

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS 2T23

Track & Field

T&F



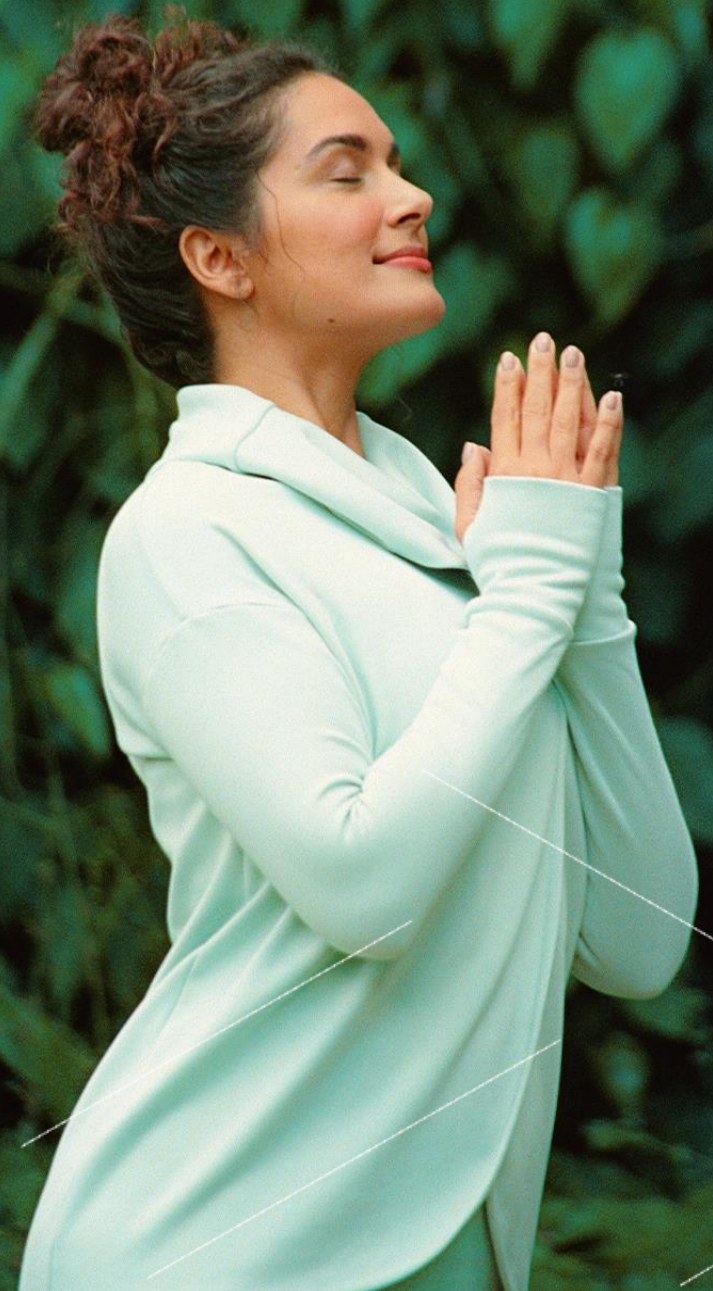
Esta apresentação pode conter declarações e informações que expressam expectativas, crenças e previsões da administração da Track&Field sobre eventos ou resultados futuros.

Tais declarações e informações são unicamente previsões e não garantias do desempenho futuro, sujeitas a riscos, incertezas e fatores relativos às operações e ao ambiente de negócio da companhia.

Embora a Track&Field acredite que as expectativas e premissas contidas nas declarações sejam razoáveis e baseadas em dados atualmente disponíveis à sua administração, advertimos os investidores de que declarações prospectivas envolvem riscos, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer, além dos riscos apresentados nos documentos de divulgação, sujeitos a mudança sem aviso prévio.



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO



DESTAQUES

MUDANÇAS NA GOVERNANÇA. Fernando Tracanella assume como CEO da T&F, com foco no desenvolvimento do core da empresa, enquanto Fred Wagner assume como o novo CEO da TFSports e mantém um cargo de Vice-Presidente de Estratégia e Novos Negócios da Track&Field. Patricia Abibe, que ocupava a função de head de controladoria há 10 anos, é a nova CFO e Diretora de Relações com Investidores.

CRESCIMENTO DE VENDAS. Apresentamos um **crescimento no sell out de 18,8% YoY**, com crescimento de **Same Store Sales de 13,2%**, refletindo um maior sortimento de produtos de inverno nas lojas, favorecendo o ticket médio; ótima performance nas duas datas comemorativas do trimestre (Dia das Mães e Dia dos Namorados) e o **excelente desempenho das lojas reformadas para o novo conceito, tanto franquias (+34,3%) quanto próprias (+33,9%).**

PROJETO OMNI. Segunda onda de omnicanalidade, com foco na implementação da **vitruve infinita** (atingindo agora um total **de 154 lojas até o final de junho**) e a captação de novos *sellers* para o tfmall, nosso marketplace de artigos esportivos. Também, continuamos com a modalidade **ship from store e pick up in store, presente em 333 das 339 lojas da nossa rede** – ao final do trimestre 83% das vendas do *e-commerce* foram na modalidade *ship from store*. Encerramos o trimestre com **22 sellers abrangentes**, lojas que operam como *Hubs* de Omnicanalidade, com capacidade de entrega nacional e estoques disponibilizados na vitruve do *e-commerce*.

EXPANSÃO. Inauguramos **7 lojas** ao longo do trimestre, fechando o período com um total de **339 lojas na rede** (342 lojas até 14/08). Adicionalmente, **reformamos 9 lojas** (3 lojas próprias e 6 franquias) durante o primeiro semestre.

RENTABILIDADE. Lucro Líquido ajustado no trimestre de **R\$27,9 milhões, +52,5% vs. 2T22**. No semestre, o Lucro Líquido Ajustado totalizou **R\$ 54,4 milhões, +38,1%** em relação aos **R\$ 39,4 milhões** registrados no 1S22. O **EBITDA Ajustado** somou **R\$ 36,1 milhões no 2T23**, com **margem de 23,2% (+4,0 p.p. vs. 2T22)** e **+43,3% vs. o ano anterior**.

NPS. O nosso NPS (Net Promoter Score) atingiu o patamar **recorde de 86,6 pontos no trimestre**.

RESULTADOS DO 2T23





7 novas lojas
no trimestre

339 lojas
(44 próprias e 295
franquias)



R\$263,3 mm
Sell out total

+18,8%
vs. 2T22



R\$155,8 mm
Receita Líquida

+18,5%
vs. 2T22



R\$36,1 mm
EBITDA Ajustado

+43,3%
vs. 2T22

23,2%
Margem
(+4,0 p.p. YoY)



R\$27,9 mm
Lucro Líquido
Ajustado

+52,5%
vs. 2T22

17,9%
Margem
(+4,0 p.p. YoY)



Dívida zero

Equivalentes de caixa
R\$ 91,3 milhões
em 30/06/2023

**DESTAQUES
DO TRIMESTRE**



SELL OUT

R\$263,3 milhões no 2T23



Crescimento do **sell out em 18,8%** YoY e de **SSS em 13,2%** no 2T23 (excluindo a abertura de novas lojas).



Efeito positivo das lojas reformadas para o novo conceito, tanto próprias quanto franquias, que cresceram suas vendas em, respectivamente, **33,9%** e **34,3%**.



Crescimento do **e-commerce em 28,2%** YoY, **acima dos canais físicos**, ganhando *share* no mix de negócios da Companhia (visão de venda captada).

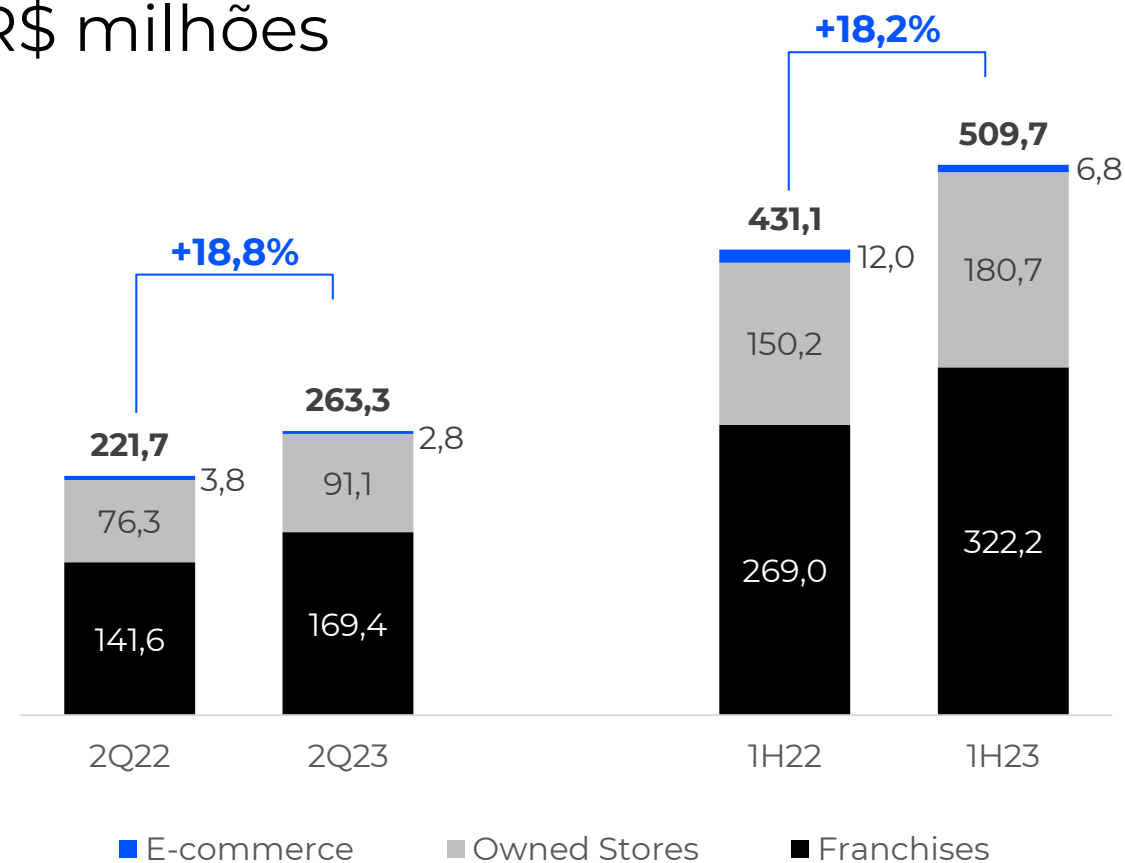


Omnicanalidade: Segunda onda ainda em estágio inicial, com a expansão da modalidade de vitrine infinita (piloto em 154 lojas no 2T23) e captação de novos *sellers* para o tfmall.



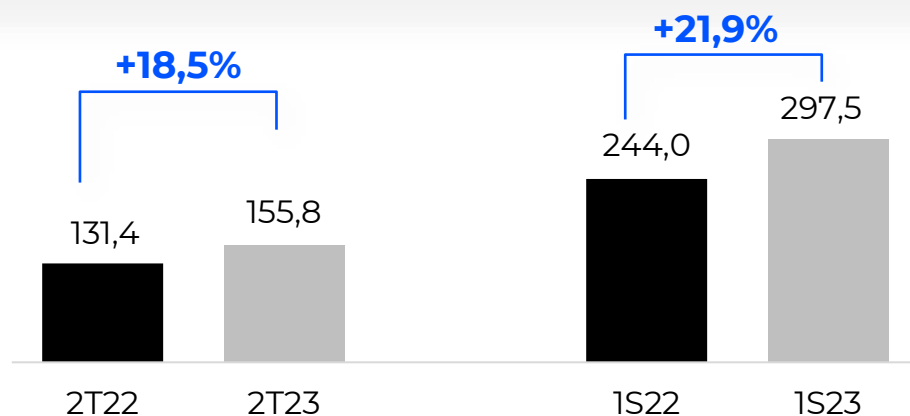
Social Selling: representatividade do *Social Selling* atingindo **44% do sell out**.

Sell Out Total R\$ milhões

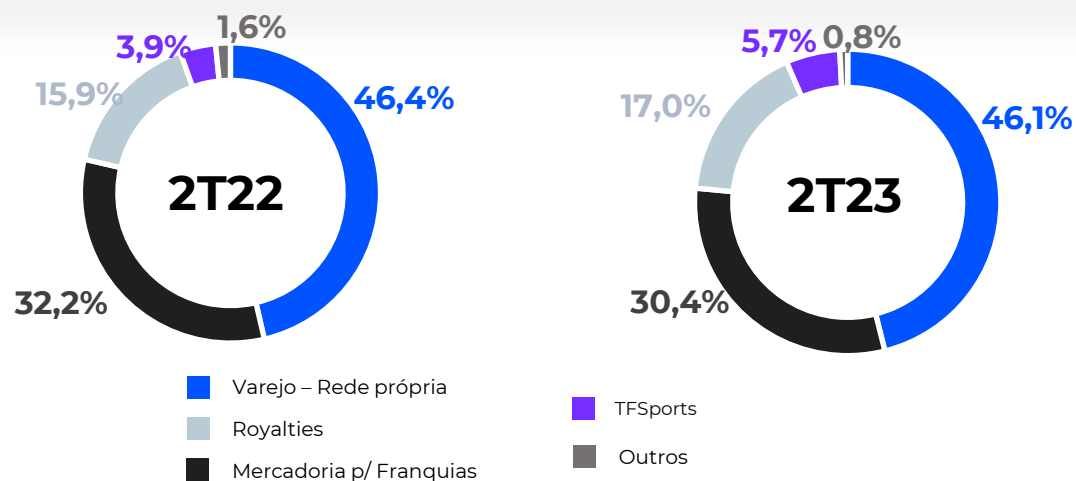


RECEITA LÍQUIDA

Receita Líquida | R\$ milhões



Composição da Receita Líquida



- **+ 17,7% YoY vendas no varejo rede própria**, refletindo a boa performance de venda da coleção de inverno, aceleração do e-commerce e impacto da reforma de lojas.
- **Aumento da participação dos royalties**, atingindo 17,0% de participação no total do faturado (crescimento de 26,3% YoY), em resposta ao elevado volume de *sell in* do 1T23.
- **Receita líquida de TFSports com expansão de 74,7% vs. 2T22**, devido ao aumento das receitas de patrocínios e inscrições.

LUCRO BRUTO

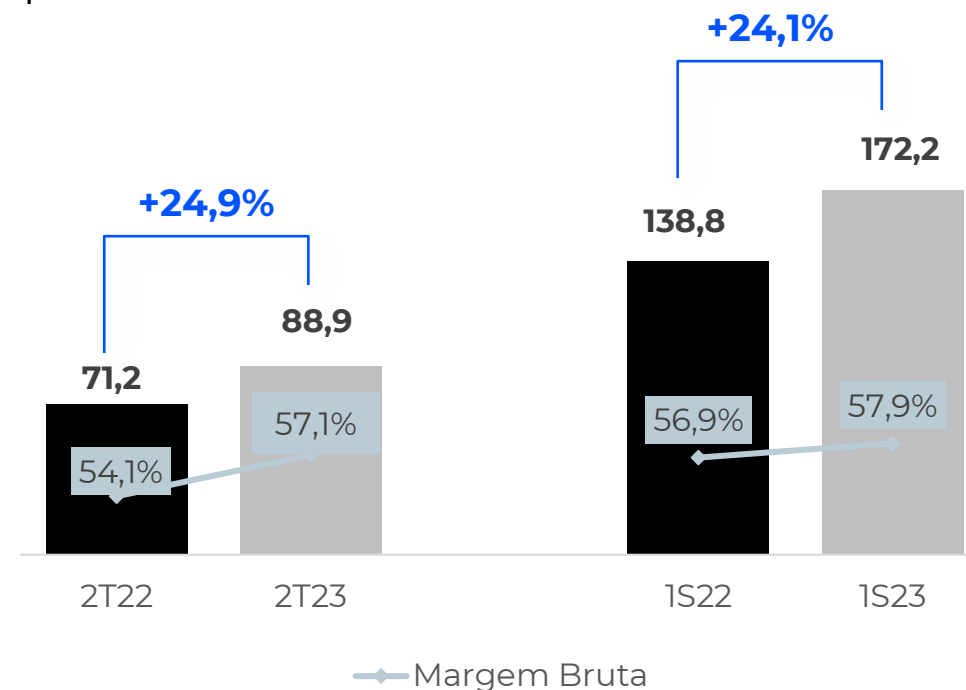


Lucro Bruto do 2T23 totalizou **R\$ 88,9 milhões, um aumento de 24,9% em relação ao 2T22.**



Margem Bruta atingiu 57,1% no 2T23, aumento de **3,0 p.p. vs. 2T22**, com ganho de margem em todos os canais, efeito de maior *mark up* dos produtos de inverno e aumento da representatividade na receita de royalties do período.

Lucro Bruto e Margem R\$ milhões



DESPESAS OPERACIONAIS



Aumento da representatividade do canal de franquias no modelo de negócio da T&F, **gerando o deslocamento de despesas com vendas para as franquias.**

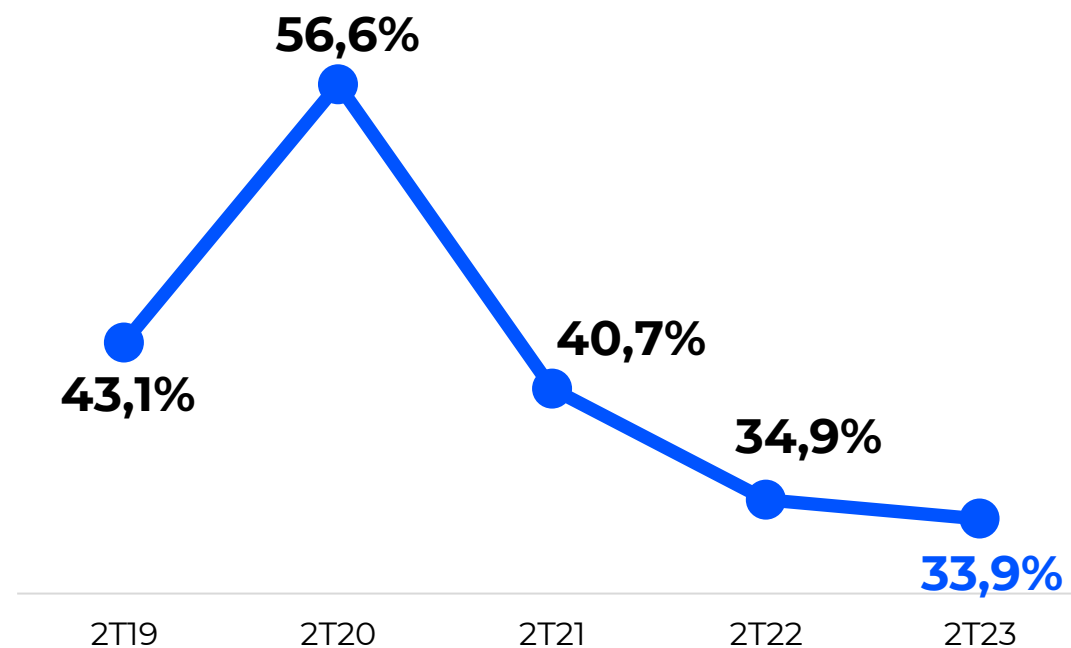


Postergação de algumas despesas para o 2S23, em especial marketing, que analisaremos a necessidade de efetivação nos próximos meses.



Alavancagem operacional **com pequena diluição de custos corporativos no 1S23**, mesmo com reforço de algumas estruturas no final de 2022.

% Despesas* sobre vendas líquidas



*Despesa Ajustada (excluindo depreciação)

EBITDA



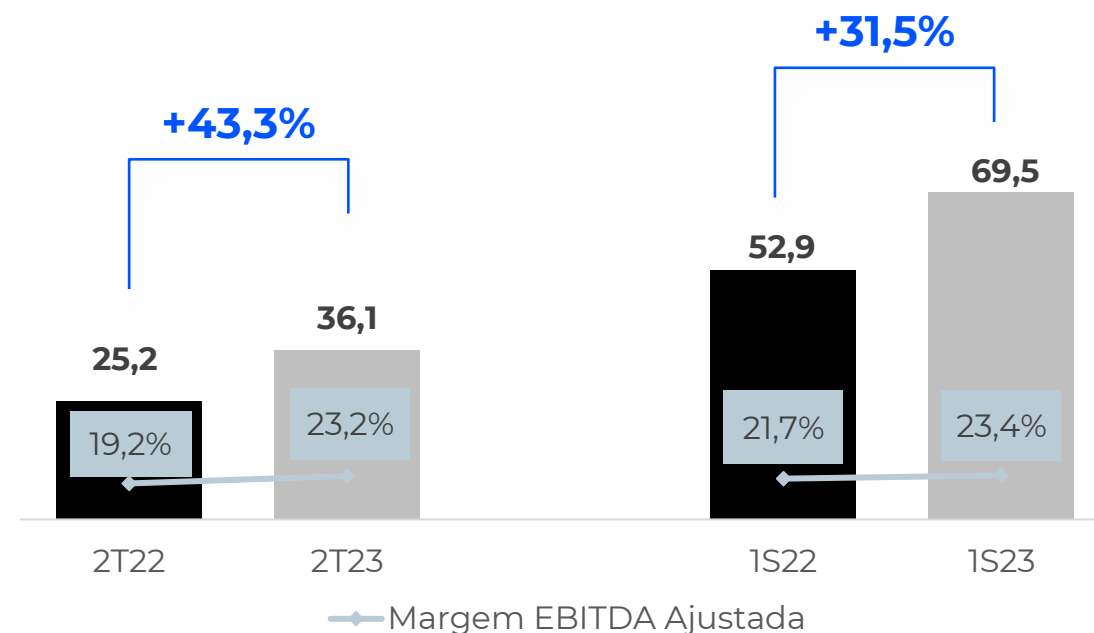
EBITDA totalizou **R\$ 40,9 milhões** no 2T23 (**margem de 26,2%**), **um aumento de 41,9% YoY**, em decorrência da diminuição do nível de despesas sobre vendas líquidas e, principalmente, da expansão da margem bruta.



O **EBITDA Ajustado** totalizou **R\$ 36,1 milhões** no 2T23, **+43,3% vs. 2T22**, com **margem de 23,2% (+4,0 p.p. vs. 2T22)**.

EBITDA Ajustado e Margem

R\$ milhões



LUCRO LÍQUIDO

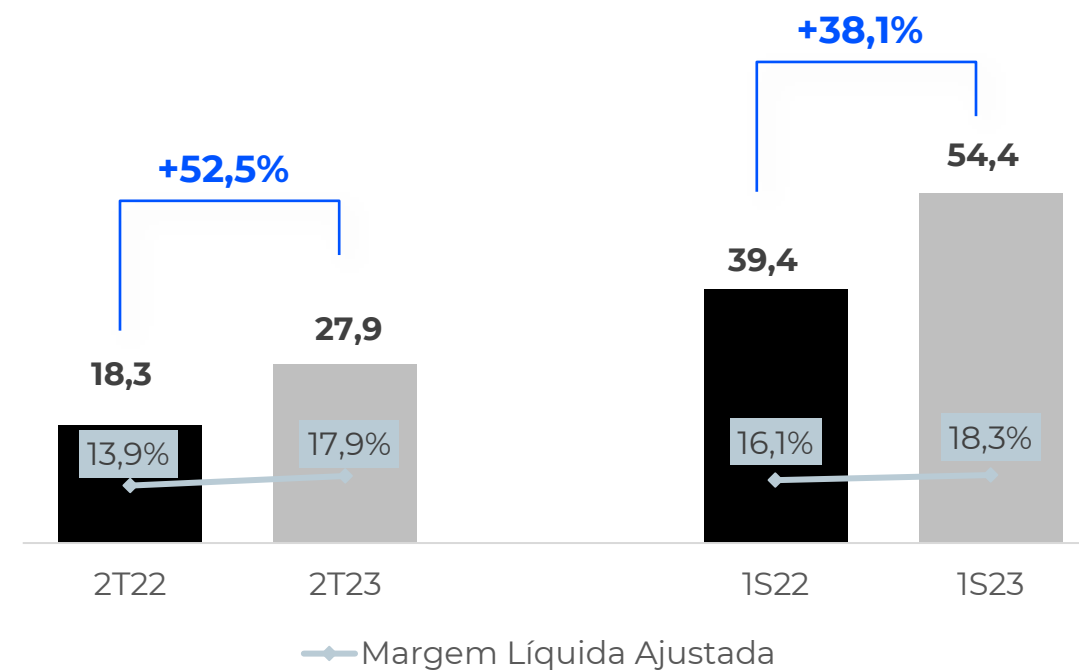


Lucro Líquido ajustado de R\$ 27,9 milhões no 2T23, **+52,5% vs. 2T22.**



Margem Líquida ajustada alcançou **17,9%** no 2T23, **4,0 p.p. acima** do reportado no mesmo período do ano anterior.

Lucro Líquido Ajustado e Margem R\$ milhões

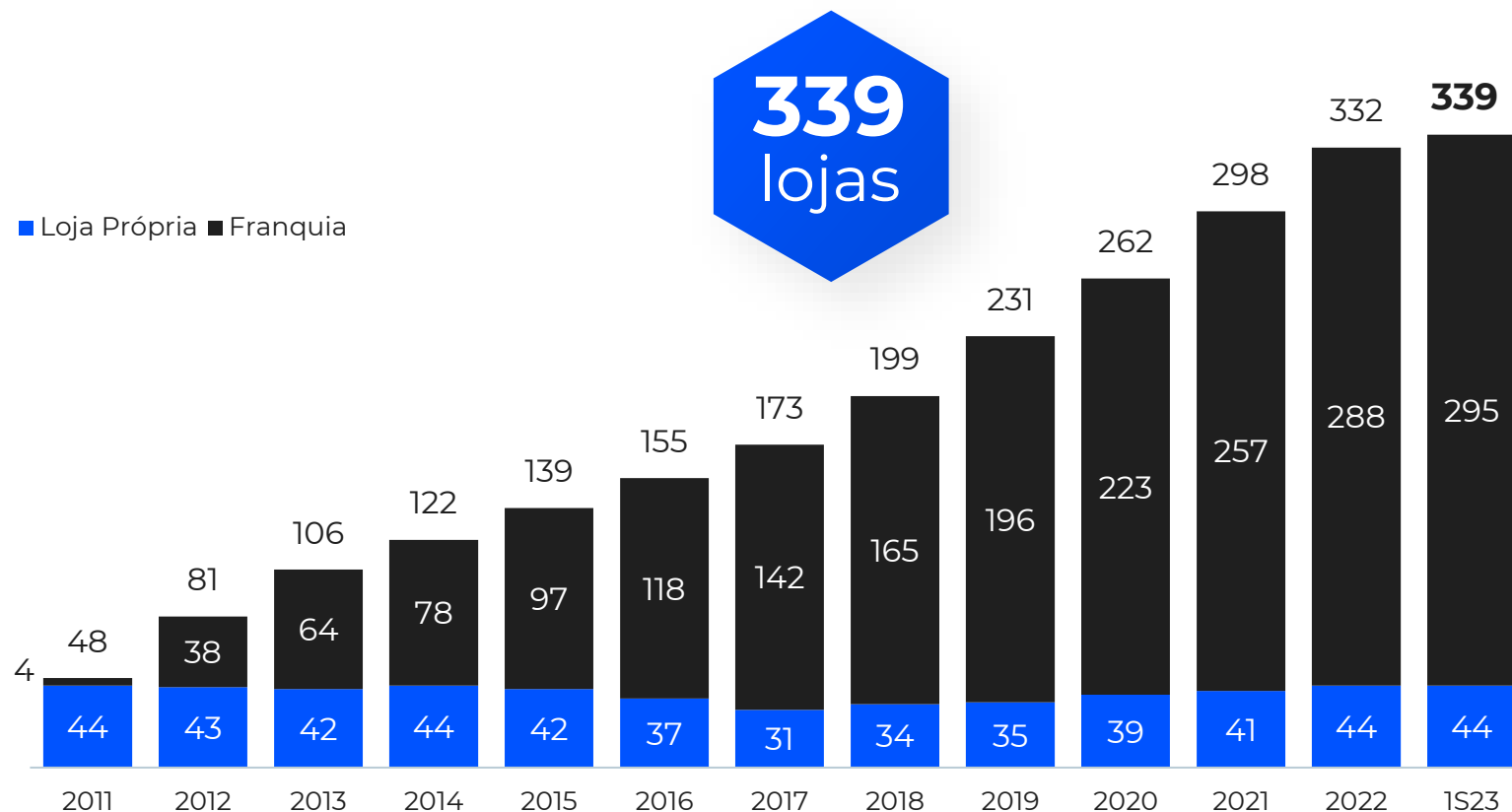


EXPANSÃO

NÚMERO DE LOJAS 2023

339
lojas

■ Loja Própria ■ Franquia



Inauguração de 7 novas lojas no 2T23, sendo todas elas franquias. Em 14/08 possuíamos um total de 342 lojas na rede.



Continuamos focados na **inauguração de novas lojas** e na **revitalização da rede** para o novo conceito.



Das **25 lojas reformadas que planejamos para 2023, 9 já ocorreram ao longo do 1S23** (3 lojas próprias e 6 franquias).

EXPERIENCE STORE



TFC FOOD & MARKET



TFC Food&Market oferece um espaço de convivência, cardápio e curadoria de produtos



 tf sports

Track & Field



- **Projeto de aceleração integrado ao ecossistema Track&Field**, com a missão de conectar as pessoas a um estilo de vida ativo e saudável, integrando produtos aos nossos eventos e experiências, bem como os eventos ao ecossistema de varejo.
- **Expectativa de mais de 2 mil eventos em 2023**, um **crescimento de 28%** em relação a 2022.
- **Desenvolvimento do tfmall**, nosso marketplace de artigos esportivos com curadoria.
- **40% dos grupos de franqueados** já organizando eventos na plataforma.
- **+ de 80 modalidades** disponíveis na plataforma.

DESTAQUES



+ de 490 mil usuários
em 30/06

+54,5%
vs. 2T22



108,5 mil
inscritos em eventos
da plataforma no
1S23

+19,1%
vs. 1S22



+ de 5 mil
treinadores
cadastrados no 1S23

+206,5%
vs. 1S22



+ de 1.300
eventos realizados
no 1S23

+63,4%
vs. 1S22



R\$ 18,1 mm
Receita líquida no
1S23

+78,0%
vs. 1S22



Breakeven

EBITDA Ajustado
de R\$ 0,4 mm
no 1S23



Track & Field®



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