RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2025



GRUPO smart fit

BIO RITMO · smart fit · NATION CT · BE ON STUDIOS · TOTALPASS · QUEIMA DIÁRIA

SUMÁRIO

03 BOAS-VINDAS

Sobre o relatório
Materialidade
Mensagem do Fundador
Mensagem Executiva
Destaques 2025

12 O GRUPO SMART FIT

Quem somos
Produtos e serviços
Nossa estratégia
Desempenho operacional

35 AMBIENTAL

Jornada climática
Eficiência energética
Gestão hídrica

43 SOCIAL

Gente
Engajamento com a comunidade
Fornecedores

65 GOVERNANÇA CORPORATIVA

Estrutura organizacional
Ética e *compliance*
Gestão de riscos
Segurança da informação

80 ANEXOS

Sumário GRI
Sumário SASB
Declaração de asseguração
Créditos

BOAS VINDAS



SOBRE O RELATÓRIO

GRI 2-2, 2-3, 2-4

Este relatório apresenta o desempenho e os avanços do Grupo Smart Fit em relação aos aspectos ambientais, sociais e de governança (ESG, na sigla em inglês) no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025.

O documento é publicado anualmente em conformidade com os padrões de dois *frameworks* que garantem a transparência global. A Global Reporting Initiative (GRI) fornece as diretrizes que permitem o relato abrangente dos impactos econômicos, ambientais e sociais da empresa para todos os seus *stakeholders*. O Sustainability Accounting Standards Board (SASB), por sua vez, estabelece padrões focados na conexão entre temas de sustentabilidade e desempenho financeiro, auxiliando investidores na identificação de questões ESG que são materiais para a geração de valor econômico.

O escopo deste relatório prioriza a atuação das marcas Smart Fit, Bio Ritmo, Nation, Studios (em 2026 lançados como BEON Studios), TotalPass e Queima Diária, englobando operações no Brasil e nos demais 15 países onde a Companhia está presente, sendo 14 na América Latina e um na África. Não houve reformulações de informações de períodos anteriores.

Para este ciclo, a Companhia atualizou sua matriz de temas prioritários, adotando a dupla materialidade. Essa abordagem permite identificar não apenas os impactos da empresa na sociedade e no meio ambiente, mas também como as questões de sustentabilidade podem afetar financeiramente o valor do negócio (*leia mais na p. 5*). Como em 2024, esta edição foi submetida à auditoria externa, sem vínculo com o Grupo Smart Fit, assegurando imparcialidade no processo.

Para mais informações, dúvidas ou sugestões, entre em contato pelo *e-mail*: **esg@smartfit.com**

Governança e transparência ganham força com **a adoção da dupla materialidade** para orientar decisões e geração de valor



MATERIALIDADE

GRI 3-1

A agenda de sustentabilidade do Grupo Smart Fit é orientada pelos temas considerados mais relevantes por seus *stakeholders* e pelo impacto de suas operações. Em 2025, a Companhia concluiu um novo processo de matriz de materialidade, adotando a metodologia de dupla materialidade. Essa abordagem avalia tanto a materialidade de impacto (efeitos reais e potenciais da empresa na economia, meio ambiente e pessoas) quanto a materialidade financeira (como os temas ESG podem afetar o valor da própria empresa).

O processo foi concluído com periodicidade bienal e envolveu as seguintes etapas:

IDENTIFICAÇÃO DE IMPACTOS

Realizada por meio de entrevistas individuais, consultas *online*, mapeamento de *stakeholders*, análise de documentos internos e externos e reuniões de trabalho.

ENGAJAMENTO DE *STAKEHOLDERS*

Para informar a avaliação, o Grupo consultou clientes, colaboradores e comunidades locais. Também foram ouvidos fornecedores, prestadores de serviços, o Conselho de Administração, analistas financeiros, franqueados, bancos e organizações da sociedade civil.

PRIORIZAÇÃO

Os impactos foram priorizados com base em critérios de probabilidade e severidade (intensidade, extensão e reversibilidade) para a materialidade de impacto, e probabilidade e magnitude para a materialidade financeira.

Lista de temas materiais GRI 3-2

A atualização da materialidade resultou em modificações significativas na lista de temas, refletindo a evolução da gestão ESG da Companhia. **Abaixo, os temas que compõem a matriz atual, validada pelo Conselho de Administração:**

TEMA MATERIAL	FOCO ESTRATÉGICO	ODS RELACIONADOS
Experiência, segurança e bem-estar dos clientes	Promoção da saúde e democratização do acesso à atividade física.	-
Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores	Fortalecimento da cultura, garantia de condições dignas de trabalho e capacitação via Universidade Corporativa.	
Diversidade, inclusão e equidade	Fomento a um ambiente plural e combate a qualquer forma de discriminação.	
Eficiência energética	Gestão do consumo e migração para fontes de energia renovável.	
Mudanças climáticas	Monitoramento de emissões de GEE e resiliência operacional.	
Gestão da cadeia de fornecedores	Alinhamento de parceiros a critérios éticos e socioambientais.	-
Transparência e relacionamento com franqueados	Governança e suporte para o crescimento sustentável da rede por meio do compartilhamento de boas práticas.	-
Relações institucionais	Atuação ética, transparência na governança e conformidade regulatória.	

EVOLUÇÃO

Em relação ao ciclo anterior, a empresa realizou ajustes importantes para refletir o novo foco. Os temas Transparência e relacionamento com franqueados, Relações institucionais e Mudanças climáticas passaram a integrar a matriz de materialidade. Outros tiveram suas nomenclaturas atualizadas para garantir maior clareza, como Eficiência energética (antes Ecoeficiência) e Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores (antes Valorização de colaboradores) e Diversidade, inclusão e equidade (antes Diversidade e direitos humanos). Já os temas Engajamento com a comunidade, Desempenho econômico-financeiro e Governança corporativa, presentes no relato passado, foram incorporados a outros pilares transversais de gestão e transparência.

Atualização **incorpora novas prioridades** e reorganiza temas em pilares mais amplos de atuação



MENSAGEM DO FUNDADOR

Esta mensagem tem um significado especial para mim. Dando continuidade a mais um ciclo de conquistas, deixo o cargo de CEO do Grupo Smart Fit para assumir um novo papel como presidente do Conselho de Administração, onde me dedicarei à definição das estratégias de médio e longo prazos, visando gerar valor para todos os públicos de interesse da Companhia e apoiando os demais executivos.

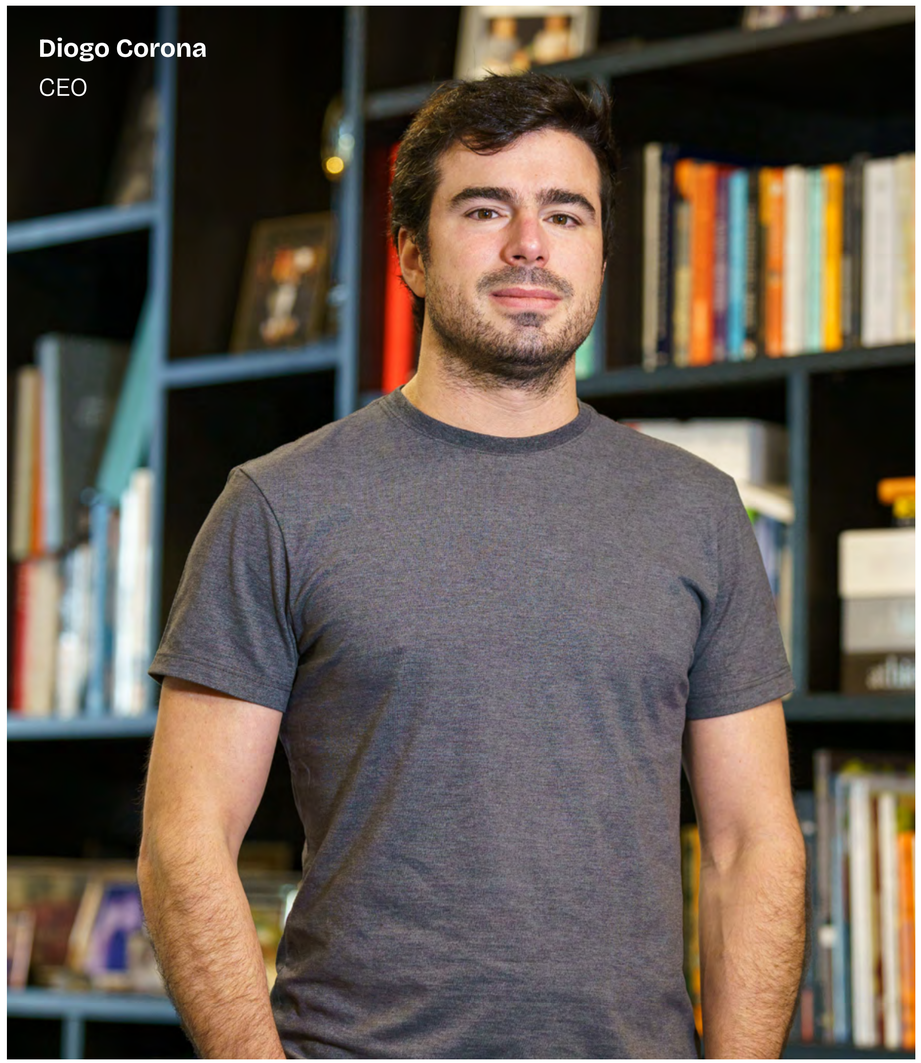
Ao longo dessa trajetória, construímos muito mais do que uma empresa: criamos um movimento que transformou o acesso ao *fitness*. Os resultados de 2025 falam por si só. Avançamos em expansão, sustentabilidade, fortalecimento das marcas e diversificação do portfólio. Mais do que números, seguimos comprometidos com o impacto positivo que promovemos diariamente na vida de milhões de alunos.

Por isso, tenho plena tranquilidade em passar o comando do Grupo para quem conhece cada engrenagem deste negócio e compartilha dos mesmos valores que nos trouxeram até aqui. A sucessão é um passo natural para reforçar nossa governança e garantir a continuidade dos ideais que criaram a Companhia.

Sigo agora para o Conselho com o entusiasmo de quem abriu a primeira porta há quase 30 anos, sempre pronto para apoiar o futuro desta empresa. Agradeço aos nossos colaboradores, pelo engajamento incansável; aos nossos acionistas, pela confiança na nossa estratégia; e, principalmente, aos nossos alunos. Vocês são a razão de cada esteira ligada e de cada academia inaugurada. O movimento não para.

Edgard Corona
Fundador e Presidente do Conselho de Administração do Grupo Smart Fit





Diogo Corona
CEO

MENSAGEM EXECUTIVA

GRI 2-22

O ano de 2025 foi um dos mais transformadores na trajetória de quase três décadas do Grupo Smart Fit. Ao comemorarmos a marca de 2 mil academias, não estamos apenas contabilizando unidades, mas reafirmando nosso propósito de democratizar o acesso à atividade física e promover a saúde integral em escalas sem precedentes.

Este ciclo registrou o maior ritmo de expansão de nossa história, com a inauguração de 341 academias e 45 Studios. Além do crescimento na América Latina, onde já consolidamos nossa liderança em 15 países, chegamos ao Marrocos. O início da jornada intercontinental da Companhia valida a adaptabilidade do nosso modelo de negócio a novas culturas e nos posiciona definitivamente como um *player* global no setor de *wellness.*

A *performance* financeira é reflexo direto dessa execução estratégica. Atingimos uma base de 5,2 milhões de clientes, impulsionando a receita líquida para patamares inéditos e gerando um caixa operacional recorde para o Grupo. A maturidade das unidades inauguradas em ciclos recentes, aliada à eficiência operacional característica do nosso modelo *high value, low price* e à diversificação das nossas unidades, a fim de fidelizar nosso público, permitiu que o EBITDA ultrapassasse valores históricos com margens saudáveis. Essa solidez econômica financia nossa inovação e garante o fôlego necessário para mantermos o ritmo intenso de investimentos na expansão da rede e no aprimoramento da jornada do aluno.

Acreditamos que o futuro do *fitness* é integrado e personalizado. Por isso, avançamos no conceito, unindo a excelência da experiência presencial em nossas unidades à potência das nossas soluções digitais. O aplicativo Smart Fit evoluiu para tornar-se um verdadeiro companheiro do aluno, integrando redes sociais internas, gamificação e desafios que potencializam a retenção e a formação de hábitos saudáveis.

Paralelamente, o uso de inteligência artificial e *machine learning* na prescrição de treinos e o monitoramento de saúde via totens de bioimpedância Smart Fit Body — presentes em 92% da rede própria — nos permitem oferecer um suporte de saúde cada vez mais abrangente e individualizado.

No campo da sustentabilidade, 2025 foi um ano de marcos estruturantes para nossa gestão ESG. A conclusão do novo processo de materialidade, adotando a metodologia de dupla materialidade, possibilitou alinhar nossa estratégia aos temas que mais impactam a sociedade, o meio ambiente e o valor financeiro do nosso negócio.

No pilar ambiental, demos um passo crucial com a elaboração do primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) para a operação Brasil. A gestão do consumo de energia elétrica impulsionou os investimentos da Companhia em ecoeficiência operacional. Como resultado, ampliamos a base de unidades abastecidas por contratos em Mercado Livre e Geração Distribuída e expandimos o projeto de automação de ar-condicionado para 608 unidades, otimizando o uso de recursos no dia a dia da operação.

Nossa responsabilidade social cresceu junto com a rede. Destinamos mais de R$ 2,1 milhões para 22 projetos sociais, culturais e esportivos via leis de incentivo, focando no combate ao sedentarismo e na inclusão de populações em situação de vulnerabilidade. Além disso, a parceria global do Grupo com o UNICEF apresentou resultados expressivos, alcançando 4.884 novos doadores e reforçando nosso compromisso com o desenvolvimento das comunidades onde operamos.

Internamente, a gestão do capital humano foi primordial para sustentar uma operação que agora conta com 22.681 colaboradores em 16 países. Unificamos diversas áreas para garantir padronização global, fortalecendo nossa marca empregadora e criando oportunidades reais de mobilidade global entre nossos mercados. O foco em capacitação contínua via Universidade Corporativa e o respeito irredutível à diversidade e à ética seguem como alicerces da cultura organizacional da Companhia.

Nosso compromisso para o futuro é manter o vigor da expansão com a mesma *expertise* e disposição que nos trouxeram até aqui. Continuaremos a evoluir nosso ecossistema de bem-estar, associando cada vez mais nossas marcas à longevidade e à saúde preventiva. Agradecemos a cada um dos nossos colaboradores, franqueados, acionistas e, especialmente, aos nossos milhões de clientes pela confiança. Juntos, estamos movimentando o mundo em direção a uma vida mais saudável e equilibrada.

Diogo Corona
CEO



DESTAQUES 2025

Operação intercontinental

Início da operação intercontinental com a chegada da Smart Fit ao Marrocos

Programa de intercâmbio

Conclusão da Proposta de Valor ao Colaborador (EVP), oficializando programas de intercâmbio e mobilidade global de carreira

Inventário de emissões de gases de efeito estufa

Elaboração do primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) para a operação Brasil

2 mil unidades

marco recorde de expansão de academias

\+ **2,1** milhões

destinados para 22 projetos via leis de incentivo

Marca Fitness

Smart Fit reconhecida como a marca mais valiosa do Brasil no setor de *fitness* pela Brand Finance

Extel 2025

Destaque no *ranking* Extel 2025, com premiações para o CEO, CFO, equipe de Relações com Investidores e Melhor Programa de ESG



O GRUPO SMART FIT



ODS RELACIONADOS





QUEM SOMOS

GRI 2-1

O Grupo Smart Fit (Smart Fit Escola de Ginástica e Dança S.A.) é uma sociedade anônima de capital aberto, sediada em São Paulo, que detém a posição de maior rede de academias da América Latina e a terceira maior globalmente em unidades próprias. Em 2025, a Companhia ultrapassou a marca de 2 mil academias, um feito histórico impulsionado pelo maior número de inaugurações anuais já registrado desde a sua fundação.

O último ciclo representou também o início de uma nova era para a empresa: a expansão intercontinental. Com a abertura das primeiras unidades no Marrocos, o Grupo transcendeu as fronteiras da América Latina, onde já mantém operações consolidadas em 15 países.

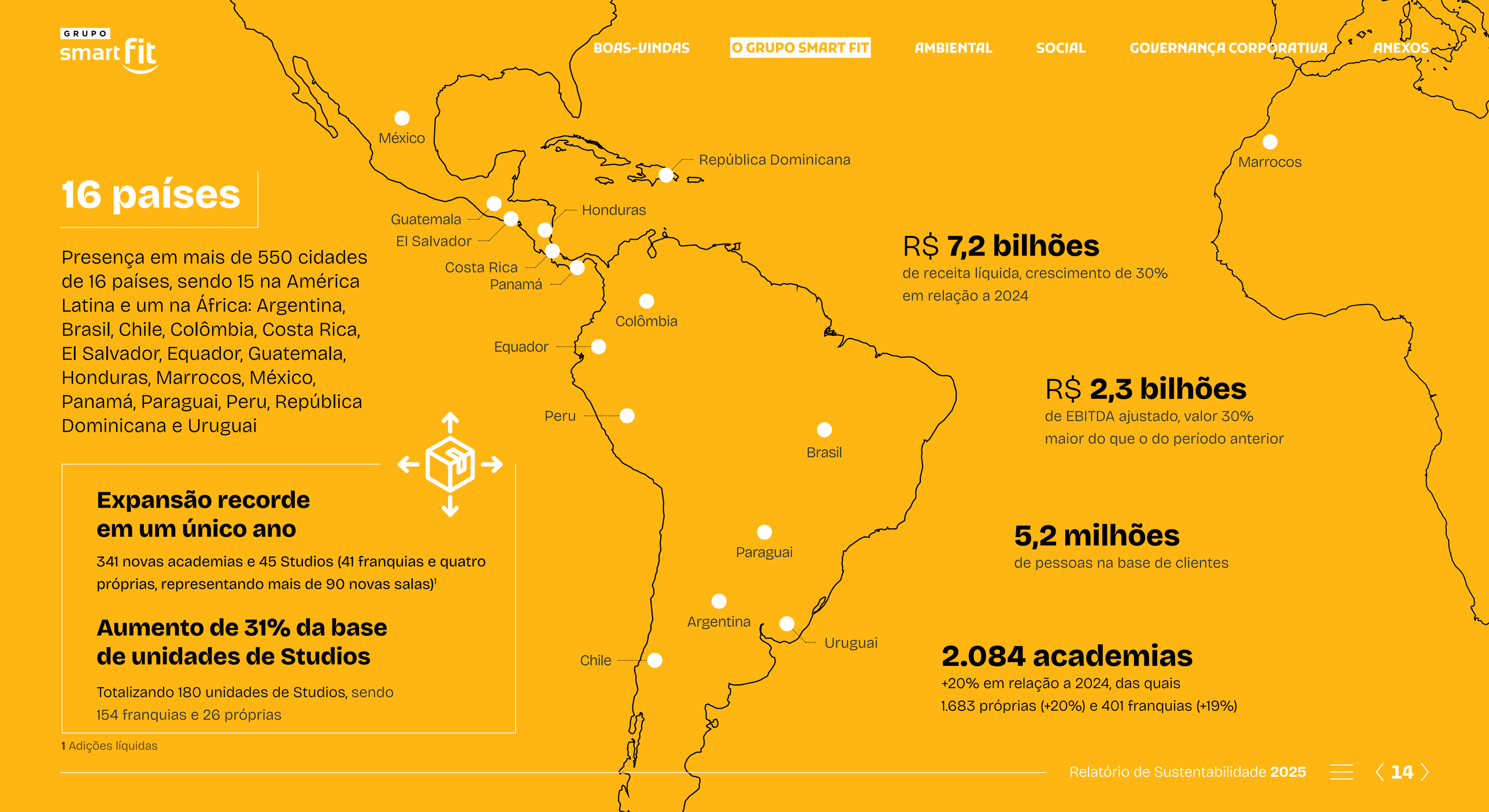
A trajetória desse modelo de negócio capaz de crescer com vigor em diferentes contextos econômicos teve início em 1996 com a marca Bio Ritmo, focada em um conceito *premium* de academia com foco em saúde integral. Em 2009, o lançamento da marca Smart Fit revolucionou o mercado por meio do conceito *high value, low price* (alto valor, preço baixo), democratizando o acesso à atividade física de alto padrão. Mais tarde, veio a TotalPass, uma plataforma agregadora de academias e serviços de bem-estar, oferecida como benefício corporativo, e os Studios (em 2026 lançados como BEON Studios), com experiências imersivas em modalidades especializadas. Todo esse conjunto de soluções tornou a rede reconhecida pela sua capilaridade, eficiência operacional, inovação constante e alta qualidade nos serviços oferecidos.

Pioneira do setor *fitness* no Novo Mercado da B3, o mais elevado nível de governança corporativa no Brasil, o Grupo Smart Fit atualmente se posiciona como uma companhia com *expertise* para adaptar seu ecossistema a culturas distintas, ampliando significativamente sua área de atuação.

Pioneira no **setor *fitness* na B3**

16 países

Presença em mais de 550 cidades de 16 países, sendo 15 na América Latina e um na África: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, El Salvador, Equador, Guatemala, Honduras, Marrocos, México, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana e Uruguai



Expansão recorde em um único ano

341 novas academias e 45 Studios (41 franquias e quatro próprias, representando mais de 90 novas salas)[1]

Aumento de 31% da base de unidades de Studios

Totalizando 180 unidades de Studios, sendo 154 franquias e 26 próprias

R$ 7,2 bilhões
de receita líquida, crescimento de 30% em relação a 2024

R$ 2,3 bilhões
de EBITDA ajustado, valor 30% maior do que o do período anterior

5,2 milhões
de pessoas na base de clientes

2.084 academias
+20% em relação a 2024, das quais 1.683 próprias (+20%) e 401 franquias (+19%)

1 Adições líquidas

LINHA DO TEMPO

1996

Fundação da Bio Ritmo em São Paulo, focada em atendimento personalizado e infraestrutura de excelência.

2003

Início da avaliação da equipe pelo indicador Net Promoter Score (NPS), com ênfase na satisfação do cliente.

2008

Participação em debates globais sobre as melhores práticas do setor *fitness* no Roundtable (EUA).

2009

Lançamento da marca Smart Fit, introduzindo o modelo *high value, low price* na América Latina.

2011

Abertura da primeira unidade no México, dando início a uma expansão internacional por diversos países nos anos seguintes:

2014 Chile
2015 República Dominicana
2016 Colômbia e Peru
2019 Argentina, Guatemala, Panamá e Paraguai
2020 Costa Rica e El Salvador
2021 Honduras
2023 Uruguai
2025 Marrocos

2016

Lançamento da TotalPass, plataforma B2B2C de benefícios corporativos.

2017

Início das operações dos Studios, oferecendo serviços *fitness* especializados.

2021

O Grupo Smart Fit torna-se a primeira companhia nacional do setor *fitness* a ter ações listadas na Bolsa de Valores (B3) no segmento Novo Mercado, o mais alto nível de governança corporativa.

2024

Celebração dos 15 anos da marca Smart Fit. Aquisição do Grupo Velocity. Lançamento das marcas Aera Pilates* e Nation CT.

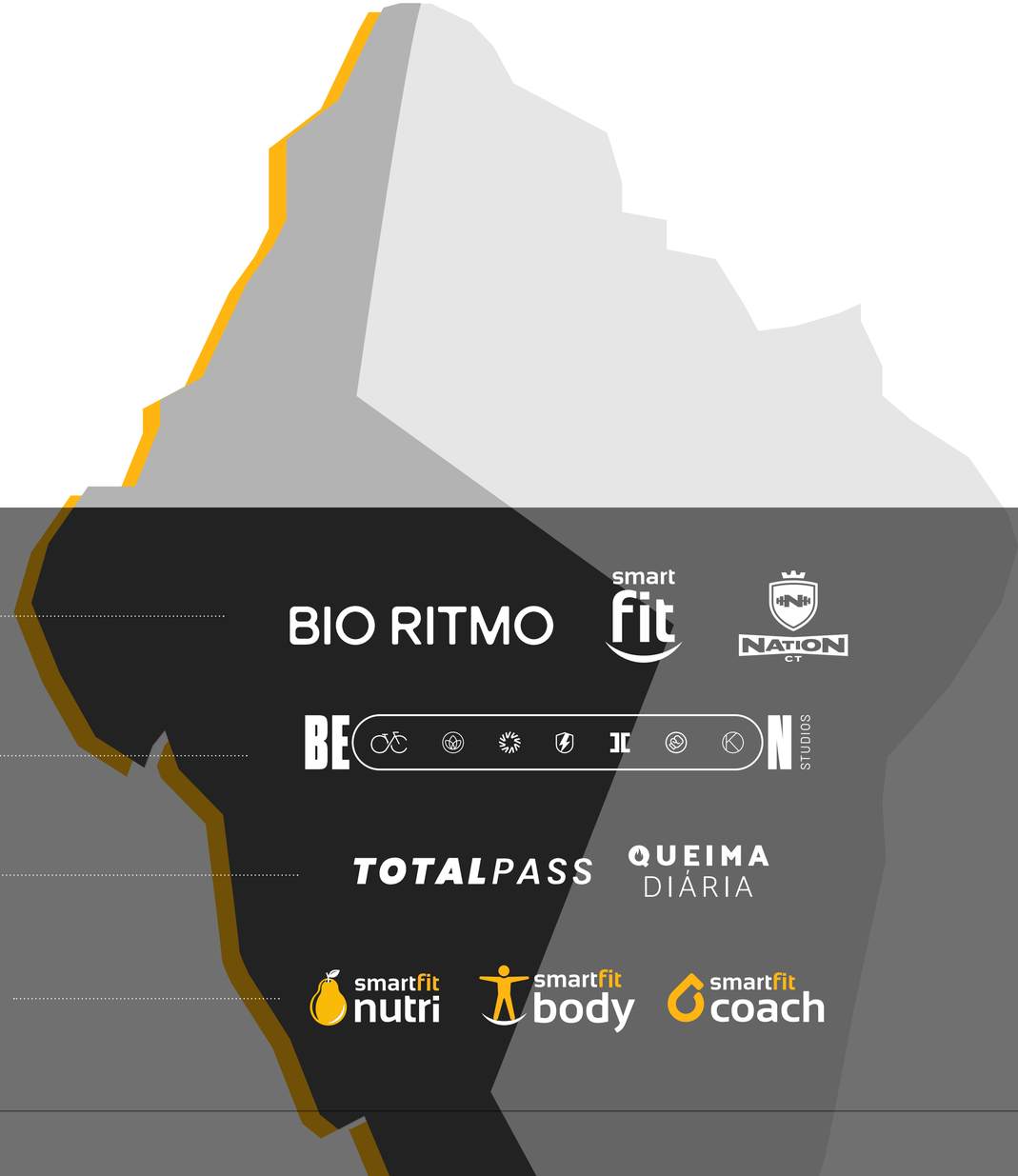
* Lançada inicialmente como One Pilates.

2025

Marco de 2 mil academias, novo recorde de expansão de unidades.

ECOSSISTEMA

GRUPO smart fit



PRODUTOS E SERVIÇOS

GRI 2-6

Nosso ecossistema de produtos e serviços voltados para o fitness, saúde e bem-estar vai além da operação de academias tradicionais, sendo estruturado em diferentes verticais de negócio para atender diversos perfis de público, desde o mercado mais acessível até os segmentos *premium* e corporativo.

ACADEMIAS

Smart Fit
É a principal marca do Grupo e líder consolidada na América Latina, combinando qualidade, conveniência, eficiência operacional e preços acessíveis.

Bio Ritmo
Voltada para o segmento *premium* (*high-end*), a marca passou por um novo ciclo estratégico e entrega uma experiência com foco em *wellness*, convivência e socialização. O cliente desfruta de um atendimento individualizado, com serviços mais personalizados e infraestrutura de excelência.

Nation CT
Também posicionados no segmento *premium*, os centros de treinamento (CT) Nation dispõem de equipamentos de ponta e instrutores especializados em métodos que potencializam a *performance* do cliente.

STUDIOS

Race Bootcamp
Oferece treinos dinâmicos de alta intensidade que combinam exercícios funcionais e uso de esteira.

Tonus Gym
Proporciona treinos coletivos e interativos com uso exclusivo de pesos livres, variando diariamente o foco em grupos musculares específicos.

Jab House
Conecta boxe e aula funcional de maneira inovadora, proporcionando aos clientes uma experiência divertida e de alta intensidade.

Velocity
Fornece experiências imersivas de *bike indoor* que utilizam música e cenários envolventes para conectar corpo e mente.

Kore
Concentra esforços em atividades de alta intensidade que conciliam força e resistência cardiovascular para acelerar o metabolismo e a tonificação.

Aera Pilates
Lançada em 2024 como One Pilates, a marca passou por *rebranding* em 2025 e se tornou Aera Pilates, ganhando identidade mais contemporânea e urbana, com uma abordagem que trabalha corpo e mente.

Vidya
Estúdio *premium* montado para incrementar a saúde física e mental, é especializado em aulas de *hot yoga* (com salas a 40 °C) e *yoga* tradicional para o alívio do estresse e da ansiedade.

PLATAFORMAS

TotalPass
Presente no Brasil e no México, a plataforma agregadora de benefícios corporativos de saúde integral conta com uma rede de mais de 40 mil academias e estúdios. Sua abrangência envolve três áreas: Total Fit (academias e treinos), Total Mind (saúde mental, meditação e psicologia) e Total Nutri (orientações de nutrição).

Queima Diária
Desenhado para o *home fitness* (treinos em casa) de usuários com diferentes níveis de condicionamento físico, o serviço disponibiliza programas de variadas modalidades e intensidades, aliando uma interface intuitiva à eficiência para promover a qualidade de vida e a cultura do bem-estar.

SERVIÇOS E PRODUTOS

Smart Fit Nutri
Serviço de nutrição *online* que conecta o usuário a nutricionistas para a elaboração de dietas e monitoramento alimentar.

Smart Fit Coach
Consultoria de treinamento *online* com personalização de treinos e acompanhamento remoto por profissionais.

Smart Fit Body
Totens de bioimpedância disponíveis nas unidades que permitem ao aluno medir sua composição corporal (peso, percentual de gordura), acompanhar a evolução dos resultados via aplicativo e personalizar treinos e cardápios conforme seus objetivos.

Smart Fit Energy
Linha de bebidas isotônicas com diversas opções de sabor, vendidas fisicamente nas unidades para melhorar a *performance* do cliente nos treinos.

NOSSA ESTRATÉGIA GRI 2-6

A estratégia de negócios do Grupo Smart Fit baseia-se em uma abordagem de ecossistema de bem-estar (*wellness*), sustentada por eficiência operacional, expansão sustentável e diversificação de receitas. Seus pilares principais são:

Eficiência operacional

Foco na operação – A Companhia estrutura todas as suas ações com foco absoluto na eficiência e na otimização de recursos. Processos só são considerados efetivos se forem capazes de reduzir pelo menos um desses três fatores: custos, tempo ou esforço.

Padronização global – A Companhia busca padronizar a experiência do cliente em todos os 16 países onde atua, o que só é factível graças a uma estrutura centralizada e governança rigorosa.

Centralização – Houve transição de um modelo descentralizado para a criação de áreas globais com reporte centralizado para ganhar escala e reduzir custos.

Modelo combina **eficiência, escala e valores acessíveis**, com padronização global e operação centralizada para sustentar expansão consistente



Do físico ao *phygital*

A estratégia evoluiu para diferenciar o produto por meio de valor agregado e desenvolvimento tecnológico.

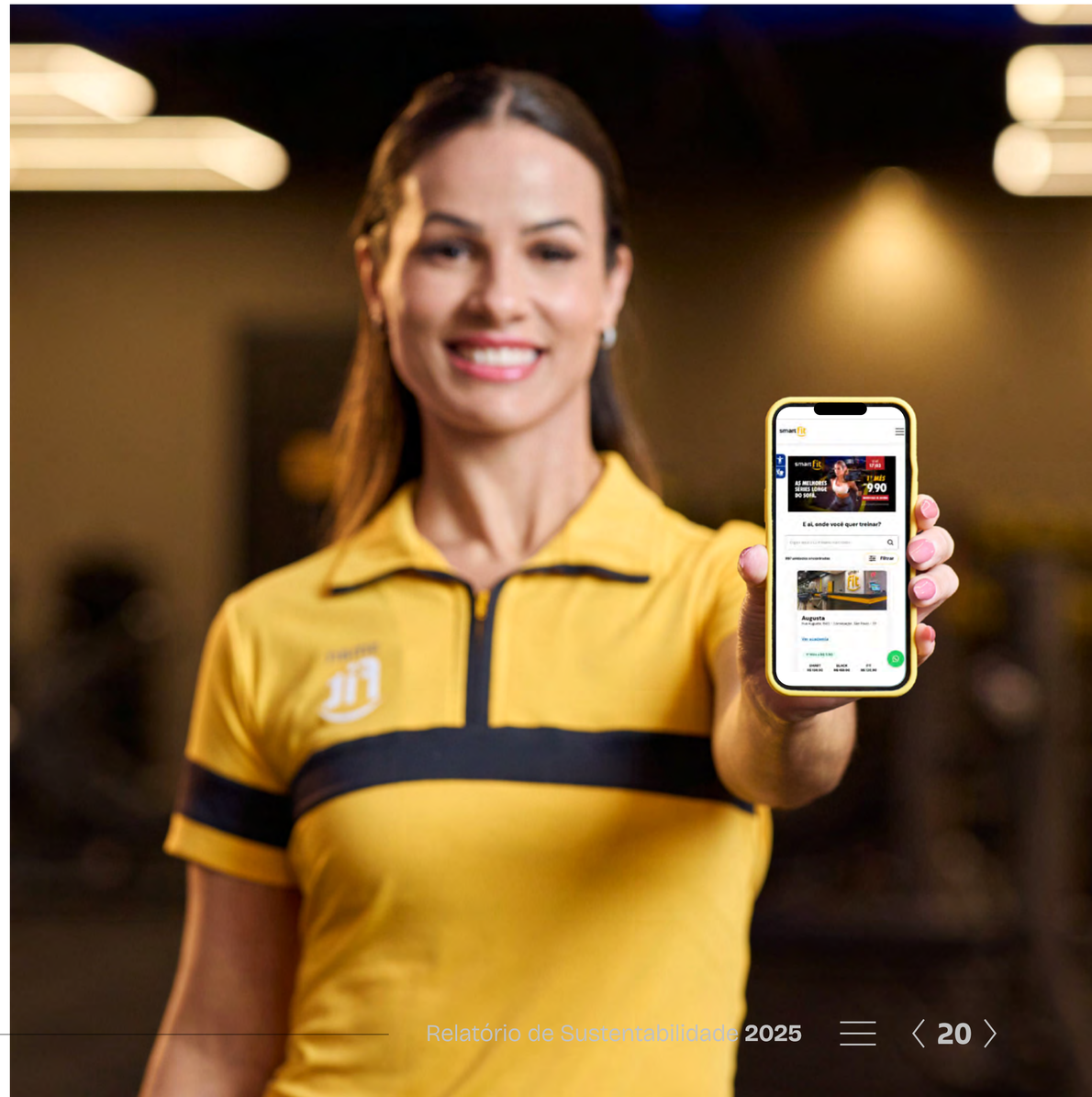
Conceito *phygital* – A empresa está focada em se tornar um negócio que integra ainda mais experiência presencial na academia (*physical*) com o universo *online* (digital).

Tecnologia proprietária – Desenvolvimento de tecnologia interna como alavanca competitiva.

Inteligência de dados – Uso de inteligência artificial para monitoramento de fraudes, segurança da informação e para oferecer treinos e planos nutricionais sob medida por meio de serviços adicionais como o Smart Fit Nutri (nutrição) e o Smart Fit Coach (consultoria).

Aplicativo multiuso – O aplicativo está sendo transformado em um "companheiro do aluno", incorporando uma rede social interna que conecta usuários, promove desafios e aumenta a retenção.

Evolução integra **academia e digital com tecnologia proprietária**, uso de dados e aplicativo multiuso para personalização e maior retenção



Diversificação

O Grupo **opera com quatro blocos de receita** que se complementam, cobrindo diferentes segmentos de mercado:

1. O modelo *high value, low price* (Smart Fit);
2. As marcas *premium* dedicadas à experiência individualizada e *high-end* (Bio Ritmo e Nation CT);
3. Os segmentos *boutique* (Studios, lançados em 2026 como BEON Studios);
4. A plataforma agregadora de academias e serviços de bem-estar (TotalPass).

EXPANSÃO E GESTÃO GEOGRÁFICA

A empresa mantém um plano de expansão agressivo, financiado majoritariamente pela própria geração de caixa.

Clusterização – Para gerenciar a complexidade de operar em 16 países, a gestão foi dividida em *clusters* (ex.: México, Andino, Cone Sul), facilitando a governança.

Internacionalização – Após a chegada ao Marrocos, a Companhia avalia oportunidades de expansão em mercados com baixa penetração de serviços *fitness* de qualidade.

Modelo híbrido de propriedade – O crescimento combina unidades próprias e franqueadas.



Reposicionamento de marca

Há um movimento de reposicionamento para vincular a marca a saúde, bem-estar e longevidade, afastando-se do foco puramente estético (*shape*).

O propósito maior passou a ser "movimentar as pessoas", ampliando o público-alvo para além dos frequentadores tradicionais de academia.

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

GRI 3-3 [EXPERIÊNCIA, SEGURANÇA E BEM-ESTAR DOS CLIENTES], SV-LF-000.A, SV-LF-000.B

A evolução constante da experiência do cliente é o que move o Grupo Smart Fit, aliando o bem-estar dos alunos à solidez financeira do negócio. Acompanhando cada detalhe para promover melhorias, a cultura de decisão da empresa se baseia em dados reais e transparência.

A jornada do aluno é desenhada para que ele possa treinar onde e quando desejar. Essa comodidade é viabilizada pela ampla capilaridade da rede e pela integração de planos que permitem o acesso a diferentes unidades em diversos países.

A tecnologia entra para conciliar o ambiente físico e o digital. Nesse cenário, a personalização via inteligência artificial destaca-se pelo uso de *machine learning* na prescrição de treinos, o que otimiza o fluxo das unidades e auxilia na redução de filas. O Grupo também está investindo em:

Aba social e gamificação

O aplicativo Smart Fit ganhou a funcionalidade "Social", que permite interações e desafios entre alunos. Com um *user feed* e desafios oficiais, o recurso transforma a unidade física em um espaço de convivência e suporte mútuo e promove a formação de hábitos, com impacto direto na retenção de membros.

Monitoramento de saúde orientado por dados

Totens de bioimpedância Smart Fit Body em 92% das unidades próprias em toda a América Latina permitem aos clientes rastrear métricas-chave de saúde, como percentual de gordura corporal e massa muscular, diretamente no aplicativo. Ao fornecer *feedback* tangível, baseado em dados, motivamos os usuários, metrificamos seu progresso e solidificamos nosso papel como um parceiro de saúde abrangente.



A estratégia faz parte de um ecossistema de bem-estar que vai além do *fitness* tradicional ao reunir serviços como o Smart Fit Nutri e o Total Mind (por meio do TotalPass). O objetivo central é atender às necessidades de saúde mental e nutricional de forma completa e incorporada à rotina de treinos.

Para mitigar riscos e garantir a segurança do cliente, as políticas adotadas incluem:



Certificação por função

Treinamentos técnicos obrigatórios para todos os colaboradores.

Segurança biológica e médica

Manutenção anual de desfibriladores em todas as unidades e obrigatoriedade de treinamento de primeiros socorros para os professores da rede via plataforma interna.

Manutenção preventiva

Contratos de manutenção predial e de equipamentos, além da capacitação de manutencistas residentes para assegurar a continuidade operacional, minimizando interrupções na rotina dos alunos.

TOTAL DE ACESSOS ÀS UNIDADES POR MARCA*

SV-LF-000.A

BEON Studios	1.346.095
Bio Ritmo	5.039.603
Smart Fit	422.814.078
Total	**429.199.776**

*Os dados abrangem exclusivamente as unidades próprias da Companhia, localizadas em diversos países de atuação.

48,5 milhões

de dias* foi o tempo agregado de permanência dos clientes nas unidades próprias do Grupo na América Latina.

SV-LF-000.B

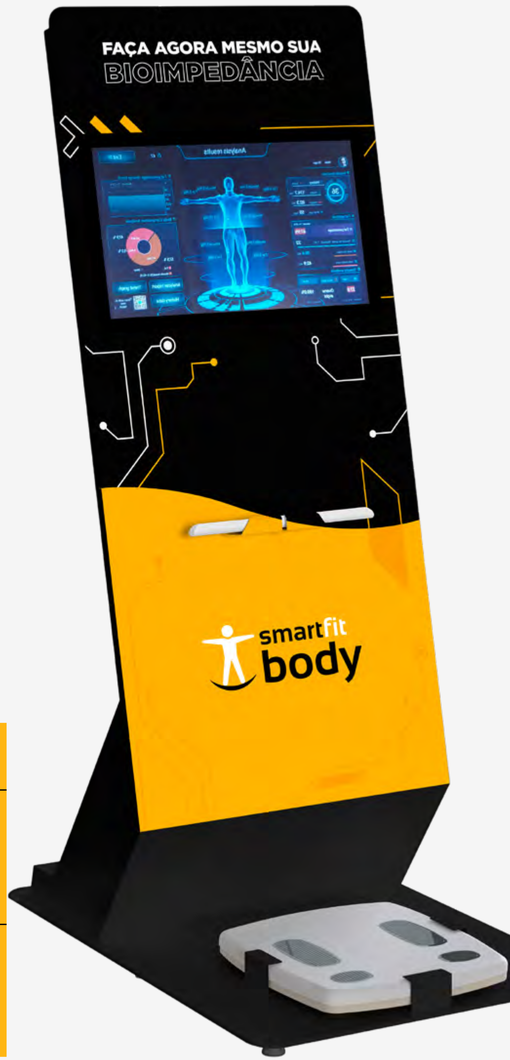
* O cálculo considera médias de tempo de permanência estimadas pelo Departamento Técnico (50 minutos), com base na duração das atividades realizadas.

DESEMPENHO DOS CLIENTES SMART FIT NUTRI

2024	**54.627** consultas realizadas	**170.053 kg** massa magra	**312.087 kg** gordura perdidos	**34%** dos clientes tiveram pelo menos **10%** de aumento de massa magra ou redução no percentual de gordura. **82%** apresentaram melhora com aumento de massa magra ou redução do percentual de gordura.
2025	**34.318** consultas realizadas	**172.941 kg** massa magra	**347.704 kg** gordura perdidos	**35%** dos clientes tiveram pelo menos **10%** de aumento de massa magra ou redução no percentual de gordura. **83%** apresentaram melhora em aumento de massa magra ou redução do percentual de gordura.

SMART BODY

2024	**+ de 750 mil** exames de bioimpedância	**202** novos totens instalados
2025	**+ de 630 mil** exames de bioimpedância	**254** novos totens instalados



INDICADORES DE *PERFORMANCE*

GRI 3-3 [EXPERIÊNCIA, SEGURANÇA E BEM-ESTAR DOS CLIENTES]

O Net Promoter Score (NPS) é o principal indicador utilizado pelo Grupo para medir a lealdade e a satisfação dos alunos em larga escala. Tratado internamente como um termômetro vital, o NPS possibilita:

MAPEAMENTO DA JORNADA

Identificação de pontos de atrito e *touch points* específicos por área, desde a recepção até o suporte digital.

GESTÃO POR *DASHBOARDS*

Uso de painéis personalizados por nível de gestão, permitindo aos líderes que acompanhem indicadores em tempo real com metas traçadas unidade a unidade.

FEEDBACK E APRENDIZADO

Utilização de *feedback* de áreas interessadas para realizar ajustes de fluxos e repriorização de projetos. Esse processo de escuta ativa, sustentado por reuniões mensais e acompanhamento contínuo, resultou em melhorias nos fluxos de atendimento, além do aprimoramento de protocolos jurídicos e promocionais. O monitoramento de indicadores de menor *performance* gera planos de ação imediatos, garantindo que as boas práticas sejam compartilhadas em toda a rede para ganho de escalabilidade.

	smart fit	BIO RITMO
2023	**74**	**74**
2024	**72**	**76**
2025	**73**	**76**

Notas acumuladas referentes a cada período.

Segurança dos clientes

GRI 416-1, 416-2, SV-LF-250A.1, SV-LF-250A.2

A segurança e o bem-estar dos nossos clientes seguem protocolos rigorosos de prevenção e resposta a incidentes. Em 2025, nenhuma fatalidade foi registrada em nossas operações, resultado do cuidado que temos com os usuários.

Historicamente, os acidentes graves estão associados ao uso de equipamentos ou a episódios de mal-estar súbito dentro das unidades, situações que demandam o manejo imediato de primeiros socorros e, em casos específicos, o encaminhamento para atendimento médico especializado. Para responder de forma rápida e assertiva, a Companhia investe na capacitação recorrente de seus colaboradores, disponibilizando inclusive um curso básico de primeiros socorros em suas plataformas internas de treinamento.

Complementando à estratégia de prevenção, mantemos um controle rigoroso sobre a manutenção de nossa infraestrutura. O foco é assegurar a excelência operacional por meio de manutenções preventivas e corretivas sistemáticas em todos os equipamentos. O processo inclui análises detalhadas e frequentes junto aos fornecedores de maquinários, com atenção redobrada a qualquer componente que eventualmente apresente falhas.

Operações priorizam prevenção, resposta ágil a incidentes, **capacitação contínua das equipes** e manutenção rigorosa da infraestrutura

Franquias

GRI 3-3 [TRANSPARÊNCIA E RELACIONAMENTO COM FRANQUEADOS]

O modelo de franquias atua como uma alavanca de capilaridade para o Grupo Smart Fit, levando a marca a regiões onde o conhecimento local é um diferencial competitivo. Em 2025, as franqueadas responderam por 19% do total de academias, chegando a 401 unidades, acréscimo de 19% em relação ao ano anterior.

O número não considera a vertical Studios (em 2026 lançada como BEON Studios), cuja expansão é pautada, na sua grande maioria, por franqueados. A marca fechou este ciclo com 180 unidades, sendo 154 franquias. Das 45 unidades desse segmento inauguradas ao longo do ano, mais de 90% (41) são franqueadas.

Para que o aumento da rede ocorra de forma sustentável e alinhada à estratégia de longo prazo, essa expansão é pautada pelo desenvolvimento socioeconômico dos parceiros e pelo aperfeiçoamento de cada etapa do fluxo de mercadorias, desde a aquisição até a entrega.

A Política de Relacionamento e Suporte ao Franqueado da Companhia estabelece as diretrizes desde a aquisição da unidade até a operação cotidiana.

A gestão do tema baseia-se em:

Integração sistêmica

Franqueados utilizam as mesmas tecnologias das unidades próprias, como sistemas específicos para manutenção e para compras, garantindo conformidade e eficiência.

Canais de escuta

O suporte é centralizado no canal Support Franchising, além de atendimentos individualizados por coordenadores e *heads* dedicados.

Ritos de alinhamento

Reuniões mensais com lideranças para mitigar desinformação e realização do encontro anual de franqueados, que compartilha estratégias para o desenvolvimento da marca.

No último ano, o foco esteve na sofisticação tecnológica e no suporte à expansão orgânica, observando que



o crescimento muitas vezes parte de franqueados que já operam múltiplas unidades. As frentes de atuação incluíram:

Inteligência artificial
Implementação de algoritmos para otimização de grades de aulas nos Studios (em 2026 lançados como BEON Studios), visando maximizar a rentabilidade do franqueado.

***Onboarding* estruturado**
Processo de treinamento inicial robusto para garantir que novos parceiros iniciem a operação plenamente alinhados aos padrões de qualidade da marca.

Suporte em gestão
Melhorias no fluxo de inaugurações e ajustes em campanhas promocionais a partir do *feedback* coletado em pesquisas semestrais.



PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

O Grupo Smart Fit busca atuar como um agente influenciador, incentivando a adoção de práticas sustentáveis em toda a sua rede. A Companhia promove a adesão voluntária das franquias por meio de orientação e demonstração de resultados.

Exemplo disso é a instalação de sistemas de telemetria para gestão de água. A adoção da melhoria é recomendada e incentivada para os franqueados, reforçando o compromisso com a eficiência hídrica e a redução de custos operacionais.

Para os próximos ciclos, o desafio central reside em manter a uniformidade da experiência do cliente em uma rede em rápida expansão, mitigando riscos reputacionais por meio de auditorias constantes e do fortalecimento da cultura organizacional entre os parceiros. A oportunidade, por outro lado, reside na consolidação de um relacionamento colaborativo, em que a sustentabilidade se torne um comportamento orgânico em cada nova unidade inaugurada.

COMUNICAÇÃO INTERNA E *MARKETING*

Como engajamos nossos públicos

GRI 2-29

A solidez no relacionamento com os *stakeholders* é um diferencial competitivo que impulsiona o protagonismo do Grupo Smart Fit e potencializa o valor de suas marcas. Ao cultivar conexões com parceiros de negócio, clientes, fornecedores, colaboradores e o terceiro setor, a Companhia constrói um ambiente de confiança e respeito mútuo.

O modelo de engajamento da empresa é pautado por uma abordagem deliberadamente colaborativa e inclusiva. Fundamentada na transparência e na integridade das informações, a comunicação utiliza canais como sistemas de escuta ativa e programas de capacitação contínua para assegurar que todos os públicos estejam rigorosamente alinhados à visão de promover a saúde com profissionalismo e excelência.

A profunda compreensão das perspectivas de cada *stakeholder* não apenas qualifica as tomadas de decisão, mas atua como um pilar de sustentação para a longevidade do negócio. O zelo nas interações transforma cada contato em uma oportunidade de geração de valor e fortalecimento da imagem institucional do Grupo no mercado.

As estratégias de *marketing* e as campanhas de engajamento que refletem o compromisso com os princípios ESG e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são adaptadas conforme o DNA das marcas da Companhia. Conheça mais sobre as iniciativas que definiram o impacto positivo do Grupo em 2025 nas páginas seguintes.

AÇÕES E CAMPANHAS DE *MARKETING*

O forte movimento de reposicionamento de marca – focando em saúde e *wellness* – e a entrada inédita da TotalPass na comunicação direta com o consumidor final (B2C) marcaram as ações e campanhas de *marketing* do Grupo Smart Fit em 2025. Foram realizadas cinco campanhas para a captação de clientes e relacionamento com a base, bem como participações em mais de 60 eventos.

Movimento de reposicionamento com foco em saúde e *wellness* leva a marca a ampliar captação de clientes e participação em eventos

Smart Fit: reposicionamento e *love brand*

O *marketing* da marca Smart Fit tem se reinventado para associar a rede de academias a um ecossistema de bem-estar. O objetivo é intensificar a posição de "marca querida" (*love brand*) em escala global, investindo em ações de experiência e comunicação para fortalecer o vínculo emocional com o cliente:

De *shape* para saúde – A narrativa central começou a migrar do foco estético (*shape*) para a saúde, bem-estar e longevidade. O propósito maior foi "movimentar as pessoas" e melhorar a vida por meio do exercício.

Ativações sociais e de saúde – Instalação de equipamentos em pontos de ônibus para que as pessoas pudessem se exercitar enquanto esperavam, reforçando a mensagem de movimento.

BEON Studios: *relaunch* do produto de pilates e experiência *premium*

A vertical da BEON Studios focou na elevação da percepção de marca e na consolidação de comunidades:

Nova identidade – A marca de pilates One Pilates passou por um *rebranding* completo, tornando-se Aera Pilates, com identidade mais contemporânea.

Celebridades – Contratação de nomes famosos para ampliar o reconhecimento e o desejo pelas marcas do ecossistema.

Eventos proprietários – Fortalecimento de eventos e rituais de comunidade, como Vidya Sessions (*yoga*), Race Run Club (corrida) e Quartzo (retiro na Chapada dos Veadeiros, em Goiás).

Programa de benefícios – Lançamento do Projeto Squad, que premia a constância dos alunos com benefícios exclusivos.



TotalPass: a grande campanha com foco no público B2C

Pela primeira vez em mais de seis anos, a plataforma agregadora de benefícios corporativos do Grupo realizou uma campanha massiva voltada para o consumidor final, visando induzir o colaborador a pedir especificamente pela TotalPass e facilitando a venda B2B.

Com o *slogan* "Faz total sentido ter TotalPass", as peças foram veiculadas em grandes mídias e líderes de audiência. Além disso, a empresa disponibilizou materiais para *download* no *site* com dados e argumentos para ajudar os colaboradores a convencerem as áreas de Recursos Humanos a contratarem o serviço.

***Marketing* digital** e de produto (*app*)

O aplicativo Smart Fit foi uma ferramenta central de *marketing* e retenção, acompanhando o aluno em sua rotina de treinos e funcionando também como se fosse uma rede social exclusiva da rede, em que os usuários podem interagir entre si e compartilhar conteúdos (**saiba mais sobre as funcionalidades do *app* na p. 23**).

Participação em associações GRI 2-28

O Grupo Smart Fit participa ativamente de associações setoriais e organizações nacionais e internacionais, buscando fortalecer o setor de atividade física e garantir a conformidade regulatória:

Brasil

- Conselho Federal de Educação Física (CONFEF)
- Conselho Regional de Educação Física (CREF)
- Associação Brasileira de Academias (ACAD Brasil)

Chile

- WEF Chile & Voces Vitales Cono Sur
- Fundación Educere
- Miradas Compartidas
- Acción Empresas

México

- Asociación Mexicana de Gimnasios y Clubes (AMEGYC)
- Asociación Mexicana de Franquicias (AMF)



PREMIAÇÕES E RECONHECIMENTOS

Extel 2025

A empresa recebeu múltiplos prêmios de transparência e governança pela Institutional Investor: melhor CEO (Edgard Corona), melhor CFO (André Pezeta), melhor profissional de relações com investidores (José Luís Rizzardo Pereira), melhor Conselho de Administração, melhor programa de relações com investidores, melhor time de relações com investidores e melhor programa de ESG, conduzido por Juana Melo Pimentel. Também foi incluída entre as "Most Honoured Companies", *ranking* geral com as melhores companhias da América Latina.

Valor 1000

A presença no *ranking* do *Valor Econômico* comprova o desempenho financeiro consistente e a eficiência operacional da Companhia.

Os mais amados de São Paulo 2025

A revista *Veja São Paulo* elegeu a Smart Fit e a Bio Ritmo como as marcas favoritas e mais confiáveis do público paulista.

Melhores CEOs do Brasil 2025

Edgard Corona é um dos nomes na lista da *Forbes* por sua excelência na condução do negócio e visão estratégica para o crescimento sustentável.

Super Empresas para Mulheres 2025

A premiação organizada pela revista *Expansión* em parceria com a TOP Companies escolheu a operação mexicana da Smart Fit como uma das melhores empresas para mulheres por suas práticas de equidade de gênero e oportunidades de crescimento para profissionais femininas.

TOP Companies México 2025

A operação mexicana foi certificada como uma das melhores para se trabalhar devido ao seu ambiente inclusivo e saudável.

RHs e CEOs mais admirados

Lideranças da Companhia aparecem entre os profissionais mais admirados na lista elaborada pelo Grupo Gestão RH, reforçando a solidez da cultura organizacional e a gestão de pessoas.

Marca mais valiosa do Brasil no setor de *fitness*

A Smart Fit foi eleita a marca líder em valor no Brasil pela Brand Finance, destacando-se por sua inovação e posicionamento acessível.

Maiores empresas na Colômbia

A operação colombiana da Smart Fit foi reconhecida pela Superintendência de Sociedades como uma das mil maiores empresas do país, evidenciando o forte impacto econômico da marca e a consistência do nosso plano de expansão no mercado colombiano.



DESEMPENHO OPERACIONAL

Em 2025, o Grupo Smart Fit reafirmou sua posição como a maior rede de academias da América Latina, alcançando uma base histórica de 5,2 milhões de clientes, o que corresponde a um aumento de mais de 370 mil pessoas em relação a 2024. O crescimento é reflexo direto da estratégia de democratização do *fitness* de alto padrão e da aceleração do plano de expansão.

A evolução no contingente de alunos caminha lado a lado com a ampliação do número de unidades: são 2.084 academias (alta de 20% em relação ao ciclo anterior), das quais 1.683 próprias (+20%) e 401 franqueadas (+19%). Em um ano de recorde de inaugurações, foram abertas 341 novas academias e 45 Studios.

Os movimentos mais simbólicos dessa movimentação são a superação da marca de 2 mil unidades e a chegada à África, com o início das operações da primeira unidade no Marrocos. Fincar a bandeira da Companhia em um novo continente representa um passo fundamental na escala global do Grupo, validando a adaptabilidade do nosso modelo de negócio a novos mercados e culturas.

Acompanhando as mudanças nos hábitos de consumo, a empresa fortaleceu seu braço digital, com funcionalidades adicionadas ao aplicativo da marca e soluções tecnológicas incorporadas à rotina de exercícios. A integração entre o suporte virtual e o treino presencial permanece sendo um pilar estratégico para aumentar o *lifetime value* dos clientes e oferecer uma experiência de saúde completa e flexível.

A TotalPass, benefício corporativo como uma plataforma agregadora, também apresentou resultados expressivos. A rede credenciada atingiu a marca de 1,7 milhão de clientes e 40 mil academias parceiras no Brasil e no México, consolidando-se como uma ferramenta essencial para o setor de RH de grandes empresas que buscam promover o bem-estar de seus colaboradores. O volume de usuários cresceu significativamente, contribuindo de forma relevante para as receitas de serviços do Grupo e estendendo o alcance da marca para além das nossas unidades próprias.



Saiba mais em **Nossa Estratégia**.

RESULTADOS ECONÔMICO-FINANCEIROS

Em 2025, o Grupo Smart Fit demonstrou a resiliência de seu modelo de negócio e a eficácia de sua estratégia de alavancagem operacional, registrando resultados inéditos. A receita líquida atingiu R$ 7,2 bilhões, 30% acima da de 2024. A *performance* financeira foi um reflexo do aumento de 9% na base média de alunos em academias próprias Smart Fit, impulsionado pela sólida expansão de 19% da rede média de unidades próprias da marca e pela maturação dessas academias. Além disso, o tíquete médio apresentou um incremento de 12% diante do mesmo período do ano anterior, com crescimento em todas as regiões de atuação.

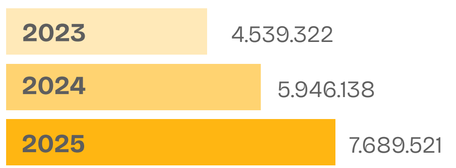
O EBITDA ajustado (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) ultrapassou patamares históricos, somando R$ 2,3 bilhões (+30% em relação ao exercício anterior), com uma margem de 31,7%, estável em relação a 2024. O desempenho pode ser creditado à eficiência na gestão de custos e à capacidade de converter resultado operacional em liquidez, evidenciada pela geração de caixa operacional de R$ 2,2 bilhões, o que representa uma conversão de 97% sobre o EBITDA ajustado.

O lucro líquido recorrente do Grupo subiu 28% e totalizou R$ 741,3 milhões, montante que financiou a manutenção de um ritmo intenso de investimentos (Capex): R$ 2,3 bilhões, voltados majoritariamente para a expansão da rede. A Companhia encerrou o período com uma posição de caixa robusta de R$ 3,4 bilhões.

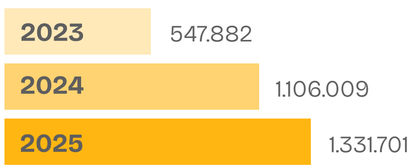
A disciplina financeira permaneceu como prioridade, com a dívida líquida ajustada situada em R$ 4.098 milhões, o equivalente a uma alavancagem saudável de 1,19 vezes o EBITDA sob a definição do *covenant*. Em 2025, o Grupo também reforçou sua estrutura de capital com a emissão de R$ 1,54 bilhão em debêntures, otimizando o custo da dívida e alongando prazos para suportar o crescimento sustentável de longo prazo.

Desempenho reflete eficiência na gestão de custos e geração de caixa com disciplina financeira

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO (R$ MIL) GRI 201-1



VALOR ECONÔMICO RETIDO (R$ MIL) GRI 201-1



VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO (R$) GRI 201-1

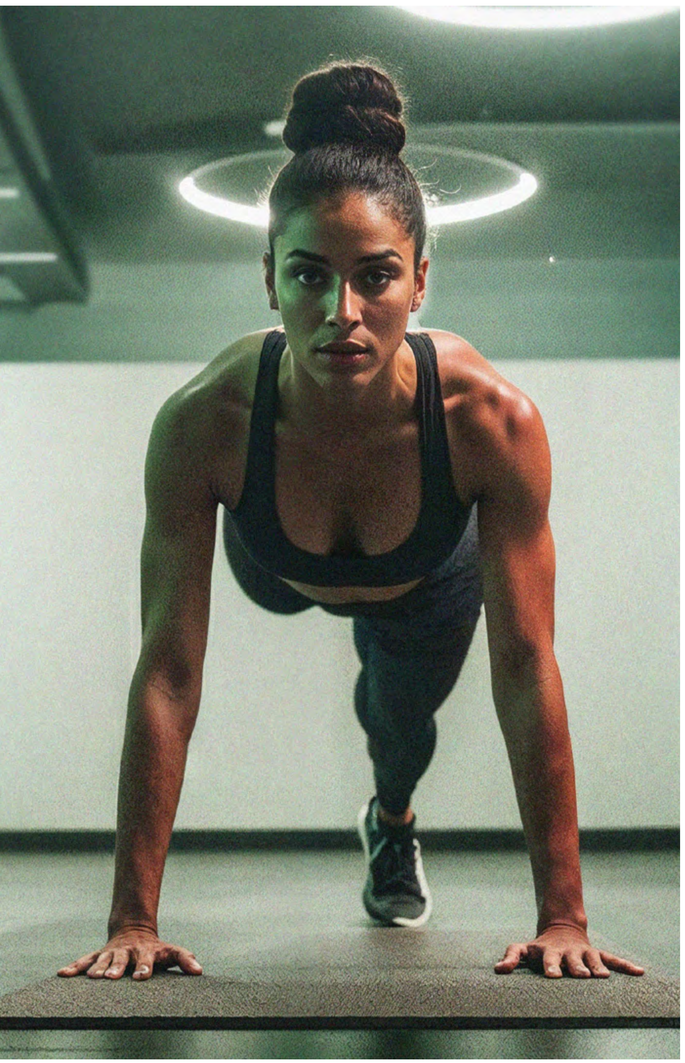
	2023		2024		2025	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Custos operacionais	1.278.729	28	1.668.030	28	2.220.054	29
Salários e benefícios de empregados	700.910	15	924.102	16	1.210.600	16
Pagamentos a provedores de capital	1.106.212	24	1.326.036	22	1.689.556	22
Pagamentos ao governo	-138.587	-3	481.385	8	597.076	8
Investimentos na comunidade	1.044.176	23	444.576	7	640.534	8
Total	**3.991.440**	**88**	**4.840.129**	**81**	**6.357.820**	**83**

AMBIENTAL



ODS RELACIONADOS





AMBIENTAL

Jornada climática

GRI 3-3 [MUDANÇAS CLIMÁTICAS]

O Grupo Smart Fit reconhece as mudanças climáticas como um tema prioritário, monitorado sob a dupla perspectiva de seus impactos socioambientais e dos riscos que representam para a perenidade das atividades, tanto em unidades próprias quanto franqueadas. Com esse contexto, a gestão ambiental da Companhia estabelece o uso sustentável de recursos naturais e o combate ao desperdício como princípios diretivos.

A maturidade com que a empresa vem encarando os desafios para tornar suas práticas ainda mais sustentáveis e resilientes a eventos climáticos extremos avançou significativamente em 2025 com a elaboração do primeiro inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) para a operação no Brasil.

Para mitigar impactos reais e prevenir riscos futuros, todos os esforços estão concentrados na ecoeficiência operacional. O Grupo procura reduzir suas emissões por meio da otimização do consumo energético, com investimentos em projetos de energia renovável e automação de ar-condicionado. A meta é endereçar o que está sob controle direto da Companhia (Escopos 1 e 2), com o compromisso de evoluir também no monitoramento das emissões indiretas (Escopo 3).

Essa visão integrada de sustentabilidade é desdobrada em dois eixos, apresentados de forma mais detalhada nas páginas seguintes:

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Migração para matrizes limpas e uso de tecnologia de ponta para automação.

GESTÃO HÍDRICA

Ênfase na telemetria e no uso de tecnologias de precisão para garantir o consumo consciente de água, recurso imprescindível para o bem-estar dos clientes, entre outras funcionalidades.

EMISSÕES DIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA (ESCOPO 1)[1] GRI 305-1

Categoria	2025	
	Emissões totais (tCO_2e)	Emissões biogênicas (toneladas)
Combustão estacionária	4.952,27	0,00
Combustão móvel	3,77	1,01
Emissões fugitivas	13.758,37	0,00
Total	**18.714,41**	**1,01**

EMISSÕES INDIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA PROVENIENTES DA AQUISIÇÃO DE ENERGIA (ESCOPO 2)[1] GRI 305-2

	2025
Total (tCO_2e)	**5.634,25**

OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA (ESCOPO 3)[1] GRI 305-3

Categoria	2025	
	Emissões totais (tCO_2e)	Emissões biogênicas (toneladas)
Atividades relacionadas a combustível e energia	3.725,96	0,00
Resíduos gerados nas operações	9.907,83	99,77
Viagens de negócios	409,68	0,00
Transporte de empregados	8.273,44	2.039,84
Franquias	8.395,09	26,48
Total	**30.712,00**	**2.166,09**

INTENSIDADE DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE)[2] GRI 305-4

2025	**20,12**

1 O primeiro inventário do Grupo Smart Fit foi realizado em 2025, considerado o ano-base, em conformidade com o GHG Protocol Brasil. Os cálculos abrangem os gases CO_2, CH_4, N_2O, HFCs e PFCs no Escopo 1; CO_2 no Escopo 2; e CO_2, CH_4 e N_2O no Escopo 3. Dados do Brasil.
2 A intensidade de emissões de GEE foi calculada com base no total de emissões (Escopos 1 e 2) dividido pela métrica de unidades de academia definida pela Companhia para o período reportado. Dados do Brasil.

Gerenciamento de resíduos

Apesar de não gerar resíduos provenientes de processos de transformação industrial nem rejeitos de natureza perigosa, a gestão dos materiais descartados é um ponto de atenção constante, com o objetivo de reduzir o consumo na fonte e aprimorar as ações de descarte e segregação.

O gerenciamento foca nos resíduos resultantes do consumo nas unidades e nas rotinas operacionais, de características predominantemente domésticas (resíduos sólidos urbanos): embalagens de alimentos, papel higiênico e utensílios de limpeza, além de derivados da substituição de uniformes e da manutenção ou troca de equipamentos de ginástica.

A abordagem da Companhia integra a economia circular ao impacto social, com ações regionalizadas que respeitam a realidade de cada país onde mantém operações. Projetos específicos visam transformar o descarte operacional em benefícios para a comunidade e em novas oportunidades de reúso, consolidando uma visão que une eficiência ambiental e responsabilidade social:

ECONOMIA CIRCULAR E GESTÃO DE RESÍDUOS TÊXTEIS

Redução de resíduos têxteis (uniformes) e reutilização de materiais de *marketing*, transformando passivos ambientais em ativos sociais.

Projeto Fitcycle – Uniformes em desuso no Chile são transformados em novos produtos, como pufes e estojos, evitando que toneladas de tecidos acabem em aterros sanitários.

Reutilização de mobiliário – Também no Chile, a empresa reutilizou materiais e mobiliários de ativações de marca que seriam descartados para apoiar a construção da Casa de la Mujer em San Miguel.

Doação de *lockers* – A área de operações da Colômbia doou 14 armários em desuso para uma instituição educativa local.

LIMPEZA E CONSCIENTIZAÇÃO

Mobilização de voluntários para atuar diretamente na limpeza de ecossistemas locais.

Natureza sem lixo – Foram realizadas jornadas para recolher itens não reaproveitáveis em praias peruanas como a Marbella, em Lima. Já a campanha Juntos Transformamos Nuestro Entorno resultou na limpeza de 23 espaços naturais no México.

RECICLAGEM DE UNIFORMES E EQUIPAMENTOS DE GINÁSTICA

Por meio de parcerias de logística reversa, enviamos 8,34 toneladas de uniformes e 0,83 tonelada de equipamentos para reciclagem e coprocessamento, garantindo a destinação correta desses materiais.

RECICLAGEM E APOIO SOCIAL

No Peru, 35 kg (0,035 t) de papel foram doados à organização não governamental Aldeas Infantiles SOS, contribuindo diretamente para o trabalho da instituição em benefício de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade.

Eficiência energética

GRI 3-3 [EFICIÊNCIA ENERGÉTICA], 302-2, 302-4, SV-LF-130A.1

A gestão energética integra a estratégia de sustentabilidade do Grupo Smart Fit com a busca por eficiência operacional e redução de custos, por meio de tecnologia de ponta. O Grupo investe continuamente na migração de sua matriz energética por meio da contratação no Mercado Livre de Energia e na implementação de projetos de Geração Distribuída (GD), sempre respeitando a viabilidade de cada mercado onde atua. O número de unidades nessa realidade saltou de 220 no ciclo anterior para 370 somente no Brasil, superando a meta inicial de 270. Esse total soma-se a 52 unidades no México e seis unidades com geração *roof top* na Colômbia.

No campo operacional, o uso de automação e tecnologia é o principal diferencial para a redução do consumo. O sistema de climatização (HVAC, sigla em inglês para aquecimento, ventilação e condicionamento do ar) foi identificado, por meio de medição setorizada, como o principal ofensor do consumo elétrico, representando 85% do gasto total das academias. Para mitigar esse impacto, desde 2022 a Companhia instala sistemas de controle automático e remoto que garantem a operação dos aparelhos estritamente nos horários de funcionamento e ajustam a temperatura em tempo real. Ao fim de 2025, o projeto de automação alcançou 608 unidades localizadas no Brasil, México, Colômbia e Peru.

Como resultado direto dessas ações, houve uma redução estimada no consumo de eletricidade de 51.339,67 GJ em relação ao ano-base de 2019 em 416 unidades no Brasil e no México. A eficácia das medidas é rastreada mensalmente por KPIs como o consumo de energia por acesso (aluno) e a tarifa de energia real. Além disso, neste ciclo foram realizadas mais de 170 visitas presenciais para treinamento sobre sistemas de eficiência, bem como capacitações para empresas homologadas de ar-condicionado.

Embora o foco atual esteja na eficiência das operações sob controle direto, o Grupo Smart Fit compreende a relevância de monitorar o consumo de energia fora das suas dependências, que engloba as atividades de franqueados e fornecedores. A Companhia ainda não realiza o acompanhamento sistemático desses dados quantitativos externos, mas já se organiza para incluí-los na sua gestão de indicadores. O objetivo é que o amadurecimento dos sistemas de coleta de dados proporcione, no futuro, uma visão 360° da pegada energética de toda a sua cadeia de valor.



O uso de automação e tecnologia, como o controle automático dos sistemas de climatização, é uma das soluções adotadas para reduzir consumo

DESTAQUES INTERNACIONAIS



México

O projeto de geração distribuída solar remota, que engloba 52 unidades, resultou no consumo de 1.295.232 kWh.

Colômbia

Implementação do projeto Gestão Energética 4.0 (Helo) em 109 academias.
Além disso, seis sedes implantaram painéis solares fotovoltaicos em seus telhados (modalidade *roof top*), com tarifas 30% inferiores às do mercado convencional.

Chile

O início do monitoramento segmentado em tempo real em 19 unidades está permitindo diagnosticar o comportamento energético detalhado para identificar novas janelas de redução do consumo.

Consumo de energia dentro da organização GRI 302-1

Por se tratar de uma prestadora de serviço, o Grupo Smart Fit possui como maior ofensor no consumo de energia a eletricidade usada durante a operação do sistema de refrigeração das academias. Por isso, nos últimos anos a Companhia tem intensificado esforços em gerir e controlar o consumo de energia elétrica.



CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO[1, 2] GRI 302-1

Tipo de energia	2023		2024		2025	
	Quantidade de energia (kwh)	Quantidade de energia (GJ)	Quantidade de energia (kwh)	Quantidade de energia (GJ)	Quantidade de energia (kwh)	Quantidade de energia (GJ)
Eletricidade	193.268.292,88	695.765,85	224.009.275,9	806.433,39	275.660.071,00	992.376,26
Total	**193.268.292,88**	**695.765,85**	**224.009.275,9**	**806.433,39**	**275.660.071,00**	**992.376,26**

1 O consumo de energia por aquecimento ainda não é medido. Não realizamos a venda do excedente de eletricidade, aquecimento, refrigeração ou vapor autogerado. A empresa não possui o controle do valor de energia consumida proveniente de combustíveis renováveis ou não renováveis. Total de energia consumida dentro da organização em unidades com medidor próprio.
2 Foram consideradas todas as unidades próprias inauguradas até novembro de 2025 que já possuíam fatura de energia emitida no Brasil, México, Colômbia, Panamá, Costa Rica, Chile, Argentina, Paraguai e Uruguai, totalizando 1.206 academias analisadas. Não foi considerado o consumo do Peru, pois suas unidades recebem a fatura de energia por reembolso. Será instalada telemetria de energia para monitoramento do consumo de energia desse país.

CONSUMO TOTAL DE ENERGIA, ELETRICIDADE DA REDE E ENERGIA RENOVÁVEL SV-LF-130A.1

Descrição	2024	2025
Consumo energético total em GJ (energia comprada e produzida pela própria entidade)	806.433,39	992.376,26
Quantidade de energia elétrica comprada da rede	519.055	693.595,31
Porcentagem de eletricidade da rede	64,36	69,89
Quantidade de energia proveniente de fontes renováveis (produzida ou comprada)	287.378	298.780,94
Porcentagem de energia renovável	35,64	30,11

Gestão hídrica

GRI 303-3

Praticamente toda a água utilizada pelo Grupo Smart Fit vem da rede pública. As instalações na Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai são atendidas dessa maneira. No Brasil, esse índice atinge 96% das academias, enquanto os 4% restantes utilizam poços artesianos devidamente regularizados – mesma solução adotada nas cinco unidades em Honduras para complementar o fornecimento estatal.

A água é indispensável nas operações diárias da Companhia, contemplando desde o abastecimento de bebedouros, sanitários e chuveiros até a limpeza e preservação de áreas comuns e equipamentos. Em função dessas características, os clientes ocupam papel fundamental para evitar desperdícios. As unidades mantêm avisos em locais visíveis, como banheiros, para incentivar a colaboração de todos com o consumo consciente.

O alicerce da gestão hídrica da empresa é a telemetria, ferramenta para monitoramento em tempo real do consumo e a detecção imediata de vazamentos ou anomalias. Atualmente, a Companhia está em processo de implementação dessa metodologia em suas unidades no Chile e no México, além de expandir a cobertura nas academias do Brasil. Em 2025, o monitoramento avançou para 509 unidades no Brasil e 273 unidades no México.

O volume total de captação de água doce registrado foi de 777 megalitros. Esse valor reflete um resultado parcial, correspondente ao consumo de 478 unidades no Brasil que já contavam com o sistema de telemetria instalado ao longo de 2024 e 2025. O Grupo Smart Fit não realiza captação em áreas classificadas com estresse hídrico.



SOCIAL



ODS RELACIONADOS





SOCIAL

Gente

GRI 2-7, 2-8, 3-3 [ATRAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E RETENÇÃO DE COLABORADORES]

A gestão do capital humano se mostrou primordial para o dia a dia de uma operação em 16 países. O número de colaboradores cresceu 25,9% em 2025, totalizando 22.681 pessoas, sendo 13.300 homens e 9.381 mulheres. Pouco mais da metade (11,7 mil) desse contingente trabalha no Brasil, seguido por México (4,6 mil) e demais mercados (6,3 mil). Como parte da valorização e retenção desses profissionais, o Grupo Smart Fit investe em:

Mobilidade global – Construção de trilhas de carreira que permitem o trânsito entre diferentes cargos, marcas e geografias.
Aproveitamento interno – Preenchimento de parte de vagas de liderança e professores da Bio Ritmo por meio de talentos do Grupo.
Capacitação contínua – Trilhas de aprendizagem personalizadas para líderes, professores e consultores, além de *onboarding* estruturado para todos os novos integrantes.
Escuta ativa – Avaliação semestral via Pesquisa de *Feedback* Ascendente (PFA) e pesquisa de clima, analisando liderança e expectativas de carreira.

O período foi marcado pela unificação da área de Recursos Humanos, que evoluiu para uma estrutura organizacional integrada, com padronização de processos em escala global. As decisões passaram a ser municiadas por uma cultura de dados, utilizando ferramentas como o censo interno e pesquisas de clima para guiar ações estratégicas com precisão. O levantamento, que contou com participação global superior a 80%, traduziu-se em soluções concretas.

Um exemplo simples, mas que diz muito sobre a eficácia desse modelo, foi a otimização da mobilidade da nossa equipe de recepção: ao cruzar dados de geolocalização, a empresa reorganizou equipes e mudou quase 70% desses profissionais para unidades mais próximas de suas residências. Complementarmente, a Companhia otimizou sua estrutura de trabalhadores que não são empregados, reduzindo em 12,9% a quantidade de terceirizados em funções de limpeza e segurança em relação ao ciclo anterior.

Gestão de pessoas ganha protagonismo com crescimento do time, mobilidade global, capacitação contínua e trilhas de carreira

Marca empregadora e EVP

Em 2025, a Companhia concluiu o processo para se estabelecer como marca empregadora e oferecer EVP (sigla em inglês para sua Proposta de Valor ao Colaborador).

O projeto foi construído com agência referência na área, por meio de um diagnóstico profundo que envolveu as 11 marcas do ecossistema e as operações na América Latina. Veja a evolução entre o período de estruturação e a consolidação alcançada neste último ano:

	AÇÃO	RESULTADOS
Mobilidade de carreira	Diagnóstico da marca após mapeamento das suas principais fortalezas, incluindo entrevistas com lideranças e grupos focais com colaboradores.	Instituição de programas oficializados de intercâmbio global (Brasil, México e Marrocos).
Estratégia	Criação e execução da estratégia e ações da marca empregadora, com desdobramento para as demais marcas e mercados.	Padronização regional, com expansão do Smart Fit Contrata para México e Chile após a plataforma de recrutamento chegar a 20 mil inscritos no Brasil.
Experiência e seleção do candidato	Na TotalPass, o foco esteve no aprimoramento da experiência do candidato e na profissionalização do recrutamento.	Com a adoção de um novo sistema de gestão de processos seletivos (ATS), a marca elevou o seu NPS de contratação para a nota 90, contribuindo para que a empresa conquistasse o selo Great Place to Work (GPTW) pelo terceiro ano consecutivo.

COLABORADORES POR REGIÃO E GÊNERO[1] GRI 2-7

	2023			2024			2025[2, 3]		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Brasil	4.774	3.564	8.338	5.558	4.190	9.748	6.640	5.114	11.754
México	1.821	1.168	2.989	1.588	1.150	2.738	2.836	1.758	4.594
Outros países	2.276	1.558	3.834	3.302	2.224	5.526	3.824	2.509	6.333
Total	**8.871**	**6.290**	**15.161**	**10.448**	**7.564**	**18.012**	**13.300**	**9.381**	**22.681**

1 Durante o período de relato, as flutuações no número de empregados estiveram relacionadas principalmente à estratégia de expansão da empresa, com a abertura de novas unidades e ajustes operacionais planejados para sustentar o crescimento e a eficiência do negócio.
2 Países contabilizados: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.
3 As informações foram obtidas por meio dos dados do censo de diversidade, realizado em abril de 2025, bem como dos relatórios compartilhados pelo departamento de Recursos Humanos de cada país. Por essa razão, os dados apresentados nesta tabela diferem dos indicadores do capítulo de Diversidade (p. 54 a 56), que consideram exclusivamente as informações autodeclaradas para os critérios de diversidade, em conformidade com as diretrizes da GRI.

COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO E GÊNERO GRI 2-7

	2023			2024			2025 [1, 2]		
	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total
Homens	7.300	1.571	8.871	10.101	347	10.448	12.008	1.292	13.300
Mulheres	5.249	1.041	6.290	7.207	357	7.564	8.338	1.043	9.381
Total	**12.549**	**2.612**	**15.161**	**17.308**	**704**	**18.012**	**20.346**	**2.335**	**22.681**

1 Países contabilizados: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.
2 As informações foram obtidas por meio dos dados do censo de diversidade, realizado em abril de 2025, bem como dos relatórios compartilhados pelo departamento de Recursos Humanos de cada país. Por essa razão, os dados apresentados nesta tabela diferem dos indicadores do capítulo de Diversidade (p. 54 a 56), que consideram exclusivamente as informações autodeclaradas para os critérios de diversidade, em conformidade com as diretrizes da GRI.

COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO E REGIÃO GRI 2-7

	2023			2024			2025[1]		
	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total
Brasil	8.241	97	8.338	9.614	134	9.748	10.009	1.745	11.754
México	832	2.157	2.989	2.506	232	2.738	4.594	0	4.594
Outros países	3.476	358	3.834	5.188	338	5.526	5.743	590	6.333
Total	**12.549**	**2.612**	**15.161**	**17.308**	**704**	**18.012**	**20.346**	**2.335**	**22.681**

1 Países contabilizados: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.
2 As informações foram obtidas por meio dos dados do censo de diversidade, realizado em abril de 2025, bem como dos relatórios compartilhados pelo departamento de Recursos Humanos de cada país. Por essa razão, os dados apresentados nesta tabela diferem dos indicadores do capítulo de Diversidade (p. 54 a 56), que consideram exclusivamente as informações autodeclaradas para os critérios de diversidade, em conformidade com as diretrizes da GRI.

COLABORADORES POR TIPO DE EMPREGO E GÊNERO GRI 2-7

	2023			2024			2025[1]		
	Tempo integral	Período parcial	Total	Tempo integral	Período parcial	Total	Tempo integral	Período parcial	Total
Homens	6.216	2.655	8.871	4.810	5.638	10.448	11.893	1.407	13.300
Mulheres	4.320	1.970	6.290	4.975	2.589	7.564	8.802	579	9.381
Total	**10.536**	**4.625**	**15.161**	**9.785**	**8.227**	**18.012**	**20.695**	**1.986**	**22.681**

1 Países contabilizados: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.
2 As informações foram obtidas por meio dos dados do censo de diversidade, realizado em abril de 2025, bem como dos relatórios compartilhados pelo departamento de Recursos Humanos de cada país. Por essa razão, os dados apresentados nesta tabela diferem dos indicadores do capítulo de Diversidade (p. 54 a 56), que consideram exclusivamente as informações autodeclaradas para os critérios de diversidade, em conformidade com as diretrizes da GRI.

COLABORADORES POR TIPO DE EMPREGO E REGIÃO GRI 2-7

	2023			2024			2025[1,2]		
	Tempo integral	Período parcial	Total	Tempo integral	Período parcial	Total	Tempo integral	Período parcial	Total
Brasil	6.180	2.158	8.338	4.534	5.214	9.748	11.754	0	11.754
México	1.762	1.227	2.989	1.455	1.283	2.738	4.594	0	4.594
Outros países	2.594	1.240	3.834	3.796	1.730	5.526	4.347	1.986	6.333
Total	**10.536**	**4.625**	**15.161**	**9.785**	**8.227**	**18.012**	**20.695**	**1.986**	**22.681**

1 Países contabilizados: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.
2 As informações foram obtidas por meio dos dados do censo de diversidade, realizado em abril de 2025, bem como dos relatórios compartilhados pelo departamento de Recursos Humanos de cada país. Por essa razão, os dados apresentados nesta tabela diferem dos indicadores do capítulo de Diversidade (p. 54 a 56), que consideram exclusivamente as informações autodeclaradas para os critérios de diversidade, em conformidade com as diretrizes da GRI.

NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES E CONTRATAÇÕES NO PERÍODO, POR FAIXA ETÁRIA[1] GRI 401-1

	2023				2024				2025			
	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou *turnover*	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou *turnover*	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou *turnover*
Abaixo de 30 anos	2.423	66,24	1.649	55,66	2.839	67,95	2.162	59,85	3.447	71,89	2.335	60,29
Entre 30 e 50 anos	1.807	39,92	1.626	37,93	2.159	40,27	1.926	38,10	3.072	46,43	2.391	41,28
Acima de 50 anos	53	34,42	31	27,27	77	36,84	47	29,67	187	54,68	95	41,23
Total	**4.283**	**51,37**	**3.306**	**45,51**	**5.075**	**52,06**	**4.135**	**47,24**	**6.706**	**57,05**	**4.821**	**49,03**

1 Dados do Brasil.

NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES E CONTRATAÇÕES NO PERÍODO, POR GÊNERO[1] GRI 401-1

	2023				2024				2025			
	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou *turnover*	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou *turnover*	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou *turnover*
Homens	2.455	51,42	1.809	44,66	2.747	49,42	2.211	44,60	3.631	54,68	2.222	44,07
Mulheres	1.828	51,29	1.497	46,65	2.328	55,56	1.924	50,74	3.075	60,13	2.599	55,48
Total	**4.283**	**51,37**	**3.306**	**45,51**	**5.075**	**52,06**	**4.135**	**47,24**	**6.706**	**57,05**	**4.821**	**49,03**

1 Dados do Brasil.

NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES E CONTRATAÇÕES NO PERÍODO, POR REGIÃO GRI 401-1

	2023				2024				2025			
	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou *turnover*	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou *turnover*	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou *turnover*
Brasil	4.283	51,37	3.306	45,51	5.075	52,06	4.135	47,24	6.706	57,05	4.821	49,03

Salários e benefícios

GRI 2-30, 202-1, 401-2, 402-1, 407-1

A estratégia de remuneração do Grupo Smart Fit deve estar equilibrada entre suas diretrizes globais de eficiência e as realidades dos mercados onde a Companhia atua. Um dos princípios dessa política é a equidade salarial. A empresa remunera cargos de entrada com valores acima do mínimo local em metade dos países nos quais mantém atividades.

Acreditamos que a valorização do talento não se limita à remuneração, por isso oferecemos um conjunto de benefícios que concilia abrangência global com as especificidades e legislações de cada região onde atuamos. Nosso pacote – que inclui assistência médica, odontológica e licenças parentais – é estruturado para atender aos colaboradores de acordo com as particularidades operacionais e locais de cada unidade de negócio e as modalidades de contratação.

A proteção aos colaboradores é reforçada pelo respeito à livre associação. No Brasil, toda a equipe tem direito garantido à liberdade sindical e à negociação, assim como está coberta por acordos coletivos, com regras claras sobre salários e condições de trabalho. A transparência também orienta mudanças operacionais: canais de diálogo interno e planos de transição garantem que todos sejam informados e amparados, sempre respeitando a lei.

Remuneração valoriza talentos com equidade salarial, alinhamento aos mercados e transparência nas relações

LICENÇA-MATERNIDADE/PATERNIDADE[1] GRI 401-3

		2023	2024	2025
Empregados que tiveram direito a tirar a licença	**Homens**	4.774	5.585	6.640
	Mulheres	3.564	4.281	5.114
Empregados que tiraram a licença	**Homens**	55	46	56
	Mulheres	140	72	126
Empregados que retornaram ao trabalho, no período do relatório, após o término da licença	**Homens**	55	50	54
	Mulheres	101	135	103
Empregados que retornaram a trabalhar após a licença e continuaram empregados 12 meses após o retorno ao trabalho	**Homens**	55	70	31
	Mulheres	101	126	58
Empregados que retornaram da licença no período anterior	**Homens**	46	47	31
	Mulheres	63	78	63
Taxa de retorno[2]	**Homens**	100	88	100
	Mulheres	100	101	97,2
Taxa de retenção	**Homens**	54	67	100
	Mulheres	68	62	92,1

1 Dados do Brasil.
2 Taxa de retorno superior a 100% refere-se a colaboradores que tiraram licença no ano anterior e retornaram no período vigente.

PROPORÇÃO SALARIAL ENTRE HOMENS E MULHERES, POR CATEGORIA FUNCIONAL GRI 405-2

	2023		2024		2025[2]	
	Salário-base	Remuneração	Salário-base	Remuneração	Salário-base	Remuneração
Diretoria	0,59	0,56	0,62	0,53	0,93	0,93
Gerência	0,89	0,90	0,92	0,97	0,90	0,90
Coordenação/Supervisão	1,05	1,05	0,75	0,70	0,95	0,95
Administrativo	0,77	0,77	0,99	1,02	0,88	0,88
Operacional	0,97	0,97	1,05	1,05	0,97	0,97
Aprendiz	0,99	0,99	0,97	0,97	1,00	1,00
Estagiário	0,96	0,96	0,99	0,99	0,94	0,94

1 A partir de 2025 são consolidados os salários globais na contabilização do indicador.

MENTORIA TOTALPASS

A cultura de aprendizado é potencializada por iniciativas inovadoras, como as jornadas de treinamento segmentadas da TotalPass. **Em 2025, a plataforma consolidou trilhas específicas para a liderança sênior, média e colaboradores**, e promoveu um programa de mentoria para 40 profissionais.

Desenvolvimento e capacitação

GRI 404-2

As ações de desenvolvimento e capacitação do Grupo Smart Fit levam em conta o crescimento orgânico, priorizando o desenvolvimento de talentos internos para sustentar a expansão da rede. A grade de treinamentos abrange desde técnicas operacionais e segurança no trabalho até temas fundamentais como conformidade, ética, diversidade e inclusão.

O foco é o crescimento profissional interno, oferecendo cursos de especialização de alto nível, como MBA e pós-graduação *in company*. Além do âmbito técnico, a empresa investe no desenvolvimento de competências linguísticas, oferecendo cursos de inglês e espanhol, e apoia financeiramente a busca por capacitação externa em parceria com instituições de ensino e plataformas de treinamento.

A Universidade Corporativa centraliza a formação de lideranças através do *Leader Training*, adaptando conteúdos para realidades locais — como o programa de gestão de pessoas desenvolvido especificamente para o México.

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO DE COLABORADORES, POR GÊNERO[1] GRI 404-1

	2023	2024	2025
Homens	113,03	135,65	281,7
Mulheres	109,19	131,70	351,26
Total	**111,44**	**133,95**	**305,25**

1 Dados do Brasil.

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO DE COLABORADORES, POR CATEGORIA FUNCIONAL[1, 2] GRI 404-1

	2023	2024	2025
Diretoria	34,43	17,92	26,48
Gerência	144,54	147,77	382,63
Coordenação/Supervisores	54,61	82,14	139,03
Administrativo	53,09	38,52	11,78
Operacional	118,80	137,86	301,76
Total	**115,17**	**131,03**	**305,25**

1 O cálculo apresentado considera a soma total das horas de treinamento realizadas pelos colaboradores do Grupo Smart Fit por meio da Universidade Corporativa, abrangendo 7.272 colaboradores que acessaram a plataforma no período analisado. Os cursos disponibilizados possuem, em sua maioria, caráter não obrigatório, com exceção dos treinamentos relacionados à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), anticorrupção, código de ética e conduta, posturas inadequadas e assédio. Em função dessa característica, o número de colaboradores participantes não corresponde necessariamente ao total de colaboradores da Companhia.
2 Dados do Brasil.

COLABORADORES QUE RECEBEM REGULARMENTE ANÁLISES DE DESEMPENHO E DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA[1] GRI 404-3

	2023					2024					2025				
	Homens	Mulheres	Não declarado	Outros	Total	Homens	Mulheres	Não declarado	Outros	Total	Homens	Mulheres	Não declarado	Outros	Total
Diretoria															
%	0	0	0	0	0	100	100	0	0	100	-	-	-	-	-
Gerência															
%	86,09	83,70	88,50	100	85,70	84,68	87,02	0	0	85,70	100	100	-	-	100
Coordenadores/Supervisores															
%	0	0	0	0	0	88,31	89,39	0	0	88,81	100	100	-	-	100

1 A análise abrange somente cargos de liderança, mas estuda-se a ampliação aos demais colaboradores. Dados referentes às operações no Brasil. Embora a expansão contínua dificulte a obtenção do total das operações, processos estão sendo estruturados para uma coleta integral no próximo ciclo. Devido a mudanças de processos internos, em 2025 não houve Pesquisa de Feedback Ascendente (PFA) para a categoria Diretoria.

Diversidade

GRI 3-3 [DIVERSIDADE, INCLUSÃO E EQUIDADE]

Assegurar um ambiente de respeito mútuo e de valorização das individualidades define a abordagem do Grupo Smart Fit em relação à diversidade, inclusão e equidade. Esse compromisso acompanha a evolução do posicionamento da marca, que prioriza a saúde e o bem-estar. Tal mudança de paradigma acolhe corpos diversos, gerações distintas e variados perfis que buscam longevidade, consolidando as unidades como espaços de pertencimento real.

A governança corporativa resguarda essa visão por meio de diretrizes sólidas. O Código de Ética e Conduta estabelece tolerância zero a qualquer forma de discriminação ou assédio, com o suporte de canais de denúncia independentes para garantir o anonimato e a não retaliação. Os princípios são reforçados mediante treinamentos obrigatórios sobre prevenção ao assédio sexual e laboral, em estrita conformidade com legislações locais.

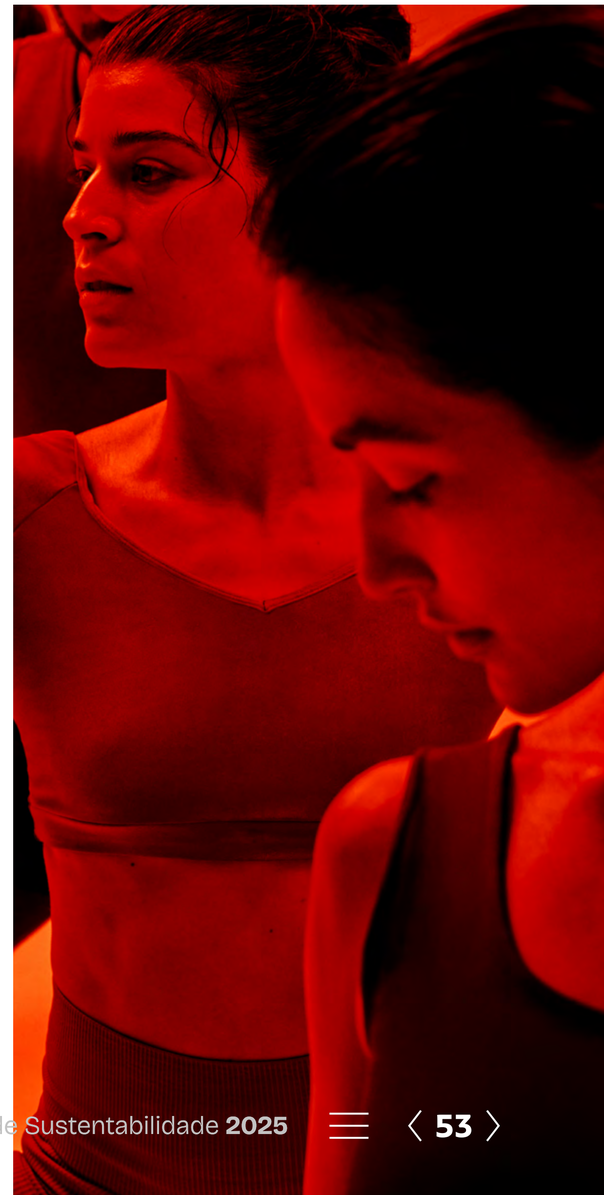
A gestão do tema se apoia em dados precisos, de modo que as iniciativas gerem impactos sociais concretos. A principal ferramenta de diagnóstico é o Censo Global de Diversidade, realizado bienalmente. Há ainda reportes demográficos mensais detalhados sobre gênero e raça. Os resultados de 2025 foram fundamentais para mapear a representatividade nas unidades de negócio e estabelecer prioridades, como o acolhimento da neurodivergência por meio de campanhas internas de sensibilização.

A busca por acessibilidade plena também se estende à capacitação das equipes de atendimento. Um exemplo prático é a promoção de cursos de língua de sinais, que preparam os colaboradores para oferecer acolhimento adequado e inclusivo aos clientes surdos no Brasil e no Chile.

Temos realizado parcerias estratégicas, como com a consultoria Factor Diverso, no Chile, para treinar gestores em liderança inclusiva e gestão com perspectiva de gênero. O empoderamento feminino recebe atenção especial, particularmente em frentes técnicas. No Brasil, o apoio ao Rails Girls SP – projeto sem fins lucrativos para mulheres com pouca ou nenhuma experiência em programação – incentiva a presença feminina no setor de tecnologia e combate desigualdades históricas no segmento de TI e *software*.

A iniciativa contribui para a formação de um banco de talentos diverso voltado à transformação digital do Grupo, conectando o negócio ao desenvolvimento de comunidades mais justas. O êxito da estratégia é corroborado pela operação no México, reconhecida com o prêmio *Súper Empresas para Mujeres 2025*.

Diagnóstico de 2025 foi **fundamental para mapear a representatividade** nas unidades de negócio e estabelecer prioridades



PERCENTUAL DE INDIVÍDUOS DO ÓRGÃO DE GOVERNANÇA, POR GÊNERO [1,2] GRI 405-1

2024		2025	
Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
87,5%	12,5%	88,8%	11,11%

1 Os órgãos de governança estão apenas no Brasil (Diretoria Estatutária, Conselho de Administração e Comitês).
2 Não há grupos minoritários e/ou vulneráveis que integram os órgãos de governança.

PERCENTUAL DE INDIVÍDUOS DO ÓRGÃO DE GOVERNANÇA, POR FAIXA ETÁRIA[1] GRI 405-1

	2024	2025
Abaixo de 30 anos	0	0
Entre 30 e 50 anos	62,5%	33,3%
Acima de 50 anos	37,5%	66,6%

1 Dados do Brasil.

PERFIL DE COLABORADORES, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO GRI 405-1

		2023[1]			2024[1]			2025[2]		
Categoria funcional		Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Diretoria	Nº	15	5	20	20	5	26	21	5	26
	%	75	25	100	80,77	19,23	100	80,77	19,23	100
Gerência	Nº	401	314	715	481	368	849	713	528	1.241
	%	56	44	100	56,65	43,35	100	57,45	42,55	100
Chefia/ Coordenação	Nº	55	62	117	76	66	142	206	213	419
	%	47	53	100	53,52	46,48	100	49,16	50,84	100
Técnica/ Supervisão[3]	Nº	7	12	19	9	2	11	0	0	0
	%	37	63	100	81,82	18,18	100	0	0	0
Administrativo	Nº	274	360	634	301	420	721	443	587	1.030
	%	44	56	100	41,75	58,25	100	43,01	56,99	100
Operacional	Nº	4.022	2.811	6.833	4.670	3.329	7.999	8.595	5.899	14.494
	%	59	41	100	58,38	41,62	100	59,30	40,70	100
Total	**Nº**	**4.774**	**3.564**	**8.338**	**5.558**	**4.190**	**9.748**	**9.978**	**7.232**	**17.210**
	%	**57**	**43**	**100**	**57,02**	**42,98**	**100**	**57,98**	**42,02**	**100**

1 Dados do Brasil.
2 As informações consideram a base global de colaboradores ativos, com data-base em 31 de dezembro de 2025, extraídas da autodeclaração de gênero coletada por meio do censo realizado pela Companhia, bem como da autodeclaração realizada no momento da admissão (Brasil). Os números dessa tabela consideram apenas os dados de autodeclaração, que representam 75% do total global de colaboradores.
3 Em 2025, a categoria funcional "Técnica/Supervisão" foi descontinuada na estrutura de classificação interna da Companhia. Os colaboradores anteriormente enquadrados nessa categoria passaram a ser reclassificados nas demais categorias funcionais vigentes, conforme critérios internos de enquadramento de cargo.

COLABORADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA[1] GRI 405-1

Categoria funcional		2023[1] Abaixo de 30 anos	2023[1] Entre 30 e 50 anos	2023[1] Acima de 50 anos	2023[1] Total	2024[1] Abaixo de 30 anos	2024[1] Entre 30 e 50 anos	2024[1] Acima de 50 anos	2024[1] Total	2025[2] Abaixo de 30 anos	2025[2] Entre 30 e 50 anos	2025[2] Acima de 50 anos	2025[2] Total
Diretoria	Nº	0	18	2	20	0	23	3	26	0	21	5	**26**
	%	0	90	10	100	0	88,46	11,54	100	0	80,77	19,23	**100**
Gerência	Nº	128	577	10	715	148	686	15	849	229	981	31	**1.241**
	%	18	81	1	100	17,43	80,8	1,77	100	18,45	79,05	2,5	**100**
Chefia/ Coordenação	Nº	22	93	2	117	24	117	1	142	77	334	8	**419**
	%	19	79	2	100	16,9	82,39	0,7	100	18,38	79,71	1,91	**100**
Técnica/ Supervisão[3]	Nº	2	15	2	19	4	6	1	11	0	0	0	**0**
	%	10	79	11	100	36,36	54,55	9,09	100	0	0	0	**0**
Administrativo	Nº	322	303	9	634	347	365	9	721	546	469	15	**1.030**
	%	51	48	1	100	48,13	50,62	1,25	100	53,01	45,53	1,46	**100**
Operacional	Nº	3.184	3.520	129	6.833	3.655	4.164	180	7.999	7.183	6.922	389	**14.494**
	%	47	51	2	100	48,13	50,62	1,25	100	49,56	47,76	2,68	**100**
Total	Nº	**3.658**	**4.526**	**154**	**8.338**	**4.178**	**5.361**	**209**	**9.748**	**8.035**	**8.727**	**448**	**17.210**
	%	**44**	**54**	**2**	**100**	**42,86**	**55**	**2,14**	**100**	**46,69**	**50,71**	**2,6**	**100**

1 Dados do Brasil.
2 Informações consideram a base global de colaboradores ativos, com data-base em 31 de dezembro de 2025, extraídas da autodeclaração de gênero coletada por meio do censo realizado pela Companhia, bem como da autodeclaração realizada no momento da admissão (Brasil). Os números dessa tabela consideram apenas os dados de autodeclaração, que representam 75% do total global de colaboradores.
3 Em 2025, a categoria funcional "Técnica/Supervisão" foi descontinuada na estrutura de classificação interna da Companhia. Os colaboradores anteriormente enquadrados nessa categoria passaram a ser reclassificados nas demais categorias funcionais vigentes, conforme critérios internos de enquadramento de cargo.

PERCENTUAL DE COLABORADORES DE GRUPOS MINORITÁRIOS E/OU VULNERÁVEIS, POR CATEGORIA FUNCIONAL GRI 405-1

		Negros			LGBTQIAPN+			PCD		
		2023[1]	2024[1]	2025[2]	2023[1]	2024[1]	2025[2]	2023[1]	2024[1]	2025[2]
Diretoria	**Nº**	0	6	0	0	0	0	0	0	0
	%	5	23,08	0	0	0	0	0	0	0
Gerência	**Nº**	433	472	543	7	10	134	3	7	14
	%	59	55,59	43,76	0,9	1,18	10,8	0,4	0,82	1,13
Chefia/ Coordenação	**Nº**	40	47	80	1	3	36	0	0	2
	%	34,2	33,1	19,09	0,8	2,11	8,59	0	0	0,48
Técnica/Supervisão[3]	**Nº**	4	3	0	0	0	0	0	0	0
	%	21	27,27	0	0	0	0	0	0	0
Administrativo	**Nº**	193	224	265	19	41	106	2	14	14
	%	30,9	31,07	25,73	3	5,69	10,29	0,3	1,94	1,36
Operacional	**Nº**	3.133	4.212	5.273	116	449	1.255	233	289	225
	%	45,8	52,66	36,38	1,7	5,61	8,66	3,4	3,61	1,55
Total	**Nº**	**3.808**	**4.964**	**6.161**	**143**	**503**	**1.531**	**238**	**310**	**255**
	%	**45,6**	**50,92**	**35,8**	**1,7**	**5,16**	**8,9**	**2,8**	**3,18**	**1,48**

1 Dados do Brasil.
2 Informações consideram a base global de colaboradores ativos, com data-base em 31 de dezembro de 2025, extraídas da autodeclaração de gênero coletada por meio do censo realizado pela Companhia, bem como da autodeclaração realizada no momento da admissão (Brasil). Os números dessa tabela consideram apenas os dados de autodeclaração, que representam 75% do total global de colaboradores.
3 Em 2025, a categoria funcional "Técnica/Supervisão" foi descontinuada na estrutura de classificação interna da Companhia. Os colaboradores anteriormente enquadrados nessa categoria passaram a ser reclassificados nas demais categorias funcionais vigentes, conforme critérios internos de enquadramento de cargo.

Saúde e segurança

GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, SASB SV-LF-320A.1

O Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho do Grupo Smart Fit cobre a totalidade dos seus colaboradores, operações e ambientes laborais. A Companhia se baseia nas convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), na ISO 45001, em Normas Regulamentadoras (NR) e nas leis trabalhistas de cada jurisdição.

GESTÃO DE RISCOS E PREVENÇÃO

A empresa adota uma abordagem sistemática e proativa para a gestão de riscos ocupacionais, identificando perigos tanto em atividades rotineiras quanto não rotineiras. No Brasil, esse processo é estruturado por meio do Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), inspeções de segurança e Análise Preliminar de Riscos (APR), contando com a participação direta dos trabalhadores e da Comissão Interna para Prevenção de Acidentes (CIPA). O Grupo assegura formalmente o Direito de Recusa, garantindo ao trabalhador o direito de se retirar de situações de risco sem sofrer qualquer tipo de punição.

CAPACITAÇÃO E PROMOÇÃO

A Companhia oferece treinamentos de saúde e segurança do trabalho para todos os colaboradores, enfatizando competências para identificação de riscos e prevenção de acidentes. A participação deles ocorre via comitês formais e paritários com caráter consultivo e deliberativo. Planos de saúde, suporte psicológico e programas de bem-estar físico e mental e campanhas de conscientização completam o sistema, sempre com sigilo garantido sobre as informações pessoais de saúde dos trabalhadores.

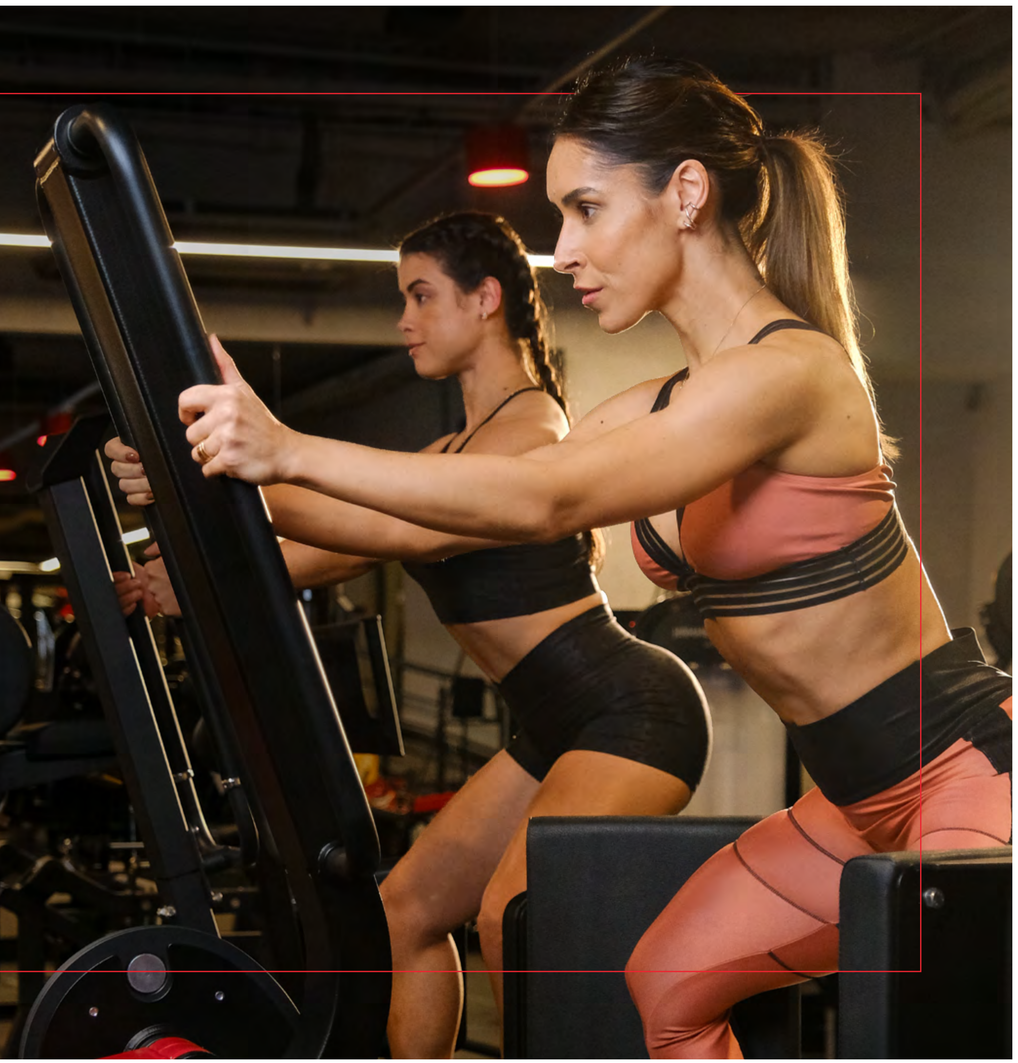
MONITORAMENTO DE INCIDENTES

No período relatado, os colaboradores diretos acumularam mais de 127 milhões de horas trabalhadas, resultando na Taxa Total de Incidentes Registráveis (TRIR) de 0,15 e na Taxa de Frequência de Quase Acidentes (NMFR) de 0,03 (por 100 empregados em tempo integral). Para os terceirizados, as 71,2 milhões de horas trabalhadas corresponderam a TRIR de 0,41 e NMFR de 0,05. As ocorrências mais frequentes envolvem quedas, golpes contra estruturas e aprisionamento em equipamentos, sendo cada caso investigado para a implementação de ações corretivas e preventivas. O aumento no número de acidentes registrados entre 2024 e 2025 reflete a ampliação do escopo de reporte, que passou a contemplar operações em novos países, além do Brasil.

ACIDENTES DE TRABALHO[1] GRI 403-9

	2024[2]	2025[3]
Número de horas trabalhadas	14.469.664	78.239.993
Base de número de horas trabalhadas (200.000 ou 1.000.000)	1.000.000	1.000.000
Número de óbitos resultantes de acidente de trabalho	0	0
Índice de óbitos resultantes de acidente de trabalho	0	0
Número de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	4	3
Índice de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	0,28	0,04
Número de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória (inclui óbitos)	10	143
Índice de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória (inclui óbitos)	0,69	1,83

1 O Grupo Smart Fit não possui o número de acidentes de trabalhadores que não são empregados.
2 Dados do Brasil.
3 Dados da Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai.



ENGAJAMENTO COM A COMUNIDADE

GRI 203-2, 413-1

O relacionamento do Grupo Smart Fit com as comunidades onde possui operações pode ser dividido em duas vertentes. A primeira é a própria natureza do negócio — democratização do acesso à saúde e ao bem-estar por meio de academias de alta qualidade —, que se configura como uma importante contribuição social. A outra é a promoção de iniciativas que buscam gerar impacto local, inclusão e desenvolvimento de infraestrutura.

O Grupo utiliza sua capilaridade para fomentar a empregabilidade, com a criação de oportunidades de carreira para a população no entorno das academias, estabelecendo um vínculo econômico direto com a comunidade. Um dos instrumentos para isso é o Smart Fit Contrata, programa de recrutamento que amplia o acesso ao mercado de trabalho para jovens sem experiência profissional e pessoas em situação de vulnerabilidade. O projeto, consolidado no Brasil, foi expandido para México e Chile em 2025.

A presença da Companhia influencia ainda a geração de empregos indiretos ao estimular a abertura de novos negócios correlatos ao setor *fitness*, como suplementação e vestuário. O desenvolvimento de fornecedores regionais é igualmente potencializado pela expansão das unidades, gerando demanda constante por mão de obra e prestação de serviços na economia local.

Atualmente, as operações do Grupo são abrangidas por estratégias de engajamento e incentivo social. Embora a empresa não possua avaliações de impacto estruturadas sob processos participativos, sua atuação é fundamentada em leis de incentivo fiscal, campanhas sociais e voluntariado. Para a gestão dessas frentes, a Companhia conta com um Comitê Social dedicado a identificar oportunidades de geração de valor e bem-estar.

Presença do Grupo **gera empregos e cria negócios**

Projetos apoiados via leis de incentivo GRI 41 3-1

A seleção e o acompanhamento dos projetos sociais do Grupo são realizados por meio do Edital Smart Fit, que seleciona propostas alinhadas ao propósito de democratizar o acesso à saúde e à qualidade de vida. Em 2025, a Companhia destinou o total de R$ 2.142.921,11 para 22 projetos sociais, culturais e esportivos em seis estados brasileiros.

Os recursos foram direcionados prioritariamente para acesso, integração, inovação e difusão, com foco em combater o sedentarismo e promover a inclusão social de jovens, idosos e pessoas com deficiência. Os aportes se distribuem entre leis municipais (como no Rio de Janeiro e em Belo Horizonte) e federais (Lei Rouanet e Lei do Esporte).

Confira os projetos patrocinados pelo Grupo em 2025:

RIO DE JANEIRO

Favela Mundo – Une cultura e educação por meio de oficinas gratuitas para 410 crianças e jovens de áreas vulneráveis da cidade.

Associação Ballet Manguinhos – Atende 450 jovens (6 a 19 anos) com aulas gratuitas de dança, teatro, circo, além de reforço escolar e cursos de capacitação.

Campeões Comunitários – Realizado pela organização Luta pela Paz, oferece aulas de boxe e judô para 390 crianças e jovens no Complexo da Maré.

Centro de Artes da Maré – Oficinas regulares de dança abertas ao público, *workshops* mensais com artistas convidados e formação intensiva para alunos bolsistas.

Break Social Brasil – Parceria entre o Centro de Movimento Deborah Colker e a Araucária Agência Cultural para formação artística em *breaking* a jovens de comunidades desfavorecidas.

BELO HORIZONTE

Instituto Ha Ha Ha – Beneficia 250 crianças e adolescentes em escolas públicas e hospitais através de intervenções artísticas e acolhimento.

SÃO PAULO

Longevidade – Esporte e Inclusão – Oficinas de caratê e taekwondo promovidas pelo Instituto Olga Kos para idosos no Capão Redondo.

CAMPINAS (SP)

Vitória pelo Esporte – A Fundação Eufraten utiliza o esporte como ferramenta de reflexão e educação emocional para mais de 250 crianças e adolescentes.

No cenário internacional, a empresa também utiliza mecanismos de renúncia fiscal para promover infraestrutura urbana e saúde pública. Um exemplo é Obras por Impostos, na Colômbia, na qual o Grupo investiu 6 bilhões de pesos colombianos no projeto Juntos por Urabá. A ação modernizou o sistema de esgoto de Nueva Colonia (Turbo), beneficiando diretamente a saúde de mais de 12 mil habitantes.

Campanhas sociais e voluntariado GRI 413-1

As operações em diferentes países desenvolveram projetos específicos para atender às necessidades locais, indo além da atividade física:

Brasil

Outubro Rosa – Ações de conscientização sobre prevenção e diagnóstico do câncer de mama, aproveitando-se da capilaridade e dos canais de comunicação da Companhia.

Mês da Sustentabilidade – Campanhas internas e externas para sensibilizar sobre o uso de recursos, incluindo ações específicas no Panamá e Chile.

Hamburgada do Bem – Ação de voluntariado na qual colaboradores da TotalPass participam de um dia de atividades de recreação e preparo de alimentos para crianças no Centro de Educação Infantil (CEI) São Miguel Arcanjo, em São Paulo.

Inverno Acolhedor – Arrecadação de 23.079 peças de roupa para doação.

Dia das Crianças – Coleta e distribuição de 3.673 brinquedos e itens infantis.

Doar Faz Bem – Destinação de 123 brinquedos doados pelos colaboradores do escritório corporativo para o CEI Luz do Mundo, em São Paulo.

Voluntariado no Lar Madre Regina – Ação das áreas de SmartTech e ESG focada na interação e carinho com idosos residentes na instituição, em São Paulo.



Colômbia

Doação de *bikes* – Parceria com Unicef para apoiar a mobilidade de crianças e jovens, garantindo deslocamentos mais seguros e inclusivos e conectando o conceito de movimento à educação e à cidadania.

Peru

***Kits* escolares** – Distribuição de material escolar para crianças da comunidade de Pamplona Alta.

Reciclar para Ayudar – As garrafas e tampas de plástico coletadas na campanha Reciclar para Ayudar, promovida pela Smart Fit no Peru, contribuem para financiar terapias de reabilitação para crianças queimadas por meio da associação Aniquem. Houve também um Reciclatón Smart para sensibilizar os trabalhadores sobre a segregação correta.

Chile

Copa de Fútbol Zona Norte – Participação no torneio organizado pela Fundação Miradas Compartidas, em Antofagasta, que promove a inclusão de pessoas com deficiência. A competição com 20 equipes de 15 empresas reuniu mais de 400 pessoas.

Smart Swap – Iniciativa interna de moda circular no escritório corporativo, em Santiago, para troca de roupas entre colaboradores, visando reduzir resíduos têxteis.

Operativo DKMS – Parceria com a Fundação DKMS, que combate a leucemia, em jornadas para registro de potenciais doadores de células-tronco realizadas em 31 unidades espalhadas pelo país e na sede da Smart Fit em Santiago.

Espaço Solidário À INFÂNCIA • 2025 •

em benefício do unicef

COLABORAÇÃO COM UNICEF

A colaboração com Unicef constitui uma das principais frentes de atuação internacional do Grupo Smart Fit. Em 2025, essa cooperação global apresentou resultados expressivos, alcançando a marca de 4.884 novos doadores. O desempenho reflete um crescimento acentuado no engajamento das marcas do Grupo, com aumento de 86% na Smart Fit Brasil e de 240% na Bio Ritmo.

Corridas e eventos esportivos

Brasil

- **Smart Run** – A segunda edição da Smart Run levou alunos, colaboradores e comunidade a uma experiência coletiva de corrida, promovendo saúde, engajamento e fortalecimento do senso de comunidade em torno da marca.

- **Arnold Sports Festival** – A participação em um dos maiores eventos da área reforçou o vínculo da empresa com o universo do esporte de alto desempenho e da cultura *fitness*, aproxima a Smart Fit de atletas e entusiastas e consolida sua posição como referência em promoção de atividade física e estilo de vida saudável.

Colômbia

- **Corre mi tierra** – O Grupo apoiou uma das maiores corridas do país, que reuniu 17 mil pessoas em Medellín e 5,3 mil em Barranquilla.

- **Media Maratón del Quindío** – Apoio técnico no aquecimento para os 2 mil participantes da maratona realizada em Armenia.

- **Media Maratón Rionegro** – A Companhia também marcou presença no evento que impactou 7 mil moradores de comunidades de Medellín e do Oriente Antioquenho.

- **Mujeres Imparables 5K** – Atividades recreativas e aquecimento para 1,5 mil atletas de todos os gêneros que disputaram a corrida de curta distância em comemoração ao Dia Internacional da Mulher em Yumbo.

- **Carrera Yoga and Run** – A Smart Fit levou o Smart Truck como ponto ativo (local do percurso onde ocorrem hidratação, nutrição e suporte do corredor) para 5 mil integrantes da comunidade *runner* de Bogotá.

- **Bike Fest Elements Experience 2025** – Apoio a uma aula máster de ciclismo para mil participantes em Medellín.

- **Expofitness** – Promoção de aulas em grupo e espaços de interação em um dos eventos mais importantes do setor, em Medellín.

- **Aulas abertas e Smart Truck** – Realização de aulões para a comunidade, como a Clase Rumba Villa Campestre, em Barranquilla, e ativações com o Smart Truck, em Tocancipá e Bogotá.

- **Patrocínio esportivo** – Apoio a federações de rúgbi, ciclismo e futebol (incluindo feminino e segunda divisão), impactando centenas de atletas.



FORNECEDORES

GRI 2-6, 3-3 [GESTÃO DA CADEIA DE FORNECEDORES], 308-1, 308-2, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2

A cadeia de suprimentos do Grupo Smart Fit abrange desde o fornecimento de equipamentos de alta tecnologia até soluções de infraestrutura essenciais para as unidades. A Companhia trabalha com aproximadamente mil fornecedores, diretos e indiretos, entre os quais os principais *players* do setor *fitness*.

A seleção dos parceiros passa por uma análise que considera qualidade, custo e nível de serviço, baseada em cinco pontos principais:

1. **Análise jurídica**
2. **Análise financeira**
3. **Preço**
4. **Satisfação do cliente**
(em relação ao serviço prestado pela terceirizada)
5. **Satisfação interna operacional**
(suporte oferecido à unidade)

Embora a conformidade com padrões sociais e éticos seja obrigatória nos contratos, o processo de homologação ainda não utiliza um sistema de pontuação social específico para a seleção inicial. Contudo, mantemos um monitoramento baseado em denúncias e reputação, com cláusulas resolutivas que permitem a exclusão imediata de parceiros que violem direitos humanos ou leis trabalhistas. Estamos em fase de estruturação para transformar essas exigências contratuais em critérios de seleção prévia.

Além disso, há processos de conformidade e *background check* para verificar a integridade e adesão às políticas anticorrupção. **O Código de Ética e Conduta e os contratos padrão do Grupo não toleram trabalho infantil, forçado ou análogo ao escravo.** Com base nessas diretrizes, a empresa verifica riscos significativos de violações laborais, para certificar a inexistência de tais práticas em suas operações e em sua rede de fornecimento.

Atualmente, a Companhia não adota critérios ambientais na triagem de fornecedores. A supervisão quantitativa de impactos ambientais na cadeia (como emissões de carbono de fornecedores de equipamentos) ainda é um desafio técnico. A gestão de desempenho é acompanhada via sistema especializado, que usa KPIs rigorosos para garantir a continuidade do negócio.

FORNECEDORES COM MELHORES PERFORMANCES NOS PARÂMETROS ABAIXO POSSUEM PREFERÊNCIA EM NOVAS CONTRATAÇÕES:

100% OTIF (On Time In Full)	Com meta de 100% para entregas completas e no prazo.
Quantidade de quebras e avarias	
SLA	Agilidade na resolução de chamados.
TCO (Total Cost of Ownership)	Análise do custo ao longo do tempo



DIRETRIZES E PROCESSOS

GRI 3-3 [GESTÃO DA CADEIA DE FORNECEDORES]

Diante das incertezas das cadeias globais, o Grupo Smart Fit investe na antecipação de importações e na manutenção de estoques de segurança (*buffer*) como medidas fundamentais para mitigar riscos de desabastecimento. A estratégia assegura a continuidade operacional e a disponibilidade de produtos, atendendo às necessidades de confiança dos alunos, à previsibilidade para os colaboradores e à proteção de valor para investidores.

A empresa também usa o **Net Promoter Score (NPS)** para incentivar a replicação de melhores práticas entre os parceiros

Os resultados dessas ações são validados pela análise de satisfação do cliente e pelo monitoramento em tempo real da entrega de equipamentos, com sistemas de dupla verificação que conferem precisão técnica às inaugurações de unidades.

Os fornecedores são vinculados a um modelo de gestão que integra compromissos formais de conduta, como a Política de Contratação de Terceiros e a Política Anticorrupção. O processo de conformidade ocorre antes mesmo da contratação e exige a assinatura de termos de ciência e confidencialidade, bem como a gestão rigorosa de conflitos de interesse. As sanções aplicáveis para violações das normas preveem até rompimento de contrato.

GOVERNANÇA CORPORATIVA



ODS RELACIONADOS



GOVERNANÇA

Estrutura organizacional

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-16, 2-17, 2-18, 2-23, 2-24

A governança do Grupo Smart Fit é composta por órgãos deliberativos e consultivos, que supervisionam a incorporação de compromissos organizacionais e definem diretrizes estratégicas:

Conselho de Administração

A instância máxima de governança do Grupo detém a atribuição de traçar a orientação geral dos negócios e zelar pela gestão da Diretoria Estatutária. Cabe a este colegiado validar políticas e objetivos estratégicos (incluindo este relato), além de examinar temas materiais para alinhá-los à visão de longo prazo da empresa. Embora não exista um comitê exclusivo de ESG, a Diretoria Estatutária acompanha a gestão dos impactos de sustentabilidade.

Atribuições – Definição de estratégias corporativas, eleição e destituição de diretores, fiscalização da gestão executiva, escolha de auditores independentes e deliberação sobre investimentos de alta relevância.

Composição – É formado por nove membros, com mandato unificado de dois anos. Em conformidade com as regras do Novo Mercado da B3, o órgão mantém uma composição mista, integrando representantes de acionistas de referência e conselheiros independentes. O presidente do órgão não pode acumular funções na empresa.

O fluxo de informações críticas até a alta governança ocorre via reuniões formais de Diretoria, atuação de comitês especializados, análises de cenário e revisões de conformidade regulatória. Mesmo sem a contabilização quantitativa dessas comunicações, os administradores avaliam prontamente informações sensíveis, o que permite que temas prioritários recebam o devido tratamento pela liderança.

Para expandir o conhecimento coletivo sobre o desenvolvimento sustentável, tanto o Conselho quanto o Comitê de Auditoria Estatutário recebem atualizações periódicas sobre os resultados ESG.

Conselho de Administração

Daniel Rizardi Sorrentino[1]
Presidente

Diogo Ferraz de Andrade Corona
Edgard Gomes Corona[2]
Felipe Rodrigues Affonso
Luis Felipe Françoso P. da Cruz
Thiago Lima Borges
Membros

Claudia Elisa de Pinho Soares
Ricardo Lerner Castro
Wolfgang Stephan Schwerdtle
Membros independentes

1 Concluiu sua gestão como Presidente do Conselho de Administração em fevereiro de 2026, estando à frente do Conselho durante o ciclo do relato e permanecendo como Conselheiro após sua renúncia como Presidente do Conselho.
2 Em março de 2026, tornou-se Presidente do Conselho de Administração.

Conselho e comitês **conduzem decisões** e garantem alinhamento aos principais temas do negócio

Comitês de assessoramento

São órgãos auxiliares vinculados ao Conselho de Administração, criados para aprofundar a análise de temas específicos e conferir maior segurança técnica às deliberações do colegiado.

Comitê de Auditoria Estatutário

Como órgão de assessoramento permanente, este comitê responde pela integridade dos controles e processos financeiros.

Atribuições – Monitoramento das demonstrações financeiras, supervisão da eficácia dos sistemas de auditoria (interna e independente) e avaliação do cumprimento de normas regulatórias.

Composição – Constituído por membros com reconhecida experiência em assuntos de contabilidade, auditoria e finanças.

Comitê de Auditoria Estatutário

Edward Ruiz
Coordenador

Claudia Elisa de Pinho Soares
Membro

Welerson Cavalieri
Membro independente

Comitê de Ética

Atua na proteção da cultura de integridade, para que o Código de Ética e as políticas internas sejam respeitados em todas as instâncias.

Atribuições – Supervisão do Código de Conduta, gestão do Canal de Denúncia, condução de investigações e promoção de treinamentos de conformidade.

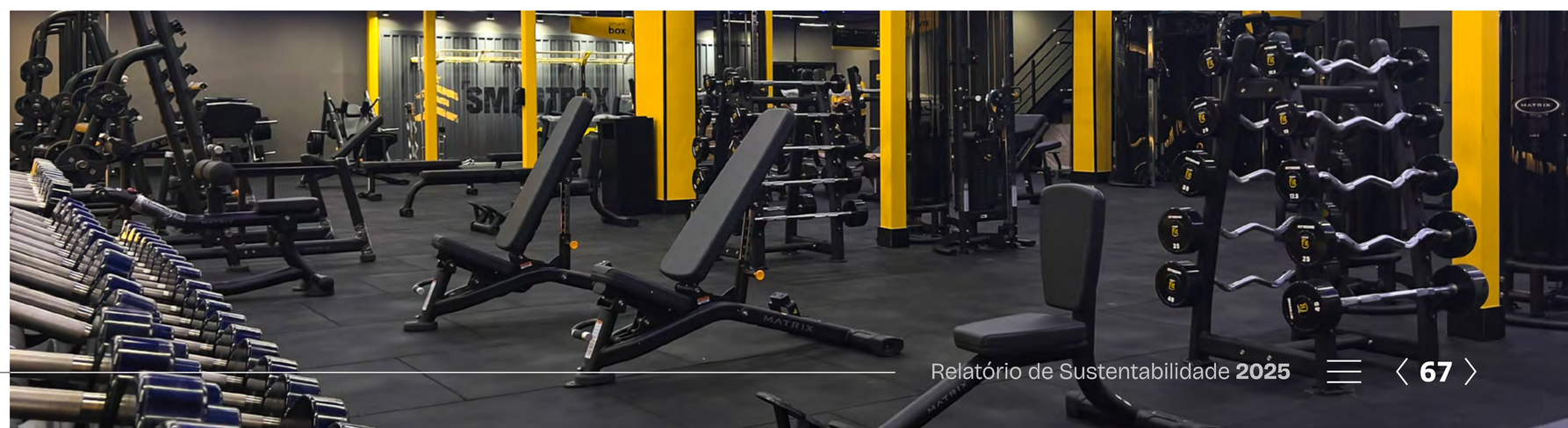
Composição – Grupo multidisciplinar encarregado de viabilizar a imparcialidade nas apurações e o cumprimento das práticas anticorrupção.

Comitê de Ética

André Pezeta[1]
Juana Melo Pimentel
Marcela Martins
Saturno Aprígio de Souza
Vanessa Medeiros
Wellington de Oliveira[2]
Membros

Helson de Castro
Membro Externo

1 Concluiu sua gestão como membro do Comitê de Ética em fevereiro de 2026.
2 Tornou-se membro em março de 2026.



Diretoria Estatutária

O órgão executivo responsável por colocar em prática as diretrizes aprovadas pelo Conselho de Administração.

Atribuições – Gestão operacional, execução orçamentária, liderança de pessoas e implementação de planos estratégicos.

Composição – Até oito diretores eleitos pelo Conselho de Administração para mandatos de dois anos.

Conselho Fiscal

Instância de fiscalização independente da administração e dos auditores externos, que monitora os atos dos administradores e examina as contas da Companhia.

Atribuições – Fiscalização da gestão e avaliação sobre propostas de modificação de capital ou distribuição de dividendos, além de validar formalmente a estratégia tributária.

Composição – De três a cinco membros efetivos e seus respectivos suplentes, eleitos pela Assembleia Geral.

Diretoria Estatutária

Edgard Gomes Corona
Diretor Presidente (CEO)[1]

Diogo Ferraz de Andrade Corona
Diretor de Operações (COO)[2]

Juana Melo Pimentel
Diretora Jurídica Geral, Compliance, Proteção de Dados e ESG

André Pezeta
Diretor Financeiro (CFO)[3]

Alexandre Gregianin
Diretor de Tecnologia (CTO)

José Luís Rizzardo Pereira
Diretor de Relações com Investidores[4]

Itamar Hercolano Júnior
Diretor de Expansão

1 Concluiu sua gestão em fevereiro de 2026, estando à frente da Diretoria durante o ciclo do relato, e tornou-se Presidente do Conselho de Administração.
2 Em março de 2026, tornou-se Diretor-Presidente (CEO).
3 Concluiu sua gestão em fevereiro de 2026, estando como diretor financeiro durante o ciclo do relato, e passou a integrar o Conselho de Administração a partir de abril de 2026.
4 Em março de 2026, tornou-se Diretor Financeiro (CFO), acumulando a função de Diretor de Relações com Investidores.

Conselho Fiscal

Evelyn Veloso Trindade
Helena Turola de Araujo Penna
Rubens Approbato Machado Junior
Membros efetivos

Ana Paula Wirthmann
Luciana Bacci Costa
Luis Felipe Schiriak
Suplentes



Seleção de membros

O processo de nomeação e seleção de conselheiros e membros de comitês segue ritos rigorosos, em total conformidade com a Lei das Sociedades Anônimas, as normas da CVM e o Regulamento do Novo Mercado.
Para a escolha dos integrantes, a empresa prioriza perfis que reúnam competências e experiências relevantes para os impactos do negócio, pautando-se por critérios de transparência, diversidade e independência.
Além disso, as diretrizes de seleção consideram a disponibilidade de tempo dos candidatos, buscando um equilíbrio de habilidades que fundamente as decisões estratégicas do Grupo.

Remuneração GRI 2-19, 2-20, 2-21

A Política de Remuneração busca equilibrar a competitividade de mercado com a saúde financeira do Grupo, visando atrair e reter talentos que impulsionem a criação de valor em longo prazo. Os valores são definidos por critérios de desempenho e utiliza pesquisas salariais de segmentos similares para balizar as decisões. A governança do tema cabe ao Conselho de Administração, que revisa as diretrizes antes da aprovação final pelos acionistas em Assembleia Geral.

A **estrutura remuneratória** é composta pelos seguintes elementos:

Fixa (pró-labore mensal)
Valoriza a responsabilidade técnica e provê estabilidade para a tomada de decisão.

Variável de curto prazo (bônus/PLR)
Atrelada ao cumprimento de metas anuais e indicadores de desempenho (KPIs) da Companhia, pode variar entre zero e 15 salários mensais, conforme o atingimento dos objetivos estabelecidos.

Variável de longo prazo
Os executivos são elegíveis a planos de Incentivo de Longo Prazo (ILP), visando à retenção de talentos e ao alinhamento aos interesses do negócio. Mediante aprovação dos órgãos competentes, a elegibilidade do plano pode ser estendida a outros cargos da Companhia.

Benefícios
Engloba assistências como plano de saúde e seguro de vida, em linha com as práticas usuais de mercado para cargos de alta gestão.

Por razões de confidencialidade, visando garantir a privacidade pessoal e financeira de seus colaboradores, o Grupo não divulga a proporção da remuneração total anual.

Clique aqui para saber mais sobre a **Política de Remuneração** dos conselheiros e executivos

Treinamento para lideranças

Com o objetivo de fortalecer as boas práticas e o exercício das funções executivas, o time de Governança Corporativa promoveu, em 2025, um treinamento aos membros da Administração no Brasil e nas estruturas *offshore*. A iniciativa reuniu cerca de 70 participantes e abordou temas fundamentais para a conformidade com o Estatuto Social — principal conjunto de regras de governança da Companhia —, políticas internas e as regulamentações vigentes para companhias abertas, como as normas da CVM e B3.

O treinamento detalhou obrigações críticas, incluindo o dever de sigilo sobre informações relevantes e o cumprimento rigoroso dos períodos de vedação para negociação de valores mobiliários. Foram reforçados os fluxos de aprovação e divulgação de Transações entre Partes Relacionadas, bem como a importância da tempestividade no reporte de informações pelas subsidiárias para a composição do Formulário de Referência e Demonstrações Financeiras consolidadas.

A capacitação também enfatizou a responsabilidade fiduciária dos administradores, alertando para os riscos civis, administrativos e reputacionais decorrentes de eventuais inobservâncias regulatórias. Para 2026, o Grupo Smart Fit planeja manter o foco no aprimoramento constante das práticas executivas e na disseminação da cultura de conformidade em todos os níveis.

Capacitação abordou **políticas internas e regulamentações vigentes** para companhias abertas, entre outros temas



ÉTICA E *COMPLIANCE*

GRI 2-23, 2-25, 2-27, 3-3 [RELAÇÕES INSTITUCIONAIS]

A Companhia mantém compromissos de política para uma conduta empresarial responsável, alinhados a marcos internacionais como os Princípios Orientadores da ONU sobre Empresas e Direitos Humanos, as normas da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A gestão do tema é transversal, alcançando 100% dos colaboradores e estendendo-se à cadeia de valor.

O Grupo monitora rigorosamente sua conformidade com leis e regulamentos em todos os países onde opera. As relações institucionais são gerenciadas sob princípios de legalidade e transparência. A atuação junto a órgãos governamentais e associações de classe foca na promoção de políticas públicas que favoreçam o interesse coletivo e o desenvolvimento do setor de saúde e bem-estar. Todas as ações de *advocacy* são pautadas pela ética e pelo estrito cumprimento das leis locais, sendo proibido qualquer tipo de contribuição política ou vantagem indevida em troca de decisões favoráveis.

As diretrizes éticas e de relacionamento da empresa estão consolidadas no Código de Ética e Conduta, documento central que orienta o comportamento de 100% dos colaboradores e parceiros de negócio. Além dele, o sistema de conformidade é fortalecido por políticas específicas, como a Política Anticorrupção e a Política de Transações com Partes Relacionadas e Conflito de Interesses.

Clique aqui para acessar as políticas da empresa



Canal de denúncia

GRI 2-25, 2-26

Como mecanismo central para o aconselhamento e relato de preocupações, a Companhia disponibiliza o canal de denúncia, operado de forma independente e externa por empresa especializada.

A ferramenta garante o anonimato e a confidencialidade, protegendo o denunciante contra qualquer forma de retaliação.

O canal está acessível 24 horas por dia, sete dias por semana, via *site* ou *e-mail*, atendendo colaboradores, alunos, fornecedores e demais *stakeholders*.

O tratamento dos relatos é gerido pela área de Compliance, com supervisão do Comitê de Ética. No ciclo de 2025, o Grupo recebeu 646 queixas, das quais 284 foram solucionadas.

As denúncias incluem assédio (moral e sexual), descumprimento de normas, discriminação, fraude e conflitos de interesse. Casos de maior criticidade são reportados regularmente ao Comitê de Auditoria, para que as medidas disciplinares, corretivas ou de reparação sejam aplicadas com rigor e imparcialidade.



Entre em contato

Site: **canaldedenuncia.com.br/smartfit/**

E-mail: **smartfit@canaldedenuncia.com.br**

Tratamento e resolução dos casos GRI 406-1

No período de relato, o Grupo Smart Fit contabilizou 26 ocorrências de discriminação, majoritariamente motivadas por questões de saúde. Desse total, 11 foram registradas via canal de denúncia, das quais três foram confirmadas e resultaram no desligamento dos envolvidos. Outros cinco casos foram encerrados por falta de provas ou inconclusividade, enquanto um permanece em apuração.

Simultaneamente, a Companhia acompanhou 13 processos judiciais de natureza trabalhista sobre o tema. Três foram julgados procedentes, dois improcedentes e oito permanecem *sub judice*. A empresa assegura que 100% das ocorrências passaram por análise interna para aplicação de planos de remediação.

Todas as ocorrências registradas **passaram por análise interna** para aplicação de planos de remediação

TOTAL DE OCORRÊNCIAS POR TIPO DE ENCAMINHAMENTO[1] GRI 2-25

	2023		2024		2025	
	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem	Quantidade	Porcentagem
Não tratadas[2]	46	16	117	25	225	34,83
Tratadas e não solucionadas[3]	59	20	57	12	60	9,29
Tratadas e solucionadas sem reparação	77	26	144	31	161	24,92
Tratadas e solucionadas com reparação	108	37	134	29	123	19,04
Em andamento	-	-	8	3	77	11,92
Total	**290**	**100**	**337**	**100**	**646**	**100**

1 Dados referentes a todos os países com unidades próprias: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.
2 Não tratados (status de "Dados insuficientes" no canal de denúncias): consideram-se os casos em que, mesmo após solicitação ao denunciante, não recebemos retorno com informações adicionais e ou evidências que viabilizem o início de uma apuração.
3 Tratadas e não solucionadas (status de "Não conclusivo" no canal de denúncias): consideram-se os casos em que, após investigação, não conseguimos concluir sobre a procedência ou não da denúncia (ex.: ausência de testemunhas, evidências etc).

Combate à corrupção

GRI 205-1, 205-2, 205-3

O combate à corrupção no Grupo Smart Fit exige uma postura proativa e de tolerância zero, integrando práticas de transparência em todas as unidades de negócio. Em 2025, 100% das operações próprias foram avaliadas quanto a riscos de corrupção, incluindo análises sobre lavagem de dinheiro e irregularidades em contratações.

A estratégia de mitigação baseia-se na disseminação contínua dos princípios de integridade. As políticas anticorrupção são comunicadas a todos os colaboradores e parceiros, enquanto treinamentos obrigatórios são direcionados à alta governança e a lideranças estratégicas. No ciclo coberto por este relato, não foram registrados casos confirmados de corrupção envolvendo colaboradores da Companhia.

MEMBROS DA GOVERNANÇA COMUNICADOS E TREINADOS SOBRE POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO, POR REGIÃO[1] GRI 205-2

	2025	
Brasil	**Comunicados**	**Treinados**
Número total de membros comunicados/treinados	1.262	825
Percentual de membros comunicados/treinados	100	65,37

1 O percentual informado refere-se ao total de líderes que concluíram o curso anticorrupção até 31 de dezembro de 2025. Ressalta-se que 100% dos líderes foram formalmente comunicados sobre a obrigatoriedade do curso, por meio das trilhas de *onboarding*, garantindo ampla divulgação e acesso ao treinamento desde o ingresso ou atualização no programa. Como evidência, segue o levantamento realizado na plataforma da Universidade Corporativa com dados sobre o progresso, considerando 31 de dezembro de 2025 como data de corte.

EMPREGADOS COMUNICADOS E TREINADOS SOBRE POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO, POR REGIÃO GRI 205-2

	2024		2025	
	Comunicados	**Treinados**	**Comunicados**	**Treinados**
Brasil[1]				
Número de empregados	-	1.022	1.262	825
Percentual de empregados comunicados/treinados	-	-	100	65,37
México				
Número de empregados	-	1.685	-	-
Outros países				
Número de empregados	-	3.906	-	-

1 A realização do treinamento anticorrupção no Brasil não é obrigatória para todos os colaboradores do grupo, somente para cargos de liderança da Companhia.

EMPREGADOS COMUNICADOS E TREINADOS SOBRE POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO, POR CATEGORIA FUNCIONAL [1,2,3] GRI 205-2

	2023		2024		2025	
	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados	Comunicados	Treinados
Diretoria						
Número de empregados	20	17	24	0	24	14
Percentual de empregados comunicados/treinados	100	85	100	0	100	58,33
Gerência						
Número de empregados	133	130	832	17	1.063	737
Percentual de empregados comunicados/treinados	100	98	100	3	100	69,33
Coordenação						
Número de empregados	61	58	63	1	120	61
Percentual de empregados comunicados/treinados	100	95	100	2	10	48,8
Supervisão						
Número de empregados	19	19	84	3	14	4
Percentual de empregados comunicados/treinados	100	100	100	4	100	36,36
Líder						
Número de empregados	580	566	19	7	36	9
Percentual de empregados comunicados/treinados	100	98	100	37	100	25
Total						
Número de empregados	**813**	**790**	**1.022**	**28**	**1.262**	**825**
Percentual de empregados comunicados/treinados	**100**	**97**	**100**	**3**	**100**	**65,53**

1 O treinamento anticorrupção é obrigatório somente à liderança. O treinamento anticorrupção não possui periodicidade anual, sendo exigido apenas uma vez por colaborador, a menos que haja atualização no conteúdo, o que não ocorreu em 2025. No ano, os dados foram atualizados para incluir o número total de empregados por cargo, novas contratações no período e a participação nos treinamentos obrigatórios. O percentual de empregados treinados considera apenas os novos colaboradores contratados, uma vez que aqueles que realizaram o treinamento anteriormente não precisam refazê-lo. Já o total de colaboradores comunicados em 2025 inclui apenas os novos colaboradores que não realizaram o treinamento obrigatório no ciclo anterior.
2 Dados do Brasil.
3 Em relação aos parceiros de negócios, destaca-se que 100% receberam informações sobre os critérios de anticorrupção adotados pela organização através do Código de Ética e Conduta e Política Anticorrupção.

Conflitos de interesse GRI 2-15

Para prevenir e mitigar situações de conflito de interesse, a empresa adota processos estruturados que incluem políticas claras, educação continuada e o uso de autodeclarações por parte dos tomadores de decisão. Em situações de potencial conflito, a Companhia assegura o isolamento das partes interessadas nas deliberações e mantém registros transparentes de todas as decisões. Informações sobre participações cruzadas em outros órgãos de administração ou relações com acionistas controladores são reportadas de forma pública por meio do Formulário de Referência.

Processos estruturados, políticas claras, registros formais e autodeclarações orientam práticas

GESTÃO DE RISCOS



O Grupo atua de forma proativa na prevenção de riscos e adversidades que possam impactar suas operações e resultados financeiros. A Política de Gestão Estratégica de Riscos, aprovada pelo Conselho de Administração, estabelece as diretrizes, controles e instrumentos necessários para um gerenciamento eficiente.

A governança do tema é centralizada na Comissão de Gestão de Riscos, que se reúne bimestralmente para identificar, mapear e monitorar indicadores, além de revisar periodicamente os processos internos e acompanhar atualizações regulatórias.

O processo de gestão é baseado no modelo COSO-ERM, padrão internacional amplamente utilizado, e segue **quatro etapas principais**:

1. **Identificação** dos riscos que possam afetar metas e resultados
2. **Avaliação**, considerando impacto e probabilidade de ocorrência
3. **Definição** de limites de exposição (apetite ao risco)
4. **Planos de ação** para reduzir ou adequar a exposição aos níveis aprovados

A Companhia monitora os seguintes riscos:

Estratégicos

- Riscos políticos e macroeconômicos, que podem impactar o ambiente de negócios;
- Mudanças no mercado ou no comportamento dos consumidores;
- Decisões estratégicas equivocadas, como expansão em mercados pouco atrativos ou falhas na execução da estratégia;
- Movimentos da concorrência ou alterações estruturais no setor.

Operacionais

- Riscos tecnológicos, como falhas em sistemas, infraestrutura de TI ou segurança de dados;
- Riscos ambientais, associados aos impactos ambientais das atividades ou ao cumprimento de normas relacionadas;
- Interrupções operacionais, falhas de processos ou problemas na execução das atividades;
- Dependência de fornecedores ou parceiros.

Financeiros

- Risco de câmbio, decorrente da exposição a moedas estrangeiras;
- Risco de juros, relacionado à variação nas taxas de financiamento;
- Risco de liquidez, que envolve a capacidade de cumprir obrigações financeiras;
- Risco de endividamento e alavancagem.

De conformidade (*compliance*)

- Riscos regulatórios, ligados a mudanças na legislação ou exigências de órgãos reguladores;
- Riscos legais, como processos judiciais ou penalidades;
- Riscos de integridade, incluindo fraudes, corrupção ou violações ao código de ética;
- Não conformidade trabalhista, ambiental ou anticorrupção.

Abordagem tributária e risco fiscal GRI 207-1, 207-2, 207-3

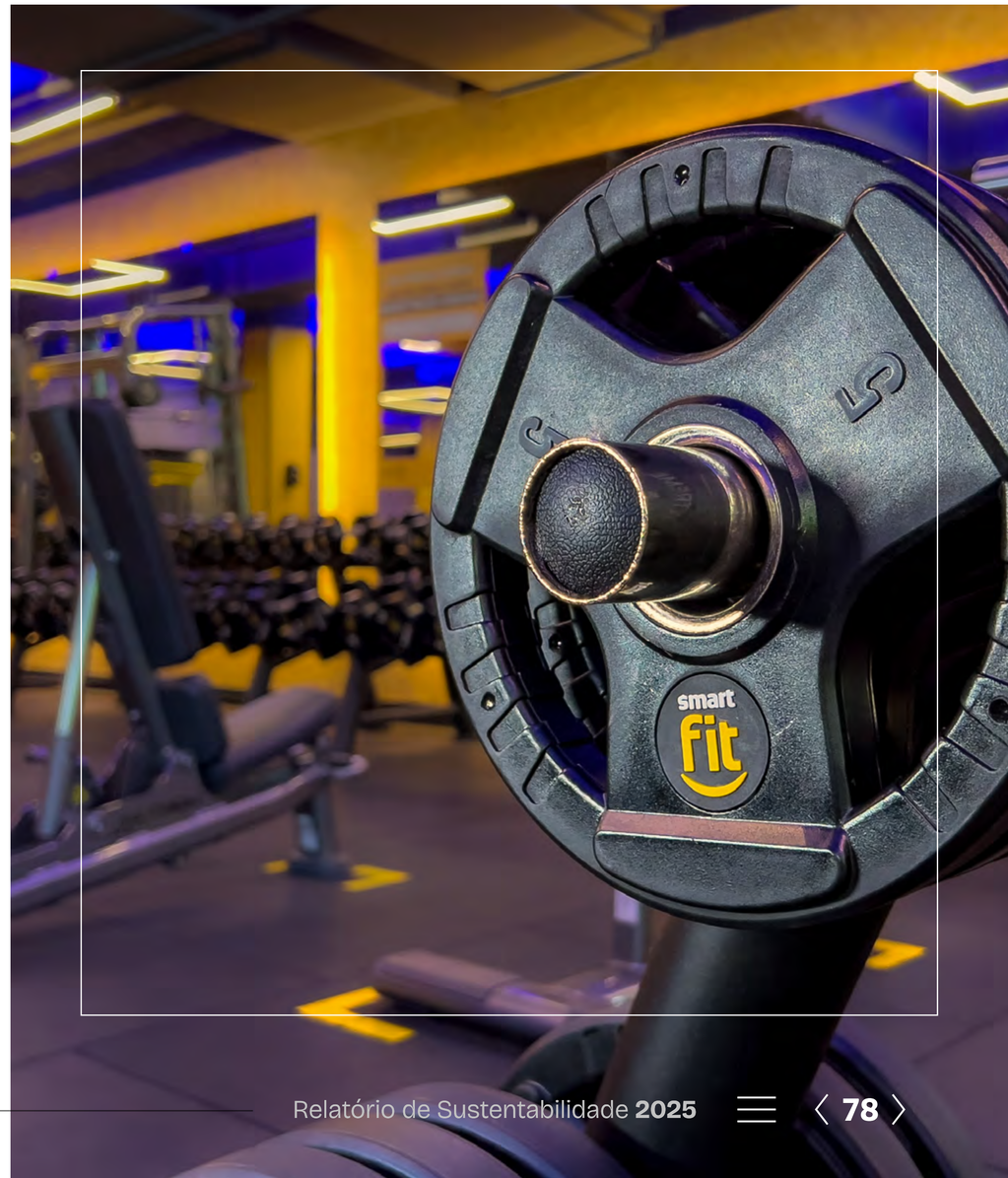
O Grupo Smart Fit adota uma estratégia tributária norteada pelo cumprimento das legislações fiscais em todas as jurisdições onde mantém operações. O Conselho Fiscal atua como o órgão encarregado de supervisionar a conformidade das obrigações da Companhia, garantindo que a gestão fiscal esteja alinhada com os princípios de transparência e responsabilidade da empresa.

O gerenciamento de riscos tributários é realizado por meio de agendas recorrentes de acompanhamento e auditoria. As avaliações consideram o controle econômico, a sustentabilidade da empresa e a análise técnica da relação entre risco e retorno. Em casos de divergências legais ou incertezas normativas, a Companhia leva em conta a necessidade de ingressar em discussões administrativas ou judiciais, mantendo sempre o foco na mitigação de passivos e na eficiência fiscal.

No âmbito das relações institucionais, as ações de *advocacy* em políticas públicas tributárias são pautadas pelos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade e interesse público. A interação com as autoridades ocorre prioritariamente por escrito, por meio de portais oficiais, ou em reuniões previamente agendadas para o debate de temas estritamente técnicos, cumprindo a política de bons costumes e respeito mútuo adotada pelo Grupo.

A empresa avalia de forma contínua as preocupações dos *stakeholders* por meio de relatórios e diálogos cotidianos. Esse *feedback* é considerado relevante para identificar possíveis oportunidades de melhoria ou vícios em obrigações específicas. Contudo, a Companhia mantém o princípio de que tais contribuições não se sobrepõem às exigências da norma fiscal vigente, demonstrando de forma transparente como o contributo das partes interessadas é integrado na gestão tributária global.

Avaliações consideram **controle econômico, sustentabilidade e análise técnica**





SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

GRI 418-1

A segurança de ativos digitais e a proteção da privacidade dos dados dos clientes e colaboradores são tratadas pelo Grupo Smart Fit com o rigor que o tema exige. Com uma estrutura de governança centralizada no Brasil e replicada operacionalmente em todos os territórios em que possui operações, a Companhia utiliza um modelo de defesa em camadas para mitigar riscos cibernéticos e viabilizar a continuidade ininterrupta dos serviços em todas as unidades e plataformas digitais.

A arquitetura de segurança é reforçada pelo uso de tecnologias de última geração, destacando-se o emprego de inteligência artificial para o monitoramento em tempo real de tentativas de fraude e a identificação proativa de vulnerabilidades antes que possam ser exploradas. Treinamentos e eventos de engajamento, como a Semana da Segurança da Informação, que capacita o quadro funcional para atuar como a primeira linha de defesa contra incidentes, reforçam a cultura em torno da proteção.

No ciclo de 2025, o Grupo monitorou e tratou eventuais denúncias de privacidade e incidentes de segurança. No total, foram registradas 51 queixas fundamentadas relativas a violações de privacidade de dados de clientes, sendo 43 recebidas de terceiros e validadas internamente e oito formalizadas por agências reguladoras. Durante o período, foram constatados dois casos de vazamento, roubo ou perda de dados.

Todas as anomalias confirmadas foram prontamente contidas e corrigidas pelas equipes de tecnologia e segurança da informação. A Companhia mantém o compromisso de aprimorar continuamente os seus protocolos de proteção para assegurar a integridade das informações e o respeito à privacidade em toda a sua jornada digital. As operações na Argentina, Costa Rica, Paraguai, Peru, Uruguai e Marrocos não reportaram nenhuma queixa comprovada, vazamento ou incidente envolvendo dados pessoais.

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI E SASB



SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

Declaração de uso	A SmartFit relatou em conformidade a Normas GRI para o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025.
GRI 1 usada	GRI 1: Fundamentos 2021
Norma setorial da GRI aplicável	Não aplicável

			Omissão			
GRI Standards	**Conteúdo**	**Localização**	**Requisitos omitidos**	**Motivo**	**Explicação**	**ODS**
CONTEÚDOS GERAIS						
A organização e suas práticas de relato						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	13				
	2-2 Empresas incluídas no relato de sustentabilidade da organização	4				
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	4				
	2-4 Reformulações de informações	4				
	2-5 Verificação externa	91				
Atividades e trabalhadores						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	16 e 19				
	2-7 Empregados	44, 46, 47 e 48				8, 10
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	44				8

			Omissão			
GRI Standards	Conteúdo	Localização	Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	ODS
Governança						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-9 Estrutura de governança e sua composição	66				5, 16
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	66				5, 16
	2-11 Presidente do principal órgão de governança	66				16
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	66				16
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	66				
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	66				
	2-15 Conflitos de interesse	76				16
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	66				
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	66				
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	66				
	2-19 Políticas de remuneração	69				
	2-20 Processo para determinação da remuneração	69				
	2-21 Proporção da remuneração total anual		Conteúdo	Informação confidencial	O Grupo Smart Fit não reporta para garantir a privacidade pessoal e financeira dos colaboradores.	

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
Estratégia, políticas e práticas						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	9				
	2-23 Compromissos de política	66 e 71				16
	2-24 Incorporação de compromissos de política	66				
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	71, 72 e 73				
	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	72				16
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	71				
	2-28 Participação em associações	31				
Engajamento de *stakeholders*						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-29 Abordagem para engajamento de *stakeholders*	29				
	2-30 Acordos de negociação coletiva	50				8
TEMAS MATERIAIS						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	5				
	3-2 Lista de temas materiais	6				
Experiência, segurança e bem-estar dos clientes						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	23 e 26				

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
GRI 416: Saúde e segurança do consumidor 2016	416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	26				
	416-2 Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	26				16
GRI 417: *Marketing* e rotulagem	417-3 Incidentes de não conformidade relativos à comunicação de *marketing*	Em 2025, não se registraram casos de inconformidade das marcas com leis ou códigos voluntários em comunicações de *marketing*.				16
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e à perda de dados de clientes	79				16
Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	44				
GRI 202: Presença no mercado 2016	202-1 Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	50				1, 5, 8
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	48 e 49				5, 8, 10
	401-2 Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	50				3, 5, 8
	401-3 Licença-maternidade/paternidade	50				5, 8
GRI 402: Relações de trabalho 2016	402-1 Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	50				8

			Omissão			
GRI Standards	Conteúdo	Localização	Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	ODS
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	57				8
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	57				8
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	57				8
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referente a saúde e segurança do trabalho	57				8, 16
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	57				9
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	57				3
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos na saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócio	57				8
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	57				8
	403-9 Acidentes de trabalho	57				3, 8, 16
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano por empregado	52				4, 5, 8
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	51				8
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	52				5, 8, 10
GRI 407: Liberdade de associação e negociação coletiva 2016	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	50				8

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
Relações institucionais						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	71				
GRI 201: Desempenho econômico	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	34				8, 9
	201-4 Apoio financeiro recebido do governo	A Companhia não obteve nenhum incentivo ou benefício fiscal, isenção ou subvenção durante 2025.				
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	A Companhia não investiu em infraestrutura e apoio a serviços durante 2025.				5, 9, 11
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	58				1, 3, 8
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	74				16
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	74 e 75				16
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	74				16
GRI 207: Tributos 2019	207-1 Abordagem tributária	78				1, 10, 17
	207-2 Governança, controle e gestão de riscos fiscais	78				1, 10, 17
	207-3 Engajamento de *stakeholders* e gestão de suas preocupações quanto a tributos	78				1, 10, 17
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	58, 59 e 60				

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
GRI 415: Políticas públicas 2016	415-1 Contribuições políticas	O Grupo Smart Fit não realiza contribuições financeiras ou de qualquer outra natureza, direta ou indiretamente, a partidos políticos, políticos ou instituições afins.				16
Diversidade, inclusão e equidade						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	53				
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	54, 55 e 56				5, 8
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	51				5, 8, 10
GRI 416: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	73				5, 8
Eficiência energética						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	39				
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	41				7, 8, 12, 13
	302-2 Consumo de energia fora da organização	39				7, 8, 12, 13
	302-4 Redução do consumo de energia	39				7, 8, 12, 13

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
Gestão da cadeia de fornecedores						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	63 e 64				
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	Em 2025, a organização registrou que 81% do total de gastos com fornecedores foram destinados a parceiros locais.				8
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	63				
	308-2 Impactos ambientais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	63				
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	63				5, 8, 16
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	63				5, 8
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-2 Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	63				5, 8, 16
Transparência e relacionamento com franqueados						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	27				

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação	
Mudanças Climáticas						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	36				
GRI 305: Emissões	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	37				3, 12, 13, 14, 15
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	37				3, 12, 13, 14, 15
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	37				3, 12, 13, 14, 15
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	37				13, 14, 15
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Primeiro ano de relato, não há histórico para comparabilidade de redução de emissões.				13, 14, 15
Indicadores relevantes sem tema material						
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-3 Captação de água	42				6

SUMÁRIO SASB

Tema material	Código	Métrica	Página
Eficiência energética	SV-LF-130a.1	(1) Energia total consumida (2) porcentagem de eletricidade da rede elétrica (3) porcentagem de fontes renováveis	39 e 41
Experiência, segurança e bem-estar dos clientes	SV-LF-250a.1	(1) Taxa de fatalidade e (2) taxa de lesões para clientes	26
	SV-LF-250a.2	(1) Percentual de instalações inspecionadas para segurança, (2) percentual de instalações que falharam na inspeção	26
	SV-LF-000.A	Frequência	23 e 25
	SV-LF-000.B	Quantidade de horas de utilização dos clientes	23 e 25
Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores	SV-LF-320a.1	(1) Taxa total de incidentes registráveis (TRIR) e (2) taxa de quase acidentes (NMFR) para (a) funcionários diretos e (b) funcionários terceirizados	57

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

1. Erradicação da pobreza

2. Fome zero e Agricultura sustentável

3. Saúde e bem-estar

4. Educação de qualidade

5. Igualdade de gênero

6. Água potável e saneamento

7. Energia limpa e acessível

8. Trabalho decente e crescimento econômico

9. Indústria, inovação e infraestrutura

10. Redução das desigualdades

11. Cidades e comunidades sustentáveis

12. Consumo e produção responsáveis

13. Ação contra a mudança global do clima

14. Vida na água

15. Vida terrestre

16. Paz, justiça e instituições eficazes

17. Parcerias e meios de implementação

DECLARAÇÃO DE ASSEGURAÇÃO

GRI 2-5



DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE
Conformity Declaration

ASSEGURAÇÃO INDEPENDENTE

Nº 589.004/26

Aos membros da Alta Gerência e demais partes interessadas, esta **Declaração de Asseguração** documenta que a ABNT realizou atividades de asseguração independente de acordo com os padrões e princípios da Global Reporting Initiative (GRI), da Sustainability Accounting Standards Board (SASB) e PE-493 – Procedimento para Verificação de Relatórios de Sustentabilidade GRI da:

SMART FIT ESCOLA DE GINÁSTICA E DANÇA S.A.
CNPJ: 07.594.978/0001-78

Objeto da Declaração:
O Relatório de Sustentabilidade referente à prestação de contas do período de **1º de janeiro até 31 de dezembro de 2025.**

Equipe Verificadora:
Quelem Selau – Verificadora Líder

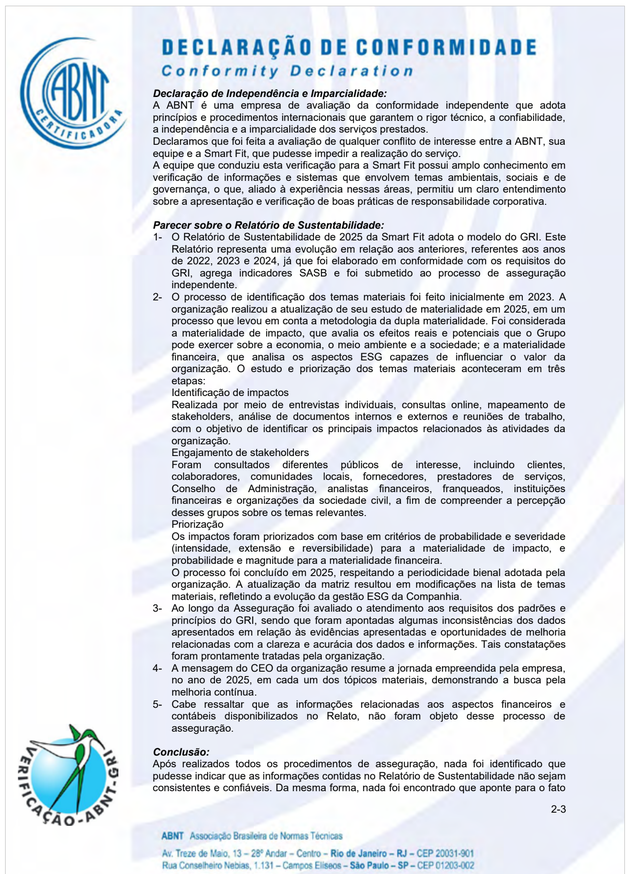
Nível de Confiança Adotado:
Limitado

Introdução:
A Smart Fit foi responsável por reunir dados e informações sobre seu desempenho, para elaborar seu Relatório de Sustentabilidade, bem como por disponibilizar as evidências coletadas no processo de asseguração. À ABNT coube a análise das evidências e da estrutura do Relatório de Sustentabilidade em relação aos requisitos aplicáveis estabelecidos pelas normas de referência.
As informações publicadas no Relatório de Sustentabilidade são de inteira responsabilidade da administração da Smart Fit.

Metodologia:
A asseguração foi realizada com a análise das últimas versões do Relatório de Sustentabilidade e do relatório do estudo de materialidade. Foram realizadas reuniões com os responsáveis pela elaboração do relatório sobre esses processos. Dessa forma foi possível realizar o planejamento das entrevistas com os responsáveis pelos dados e informações utilizados na elaboração do relatório.
Foram realizadas entrevistas remotas sobre os processos da organização e sobre dados e informações relacionados aos indicadores, com a utilização do aplicativo Microsoft Teams que permite o compartilhamento das evidências.
Tais evidências foram analisadas à luz dos critérios estabelecidos pelas normas de referência, levando em consideração os dados e informações propriamente ditas e os sistemas de controle e análise de dados utilizados na elaboração do Relatório de Sustentabilidade. As constatações resultantes foram relatadas aos responsáveis pelo relatório, que realizaram as alterações necessárias, resultando na versão final do documento.
Foi realizada uma amostragem básica com coleta de informações e rastreabilidade limitadas, suficiente para a verificação de que os Princípios de Relato (GRI 1: Fundamentos 2021) foram observados. O atendimento aos conteúdos gerais (Norma GRI 2) foram integralmente analisados e os dados e informações dos demais conteúdos GRI e indicadores SASB foram verificados de forma amostral, tendo em vista o estudo dos temas materiais apresentados no Relatório de Sustentabilidade.

1-3

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas
Av. Treze de Maio, 13 – 28º Andar – Centro – Rio de Janeiro – RJ – CEP 20031-901
Rua Conselheiro Nebias, 1.131 – Campos Elíseos – São Paulo – SP – CEP 01203-002



DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE
Conformity Declaration

Declaração de Independência e Imparcialidade:
A ABNT é uma empresa de avaliação da conformidade independente que adota princípios e procedimentos internacionais que garantem o rigor técnico, a confiabilidade, a independência e a imparcialidade dos serviços prestados.
Declaramos que foi feita a avaliação de qualquer conflito de interesse entre a ABNT, sua equipe e a Smart Fit, que pudesse impedir a realização do serviço.
A equipe que conduziu esta verificação para a Smart Fit possui amplo conhecimento em verificação de informações e sistemas que envolvem temas ambientais, sociais e de governança, o que, aliado à experiência nessas áreas, permitiu um claro entendimento sobre a apresentação e verificação de boas práticas de responsabilidade corporativa.

Parecer sobre o Relatório de Sustentabilidade:
1- O Relatório de Sustentabilidade de 2025 da Smart Fit adota o modelo do GRI. Este Relatório representa uma evolução em relação aos anteriores, referentes aos anos de 2022, 2023 e 2024, já que foi elaborado em conformidade com os requisitos do GRI, agrega indicadores SASB e foi submetido ao processo de asseguração independente.
2- O processo de identificação dos temas materiais foi feito inicialmente em 2023. A organização realizou a atualização de seu estudo de materialidade em 2025, em um processo que levou em conta a metodologia da dupla materialidade. Foi considerada a materialidade de impacto, que avalia os efeitos reais e potenciais que o Grupo pode exercer sobre a economia, o meio ambiente e a sociedade; e a materialidade financeira, que analisa os aspectos ESG capazes de influenciar o valor da organização. O estudo e priorização dos temas materiais aconteceram em três etapas:
Identificação de impactos
Realizada por meio de entrevistas individuais, consultas online, mapeamento de stakeholders, análise de documentos internos e externos e reuniões de trabalho, com o objetivo de identificar os principais impactos relacionados às atividades da organização.
Engajamento de stakeholders
Foram consultados diferentes públicos de interesse, incluindo clientes, colaboradores, comunidades locais, fornecedores, prestadores de serviços, Conselho de Administração, analistas financeiros, franqueados, instituições financeiras e organizações da sociedade civil, a fim de compreender a percepção desses grupos sobre os temas relevantes.
Priorização
Os impactos foram priorizados com base em critérios de probabilidade e severidade (intensidade, extensão e reversibilidade) para a materialidade de impacto, e probabilidade e magnitude para a materialidade financeira.
O processo foi concluído em 2025, respeitando a periodicidade bienal adotada pela organização. A atualização da matriz resultou em modificações na lista de temas materiais, refletindo a evolução da gestão ESG da Companhia.
3- Ao longo da Asseguração foi avaliado o atendimento aos requisitos dos padrões e princípios do GRI, sendo que foram apontadas algumas inconsistências dos dados apresentados em relação às evidências apresentadas e oportunidades de melhoria relacionadas com a clareza e acurácia dos dados e informações. Tais constatações foram prontamente tratadas pela organização.
4- A mensagem do CEO da organização resume a jornada empreendida pela empresa, no ano de 2025, em cada um dos tópicos materiais, demonstrando a busca pela melhoria contínua.
5- Cabe ressaltar que as informações relacionadas aos aspectos financeiros e contábeis disponibilizados no Relato, não foram objeto desse processo de asseguração.

Conclusão:
Após realizados todos os procedimentos de asseguração, nada foi identificado que pudesse indicar que as informações contidas no Relatório de Sustentabilidade não sejam consistentes e confiáveis. Da mesma forma, nada foi encontrado que aponte para o fato

2-3

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas
Av. Treze de Maio, 13 – 28º Andar – Centro – Rio de Janeiro – RJ – CEP 20031-901
Rua Conselheiro Nebias, 1.131 – Campos Elíseos – São Paulo – SP – CEP 01203-002



DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE
Conformity Declaration

de que Smart Fit não tenha estabelecido sistemas adequados de coleta, compilação e análise de dados, quantitativos e qualitativos, utilizados na elaboração dos conteúdos de meio ambiente, sociais e de governança aplicados no Relatório de Sustentabilidade. E que o relatório não esteja em conformidade com os Princípios para definição de conteúdo e qualidade em referência às Normas GRI para relatórios de sustentabilidade.

Rio de Janeiro, 05 de maio de 2026.

Guy Lavocat
Gerente de Certificação de Sistemas

Esta declaração de verificação é suportada por contrato de atendimento à norma e procedimentos da ABNT e é válida somente com a assinatura do Gerente de Certificação de Sistemas. Sua validade pode ser confirmada no seguinte endereço eletrônico: sustentabilidade@abnt.org.br (CNPJ: 33.402.892/0001-06 – Tel.: (21) 3974-2300).

3-3

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas
Av. Treze de Maio, 13 – 28º Andar – Centro – Rio de Janeiro – RJ – CEP 20031-901
Rua Conselheiro Nebias, 1.131 – Campos Elíseos – São Paulo – SP – CEP 01203-002

CRÉDITOS

COORDENAÇÃO GERAL

Bianca Daroz Freitas Marques Caldeira
Juana Melo Pimentel dos Santos
Marina de Souza Eicardi

PROJETO EDITORIAL

Grupo Report – rpt sustentabilidade
www.gruporeport.com.br

GESTÃO

Beatriz Miranda

CONSULTORIA GRI E SASB

Daniel Thurler
Marina Xavier

REDAÇÃO E EDIÇÃO

Emerson Gasperin
Graciana Feitosa

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Luiz Segreto
Rubem Hojo
Ully Cabral

REVISÃO

Alícia Toffani

PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA

Acervo Grupo Smart Fit

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

www.investor.smartfit.com.br

Para dúvidas, elogios ou sugestões, entre em contato via *e-mail*:
esg@smartfit.com

GRUPO

smart fit

BIO RITMO

smart fit

NATION CT

BE ON STUDIOS

TOTALPASS

QUEIMA DIÁRIA