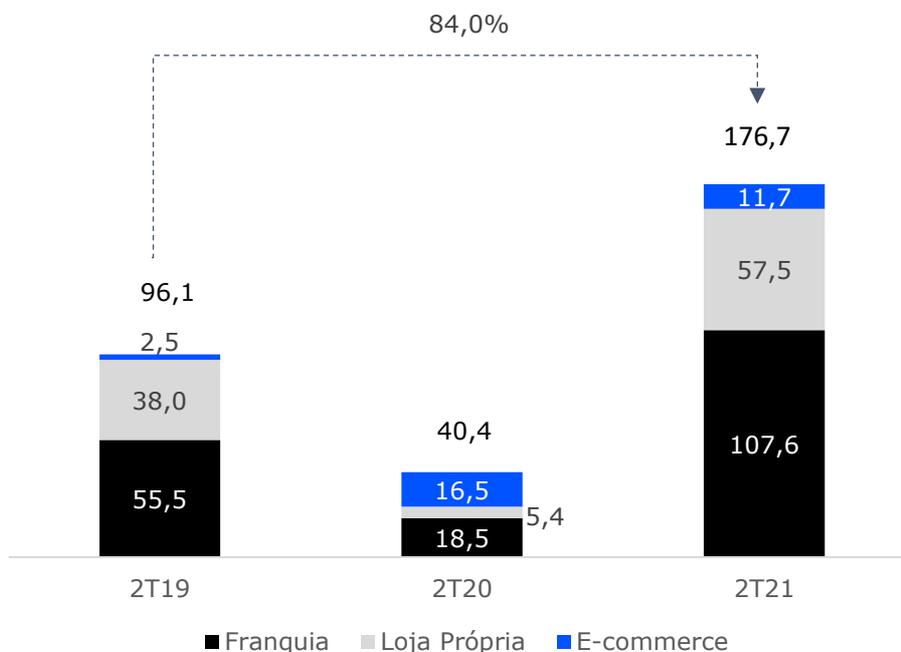
Sell Out

Sell out por canal (R\$ mil)			Var.					Var.		
	2T21	2T20	2T21/ 2T20	2T19	2T21/ 2T19	1S21	1S20	1S21/ 1S20	1S19	1S21/ 1S19
Franquias	107.584	18.509	481,3%	55.545	93,7%	179.259	74.571	140,4%	111.103	61,3%
Lojas Próprias	57.483	5.377	969,0%	38.041	51,1%	97.371	42.191	130,8%	79.241	22,9%
E-Commerce	11.669	16.483	-29,2%	2.467	372,9%	24.664	22.425	10,0%	5.972	313,0%
Sell out Total	176.736	40.368	337,8%	96.053	84,0%	301.294	139.187	116,5%	196.315	53,5%

Não inclui eventos e outras receitas

O *sell out*, resultado da soma da venda bruta em todos os canais de venda da Track&Field (incluindo lojas, franquias e *e-commerce*), cresceu 84,0% em relação ao 2T19 e 337,8% vs. 2T20, alcançando R\$ 176,7 milhões no 2T21. Esse cenário de forte crescimento foi impulsionado pela ampliação do nosso mercado, mas também reflete uma série de iniciativas da companhia ao longo dos últimos períodos, com destaque para: i) forte apoio a todo o nosso ecossistema desde o início da pandemia; ii) lançamentos de novas linhas de produtos, com destaque para *beach tennis*, *yoga* e calçados esportivos; iii) evolução da omnicanalidade e do *social selling*; e iv) acelerada maturação das lojas abertas recentemente.

Sell Out
R\$ milhões



As lojas próprias e franquias apresentaram, respectivamente, um crescimento de 51,1% e 93,7% em suas vendas, quando comparadas ao 2T19 ou de 969,0% e 481,3% quando comparadas a 2020. A comparação com 2020 é distorcida pelo elevado número de fechamentos de lojas nos primeiros meses da pandemia, porém as taxas de crescimento versus 2019 reforçam a ampliação do nosso mercado endereçável e a boa performance da empresa no período.

O aumento de 372,9% nas vendas através do *e-commerce*, em relação ao 2T19, é reflexo da adaptação dos clientes frente a pandemia que, durante esse período de restrições e maiores cuidados, têm optado com mais frequência por compras através de plataformas online. Em comparação ao 2T20, apresentamos uma queda de 29,2% nas vendas do e-commerce o que é explicado pela reabertura das lojas em 2021 versus um cenário de lojas fechadas no 2T20 e pelo crescimento do *ship from store* (vendas geradas pelo site, mas faturadas pelas lojas). Em uma visão de vendas captadas pelo e-commerce, incluindo o que foi faturado pelo nosso Centro de Distribuição e o que foi faturado por lojas próprias ou franquias, o nosso canal online apresentou queda de somente 2%, mesmo comparando um cenário de lojas fechadas no 2T20 com lojas reabertas no 2T21.

Vale ressaltar que, durante este trimestre, tivemos dois feriados importantes, o Dia das Mães e o Dia dos Namorados. Essas datas carregam um histórico de boas vendas e, em 2021, não foi diferente, com uma ótima performance em toda a rede.



Canais Digitais e Plataforma Omnicanalidade

A Track&Field está em constante transformação, aperfeiçoando de forma contínua seu ecossistema de *wellness*, por meio da implementação de inovações e tecnologias que permitam ampliar a capacidade de atuação digital da marca.

A rede de lojas físicas está cada vez mais integrada, com a incorporação de novas iniciativas como o *seller abrangente*, onde o estoque das lojas fica disponível para o cliente no e-commerce, possibilitando uma maior venda de produtos esgotados no Centro de Distribuição. Atualmente temos 4 lojas integradas desta maneira – as lojas da Oscar Freire, Belo Horizonte no Bairro de Lourdes, Horto Florestal em Salvador, e o Outlet da Cristiano Viana em São Paulo.



- Crescimento de vendas do **e-commerce no 2T21** +373% vs. 2T19
- **205 lojas** com **omni** em pleno funcionamento

Seguimos no processo de *rollout* para implementação do *ship from store* – estratégia em que as lojas físicas funcionam como pontos de estoque da rede de distribuição omnichannel – e do *pick up in store* – retirada de pedidos feitos online nas lojas físicas – ampliando o conceito de omnicanalidade para toda a rede de lojas. Atualmente, das 268 lojas da marca em operação no país, 205 lojas já operam em ambas as modalidades, trazendo maior conveniência aos nossos clientes. Da receita do digital, ao final do 2T21, 27,0% aconteceram por meio das vendas por *ship from store*.

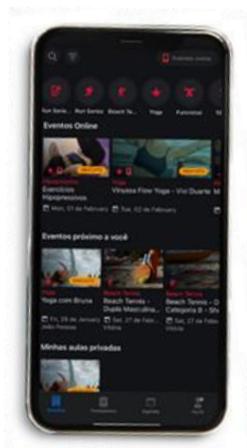
Outra iniciativa que continua em destaque é o *social selling*, que consiste em uma estratégia das equipes de vendas das lojas físicas, que utilizam um CRM interno para entrar em contato com os clientes, através do Whatsapp, comunicando sobre o lançamento de coleções, períodos de liquidação, e a chegada de novos produtos em loja. Nesse caso, a oferta dos produtos está limitada ao estoque disponível na loja onde o vendedor se encontra, o pagamento é realizado por meio de um *link*, e o produto é entregue no endereço escolhido pelo cliente.

Essas ferramentas se provaram bastante eficientes, aproximando os vendedores de seus clientes e trazendo uma maior customização no processo de venda.

Complementando a implementação de todas essas iniciativas em nossa rede, contamos com uma operação logística otimizada, possibilitando a entrega dos produtos vendidos em no máximo 2 dias úteis. Essa entrega expressa já representa hoje cerca de 72% de todo o *delivery*. Como parte de toda a estratégia do negócio, a agilidade na entrega dos produtos aos clientes também é fator primordial para garantir sua satisfação com a experiência de compra. Nosso NPS (*Net Promoter Score*) vem crescendo de forma expressiva, alcançando 83 pontos na média do trimestre.

Plataforma TFSports

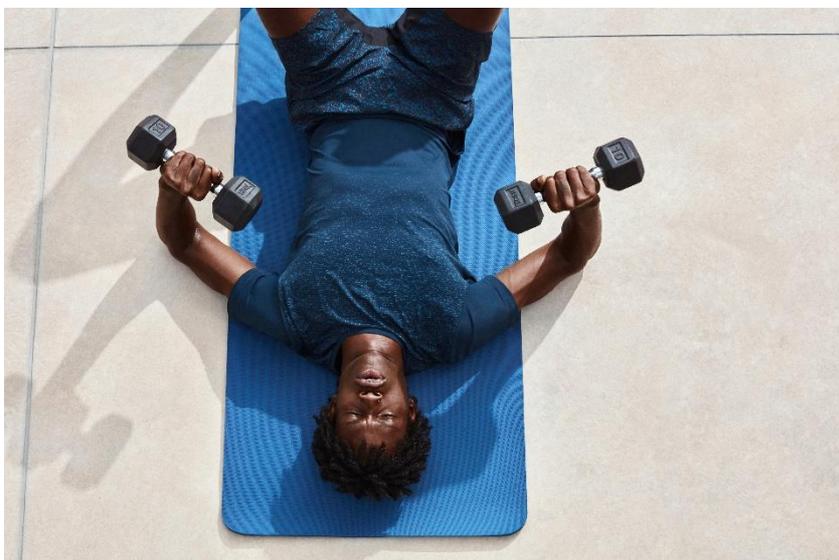
Em linha com a tendência digital potencializada pela pandemia e uma maior demanda por uma vida mais ativa e saudável, nosso app TFSports vem apresentando crescimento constante no número de usuários cadastrados, os quais já passam de 227 mil, o que representa um crescimento de 7% em relação ao 2T20 e 46% em relação ao 2T19.



Foram realizadas 512 aulas do "Continue em Movimento", com 18.563 inscritos, entre janeiro e junho de 2021. Desde o início das aulas do "Continue em Movimento", em março de 2020, tivemos um total de 133.876 pessoas inscritas nessa modalidade.

Além das funcionalidades já existentes, como as aulas gratuitas e os eventos atuais como as corridas online, o aplicativo também pretende se ampliar, conectando treinadores que terão um papel central, e poderão oferecer aulas pagas ou gratuitas à nossa base de clientes. A plataforma vai ser um destino para pessoas que queiram conhecer uma nova modalidade esportiva ou participar dos eventos realizados pela Track&Field.

Diante do cenário de pandemia, ainda não conseguimos realizar as corridas de rua, porém, tão logo seja possível retomar com segurança, voltaremos com essa importante iniciativa que reforça a nossa estratégia de plataforma de *wellness*.



Receita Líquida

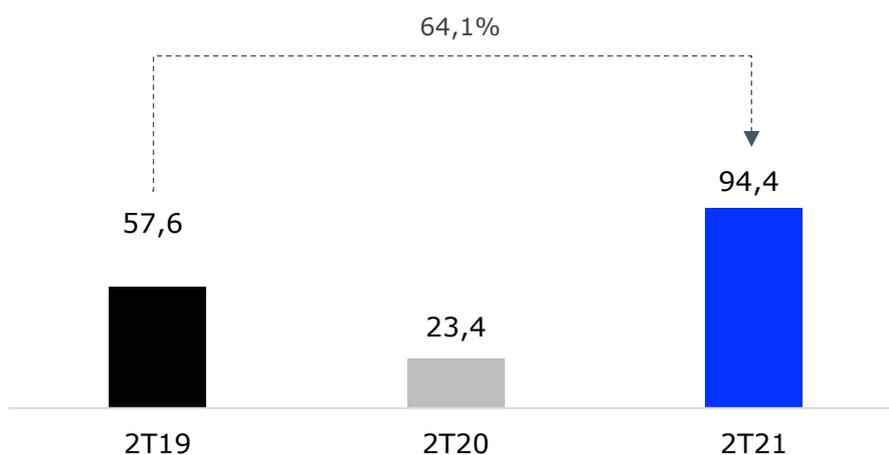
Receita Líquida (R\$ mil)	2T21	2T20	Var. 2T21/2T20	2T19	Var. 2T21/2T19	1S21	1S20	Var. 1S21/1S20	1S19	Var. 1S21/1S19
Vendas de mercadorias	26.300	4.489	485,8%	13.498	94,8%	40.672	18.370	121,4%	25.948	56,7%
Royalties	15.993	2.611	512,4%	8.460	89,0%	26.437	10.775	145,3%	16.298	62,2%
Varejo (Rede Própria)	51.630	16.343	215,9%	30.092	71,6%	90.496	47.807	89,3%	63.284	43,0%
Eventos e Outros	515	-11	-4652,4%	5.506	-90,6%	546	2.579	-78,9%	8.452	-93,5%
Receita Líquida Total (R\$ mil)	94.439	23.433	303,0%	57.557	64,1%	158.152	79.532	98,9%	113.982	38,8%

A Receita Líquida neste trimestre totalizou R\$ 94,4 milhões, com crescimento expressivo de 303,0% YoY, e de 64,1% em comparação ao 2T19, mesmo com a ausência das receitas provenientes de eventos esportivos (postergados em função da pandemia). O crescimento de Receita Líquida refletiu positivamente o aumento do sell out na rede própria e os efeitos do crescimento das vendas das franquias na venda de mercadorias e royalties.

Importante destacar que o lançamento da coleção do inverno/2021 ocorreu em abril, enquanto em 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.

Receita Líquida

R\$ milhões

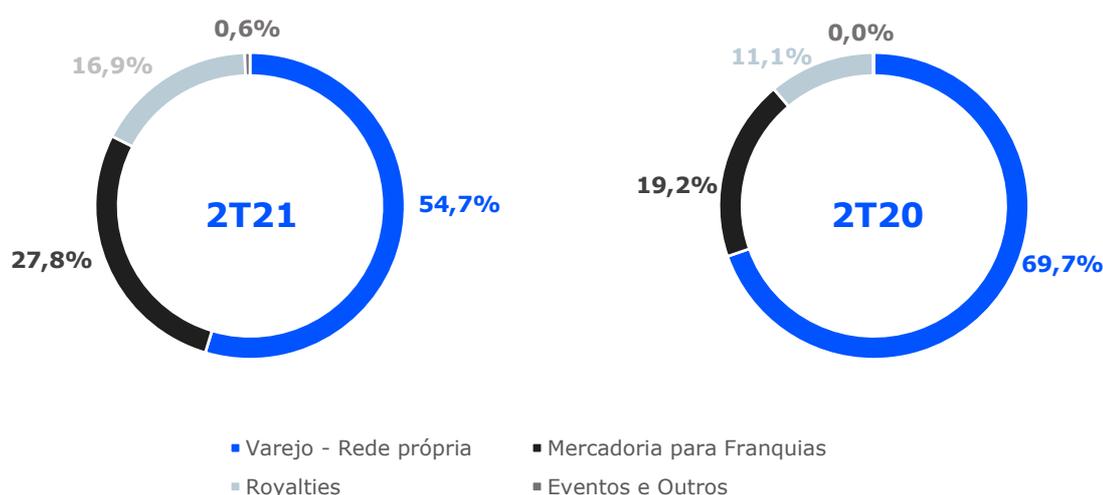


O grande destaque positivo na Receita Líquida do 2T21 foi o desempenho do varejo (rede própria), com venda três vezes superior à registrada no 2T20 (+215,9% YoY), alcançando R\$ 51,6 milhões e com uma participação de 54,7% na receita líquida total. Vale ressaltar que os crescimentos mencionados acima foram obtidos mesmo com uma troca de Centro de Distribuição na última semana de junho, o que obrigou a companhia a deslocar parte da venda de mercadorias para franqueados para julho e a aumentar os prazos de entrega do e-commerce (diminuindo temporariamente as taxas de conversão de vendas).

Como já mencionado anteriormente, dado o impacto das restrições impostas para o combate à pandemia, novamente não tivemos receita com eventos no 2T21. Com o avanço da vacinação no país, a expectativa é que a pandemia seja controlada e é provável que os eventos esportivos retornem à normalidade em 2022.

Composição da Receita Líquida

%



Lucro Bruto

Lucro Bruto (R\$ mil)	2T21	2T20	Var. 2T21/2T20	2T19	Var. 2T21/2T19	1S21	1S20	Var. 1S21/1S20	1S19	Var. 1S21/1S19
Lucro Bruto	56.293	13.731	310,0%	34.365	63,8%	97.083	43.129	125,1%	68.133	42,5%
Margem Bruta	59,6%	58,6%	1,0 p.p.	59,7%	-0,1 p.p.	61,4%	54,2%	7,2 p.p.	59,8%	1,6 p.p.

O Lucro Bruto do trimestre foi de R\$ 56,3 milhões, aumento de 310% em relação ao 2T20, e 63,8% em relação ao 2T19, fruto da combinação de crescimento de vendas com margens saudáveis. A margem bruta atingiu 59,6% no 2T21, com aumento de 1,0 p.p YoY e praticamente em linha com a margem apresentada em 2019. Esse crescimento de Lucro Bruto reflete o incremento nas vendas sem necessidade de um grande esforço promocional, aliado a boas negociações com fornecedores. Vale

lembrar que, em função do deslocamento do lançamento da coleção de inverno do 1T21 para o 2T21, a participação da venda de mercadorias para franqueados ganhou representatividade, tornando o mix de negócios menos favorável do ponto de vista de margem bruta.

Na comparação semestral, também se nota um crescimento no lucro bruto de 125,1% YoY, totalizando R\$ 97,1 milhões, bem como um aumento na margem bruta, de 7,2 p.p., atingindo o patamar de 61,4%. Em comparação ao 1S19, o crescimento do lucro bruto foi de 42,5%.

Despesas Operacionais

Despesas Operacionais (R\$ mil)	2T21	2T20	Var. 2T21/2T20	2T19	Var. 2T21/2T19	1S21	1S20	Var. 1S21/1S20	1S19	Var. 1S21/1S19
Com Vendas	21.615	11.004	96,4%	14.010	54,3%	39.674	25.658	54,6%	27.225	45,7%
Gerais e Administrativas e Outras	16.949	4.493	277,2%	11.516	47,2%	31.132	17.863	74,3%	22.303	39,6%
Total Despesas Operacionais	38.564	15.496	148,9%	25.526	51,1%	70.806	43.521	62,7%	49.528	43,0%

Nota: Despesas com frete alocados gerencialmente na linha de despesas comerciais (originalmente em despesas gerais e administrativas)

As Despesas com Vendas aumentaram 96,4% vs. 2T20 e 54,3% em comparação ao 2T19, reflexo do crescimento das vendas e respectivo impacto em despesas variáveis, tais como, despesas com pessoal (loja), marketing *online* e *offline*, gastos associados a operação digital (plataforma e fretes) e aluguéis.

As Despesas Gerais e Administrativas no 2T21 aumentaram em 277,2% vs. 2T20 e 47,2% vs. 2T19. O aumento das despesas administrativas de 2021 para 2020 tem forte impacto da Medida Provisória 936 de redução de jornada/suspensão de contratos de trabalho, além dos descontos com custos de ocupação no período de lojas fechadas. O aumento de despesas administrativas também tem relação com o processo de estruturação da empresa iniciado no final de 2018, visando uma estrutura corporativa para fazer frente ao crescimento esperado. Em função da sazonalidade do nosso negócio, esperamos continuar apresentando alavancagem operacional no segundo semestre de 2021, assim como foi observado em 2020.



EBITDA

EBITDA (R\$ mil)	2T21	2T20	Var. 2T21/ 2T20	2T19	Var. 2T21/ 2T19	1S21	1S20	Var. 1S21/ 1S20	1S19	Var. 1S21/ 1S19
Lucro Líquido	13.381	-1.381	n.a.	6.639	101,6%	20.608	-1.947	n.a.	13.615	51,4%
(+) Imposto de Renda e CS	3.271	-1.284	n.a.	1.461	123,8%	4.603	-472	n.a.	3.398	35,4%
(+) Resultado Financeiro Líquido	1.077	900	19,8%	739	45,9%	1.066	2.027	-47,4%	1.592	-33,0%
(+) Depreciação e amortização	2.427	2.824	-14,0%	2.866	-15,3%	4.869	5.658	-13,9%	5.435	-10,4%
EBITDA	20.156	1.059	1804,0%	11.705	72,2%	31.145	5.266	491,4%	24.039	29,6%
Margem EBITDA	21,3%	4,5%	16,8 p.p.	20,3%	1,0 p.p.	19,7%	6,6%	13,1 p.p.	21,1%	-1,4 p.p.
(+) Ajuste IFRS-16	-2.866	-898	219,1%	-2.467	16,2%	-5.136	-3.592	43,0%	-4.935	4,1%
(+) Ajuste Stock Options	0	301	n.a.	301	n.a.	0	601	n.a.	601	n.a.
(+) Ajuste Não Recorrente	547	0	n.a.	0	n.a.	547	0	n.a.	0	n.a.
EBITDA Ajustado	17.836	460	3774,0%	9.538	87,0%	26.556	2.274	1067,6%	19.706	34,8%
Margem EBITDA Ajustado	18,9%	2,0%	16,9 p.p.	16,6%	2,3 p.p.	16,8%	2,9%	13,9 p.p.	17,3%	-0,5 p.p.

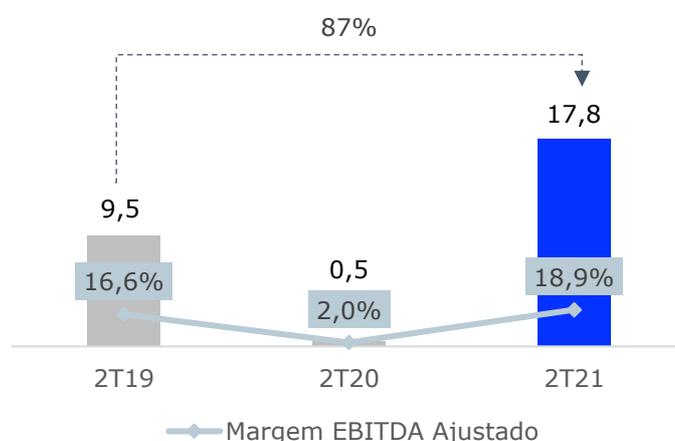
12

O EBITDA totalizou R\$ 20,2 milhões no trimestre, demonstrando a contínua retomada de nossos resultados, mesmo diante de condições ainda restritivas de mobilidade social (em função da pandemia), impulsionados pelo crescimento das vendas em nossa rede e incremento das margens. A Margem EBITDA no 2T21 foi de 21,3%, crescendo 16,8 p.p. em relação ao 2T20 e 1,0 p.p. vs. 2T19.

Excluindo os efeitos do IFRS-16 e despesas não recorrentes, o EBITDA Ajustado somou R\$ 17,8 milhões no 2T21, com margem de 18,9%.

EBITDA Ajustado

R\$ milhões



Resultado Financeiro

Resultado Financeiro (R\$ mil)	2T21	2T20	Var. 2T21/2T20	2T19	Var. 2T21/2T19	1S21	1S20	Var. 1S21/1S20	1S19	Var. 1S21/1S19
Receitas Financeiras	1.346	1.103	22,0%	747	80,1%	2.756	1.941	42,0%	1.506	82,9%
Despesas Financeiras	-2.423	-2.003	21,0%	-1.486	63,0%	-3.822	-3.968	-3,7%	-3.098	23,4%
Resultado Financeiro	-1.077	-900	19,8%	-739	45,9%	-1.066	-2.027	-47,4%	-1.592	-33,0%
Efeito Líquido dos Ajustes	1.270	1.177	7,9%	1.311	-3,1%	1.900	2.402	-20,9%	2.605	-27,1%
Resultado Financeiro Ajustado*	193	278	-30,6%	572	-66,3%	833	375	122,3%	1.013	-17,7%

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

O Resultado Financeiro Ajustado no trimestre, excluindo-se os efeitos do IFRS 16, foi de R\$ 193 mil. O incremento nas receitas financeiras é proveniente de rendimentos de aplicações financeiras em função do maior saldo de caixa no período. Atualmente, a Companhia não possui dívidas.

13

Lucro Líquido

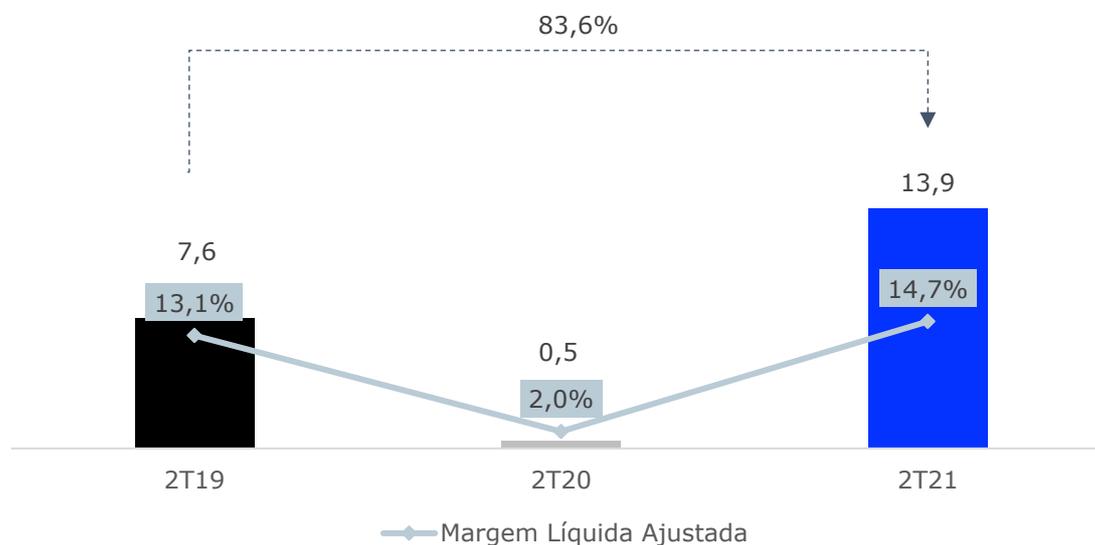
Lucro Líquido R\$ mil e %	2T21	2T20	Var. 2T21/2T20	2T19	Var. 2T21/2T19	1S21	1S20	Var. 1S21/1S20	1S19	Var. 1S21/1S19
Lucro Líquido	13.381	-1.381	-1068,8%	6.639	101,6%	20.608	-1.947	-1158,4%	13.615	51,4%
Margem Líquida	14,2%	-5,9%	20,1 p.p.	11,5%	2,6 p.p.	13,0%	-2,4%	15,5 p.p.	11,9%	1,1 p.p.
(+) Ajuste IFRS-16	98	1.539	-93,7%	624	-84,4%	43	1.874	-97,7%	1.126	-96,2%
(+) Ajuste Stock Options	0	301	-100,0%	301	-100,0%	0	601	-100,0%	601	-100,0%
(+) Ajuste Não Recorrente*	412	0	n.a.	0	n.a.	412	0	n.a.	0	n.a.
Lucro Líquido Ajustado	13.891	459	2927,2%	7.564	83,6%	21.062	528	3891,7%	15.342	37,3%
Margem Líquida Ajustada	14,7%	2,0%	12,8 p.p.	13,1%	1,6 p.p.	13,3%	0,7%	12,7 p.p.	13,5%	-0,1 p.p.

*Ajuste Não Recorrente de 2021 refere-se a valores de rescisão de C-Level e mudanças do Centro de Distribuição.

O Lucro Líquido atingiu R\$ 13,4 milhões no 2T21, versus resultado negativo de R\$ 1,4 milhão no mesmo trimestre do ano anterior, quando enfrentamos as restrições nas operações com lojas fechadas e migração das vendas exclusivamente para os canais digitais. A margem líquida também apresentou melhora significativa no período, saindo de um patamar negativo no 2T20 e encerrando o período com 14,2%.

Lucro Líquido Ajustado

R\$ milhões



O Lucro Líquido Ajustado, sem efeitos da aplicação do IFRS 16, despesas com *stock options*, ajuste das rescisões C-Level e expansão para o novo Centro de Distribuição, totalizou R\$ 13,9 milhões no trimestre, bem acima do resultado de R\$ 459 mil registrado no 2T20 e dos R\$ 7,6 milhões no 2T19. A margem líquida ajustada cresceu 12,8 p.p. YoY e 1,6 p.p. na comparação vs. 2T19.

Endividamento



Encerramos o trimestre com sólida posição de Caixa de R\$ 63,4 milhões, que somado aos recebíveis de cartões, totalizaram R\$ 98,8 milhões.

Em razão da nossa disciplina financeira e da não existência de dívida na companhia, nossa estrutura de capital nos coloca em posição confortável, permitindo que continuemos a investir em tecnologia e inovação com foco na omnicanalidade, na otimização dos

processos de nossa cadeia de produção e na eficiência de nossa logística.

A Companhia também não possui endividamento em moeda estrangeira e não possui dívida no resultado financeiro.

Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa (R\$ mil)	2T21	2T20
Caixa Líquido Gerado Pelas Atividades Operacionais	-8,5	16,5
Caixa Líquido Gerado Pelas Atividades de Investimentos	-6,6	-0,4
Caixa Líquido Gerado Pelas Atividades de Financiamentos	-10,6	23,3
Aumento (Redução) de Caixa e Equivalentes de Caixa	-25,7	39,4
Saldo Inicial de Caixa	89,1	47,4
Saldo Final de Caixa	63,4	86,8

No 2T21, a Companhia apresentou redução na sua posição de Caixa e Equivalentes de Caixa no trimestre, que totalizou R\$ 25,7 milhões. Essa redução deve-se: (i) ao pagamento de dividendos no período; (ii) ao aumento nos estoques, explicado pelo lançamento da nova coleção de inverno no trimestre e perspectiva de crescimento de vendas no segundo semestre; (iii) ao maior desembolso com obrigações tributárias no 2T21; e (iv) ao aumento na linha de imobilizado, decorrente aos investimentos realizados em 2021.

O Caixa Líquido de Investimentos apresentou uma diminuição de R\$ 6,2 milhões vs. 2T20 devido principalmente à aquisição de imobilizado (novo Centro de Distribuição localizado em Osasco).

O Caixa Líquido de Financiamentos, por sua vez, foi impactado pelo pagamento de dividendos na ordem de R\$ 6,1 milhões.

Nossa posição de Caixa ao final do trimestre foi de R\$ 63,4 milhões, que, somada aos recebíveis de cartões, totalizam R\$ 98,8 milhões.

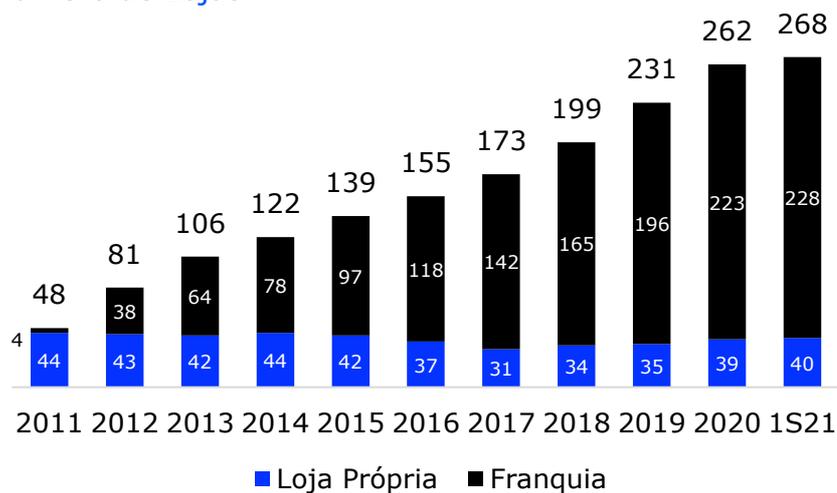
Investimentos/Expansão

Com foco na expansão de nossa rede de lojas físicas, estamos identificando novas localidades comerciais estrategicamente localizadas, que alinhadas com o TF LOG, novo Centro de Distribuição inaugurado em junho de 2021, devem contribuir para o crescimento físico e digital do Grupo Track&Field. O novo CD, localizado em Osasco-SP, possui uma capacidade cerca de 4 vezes superior ao antigo centro de distribuição que fica no Ipiranga, na cidade de São Paulo e que, agora, funcionará como uma área para atividades de *backoffice* e desenvolvimento de novos produtos. O investimento para o *setup* do novo centro de distribuição foi de R\$ 2,9 milhões.

Vale ressaltar que seguimos 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.

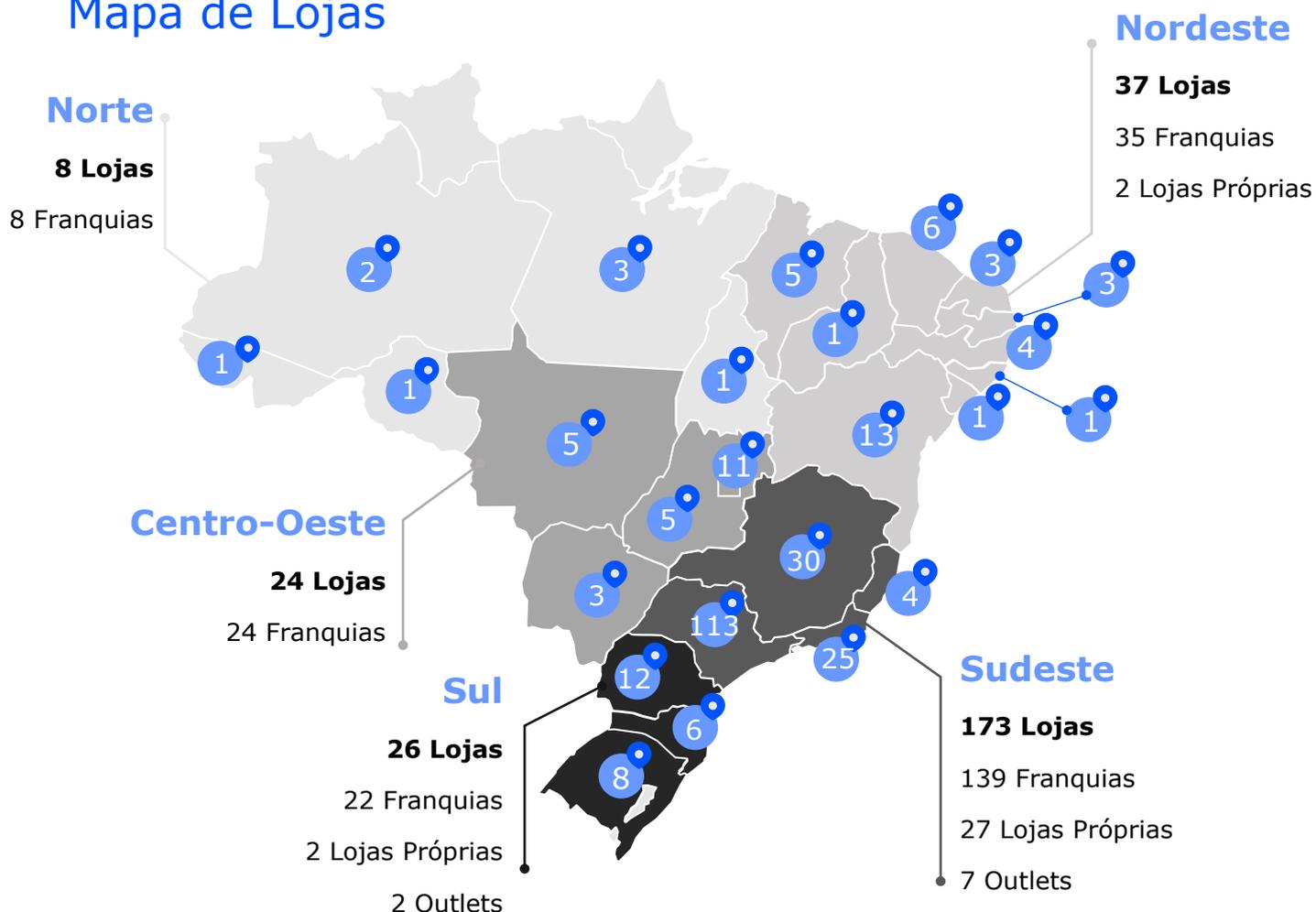
Inauguramos no semestre 9 lojas, sendo 8 franquias e 1 loja própria localizada em São Paulo (SP) no hospital Albert Einstein. Encerramos o período com um total de 268 lojas, das quais 31 são lojas próprias, 9 outlets e 228 são franquias.

Número de Lojas



Nota: E-Commerce considerado como 1 loja própria.

Mapa de Lojas



Anexos

Demonstração do Resultado do Período

R\$ mil	2T21	2T20	2T19	1S21	1S20	1S19
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS DE MERCADORIAS E SERVIÇOS PRESTADOS	94.439	23.432	57.557	158.152	79.532	113.982
Custo das mercadorias vendidas e dos serviços prestados	-38.146	-9.701	-23.192	-61.069	-36.403	-45.849
LUCRO BRUTO	56.293	13.731	34.365	97.083	43.129	68.133
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	-38.564	-15.496	-25.526	-70.806	-43.521	-49.528
Com vendas	-19.828	-10.616	-13.788	-37.158	-24.702	-26.758
Gerais e administrativas	-19.301	-6.607	-10.826	-33.512	-20.238	-20.898
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	565	1.727	-912	-136	1.419	-1.872
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	17.729	-1.765	8.839	26.277	-392	18.605
RESULTADO FINANCEIRO	-1.077	-900	-739	-1.066	-2.027	-1.592
Receitas financeiras	1.346	1.103	747	2.756	1.941	1.506
Despesas financeiras	-2.423	-2.003	-1.486	-3.822	-3.968	-3.098
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO IR E CS	16.652	-2.665	8.100	25.211	-2.419	17.013
IMPOSTO DE RENDA E CS	-3.271	1.284	-1.461	-4.603	472	-3.398
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	13.381	-1.381	6.639	20.608	-1.947	13.615

17

Demonstração do Resultado do Período

(Sem Efeito do IFRS-16, Ajuste de Stock Options e Não Recorrente)

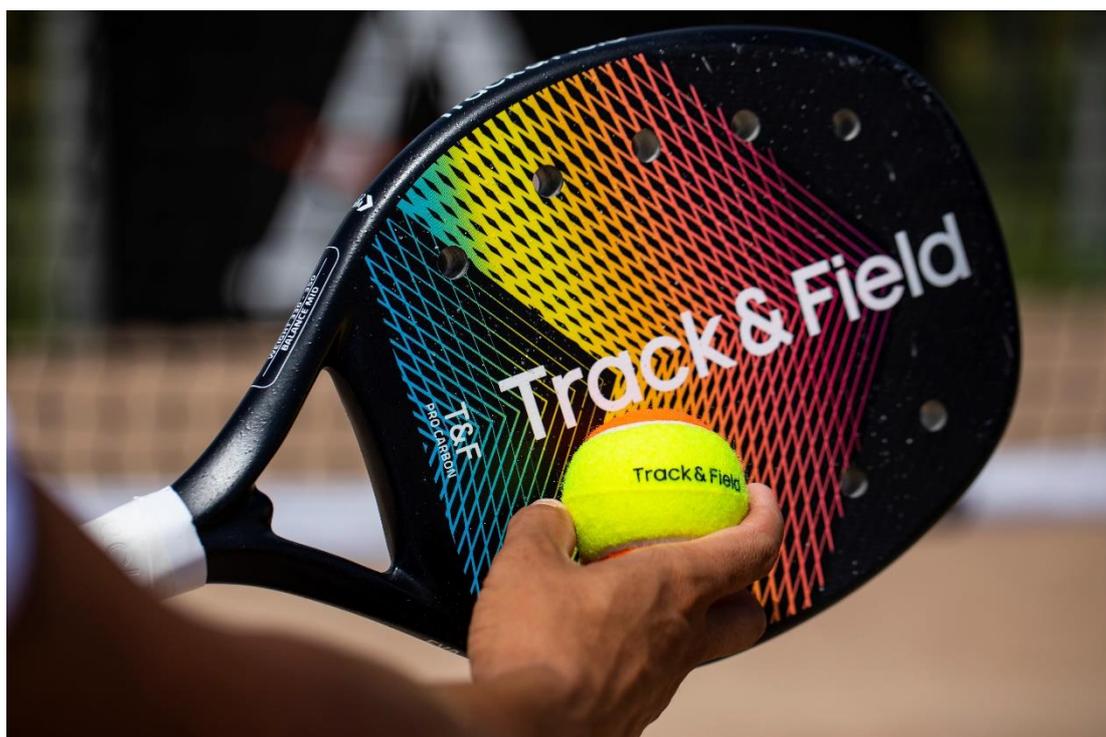
R\$ mil	2T21	2T20	2T19	1S21	1S20	1S19
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS DE MERCADORIAS E SERVIÇOS PRESTADOS	94.439	23.432	57.557	158.152	79.532	113.982
Custo das mercadorias vendidas e dos serviços prestados	-38.146	-9.701	-23.192	-61.069	-36.403	-45.849
LUCRO BRUTO	56.293	13.731	34.365	97.083	43.129	68.133
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	-39.088	-14.089	-25.697	-71.893	-42.520	-49.966
Com vendas	-20.699	-7.632	-14.227	-37.746	-22.193	-27.732
Gerais e administrativas	-18.953	-8.484	-10.859	-34.012	-22.348	-20.963
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	564	2.027	-611	-135	2.021	-1.271
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	17.205	-358	8.667	25.190	609	18.167
RESULTADO FINANCEIRO	193	278	572	833	375	1.013
Receitas financeiras	959	1.103	747	1.860	1.941	1.506
Despesas financeiras	-767	-825	-175	-1.027	-1.566	-494
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO IR E CS	17.398	-81	9.240	26.023	984	19.179
IMPOSTO DE RENDA E CS	-3.507	540	-1.676	-4.961	-455	-3.838
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	13.891	459	7.564	21.062	528	15.342

Impactos do IFRS-16

A adoção mandatória da norma IFRS-16, em janeiro de 2019, trouxe alterações significativas na contabilidade das companhias brasileiras, incluindo a Track&Field. Assim, para melhor compreensão do efeito do IFRS-16 em nossos demonstrativos financeiros, detalhamos abaixo o impacto nas principais linhas do Balanço Patrimonial e DRE.

Linhas incluídas no BP pelo IFRS 16 Em R\$ mil	Com Efeito do IFRS 16 (A)	Sem Efeito do IFRS 16 (B)	Diferença (A-B)
Ativo – Direitos de Uso	69.616	-	69.616
Passivo – Arrendamentos a Pagar	75.389	-	75.389

2T21 Linhas afetadas pelo IFRS 16 Em R\$ mil	Com Efeito do IFRS 16 (A)	Sem Efeito do IFRS 16 (B)	Diferença (A-B)
Despesas Operacionais (Depreciação e Amortização)	-36.137	-38.456	2.319
Despesas Depreciação e Amortização	-2.427	-631	-1.796
Resultado Financeiro	-1.078	193	-1.270
Lucro Líquido	13.381	13.891	-510
EBITDA	20.156	17.836	2.319



FLUXO DE CAIXA

R\$ mil	1S21	1S20
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
Lucro líquido do período	20.608	-1.947
Ajustes para reconciliar o lucro líquido (prejuízo) do exercício com o caixa líquido gerado pelas atividades operacionais:		
Depreciação e amortização	4.896	5.692
Atualização monetária de depósitos judiciais	-157	-259
Atualização monetária de provisão de contingências	-162	-269
Imposto de renda e contribuição social correntes e diferidos	4.603	-472
Provisão (Reversão) para perdas de estoque	328	-1.008
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	-223	-1.173
Perdas de crédito	1.202	177
Perdas esperadas de crédito	-49	133
Baixa de ativo imobilizado e intangível	-	1
Créditos tributários de períodos anteriores	-874	-
Juros s/ empréstimos	-	584
Juros s/ arrendamento - direito de uso	2.796	2.401
Atualização monetária de impostos a recuperar	-459	-784
Variação nos ativos e passivos operacionais:		
Contas a receber	26.804	34.381
Estoques	-53.965	-5.094
Impostos a recuperar	5.422	510
Depósitos judiciais	318	-275
Outros créditos	301	-936
Fornecedores	-3.266	-1.074
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	473	-286
Obrigações tributárias	-11.650	-9.267
Contas a pagar	-1.725	-1.527
Contas a pagar partes relacionadas	-229	-1.353
Outras obrigações	902	10.549
Caixa gerado pelas atividades operacionais	-4.106	28.704
Imposto de renda e contribuição social pagos	-4.349	-12.231
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	-8.455	16.473
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
Aquisição de imobilizado	-5.335	-317
Aquisição de intangível	-1.218	-77
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	-6.553	-394
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
Dividendos pagos	-6.135	-1.130
Captação de empréstimos e financiamentos	-	30.000
Amortização de empréstimos e financiamentos	-	-2.006
Arrendamentos direito de uso pago	-4.510	-3.592
Caixa líquido aplicado nas atividades de financiamento	-10.645	23.272
VARIAÇÃO CAMBIAL SOBRE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA DE CONTROLADA NO EXTERIOR		
	-2	3
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA		
	-25.655	39.354
Saldo inicial de caixa e equivalentes de caixa	89.077	47.414
Saldo final de caixa e equivalentes de caixa	63.422	86.768

Balço Patrimonial

R\$ mil	2T21	2T20	2T19
ATIVO			
CIRCULANTE			
Caixa e equivalentes de caixa	63.422	86.768	48.794
Contas a receber	70.374	30.469	34.199
Estoques	133.538	61.258	69.640
Impostos a recuperar	14.124	11.490	3.045
Despesas pagas antecipadamente e outros créditos	1.972	4.412	5.125
Total do ativo circulante	283.430	194.397	160.803
NÃO CIRCULANTE			
Depósitos judiciais	942	11.638	8.682
Contas a receber partes relacionadas	-	-	7
Imposto de renda e contribuição social diferidos	4.384	6.662	4.541
Impostos a recuperar	6.122	17.755	-
Imobilizado	82.962	52.039	59.126
Intangível	2.512	1.615	1.848
Total do ativo não circulante	96.922	89.709	74.204
TOTAL DO ATIVO	380.352	284.106	235.007
PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
CIRCULANTE			
Fornecedores	32.985	12.382	18.417
Empréstimos e financiamentos	-	10.118	3
Partes relacionadas	-	2.290	-
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	13.299	12.659	7.693
Obrigações tributárias	7.008	7.334	6.898
Arrendamentos direito de uso a pagar	10.100	7.404	51.928
Aluguéis a pagar	1.228	1.115	1.499
Adiantamento de clientes	1.520	-	-
Adiantamento de eventos	8.196	-	-
Dividendos a pagar	-	114.064	2
Outras obrigações	7.406	14.475	6.186
Total do passivo circulante	81.742	181.841	92.626
NÃO CIRCULANTE			
Empréstimos e financiamentos	-	20.107	-
Arrendamentos direito de uso a pagar	65.289	40.605	-
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	10.996	21.454	18.222
Outras obrigações	77	5	-
Total do passivo não circulante	76.362	82.171	18.222
PATRIMÔNIO LÍQUIDO			
Capital social	192.392	10.000	1.270
Ações em tesouraria	(21)	(25)	(148)
Reserva de capital	(20.084)	-	-
Reserva para plano de opção de compra de ações	-	2.405	1.202
Reserva de lucros	27.487	7.791	106.739
Outros resultados abrangentes	1.866	1.870	1.852
Resultado do exercício	20.608	(1.947)	13.616
Patrimônio líquido atribuível a proprietários da controladora	222.248	20.094	124.531
Participações não controladoras	-	-	(372)
Total do patrimônio líquido	222.248	20.094	124.159
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	380.352	284.106	235.007

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 e das despesas não recorrentes. Adicionalmente, a margem EBITDA ajustada é calculada pela divisão entre o EBITDA Ajustado e a Receita líquida de vendas de Mercadorias e serviços prestados.

O EBITDA Ajustado e a margem EBITDA Ajustada não são medidas de resultado em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil. Outras empresas podem calcular o EBITDA Ajustado de maneira diferente da Companhia.

A Companhia apresenta o EBITDA ajustado como forma de avaliação do seu desempenho financeiro operacional, pois é uma medida não contábil de resultado que elimina efeitos não recorrentes do resultado. Desta forma, expurga efeitos que não fazem parte da rotina de negócio e que foram pontuais ao resultado.

Lucro Líquido Ajustado - o Lucro Líquido Ajustado é o lucro líquido desconsiderando o efeito da adoção do IFRS 16 / CPC 06(R2), os efeitos do plano de opção de ações e as despesas não recorrentes.

O Lucro Líquido Ajustado não é uma medida de resultado em conformidade com as práticas contábeis adotadas no Brasil. Outras empresas podem calcular o Lucro Líquido Ajustado de maneira diferente da Companhia.

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

Caixa Líquido - o Caixa Líquido é a soma dos empréstimos de curto e longo prazos que constam no Passivo Circulante e Passivo não Circulante subtraídos do somatório de Caixa e equivalentes de caixa presentes no Ativo Circulante da Companhia. Este indicador é uma medida não contábil elaborada pela Companhia. O Caixa Líquido não é uma medida de lucratividade em conformidade com as práticas contábeis no Brasil e não representa fluxos de caixa dos períodos apresentados.

Sell Out Total – o Sell Out Total representa as vendas ao consumidor do Grupo Track&Field, independente do canal de vendas (físico/on-line ou ainda se loja própria/franquia).

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 meado 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
Gabriela Bussotti
Bárbara Tanure



E-mail: ri@tf.com.br

TRACK & FIELD



**Earnings
Release**

2Q21

Earnings Call
August 13 (Friday)
08:00 a.m. NY | 09:00 a.m. BRT

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

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

São Paulo, August 12, 2021 – Track & Field CO S.A. (B3: TFCO4) is pleased to announce its results for the second quarter of 2021 (2Q21). The consolidated financial statements have been prepared in accordance with Brazilian generally accepted accounting principles (BR GAAP) and the International Financial Reporting Standards (IFRS) issued by the International Accounting Standards Board (IASB).

Operational Highlights



Sell out totaled **R\$ 176.7 million** in 2Q21, **+338% YoY and +84.0% vs. 2Q19**;



9 new stores were opened in the quarter, with our store footprint growing to a total of **268 stores at period-end**;



The store base that was operating in 2Q19 grew by 62.8% in 2Q21, demonstrating a strong growth trend for the network, even excluding the effect of new store openings;



We created new enhancements on our Trainer Platform; in addition to offering free online workout classes and online races, it can now **connect personal trainers** to customers for workout sessions;



The share of **ship-from-store** sales out of total e-commerce sales expanded from 14% in 1Q21 to 27% in 2Q21. As of quarter-end 2Q21, **205 stores had implemented ship-from-store/in-store pickup** service as well as **Super Express Delivery** (within 2 business days);



We continued to roll out our omnichannel program with the implementation of **comprehensive seller** (in-store inventory available on e-commerce platform), allowing us to display products that are out of stock at the distribution center but still available in-store;



NPS (Net Promoter Score) remained high at **83** in the quarter, demonstrating high levels of customer satisfaction and loyalty to the brand;



We opened a **new 7 thousand + square-meter distribution center - TF LOG** - in Osasco, São Paulo, which will optimize distribution logistics **and expand our warehousing capacity in around 4 times**.

Financial Highlights



Net Revenue totaled **R\$ 94.4 million** in 2Q21, **+303.0% vs. 2Q20** (R\$ 23.4 million) **and +64.1% vs. 2Q19**;



Gross Margin was **59.6%** vs. 58.6% in 2Q20, (up 1.0 p.p. YoY) and flat compared with 2019;



Adjusted EBITDA was **R\$ 17.8 million** (vs. 460 thousand in 2Q20), **87.0% higher** than R\$ 9.5 million in 2Q19, with an **EBITDA margin of 18.9%** (vs. 2.0% in 2Q20), **+2.3 p.p. vs. 2Q19**;



Adjusted Net Income totaled **R\$ 13.9 million** (vs. 459 thousand in 2Q20), **an increase of 83.6% from R\$ 7.6 million in 2Q19**.

B3: TFCO4

R\$16.02

(per preferred share on Aug 11)

877,251,375
common shares

71,992,864
preferred shares
(free float: 54,873,501
preferred shares)

R\$ 2.6 billion
Market Cap on Aug 11

TFCO
B3 LISTED N2

IGC B3 ITAG B3

Table | Summary Financials

The information below has been compiled from our financial statements for the second quarter and first semester of 2021, 2020 and 2019.

R\$ thousand, except when otherwise stated	2Q21	2Q20	Var. 2Q21/2Q20	2Q19	Var. 2Q21/2Q19	1H21	1H20	Var. 1H21/1H20	1H19	Var. 1H21/1H19
Financial Results										
Net Revenue	94,439	23,432	303.0%	57,557	64.1%	158,152	79,532	98.9%	113,982	38.8%
Gross Profit	56,293	13,731	310.0%	34,365	63.8%	97,083	43,129	125.1%	68,133	42.5%
Gross Margin	59.6%	58.6%	1.0 p.p.	59.7%	-0.1 p.p.	61.4%	54.2%	7.2 p.p.	59.8%	1.6 p.p.
EBITDA	20,156	1,059	1804.0%	11,705	72.2%	31,145	5,266	491.4%	24,039	29.6%
EBITDA Margin	21.3%	4.5%	16.8 p.p.	20.3%	1.0 p.p.	19.7%	6.6%	13.1 p.p.	21.1%	-1.4 p.p.
Adjusted EBITDA ¹	17,836	460	3774.0%	9,538	87.0%	26,556	2,274	1067.6%	19,706	34.8%
Adjusted EBITDA Margin	18.9%	2.0%	16.9 p.p.	16.6%	2.3 p.p.	16.8%	2.9%	13.9 p.p.	17.3%	-0.5 p.p.
Net Profit	13,381	-1,381	n.a.	6,639	101.6%	20,608	-1,947	n.a.	13,615	51.4%
Net Margin	14.2%	-5.9%	20.1 p.p.	11.5%	2.6 p.p.	13.0%	-2.4%	15.5 p.p.	11.9%	1.1 p.p.
Adjusted Net Profit ²	13,891	459	2927.2%	7,564	83.6%	21,062	528	3891.7%	15,342	37.3%
Adjusted Net Margin	14.7%	2.0%	12.8 p.p.	13.1%	1.6 p.p.	13.3%	0.7%	12.7 p.p.	13.5%	-0.1 p.p.
Net Cash ³	63,422	56,543	12.2%	48,791	30.0%	63,422	56,543	12.2%	48,791	30.0%
Net Cash Equivalents ⁴	98,830	68,855	43.5%	70,205	40.8%	98,830	68,855	43.5%	70,205	40.8%
Operational Indicators										
Number of Stores	268	235	14.0%	212	26.4%	268	235	14.0%	212	26.4%
Own Stores	40	37	8.1%	35	14.3%	40	37	8.1%	35	14.3%
Franchises	228	198	15.2%	177	28.8%	228	198	15.2%	177	28.8%
Average Ticket (R\$)	358.04	314.57	13.8%	286.81	24.8%	336.25	278.13	20.9%	267.98	25.5%
Total Sell Out ⁵ (R\$ thousand)	176,736	40,368	337.8%	96,053	84.0%	301,294	139,187	116.5%	196,315	53.5%
Sales by E-commerce (R\$ thousand)	11,669	16,483	-29.2%	2,467	372.9%	24,664	22,425	10.0%	5,972	313.0%
Same Store Sales ⁶ (SSS)% YoY	332.0%	-58.4%	390.4 p.p.	18.8%	313.3 p.p.	111.4%	-29.0%	140.4 p.p.	16.6%	94.9 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 years 2020 and 2019 exclusion of expenses referring to the stock option plan.

² Adjusted Net Income: excluding the application of IFRS and in fiscal years 2020 and 2019 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

We started the second quarter of 2021 accelerating our growth pace. As the COVID-19 restrictions on retail stores began to be lifted, in the second fortnight of April we were able to reopen our physical stores and successfully launch our winter collection. Another highlight in the quarter was the launch of our beach tennis line (with beach tennis rackets ranking among our top-selling items in the period), new yoga products, and a wider assortment of Track&Field-branded sports footwear products. Continued expansion of the addressable market positively impacted our sales in the quarter. There appears to be a trend toward greater consumer focus on health, comfortable apparel and exercise - this has become fundamental in people's day-to-day lives, and we believe this behavioral shift has come to stay.

Sell out was R\$ 177 million in the quarter, up 338% YoY and 84% compared with 2Q19. We presented a strong sales growth rate compared to 2019 and 2020 in each month of the quarter, including in April, when many of our stores were still closed. We also highlight our excellent sales performance on Mother's Day and Valentine's Day—our strongest to date.

We continued to roll out our omnichannel program, with 205 out of our 268 stores now offering ship-from-store and in-store pickup service. During the second quarter of 2021, 27% of e-commerce sales were concluded via ship from store, meaning they were captured by our e-commerce platform but delivered from our own or franchise stores, always seeking the best way to attend to our client. Social selling has continued to gain relevance and currently represents more than 30% of our business, positively affecting the productivity of our store chain and our average ticket.

As part of Track&Field's omnichannel program, we started implementing an comprehensive seller model, integrating the inventories of some physical stores with our e-commerce platform. By expanding the assortment available online, this initiative has positively impacted sales conversion and average ticket. Further omnichannel initiatives are planned for 2H21, including split-cart functionality (splitting an order into separate orders from multiple stores) and endless aisle, which will allow us to offer products not currently displayed at the stores where customers are physically located.

Our Trainer Platform has continued to grow, and now has more than 227 thousand registered users. We have also digitized our sports events, and offered free workout classes via the TF Sports app as part of our "Keep Moving" program, which has recorded more than 130 thousand participants since the onset of the pandemic. Within our strategy to create a health and wellness hub, the Trainer Platform has been enhanced and can now connect personal trainers to customers for a variety of fitness and sports classes.

As part of our efforts to meet sustainability challenges, in May we began to structure a program that will guide our strategy on social, environmental and governance (ESG) issues. Working with the Sustainability Committee, the program will identify existing policies and practices, list the topics that are most material to the business in the current context, and establish the priority topics that we will address, as well as social and environmental indicators that we will track and report over the coming years. This will put sustainability increasingly high on our strategic agenda. Track&Field's first ESG Report, is already available on our IR website.

In-line with our strategic transformation agenda, in July we made important changes to our Board of Directors, with José Vicente Marino (the former CEO of Avon Brazil and COO of Natura) stepping up as President. He will contribute with all his experience in managing strong brands that are very connected with the public, direct sales and ESG initiatives, supporting the company in this cycle of innovation and growth.

Expansion of physical stores continues in the quarter, with 35 new stores slated to be opened throughout 2021. During the quarter we opened 9 new stores, including 8 franchise stores and 1 own store at the Albert Einstein Jewish Hospital. To support our continued growth, in June we opened a new distribution center - TF LOG - in Osasco, SP, expanding our warehousing and distribution capacity in around 4 times. Our former DC in São Paulo will be repurposed for backoffice and product development activities.

We remain firm in our purpose of putting customers at the center of our decisions and developing high-quality products with the combination of style and practicality that defines our brand. We again extend our thanks to our employees, the Board of Directors, our franchisees and our suppliers for their partnership, and our shareholders for their continued trust and support.

MANAGEMENT

Sell Out

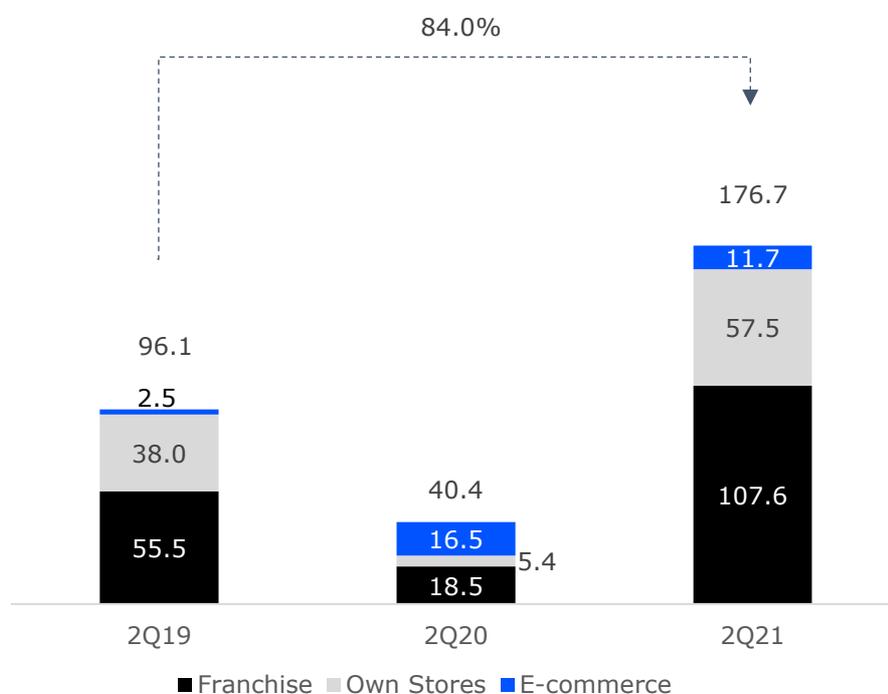
Sell out by channel (R\$ thousand)	2Q21	2Q20	Var. 2Q21/2Q20	2Q19	Var. 2Q21/2Q19	1H21	1H20	Var. 1H21/1H20	1H19	Var. 1H21/1H19
Franchises	107,584	18,509	481.3%	55,545	93.7%	179,259	74,571	140.4%	111,103	61.3%
Own Stores	57,483	5,377	969.0%	38,041	51.1%	97,371	42,191	130.8%	79,241	22.9%
E-Commerce	11,669	16,483	-29.2%	2,467	372.9%	24,664	22,425	10.0%	5,972	313.0%
Total Sell out	176,736	40,368	337.8%	96,053	84.0%	301,294	139,187	116.5%	196,315	53.5%

Does not include events and other revenues.

Sell out - the sum of gross sales across all Track&Field sales channels (including own stores, franchises and e-commerce) - was R\$ 176.7 million in 2Q21, up 84.0% on 2Q19 and 337.8% on 2Q20. This strong growth was driven partly by market expansion but also reflects a range of key initiatives in recent periods, including: i) strong support across our ecosystem throughout the pandemic; ii) new product launches, including new beach tennis, yoga and sports footwear lines; iii) continued progress on our omnichannel program and social selling; and iv) the accelerated maturity of our newly opened stores.

5

Sell Out R\$ million



Own and franchise store sales grew by respectively 51.1% and 93.7% compared with 2Q19 and respectively 969.0% and 481.3% compared with 2020. While the YoY comparison is skewed by the large number of store closures in the early months of the pandemic, growth rates versus 2019 confirm the expansion of our addressable market and the strong performance in the period.

E-commerce sales growth of 372.9% compared with 2Q19 reflects the way customers have adapted to the pandemic and its resulting restrictions by more frequently shopping via online platforms. Year over year, e-commerce sales fell by 29.2%, due to physical stores reopening in 2021 after being closed throughout 2Q20, and higher ship-from-store delivery rates. E-commerce sales capture, including orders shipped from our distribution center and from own and franchise stores, declined by only 2%, even when comparing the lockdown period in 2Q20 to 2Q21 with stores reopened.

The second quarter of the year was punctuated by Mother's Day and Valentine's Day. These dates have historically seen strong sales, and 2021 was no exception - with exceptionally strong performance across our store chain.



Digital Channels and Omnichannel Platform

Track&Field is constantly evolving, and we have worked to continuously enhance our wellness ecosystem by implementing innovation and technologies to build our brand's digital capabilities.

Our physical stores have become increasingly integrated through new initiatives such as comprehensive seller, in which in-store inventories are available to e-commerce customers, helping to boost sales of products that have stocked out at the distribution center. Currently, 4 stores are integrated within this model - Oscar Freire; Lourdes-Belo Horizonte; Horto Florestal-Salvador; and the Cristiano Viana Outlet Store in São Paulo.



- **+373% e-commerce** sales growth from 2Q19
- **Omnichannel** model fully operational in **205 stores**

We have continued to roll out our ship-from-store strategy, in which physical stores serve as stock-points in the omnichannel distribution network; and in-store pickup service, in which customers can pick up their online order at a physical store, expanding omnichannel reach across the wider chain. Currently 205 of our 268 stores offer both methods of delivery, increasing convenience for our customers. Out of our total digital revenue at quarter-end 2Q21, 27.0% was derived from ship-from-store sales.

Another of our flagship initiatives is social selling, a strategy in which sales teams at our physical stores use an internal CRM platform to contact customers via WhatsApp about new collections, special offers, and newly arriving products. Only products available at the sales rep's store are offered. Customers are sent a payment link and products are delivered at their specified address.

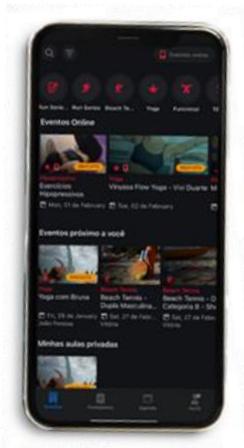
This strategy has proven to be highly effective in connecting sales reps to our customers and customizing the sales process.

Supporting these initiatives is an optimized logistics operation that allows us to deliver orders within 2 business days. Express delivery service now accounts for 72% of total

orders. One of the levers in our broader business strategy, fast delivery is crucial to improving customer satisfaction with the shopping experience. Our Net Promoter Score (NPS) has substantially improved and stood at an average of 83 in the quarter.

TFSports Platform

With the pandemic creating a shift to digital and greater consumer demand for healthier and more active lifestyles, our TFSports app has recorded consistent growth in registered users, which now exceed 227 thousand a gain of 7% on 2Q20 and 46% on 2Q19.



The app mediated 512 “Keep Moving” workout classes from January to June 2021, with 18,563 viewers. Since they were first launched in March 2020, our “Keep Moving” workout classes have had a total of 133,876 viewers.

Adding to existing features - such as free workout classes and live running and other events - future app enhancements will connect trainers to our customers, giving trainers the opportunity to offer free or paid workout classes to our customer base. The platform will be a prime destination for users keen to learn new sports or compete in Track&Field events.

Due to the pandemic, we have not yet been able to organize street running events; we will resume this important initiative as soon as we are able to do so safely, delivering on our strategy as a wellness platform.



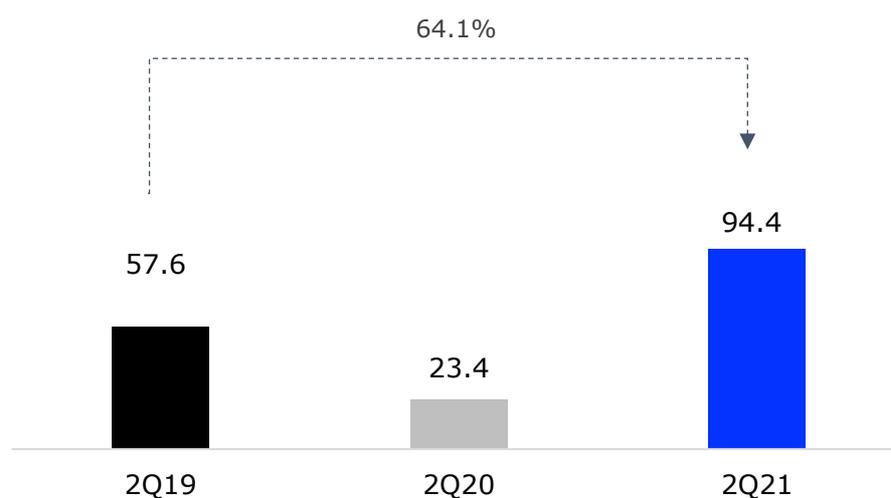
Net Revenue

Net Revenue (R\$ thousand)	2Q21	2Q20	Var. 2Q21/ 2Q20	2Q19	Var. 2Q21/ 2Q19	1H21	1H20	Var. 1H21/ 1H20	1H19	Var. 1H21/ 1H19
Sales of Goods	26,300	4,489	485.8%	13,498	94.8%	40,672	18,370	121.4%	25,948	56.7%
Royalties	15,993	2,611	512.4%	8,460	89.0%	26,437	10,775	145.3%	16,298	62.2%
Retail (Own Chain)	51,630	16,343	215.9%	30,092	71.6%	90,496	47,807	89.3%	63,284	43.0%
Events*	515	-11	-4652.4%	5,506	-90.6%	546	2,579	-78.9%	8,452	-93.5%
Total Net Revenue (R\$ thousand)	94,439	23,433	303.0%	57,557	64.1%	158,152	79,532	98.9%	113,982	38.8%

Net Revenue in the quarter was a total of R\$ 94.4 million, a significant increase of 303.0% YoY and 64.1% compared with 2Q19, despite the absence of revenue streams from sporting events (postponed due to the pandemic). The Net Revenue growth reflects higher own-store sell out and the effects from higher franchise sales on royalties and product sales.

It is important to note that our Winter collection in 2021 was launched in April whereas in 2020 it was launched in March. With the launch postponed to the second quarter, new collection sales to franchisees also occurred in the second quarter.

Net Revenue R\$ million

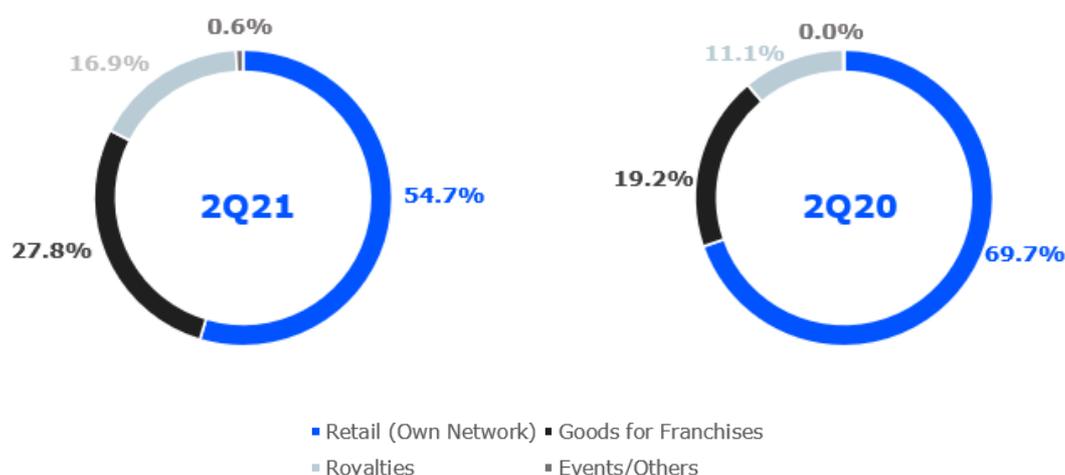


Net Revenue in 2Q21 was exceptionally strong in retail (own stores), with sales increasing 3 times from 2Q20 (+215.9% YoY) to R\$ 51.6 million, and accounting for 54.7% of total net revenue. Significantly, this growth was achieved despite the move to our new distribution center in the last week of June, which required us to shift part of our franchisee sales to July and lengthen delivery times in e-commerce (temporarily reducing sales conversion rates).

As previously discussed, due to restrictions imposed during the pandemic, we again generated no event revenue in 2Q21. As Brazil's vaccination program advances, we expect the pandemic will be contained and sporting events will likely return to normal in 2022.

Composition of Net Revenue

%



■ Retail (Own Network) ■ Goods for Franchises
■ Royalties ■ Events/Others

Gross Profit

Gross Profit (R\$ thousand)	2Q21	2Q20	Var. 2Q21/2Q20	2Q19	Var. 2Q21/2Q19	1H21	1H20	Var. 1H21/1H20	1H19	Var. 1H21/1H19
Gross Profit	56,293	13,731	310.0%	34,365	63.8%	97,083	43,129	125.1%	68,133	42.5%
Gross Margin	59.6%	58.6%	1.0 p.p.	59.7%	-0.1 p.p.	61.4%	54.2%	7.2 p.p.	59.8%	1.6 p.p.

Gross Profit was R\$ 56.3 million in the quarter, an increase of 310% over 2Q20 and 63.8% over 2Q19, driven by a combination of sales growth and healthy margins. Gross Margin was 59.6% in 2Q21, a gain of 1.0 p.p. YoY and virtually flat compared with 2019. The higher Gross Profit reflects improved sales volumes without significant promotional effort, combined with good procurement terms from suppliers. It is important to note that, with the postponement of our winter collection launch from 1Q21 to 2Q21, the share of goods sold to franchisees increased in the quarter, and the resulting product mix had a lower average gross margin.

On a HoH basis, gross profit increased by 125.1% to a total of R\$ 97.1 million, while gross margin grew by 7.2 p.p. to 61.4%. Compared to 1H19, gross profit rose by 42.5% in the period.

Operating Expenses

Operating Expenses (R\$ thousand)	2Q21	2Q20	Var. 2Q21/ 2Q20	2Q19	Var. 2Q21/ 2Q19	1H21	1H20	Var. 1H21/ 1H20	1H19	Var. 1H21/ 1H19
Selling	21,615	11,004	96.4%	14,010	54.3%	39,674	25,658	54.6%	27,225	45.7%
General and Administrative and Other	16,949	4,493	277.2%	11,516	47.2%	31,132	17,863	74.3%	22,303	39.6%
Total Operating Expenses	38,564	15,496	148.9%	25,526	51.1%	70,806	43,521	62.7%	49,528	43.0%

Note: Freight expenses allocated managerially in the selling expenses line (originally in general and administrative expenses)

Selling Expenses increased by 96.4% over 2Q20 and 54.3% over 2Q19, reflecting sales growth and the consequent impact on variable expenses such as (in-store) personnel expenses, online and off-line marketing expenses, digital operation (platform and shipping) expenses, and rent.

General & Administrative Expenses in 2Q21 were up 277.2% on 2Q20 and 47.2% on 2Q19. The higher administrative expenses in 2021 compared with 2020 are largely explained by the introduction of reduced working hours/suspension of employment under a Federal executive order in 2020, as well rent discounts during the lockdown period in the year. The higher administrative expenses are also explained by a reorganization process ongoing since 2018 to implement a corporate structure that can accommodate projected growth. Due to the seasonality of our business, we expect to continue to generate operating leverage in the second half of 2021, as in 2020.



EBITDA

EBITDA (R\$ thousand)	2Q21	2Q20	Var. 2Q21/ 2Q20	2Q19	Var. 2Q21/ 2Q19	1H21	1H20	Var. 1H21/ 1H20	1H19	Var. 1H21/ 1H19
Net Income	13,381	-1,381	n.a.	6,639	101.6%	20,608	-1,947	n.a.	13,615	51.4%
(+) Income Tax and CS (Social Contribution)	3,271	-1,284	n.a.	1,461	123.8%	4,603	-472	n.a.	3,398	35.4%
(+) Net Financial Result	1,077	900	19.8%	739	45.9%	1,066	2,027	-47.4%	1,592	-33.0%
(+) Depreciation and amortization	2,427	2,824	-14.0%	2,866	-15.3%	4,869	5,658	-13.9%	5,435	-10.4%
EBITDA	20,156	1,059	1804.0%	11,705	72.2%	31,145	5,266	491.4%	24,039	29.6%
EBITDA Margin	21.3%	4.5%	16.8 p.p.	20.3%	1.0 p.p.	19.7%	6.6%	13.1 p.p.	21.1%	-1.4 p.p.
(+) IFRS-16 Adjustment	-2,866	-898	219.1%	-2,467	16.2%	-5,136	-3,592	43.0%	-4,935	4.1%
(+) Stock Options Adjustment	0	301	n.a.	301	n.a.	0	601	n.a.	601	n.a.
(+) Non Recurrent Adjustment	547	0	n.a.	0	n.a.	547	0	n.a.	0	n.a.
Adjusted EBITDA	17,836	460	3774.0%	9,538	87.0%	26,556	2,274	1067.6%	19,706	34.8%
Adjusted EBITDA Margin	18.9%	2.0%	16.9 p.p.	16.6%	2.3 p.p.	16.8%	2.9%	13.9 p.p.	17.3%	-0.5 p.p.

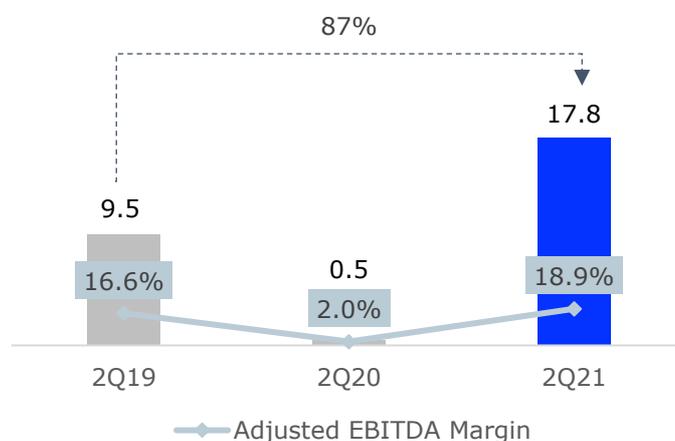
12

EBITDA totaled R\$ 20.2 million in the quarter, demonstrating continued improvement in our business performance despite the continuing restrictions on mobility during the pandemic, helped by growth in store sales and higher margins. EBITDA Margin was 21.3% in 2Q21, up 16,8 p.p. on 2Q20 and 1.0 p.p. on 2Q19.

Excluding the effects of IFRS-16 and nonrecurring expenses, Adjusted EBITDA totaled R\$ 17.8 million in 2Q21, with an Adjusted EBITDA Margin of 18.9%.

Adjusted EBITDA

R\$ million



Finance Revenue/Expense

Financial Result (R\$ thousand)	2Q21	2Q20	Var. 2Q21/2Q20	2Q19	Var. 2Q21/2Q19	1H21	1H20	Var. 1H21/1H20	1H19	Var. 1H21/1H19
Financial Revenues	1,346	1,103	22.0%	747	80.1%	2,756	1,941	42.0%	1,506	82.9%
Financial Expenses	-2,423	-2,003	21.0%	-1,486	63.0%	-3,822	-3,968	-3.7%	-3,098	23.4%
Financial Result	-1,077	-900	19.8%	-739	45.9%	-1,066	-2,027	-47.4%	-1,592	-33.0%
Net Effect of Adjustments	1,270	1,177	7.9%	1,311	-3.1%	1,900	2,402	-20.9%	2,605	-27.1%
Adjusted Financial Result*	193	278	-30.6%	572	-66.3%	833	375	122.3%	1,013	-17.7%

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

Adjusted Finance Revenue in the quarter, excluding the effects of IFRS 16, was R\$ 193 thousand. The increase in finance revenue reflects higher interest on short-term investments due to our larger cash balance in the period. The Company currently has no debt.

13

Net Income

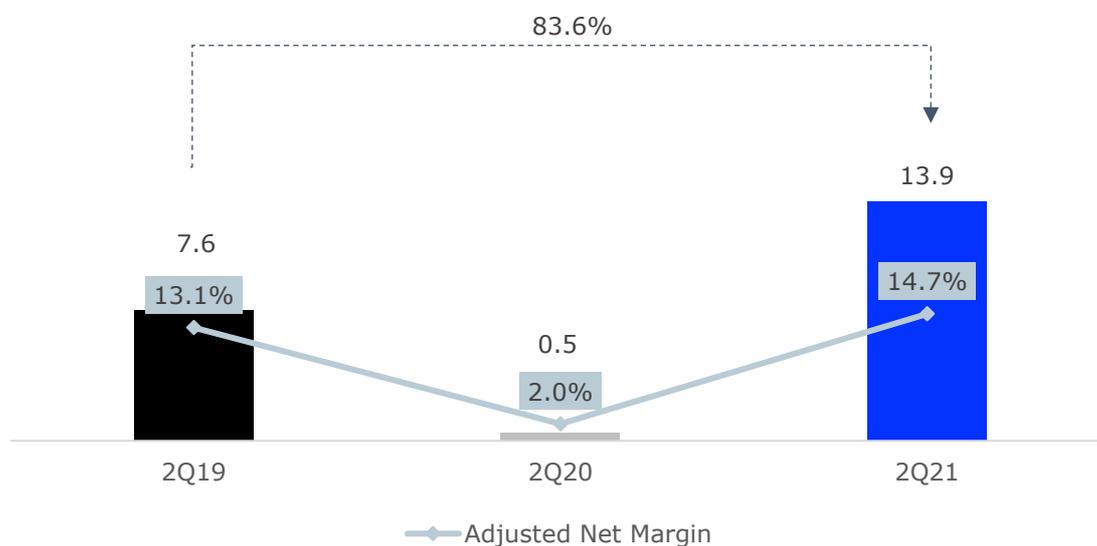
Net Income R\$ thousand and %	2Q21	2Q20	Var. 2Q21/2Q20	2Q19	Var. 2Q21/2Q19	1H21	1H20	Var. 1H21/1H20	1H19	Var. 1H21/1H19
Net Income	13,381	-1,381	-1068.8%	6,639	101.6%	20,608	-1,947	-1158.4%	13,615	51.4%
Net Margin	14.2%	-5.9%	20.1p.p.	11.5%	2.6p.p.	13.0%	-2.4%	15.5p.p.	11.9%	1.1p.p.
(+) IFRS-16 Adjustment	98	1,539	-93.7%	624	-84.4%	43	1,874	-97.7%	1,126	-96.2%
(+) Stock Options Adjustment	0	301	-100.0%	301	-100.0%	0	601	-100.0%	601	-100.0%
(+) Termination Adjustment	412	0	n.a.	0	n.a.	412	0	n.a.	0	n.a.
Adjusted Net Income	13,891	459	2927.2%	7,564	83.6%	21,062	528	3891.7%	15,342	37.3%
Adjusted Net Margin	14.7%	2.0%	12.8p.p.	13.1%	1.6p.p.	13.3%	0.7%	12.7p.p.	13.5%	-0.1p.p.

*2021 Non-Recurring Adjustment refers to C-Level termination values and Distribution Center changes

Net Income was R\$ 13.4 million in 2Q21 compared with a Net Loss of R\$ 1.4 million in 2Q20, when we were affected by store closures and were required to migrate sales to digital-only channels. Net Margin also improved substantially in the period, from a negative margin in 2Q20 to a positive margin of 14.2% at period-end.

Adjusted Net Income

R\$ million



Adjusted Net Income, excluding the effects of IFRS 16, expenses on stock options and C-Level severances, was a total of R\$ 13.9 million in the quarter, a significant increase from R\$ 459 thousand in 2Q20 and R\$ 7.6 million in 2Q19. Adjusted net margin increased by 12.8 p.p. YoY and 1.6 p.p. compared with 2Q19.

Debt



We closed the quarter with a solid Cash position of R\$ 63.4 million, which, coupled with credit card receivables, totaled R\$ 98.8 million.

Our financial discipline, absence of debt and capital structure put us in a healthy position for continued investment in technology and innovation, with a focus on our omnichannel program, supply-chain optimization and improving logistics efficiency.

We have no foreign-denominated debt and no debt in our balance sheet.

Cash Flow

Cash Flow R\$ thousand	2Q21	2Q20
Net cash from Operational Activities	-8.5	16.5
Net Cash used in Investment Activities	-6.6	-0.4
Net Cash Generated by Financing Activities	-10.6	23.3
Increase (Reduction) of Cash and Cash Equivalents	-25.7	39.4
Cash Balance at the beginning of the period	89.1	47.4
Cash Balance at the end of the period	63.4	86.8

In 2Q21 our Cash and Cash Equivalents position was reduced by R\$ 25.7 million. The reduction reflects: (i) dividend payouts in the period; (ii) inventory expansion, explained by the launch of our new winter collection in the quarter and projected sales growth in the second half; (iii) higher expense on tax obligations in 2Q21; (iv) and an increase in fixed assets following investments in 2021.

Net Cash from Investments decreased by R\$ 6.2 million compared with 2Q20, primarily due to the acquisition of fixed assets (new distribution center in Osasco).

Net Cash from Financing was affected by dividend payments of R\$ 6.1 million.

Our Cash position at quarter end was R\$ 63.4 million and, combined with credit card receivables, totaled R\$ 98.8 million.

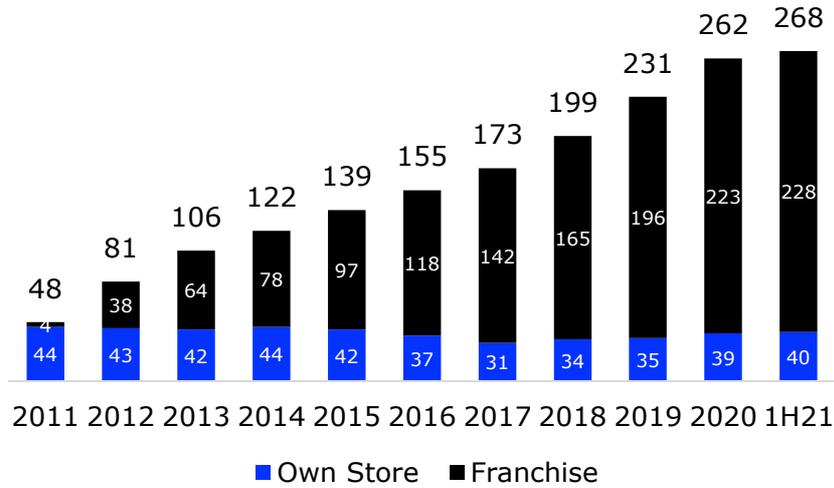
Investments/Expansion

With a focus on expanding our physical stores footprint, we are working to identify new, strategically located commercial locations which, combined with the new distribution center opened in June 2021, will support continued growth of both our physical and our digital operations. The new DC in Osasco-SP has approximately 4 times the capacity of our former DC in São Paulo, which has now been repurposed as a back-office and product development center. The total investment in setting up the new distribution center was R\$ 2.9 million.

We remain confident that new store openings in 2021 will exceed the 35 stores opened in 2020.

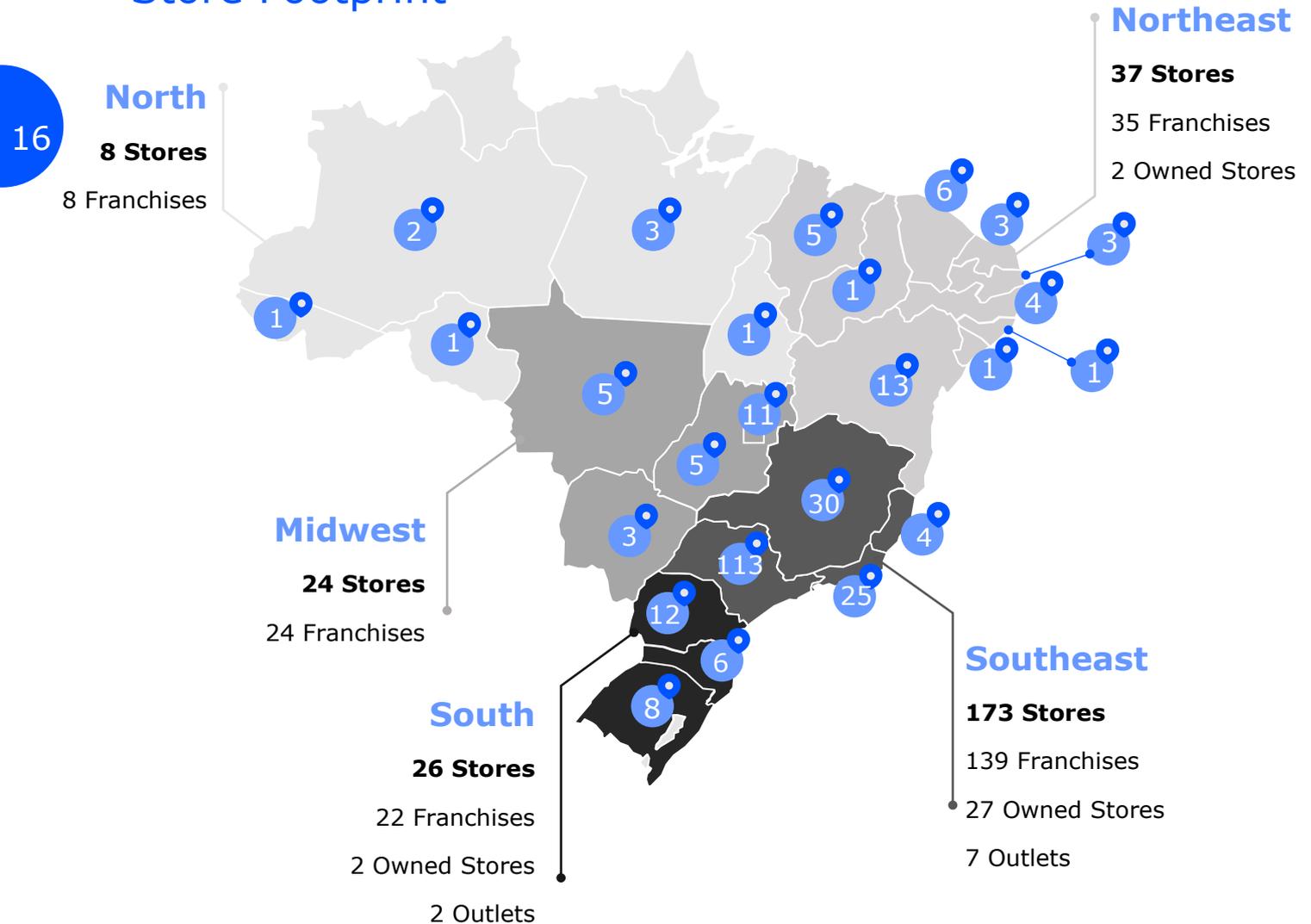
During the first half of the year we opened 9 new stores, including 8 franchise stores and 1 own store at the Albert Einstein Jewish Hospital, in São Paulo. We ended the period with a total of 268 stores—31 own stores, 228 franchise stores, and 9 outlets.

Number of Stores



Note: E-commerce platform counted as 1 own store.

Store Footprint



Appendixes

Statement of Income for the Period

R\$ thousand	2Q21	2Q20	2Q19	1H21	1H20	1H19
NET REVENUE FROM SALE OF GOODS AND SERVICES RENDERED	94,439	23,432	57,557	158,152	79,532	113,982
Cost of goods sold and services rendered	-38,146	-9,701	-23,192	-61,069	-36,403	-45,849
GROSS PROFIT	56,293	13,731	34,365	97,083	43,129	68,133
OPERATING INCOME (EXPENSES)	-38,564	-15,496	-25,526	-70,806	-43,521	-49,528
Selling	-19,828	-10,616	-13,788	-37,158	-24,702	-26,758
General and administrative	-19,301	-6,607	-10,826	-33,512	-20,238	-20,898
Other operating income (expenses), net	565	1,727	-912	-136	1,419	-1,872
INCOME (LOSS) BEFORE FINANCIAL RESULT	17,729	-1,765	8,839	26,277	-392	18,605
FINANCIAL RESULT	-1,077	-900	-739	-1,066	-2,027	-1,592
Financial income	1,346	1,103	747	2,756	1,941	1,506
Financial expenses	-2,423	-2,003	-1,486	-3,822	-3,968	-3,098
OPERATING INCOME BEFORE INCOME TAX AND CS	16,652	-2,665	8,100	25,211	-2,419	17,013
INCOME TAX AND CS	-3,271	1,284	-1,461	-4,603	472	-3,398
NET INCOME FOR THE PERIOD	13,381	-1,381	6,639	20,608	-1,947	13,615

17

Statement of Income for the Period

(Excluding Effect of IFRS-16, Stock Options Adjustment and Non-Recurrent)

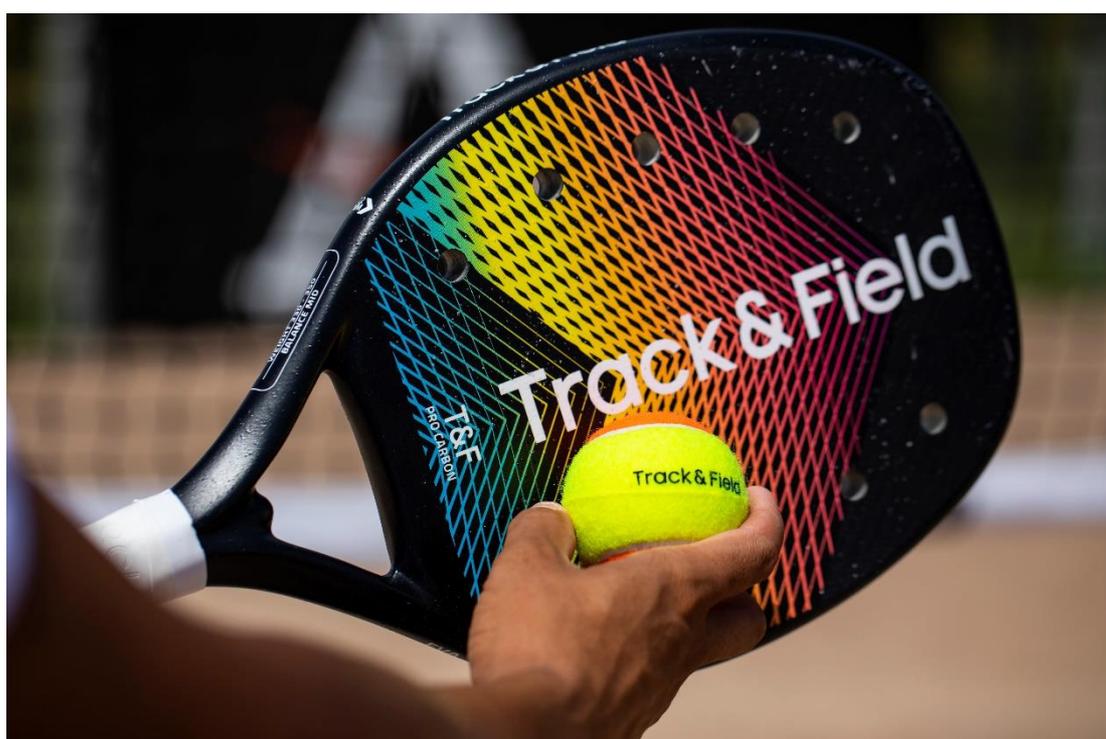
R\$ thousand	2Q21	2Q20	2Q19	1H21	1H20	1H19
NET REVENUE FROM SALE OF GOODS AND SERVICES RENDERED	94,439	23,432	57,557	158,152	79,532	113,982
Cost of goods sold and services rendered	-38,146	-9,701	-23,192	-61,069	-36,403	-45,849
GROSS PROFIT	56,293	13,731	34,365	97,083	43,129	68,133
OPERATING INCOME (EXPENSES)	-39,088	-14,089	-25,697	-71,893	-42,520	-49,966
Selling	-20,699	-7,632	-14,227	-37,746	-22,193	-27,732
General and administrative	-18,953	-8,484	-10,859	-34,012	-22,348	-20,963
Other operating income (expenses), net	564	2,027	-611	-135	2,021	-1,271
INCOME (LOSS) BEFORE FINANCIAL RESULT	17,205	-358	8,667	25,190	609	18,167
FINANCIAL RESULT	193	278	572	833	375	1,013
Financial income	959	1,103	747	1,860	1,941	1,506
Financial expenses	-767	-825	-175	-1,027	-1,566	-494
OPERATING INCOME BEFORE INCOME TAX AND CS	17,398	-81	9,240	26,023	984	19,179
INCOME TAX AND CS	-3,507	540	-1,676	-4,961	-455	-3,838
NET INCOME FOR THE PERIOD	13,891	459	7,564	21,062	528	15,342

Impacts from IFRS-16

Mandatory adoption of IFRS-16 in January 2019 introduced significant changes in financial reporting practices for Brazilian companies, including Track&Field. For a better understanding of the effects from IFRS-16 adoption on our financial statements, we detail below the relevant impacts on the main line items in the statement of financial position and statement of income.

Lines included in Balance Sheet by IFRS 16 In R\$ thousand	Including effects of IFRS 16 (A)	Excluding Effects of IFRS 16 (B)	Difference (A-B)
Assets - Rights of Use	69,616	-	69,616
Liabilities - Leasing Payable	75,389	-	75,389

2Q21 Lines affected by IFRS 16 In R\$ thousand	Including effects of IFRS 16 (A)	Excluding Effects of IFRS 16 (B)	Difference (A-B)
Operating Expenses (Depreciation and Amortization)	-36,137	-38,456	2,319
Depreciation and Amortization Expenses	-2,427	-631	-1,796
Financial Result	-1,078	193	-1,270
Net Income	13,381	13,891	-510
EBITDA	20,156	17,836	2,319



CASH FLOW

R\$ thousand	1H21	1H20
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES		
Net income for the year	20,608	-1,947
Adjustments for reconciling net income (loss) of the fiscal year with net cash generated by operating activities:		
Depreciation and amortization	4,896	5,692
Adjustment for inflation of judicial deposits	-157	-259
Adjustment for inflation of contingency provisioning	-162	-269
Current and deferred income tax and social contribution	4,603	-472
Provisioning (Reversal) for loss of inventory	328	-1,008
Provision for civil, labor and tax risks	-223	-1,173
Credit losses	1,202	177
Expected credit losses	-49	133
Derecognition of fixed and intangible assets	-	1
Tax credits of previous periods	-874	-
Interest on loans	-	584
Interest on lease - right of use	2,796	2,401
Adjustment for inflation of recoverable taxes	-459	-784
Variation in operating assets and liabilities:		
Accounts receivable	26,804	34,381
Inventories	-53,965	-5,094
Taxes to recover	5,422	510
Court deposits	318	-275
Other credits	301	-936
Suppliers	-3,266	-1,074
Labor and social security obligations	473	-286
Tax Obligations	-11,650	-9,267
Accounts payable	-1,725	-1,527
Accounts payable - intercompany	-229	-1,353
Other obligations	902	10,549
Cash generated from operating activities	-4,106	28,704
Income tax and social contribution paid	-4,349	-12,231
Net cash provided by operating activities	-8,455	16,473
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of Fixed Assets	-5,335	-317
Acquisition of intangible assets	-1,218	-77
Net cash invested in financing activities	-6,553	-394
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES		
Dividends paid	-6,135	-1,130
Borrowings and financing	-	30,000
Amortization of loans and financing - principal	-	-2,006
Leasing - right to use - paid	-4,510	-3,592
Net Cash invested in financing activities	-10,645	23,272
FOREIGN EXCHANGE RATE VARIATION ON CASH AND CASH EQUIVALENTS OF FOREIGN SUBSIDIARY		
	-2	3
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS		
	-25,655	39,354
Starting balance of cash and cash equivalent	89,077	47,414
Final balance of cash and cash balance	63,422	86,768

Statement of Financial Position

R\$ thousand	2Q21	2Q20	2Q19
ASSETS			
CURRENT			
Cash and cash equivalents	63,422	86,768	48,794
Accounts receivable	70,374	30,469	34,199
Inventories	133,538	61,258	69,640
Taxes to recover	14,124	11,490	3,045
Expenses paid in advance and other credits	1,972	4,412	5,125
Total current assets	283,430	194,397	160,803
NONCURRENT			
Court deposits	942	11,638	8,682
Accounts receivable from related parties	-	-	7
Deferred income tax and social contribution	4,384	6,662	4,541
Taxes to recover	6,122	17,755	-
Fixed	82,962	52,039	59,126
Intangible assets	2,512	1,615	1,848
TOTAL NON-CORRENT ASSETS	96,922	89,709	74,204
TOTAL ASSETS	380,352	284,106	235,007

R\$ thousand	2Q21	2Q20	2Q19
LIABILITIES & EQUITY			
CURRENT			
Suppliers	32,985	12,382	18,417
Loans and financing	-	10,118	3
Related parties	-	2,290	-
Labor and social security liabilities	13,299	12,659	7,693
Tax liabilities	7,008	7,334	6,898
Leasing right of use payable	10,100	7,404	51,928
Rental payable	1,228	1,115	1,499
Advance of clients	1,520	-	-
Advance of events	8,196	-	-
Dividends payable	-	114,064	2
Other obligations	7,406	14,475	6,186
Total current liabilities	81,742	181,841	92,626
NON-CURRENT			
Loans and financing	-	20,107	-
Leasing right of use payable	65,289	40,605	-
Provision for civil, labor and tax contingencies	10,996	21,454	18,222
Other obligations	77	5	-
Total non-current liabilities	76,362	82,171	18,222
SHAREHOLDERS' EQUITY			
Share Capital	192,392	10,000	1,270
Shares held in treasury	(21)	(25)	(148)
Capital reserve	(20,084)	-	-
Reserve for stock option plan	-	2,405	1,202
Profit reserve	27,487	7,791	106,739
Other comprehensive profit & loss	1,866	1,870	1,852
Net income (loss) for the period	20,608	(1,947)	13,616
Equity attributable to Parent Company's owners	222,248	20,094	124,531
Non-controlling interests	-	-	(372)
Total shareholders' equity	222,248	20,094	124,159
TOTAL LIABILITIES AND SHAREHOLDERS' EQUITY	380,352	284,106	235,007

Non-Accounting Measurements

EBITDA

EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) is net income in the period plus income tax and social contribution, finance expense, depreciation and amortization, less net finance revenue. This is a non-BR GAAP measure reported by the Company in accordance with CVM Directive 527/12. EBITDA is used as a measure of operational cash generation; however, it does not provide a measure of profitability as it does not account for certain business expenses such as taxes, finance expense and revenue, depreciation and amortization. It is also not a measure of cash flows in the reporting periods. EBITDA Margin is EBITDA (as defined above) divided by Net Revenue from sales of goods and services provided.

Adjusted EBITDA

Adjusted EBITDA is EBITDA excluding the effects of IFRS 16 / CPC 06(R2)—a standard on accounting for leases, which came into effect in 2019—and the effects from our stock option plan and nonrecurring expenses. Similarly, adjusted EBITDA margin is calculated by dividing Adjusted EBITDA by Net Revenue from the Sale of Goods and services provided.

Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA margin are not financial measures prepared in accordance with Brazilian generally accepted accounting principles. Other companies may calculate Adjusted EBITDA in a different manner.

We present adjusted EBITDA as a way to assist the users of our financial statements in assessing our financial and operational performance, as it provides a non-BR GAAP measure of profit that eliminates nonrecurring effects, i.e. it eliminates one-off effects that are not part of business as usual.

Adjusted Net Income

Adjusted Net Income is net income excluding the effects of IFRS 16 / CPC 06(R2), the effects from our stock option plan, and nonrecurring expenses.

Adjusted Net Income is not a financial measure prepared in accordance with BR GAAP. Other companies may calculate Adjusted Net Income in a different manner.

Gross Debt

Gross Debt is the sum of all loans payable (current and noncurrent liabilities). Gross Debt is not a financial measure prepared in accordance with BR GAAP. Other companies may calculate Gross Debt in a different manner.

Net Cash

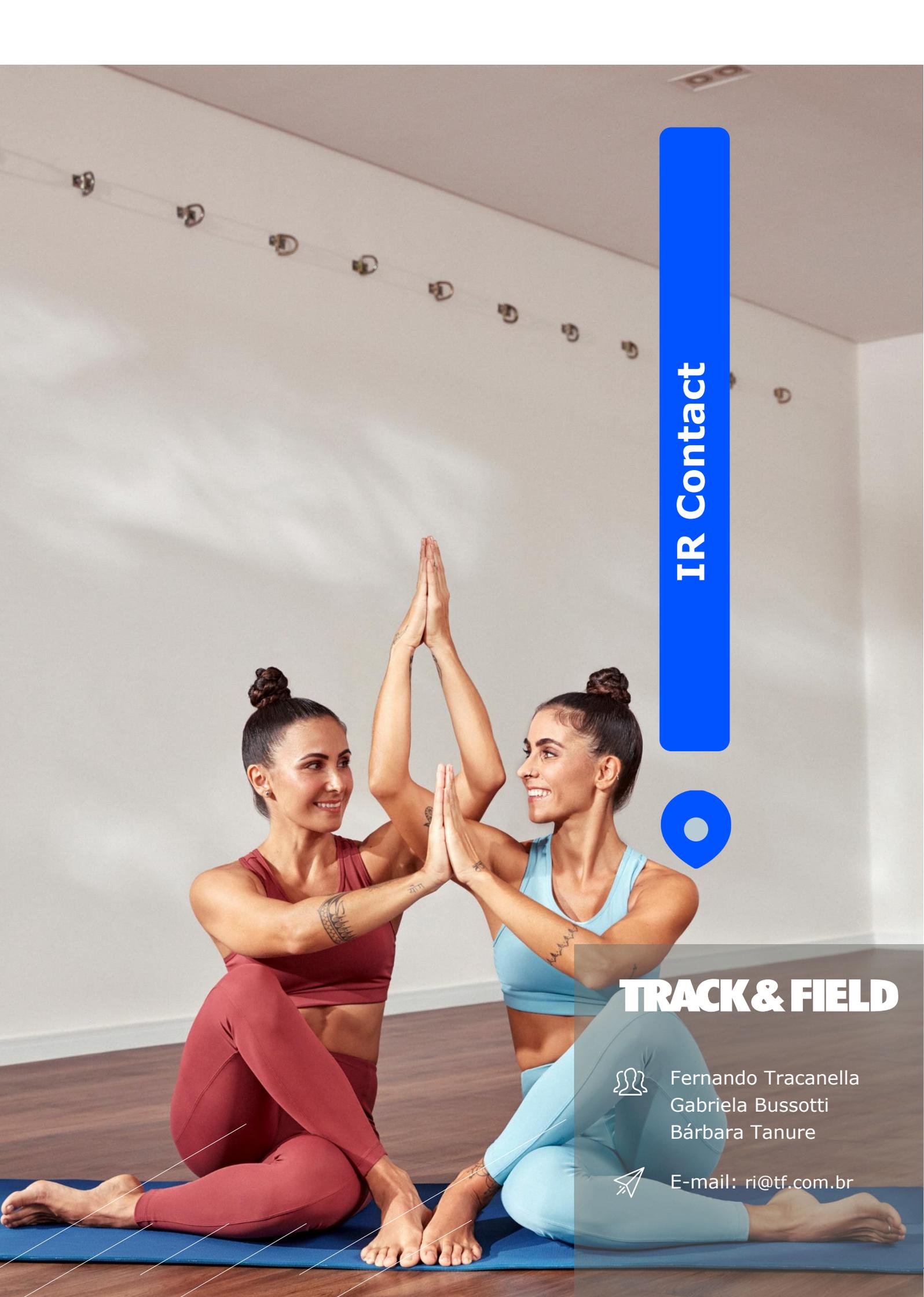
Net Cash is the sum of short and long-term loans under Current Liabilities and Noncurrent Liabilities less the sum of Cash and cash equivalents under Current Assets. Net Cash is a non-BR GAAP financial measure prepared by the Company. It is not a financial measure prepared in accordance with BR GAAP and is not representative of cash flows for the reporting periods.

Total Sell Out

Total Sell Out represents Track&Field Group's consumer sales, regardless sales channel (physical/online or even its own store/franchise).

DISCLAIMER

This report contains forward-looking statements related to the business outlook, operating and financial projections and growth prospects of Track&Field. These statements are merely projections and as such are based solely on Management's expectations regarding the future of the businesses. These forward-looking statements substantially depend on market conditions and the performance of the Brazilian economy, the industry, and international markets, and are therefore subject to change without prior notice.



IR Contact



TRACK & FIELD



Fernando Tracanella
Gabriela Bussotti
Bárbara Tanure



E-mail: ri@tf.com.br