

Relatório de Sustentabilidade

2023



BIO
RITMO

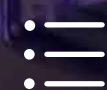


TONUS
GYM
THE MUSCLE LAB



QUEIMA
DIÁRIA

TOTALPASS



Sumário

3 BOAS-VINDAS
Sobre este relatório
Temas materiais
Mensagem executiva
Destaques de 2023

10 O GRUPO SMART FIT
Ecossistema do Grupo Smart Fit
Acesso ao *fitness* de alto padrão
Experiência do cliente
Performance operacional
Desempenho econômico e financeiro

31 PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS
Nas academias
Na sociedade

44 GESTÃO DE PESSOAS
Desenvolvimento e capacitação
Diversidade
Saúde e segurança

64 GESTÃO DOS NEGÓCIOS
Estrutura de governança
Ética e *compliance*
Gestão de riscos
Fornecedores

76 SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

86 CRÉDITOS



Boas-vindas



BIO
RITMO



TONUS
GYM
THE MUSCLE LAB



QUEIMA
DIÁRIA

TOTAL PASS

SOBRE ESTE RELATÓRIO

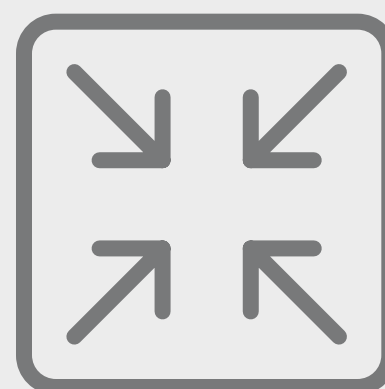
GRI 2-3, 2-5

O Grupo Smart Fit apresenta o Relatório de Sustentabilidade, com as suas principais iniciativas e resultados no período entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2023. Com esta edição, a Companhia demonstra como está se estruturando para integrar as melhores práticas ambientais, sociais e de governança (ESG, na sigla em inglês) em suas operações, nos 15 países onde atua.

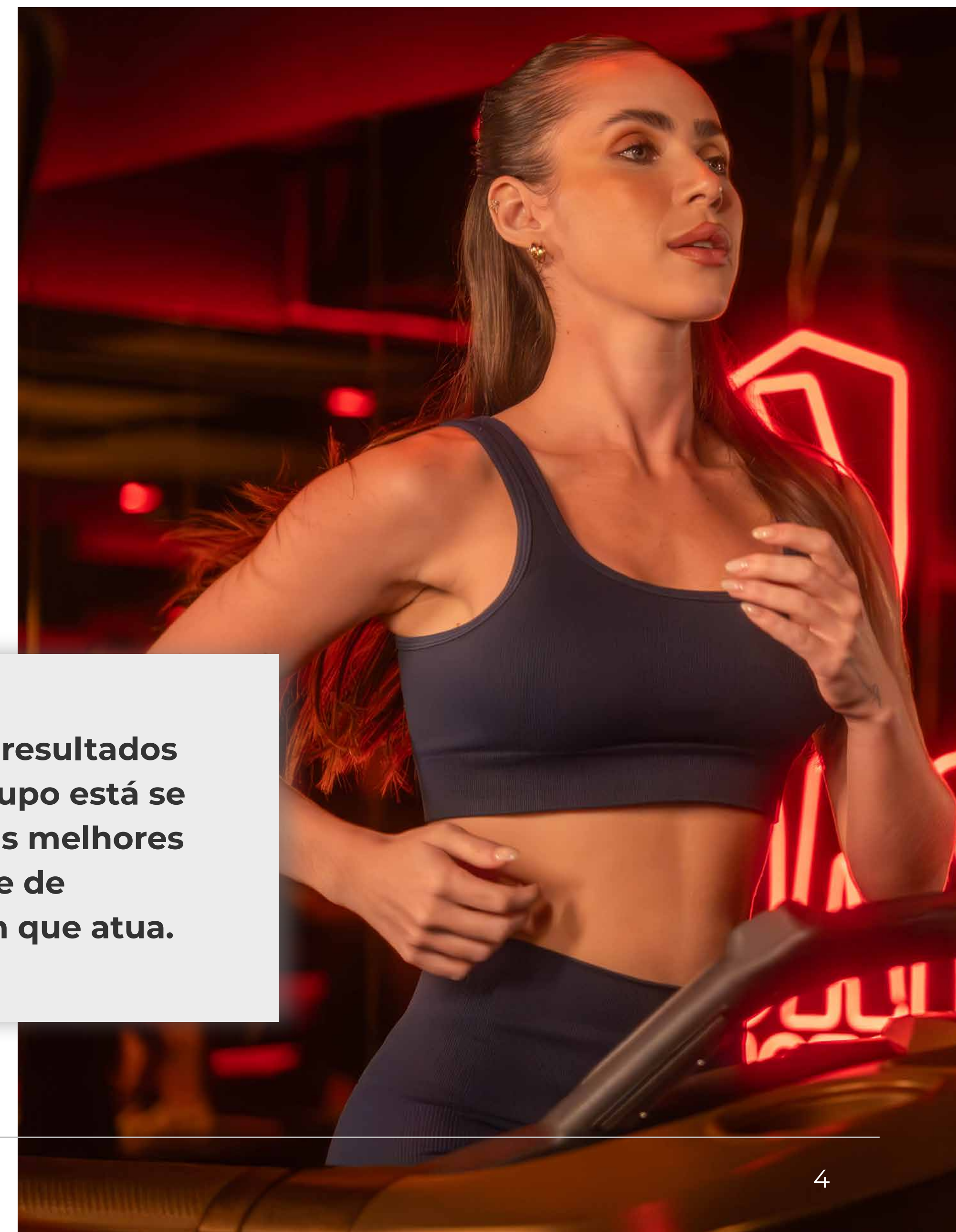
Elaborado com base na Global Reporting Initiative (GRI), metodologia reconhecida internacionalmente, o documento contém as ações mais relevantes de desenvolvimento sustentável do Grupo, alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU).

A publicação começa com os destaques da Companhia no ano, seguidos por um descritivo sobre seus negócios e sua estratégia para manter e aprimorar os processos de gestão. Também são apresentados os resultados operacionais, incluindo dados econômicos e financeiros referentes ao ciclo abrangido.

Os capítulos seguintes detalham as iniciativas relacionadas ao meio ambiente, social e de governança. Por fim, há o sumário de conteúdo GRI, uma lista com todos os indicadores contemplados pelo Grupo Smart Fit de acordo com os critérios da metodologia adotada. Este relatório não passou por verificação externa. Para dúvidas, sugestões ou mais informações sobre o conteúdo, entre em contato pelo e-mail esg@smartfit.com.



As principais iniciativas e os resultados de 2023 mostram como o Grupo está se estruturando para integrar as melhores práticas ambientais, sociais e de governança nos 15 países em que atua.



TEMAS MATERIAIS

GRI 3-1, 3-2

A agenda de sustentabilidade do Grupo Smart Fit se norteia pelos temas que seus *stakeholders* (públicos de interesse) consideram mais relevantes aos negócios. O processo para defini-los consistiu na elaboração da matriz de materialidade, que contemplou **três fases de trabalho**, apresentadas ao lado.

Para priorizar os temas levantados, foi adotada a metodologia de dupla materialidade desenvolvida pelo European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG). A análise abrange dois aspectos: a materialidade de impacto, que avalia os efeitos que o Grupo pode exercer sobre o meio ambiente e na sociedade; e a materialidade financeira, que analisa os aspectos socioambientais capazes de influenciar as atividades e os negócios.

O cruzamento dos dois eixos deu origem à matriz de materialidade da Companhia. A lista foi revisada e aprovada pela alta direção, levando em conta temas correlacionados com os ODS.

1.

CONSTRUÇÃO DE UMA RÉGUA SETORIAL

Mapeamento dos temas mais relevantes para o Grupo, com a finalidade de orientar a construção de uma jornada ESG significativa. Após análise para consolidação, os temas foram calibrados de acordo com o perfil de linguagem da Companhia.

3.

CONSULTAS A *STAKEHOLDERS*

Nesta última etapa, composta por pesquisas e entrevistas com representantes dos públicos de interesse, o Grupo procurou compreender quais questões ESG priorizar em sua estratégia organizacional, a partir da percepção de *stakeholders-chave*.

2.

PRIORIZAÇÃO DE *STAKEHOLDERS*

Baseada nos princípios da norma AA1000SES – Stakeholder Engagement Standard 2015 (uma estrutura que ajuda as empresas a avaliarem, projetarem, implementarem e comunicarem o engajamento das partes interessadas), esta etapa analisou a importância dos grupos de *stakeholders*.

PRIORITÁRIO

Experiência do cliente

Superar as expectativas dos clientes e gerar fidelidade e satisfação, possibilitando uma experiência única através dos produtos e serviços do Grupo.

MUITO IMPORTANTE

Desempenho econômico-financeiro

Desempenho econômico-financeiro

Buscar continuamente e com responsabilidade os resultados econômico-financeiros, viabilizar a operação e remunerar de forma justa as partes relacionadas.

Relação com a sociedade

Gerar valor compartilhado a todos os públicos de interesse e contribuir com o desenvolvimento social.

Valorização de colaboradores

Reter e atrair talentos alinhados com a cultura da Companhia e promover um ambiente de oportunidades, desenvolvimento e reconhecimento para o alcance de resultados coletivos.

ODS

8. Promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos.



3 SAÚDE E BEM-ESTAR



O ODS 3 é intrínseco aos negócios do Grupo Smart Fit, visto que sua finalidade é promover a saúde e o bem-estar.

IMPORTANTE

Governança corporativa

Gerenciar os negócios com ética, transparência, responsabilidade e de forma eficaz.

ODS



16.6. Desenvolver instituições eficazes, responsáveis e transparentes em todos os níveis.

Gestão de fornecedores

Gestão da cadeia de fornecimento e priorizar produtos e serviços aderentes às boas práticas de sustentabilidade.

ODS



12. Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis.

Diversidade e direitos humanos

Atuar proativamente na preservação e aplicação do Código de Ética e Conduta e dos valores do Grupo e na promoção da diversidade e respeito aos direitos humanos.

ODS



10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles.
10.2. Até 2030, empoderar e promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, gênero, deficiência, raça, etnia, origem, religião ou condição econômica.

Inovação

Inovar, de forma contínua, nos produtos, serviços e processos, e contribuir com o avanço da saúde e bem-estar e com a evolução do mercado *fitness*.

Ecoeficiência

Ampliar as iniciativas de ecoeficiência, mitigar os impactos da operação e promover o consumo consciente e preservação do meio ambiente.

ODS



7.2. Até 2030, aumentar substancialmente a participação de energias renováveis na matriz energética global.



13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos.

No período, não ocorreram modificações em relação aos temas materiais do relatório anterior. A Companhia manteve os temas considerados essenciais na gestão e comunicação de suas práticas e impactos.

MENSAGEM EXECUTIVA

GRI 2-22

Começamos 2023 com recorde de captação de clientes em janeiro. A conquista foi um prenúncio de que, mais que uma retomada, poderíamos superar marcas históricas do Grupo Smart Fit. Para isso, tínhamos que aperfeiçoar cada processo, cada aspecto, cada detalhe que tornou a Companhia referência no seu setor. Desafio aceito, aprimoramos o que já fazíamos bem e desenvolvemos novas competências para atingirmos de forma ainda melhor nosso propósito: proporcionar o acesso, ao maior número de pessoas, ao *fitness* de alto padrão.

O empenho em evoluir constantemente repercutiu no forte crescimento das novas unidades, assim como na recomposição e manutenção da rentabilidade das academias maduras*. A consistência da operação ficou demonstrada pela permanência do Net Promoter Score (NPS, índice que mede a satisfação dos clientes) em patamares de excelência, em diversos países da América Latina.

* Unidade madura possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano-calendário.



Em 2023, aprimoramos o que já fazíamos bem e desenvolvemos novas competências para superar marcas históricas do Grupo Smart Fit

Tivemos na expansão um de nossos principais focos ao longo do ano. Adquirimos a *joint venture* das operações no Panamá e Costa Rica e inauguramos as primeiras unidades no Uruguai. Com as 215 unidades inauguradas em 2023, chegamos a 1.438 academias, marcando nossa presença em mais de 380 cidades da América Latina.

O ritmo acelerado das inaugurações, somado ao aumento na base de alunos das academias maduras, fez com que o número de clientes atingisse aproximadamente 4,5 milhões, 655 mil a mais do que em 2022. Considerando apenas as academias, eram 4,1 milhões de usuários, um acréscimo de 20% frente ao ano anterior.

Além dos serviços *fitness*, o Grupo avançou em sua agenda ESG. Elaboramos a matriz de materialidade e divulgamos nosso primeiro relatório de sustentabilidade, baseado na metodologia GRI. Intensificamos os esforços para aumentar a eficiência energética e a participação de energias renováveis, com 148 unidades no Brasil operando com projetos de energia no mercado livre ou de geração distribuída, mais do que o dobro de 2022. A automatização do sistema de ar-condicionado foi estendida para mais 149 unidades, totalizando 224 academias que, juntas, reduziram o consumo anual em 6,1 GWh.

A Companhia também fortaleceu suas estratégias de *marketing*, com campanhas e ativações que destacaram os atributos da marca Smart Fit, incluindo a infraestrutura de alto padrão e a experiência diferenciada das academias. Entre as iniciativas, ressaltamos o patrocínio de corridas de rua em vários países da América Latina e a parceria com os Comitês Olímpicos do Brasil, Colômbia e Panamá. Essas ações reforçaram nosso compromisso com a promoção do esporte e dos valores olímpicos.

No âmbito digital, investimos para melhorar a experiência do cliente e incrementar a eficiência operacional. Mais de 3 milhões de treinos foram prescritos por meio de nossos aplicativos, dos quais quase a metade utilizando inteligência artificial. O Smart Fit Nutri alcançou mais de 150 mil alunos no Brasil, uma elevação de 50% ante o ano anterior.

A TotalPass, plataforma de benefícios corporativos, terminou o ano com mais de 15 mil unidades parceiras no Brasil e mais de 4 mil no México, totalizando sua presença em mil cidades. Suas funcionalidades continuam a se destacar junto aos departamentos de RH das empresas e potenciais parceiros, aproveitando-se da ampla rede de academias da Companhia.

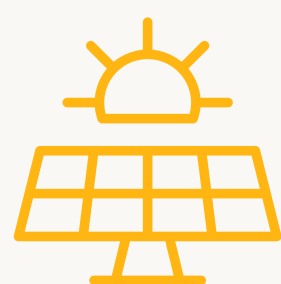
Tanto trabalho se refletiu em um desempenho financeiro com números expressivos. Pela primeira vez, a receita líquida ultrapassou R\$ 4 bilhões, comprovando a força das marcas da Companhia e sua proposta de valor única para os clientes. O Ebitda ajustado foi de R\$ 1,3 bilhão, mais do que o dobro do ano anterior, fruto da alta alavancagem operacional do negócio. A geração de caixa operacional girou em torno de R\$ 1,5 bilhão, um recorde suficiente para financiar os investimentos do período. O lucro líquido de mais de R\$ 1 bilhão, permitindo a primeira distribuição de proventos via juros sobre capital próprio (JCP) desde a oferta pública de ações em 2021.

Agradecemos a dedicação dos mais de 15 mil colaboradores e a confiança de todos os nossos *stakeholders*. Os resultados obtidos em 2023 deixam a Companhia otimista com as perspectivas para o futuro próximo, sempre mirando o bem-estar e a saúde dos clientes, consolidando a posição de liderança no segmento *fitness* na América Latina.

Edgard Corona
CEO

Na agenda ESG, avançamos com a elaboração de nossa primeira matriz de materialidade e o lançamento do nosso primeiro relatório de sustentabilidade

DESTAQUES DE 2023



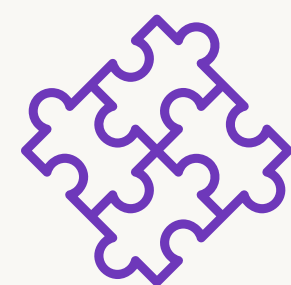
Finalizou o ano com

148 unidades com
energia renovável contratada
em projetos de geração
distribuída ou no mercado

livre de energia. Ao todo, conta-se com seis usinas solares, uma Central Geradora Hidrelétrica (CGH) e uma usina de biogás, estimulando a sustentabilidade nas operações do Grupo



Expansão dos projetos de eficiência energética para o **México** e **Colômbia**



Realização do primeiro **Censo de Diversidade**, que contou com a adesão de

88% de colaboradores do Grupo no Brasil



Introdução da **pesquisa de clima** com aderência de

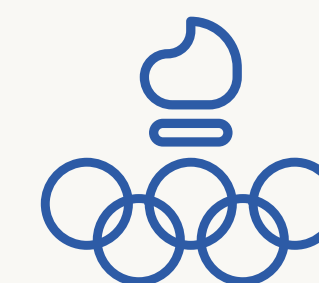
88% de todas as marcas do Grupo no Brasil



+ de **R\$ 2,8 milhões** destinados a projetos via leis de incentivo fiscal, valor cerca de cinco vezes superior ao total aplicado em 2022



+ de **4,5 mil** novos doadores mensais para o **Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF)**, recebendo da Organização o selo “Espaço Solidário à Infância” em todas as unidades da América Latina



Parceira oficial dos Comitês Olímpicos do Brasil, Colômbia e Panamá e do Comitê Paraolímpico da República Dominicana, promovendo valores olímpicos e apoiando atletas em competições globais



Lançamento do **1º Mês de Sustentabilidade** para difundir a agenda ESG e engajar os *stakeholders* em uma imersão de conhecimento sobre o tema

○ Grupo Smart Fit



O GRUPO SMART FIT

GRI 2-1, 2-2

O Grupo Smart Fit nasceu com a missão de proporcionar o acesso à prática de atividades físicas de alto padrão. Sua origem remonta a 1996, quando iniciou com a marca Bio Ritmo. Atualmente possui operações em 15 países da América Latina: Brasil, México, Colômbia, Chile, Peru, Argentina, Paraguai, Panamá, Costa Rica, República Dominicana, Equador, Guatemala, El Salvador, Honduras e, mais recentemente, Uruguai.

Reconhecida como uma das maiores redes de academias do mundo, a Companhia é líder no setor na América Latina e ocupa a quarta posição global em número de unidades. Além das bandeiras Smart Fit e Bio Ritmo, oferece uma variedade de produtos e serviços: Studios especializados, como Race Bootcamp, Jab House, Tonus Gym e Vidya Studio, com propostas diferenciadas e treinos específicos; e as plataformas digitais TotalPass, Queima Diária, Smart Nutri e Smart Coach, juntamente com facilidades que proporcionam uma proximidade maior com o cliente.

Base de clientes de
4,5 milhões,
17% acima do ciclo anterior,
sendo 4,1 milhões apenas em
academias (aumento de 20%
na comparação com 2022)

1.438 academias
(+18%), das quais
1.144 próprias (+18%) e
294 franquizadas (+15%)

15 países na
América Latina
com a estreia no Uruguai

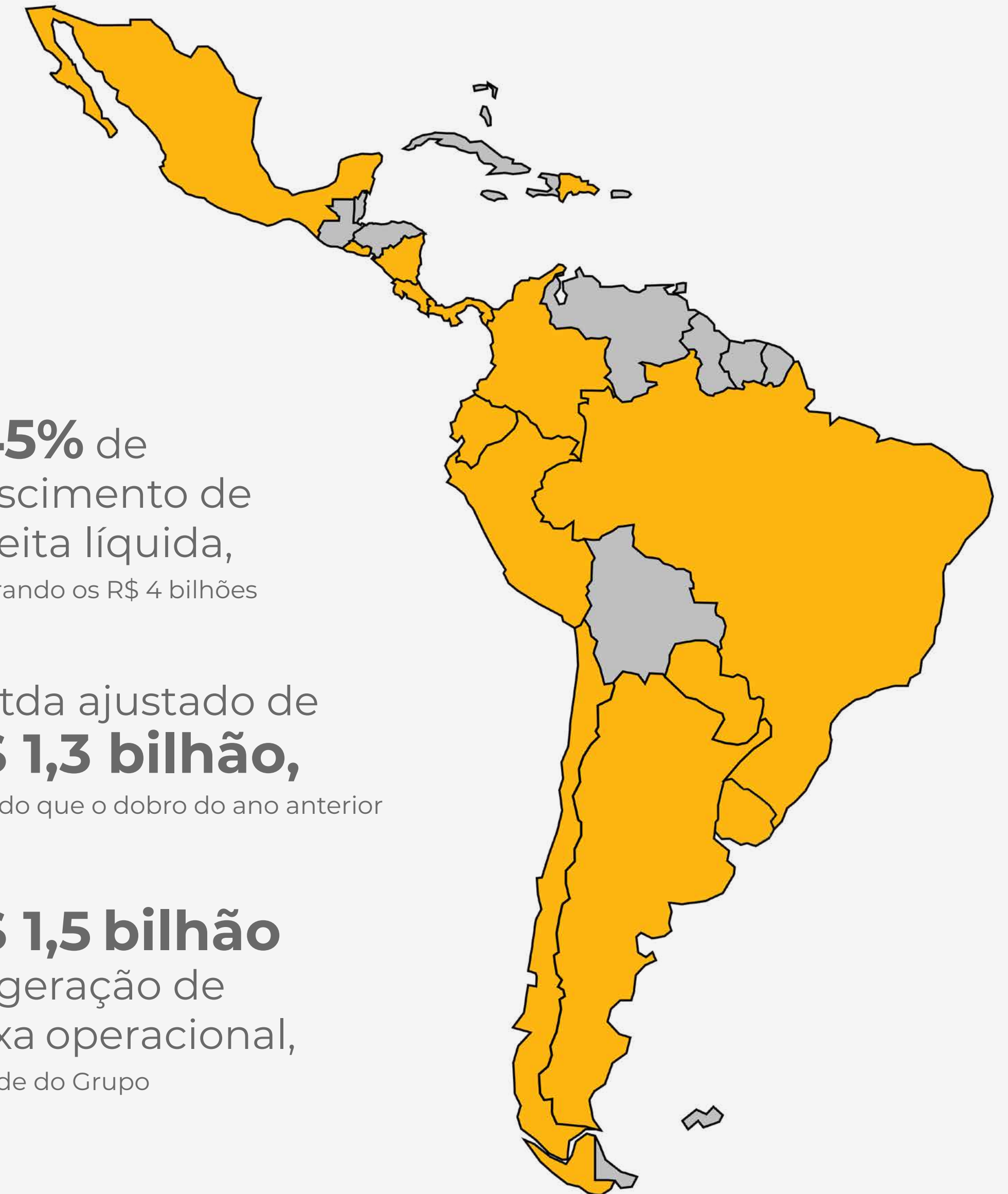
+ de **380**
cidades

+ de **15 mil**
colaboradores

+ **45%** de
crescimento de
receita líquida,
superando os R\$ 4 bilhões

Ebitda ajustado de
R\$ 1,3 bilhão,
mais do que o dobro do ano anterior

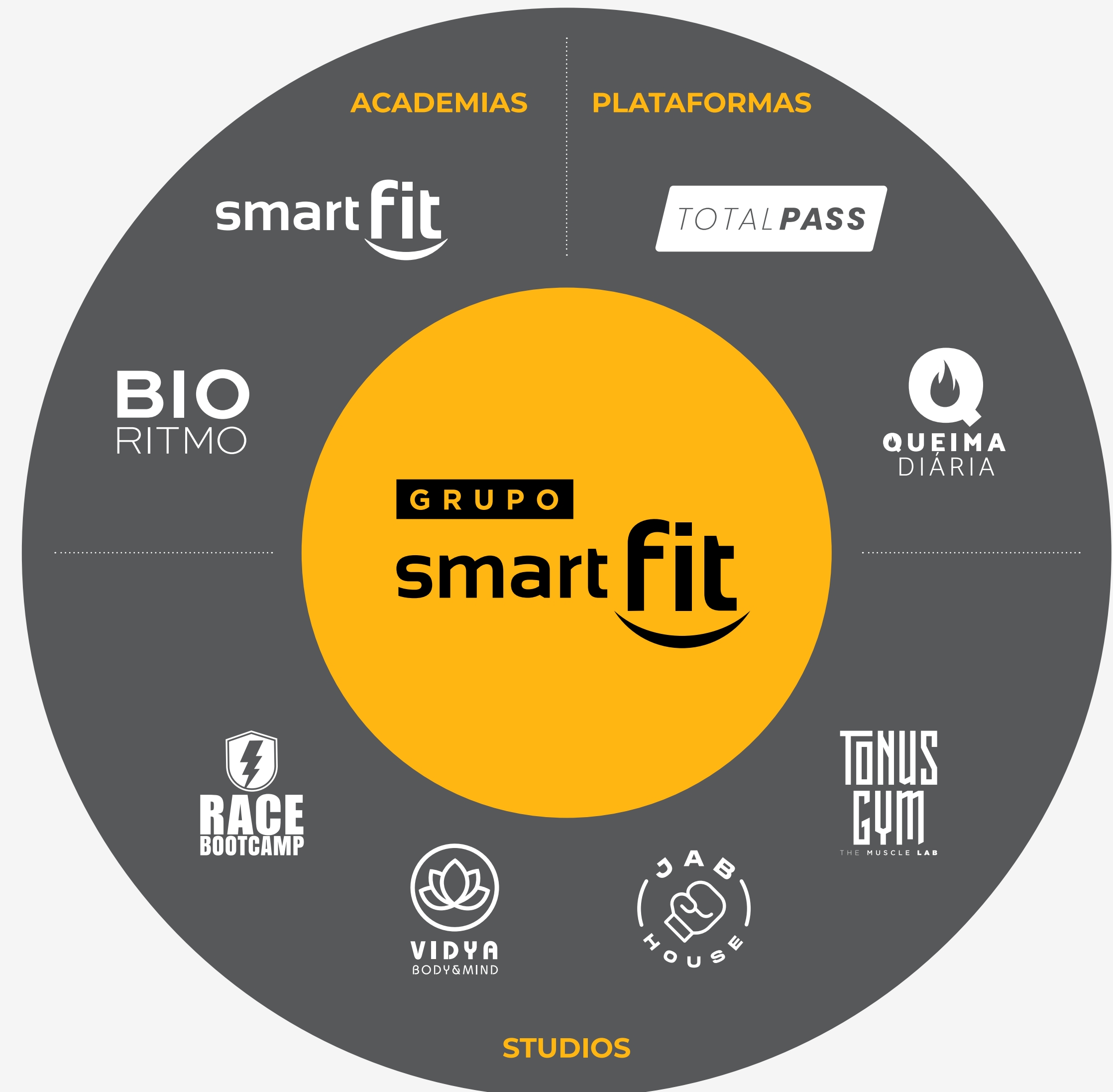
R\$ 1,5 bilhão
na geração de
caixa operacional,
recorde do Grupo



ECOSSISTEMA DO GRUPO SMART FIT

GRI 2-6

A Companhia agrega um ecossistema completo de saúde e bem-estar, que vai além das academias e oferece aos clientes uma gama de soluções para alcançar objetivos de forma prática e acessível, além de manter a proximidade com eles em cada etapa da jornada *fitness*.



Academias

SMART FIT

Com instalações modernas e equipamentos de ponta a mensalidades acessíveis, a rede se caracteriza por uma proposta de valor equivalente ao modelo *premium*, em termos de conveniência e qualidade, e tem como propósito democratizar o acesso à prática de atividades físicas de alto padrão.

BIO RITMO

Focada em oferecer uma experiência personalizada, combina infraestrutura de alta qualidade e uma gama de aulas e serviços. Destaca-se pelo atendimento exclusivo e programas de treinamento especializados, com salas amplas e aparelhos de última geração que atendem as necessidades de cada aluno.

Studios

RACE BOOTCAMP

Oferece uma experiência de treino intensa e dinâmica, combinando exercícios funcionais com esteira. Focado em alta intensidade, utiliza equipamentos e técnicas inovadoras para alcançar resultados rápidos e eficazes. O ambiente é moderno e motivador, com música e iluminação totalmente adaptados à sua proposta.

VIDYA BODY&MIND

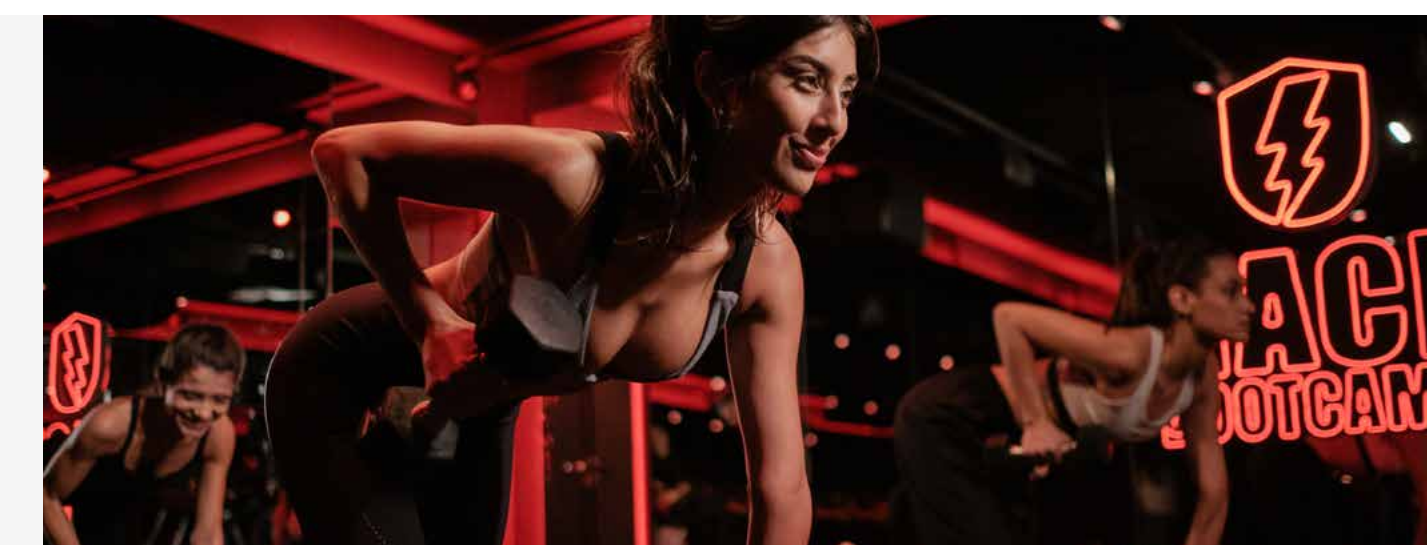
As aulas são realizadas em ambientes específicos, aquecidos a 40°C (Hot Yoga) ou em temperatura ambiente (Yoga), que ajudam a combater a ansiedade e promovem a saúde física e mental. Além dessa experiência única, oferece um serviço *premium*, com infraestrutura de qualidade superior e profissionais altamente qualificados.

JAB HOUSE

Voltado para quem busca um treino dinâmico e desafiador, utiliza equipamentos modernos e professores especializados. O ambiente é motivador, conectando aulas de boxe com treino funcional em uma experiência divertida e de alta intensidade.

TONUS GYM

Denominado como um laboratório de músculos, o ambiente dispõe de iluminação especial, estrutura inovadora e interação constante com os professores. O treino de musculação é coletivo, interativo e foca em grupos musculares específicos, variando os exercícios diariamente para evitar a monotonia. Utilizando apenas pesos livres, cada dia da semana é dedicado a um grupo muscular específico.



Serviços

SMART FIT NUTRI

Com o Smart Fit Nutri, fomentamos e democratizamos o acesso ao mercado nutricional. Em 2023, realizamos 84 mil consultas e 540 mil avaliações de bioimpedância. Além disso, ampliamos a disponibilidade de balanças de bioimpedância nas academias (Smart Fit Body), permitindo que os clientes acompanhassem, de forma mais regular, o progresso obtido com a prática de atividades físicas e reeducação alimentar. Como resultado, nossos clientes perderam mais de 206 mil quilos de gordura e ganharam mais de 90 mil quilos de massa magra no ano de 2023.

SMART FIT BODY

Oferece uma avaliação de bioimpedância com um equipamento específico para medir a composição corporal, fornecendo uma análise detalhada e precisa que auxilia no acompanhamento e ajuste dos treinos e da nutrição. Foram implantados 159 novos totens, o que contribuiu para um aumento de 39% nas avaliações de bioimpedância em comparação com o ano anterior. O acumulado de exames realizados até 2023 foi de 1,3 milhão.

SMART FIT COACH

Com a consultoria *online* de *personal trainer*, clientes e não clientes da Smart Fit podem personalizar os treinos e receber orientações em suas rotinas *fitness*.

Produtos

SMART FIT ENERGY

É a bebida esportiva consumida para melhorar a *performance* nos exercícios, somando sabor, nutrientes e resultado. São até seis sabores para ajudar na rotina de treino.

SMART FIT SUPPS

Marca licenciada de suplementos alimentares do Grupo Smart Fit, desenvolvida para auxiliar na conquista dos objetivos *fitness* de forma prática, eficaz e com qualidade.



Aulas

BURN HIIT ZONE

Circuito em formato de treinamento intervalado de alta intensidade (HIIT). Os participantes alternam entre quatro estações: *air bike*, remo, *step deck* e halteres. Esse programa combina exercícios de força e resistência, maximizando a queima de calorias e melhorando a capacidade cardiovascular.

TORQ

Diferentes treinos de *bike* em um ambiente equipado com tecnologia avançada, onde os alunos são desafiados a superar limites por meio de estímulos visuais e sonoros.

SQUAD

Treinos funcionais que utilizam diversos equipamentos e técnicas, explorando movimentos que trabalham força, resistência, agilidade e potência de maneira integrada.

VOLT

Aula com tecnologia de eletroestimulação muscular.

Plataformas

TOTALPASS

Benefício corporativo com foco no bem-estar integral, incentivando a mudança de hábitos e o cuidado com a saúde física e mental. Tem como missão ajudar as empresas a oferecer qualidade de vida a seus colaboradores. Os serviços vão desde o acesso a milhares de academias e estúdios em todo o país até sessões de psicologia *online* e meditação, para garantir que a saúde faça parte da rotina das pessoas de acordo com suas possibilidades. Atualmente, o TotalPass está presente no Brasil e no México.

QUEIMA DIÁRIA

Oferece uma ampla variedade de programas de atividade física *online* ou *offline*, por meio de computador, *smart TV*, *tablet* ou celular, com opções que vão desde treinos de alta intensidade até yoga e pilates. Projetada para facilitar a prática de exercícios em casa, atende a diferentes níveis de condicionamento físico e também conta com instrutores qualificados e uma interface de fácil acesso, tudo para tornar o treino eficaz e conveniente.

ACESSO AO FITNESS DE ALTO PADRÃO

Seja no segmento *premium*, seja no conceito *high value/low price* (alto valor/preço baixo, em inglês), o Grupo Smart Fit é referência em rede de academias. O protagonismo no setor se deve, principalmente, às marcas Bio Ritmo e Smart Fit, que, cada uma a seu modo, revolucionaram o universo de saúde e bem-estar no Brasil, sempre norteadas pelo propósito da Companhia: proporcionar o acesso ao *fitness* de alto padrão.

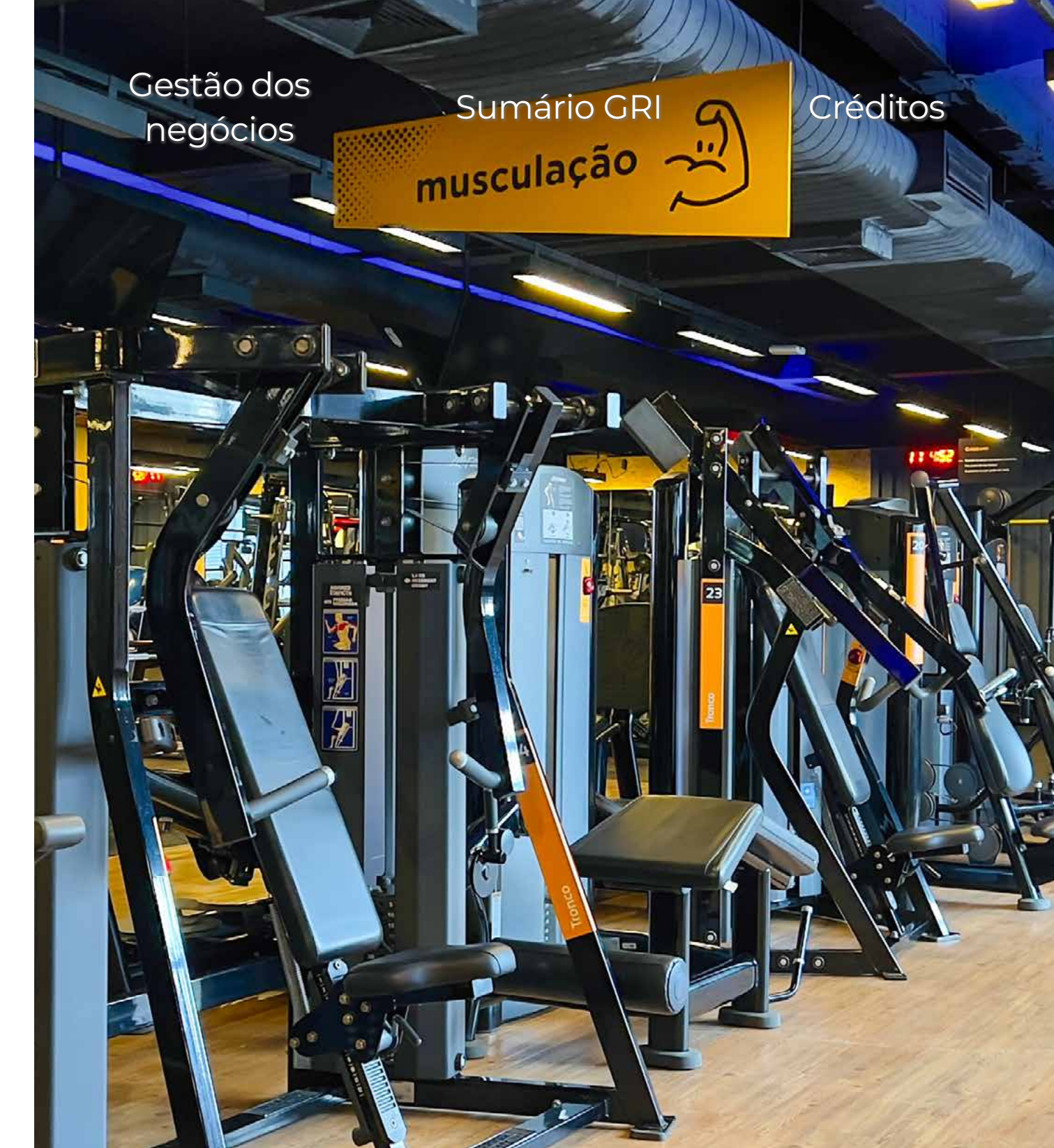
Com a Bio Ritmo, a Companhia entrou no mercado, em 1996, com a proposta de oferecer um ambiente para a prática de atividades físicas que alia sofisticação, design, excelência técnica e adoção de metodologias internacionais, além de programas, serviços e atendimento diferenciados. A partir de 2009, com a Smart Fit, o Grupo inovou mais uma vez, trazendo para o país um nicho de academias que têm instalações, equipamentos e abordagem de primeira linha, mas com uma diferença fundamental: valores mais acessíveis.

Os Studios complementam o portfólio do Grupo, com espaços modernos e inovadores, onde a experiência *fitness* é incrementada com treinos disruptivos, elaborados para os

mais variados perfis de clientes. Cada uma de suas quatro bandeiras – Race Bootcamp, Vidya Studio, Jab House e Tonus Gym – apresenta uma especialidade, sempre focada em bem-estar, motivação e excelência.

A estratégia de negócios é baseada na melhoria contínua da experiência dos clientes e da produtividade das academias, sem abrir mão de um modelo que garanta qualidade técnica e escalabilidade ao mesmo tempo. Abrange, ainda, iniciativas para o desenvolvimento e fortalecimento do ecossistema *fitness* da Companhia. Essa combinação coloca o Grupo em uma posição privilegiada tanto para aumentar a capilaridade onde já atua como para buscar novas oportunidades por meio de operações próprias ou franquias.

A expansão no Brasil e na América Latina prioriza localizações com grande potencial de crescimento e de fácil acesso. As unidades estão situadas em pontos estratégicos, selecionados de acordo com a conveniência aos clientes, e se sobressaem pela oferta de serviços a preços competitivos, focada no atendimento e na gestão de custos.



Estratégia de negócios é baseada na melhoria contínua da experiência dos clientes e da produtividade das academias

LINHA DO TEMPO

Expansão internacional do Grupo, com a abertura da primeira unidade Smart Fit no México. Nos anos subsequentes, a Companhia chegou aos seguintes países:



Fundação da Bio Ritmo, em São Paulo.

A Companhia é convidada a participar de *roundtable* (mesa redonda) nos Estados Unidos, onde empresários de diversos países discutiram as melhores práticas e estratégias de mercado.

Lançamento da plataforma B2B TotalPass e início da operação com os Studios.

O Grupo atinge a base de 3,8 milhões de clientes e inicia de forma estruturada a Agenda ESG da Companhia.

1996

2008

1997

2009

2011

2013

2017

2021

2022

2023

Nova unidade com arquitetura inovadora, destacando-se pelo projeto de iluminação especial e um ambiente sofisticado.

Lançamento da marca Smart Fit, que introduz no Brasil o conceito de academias *high value/low price* (alto valor/preço baixo).

A equipe começa a ser avaliada pelo NPS, com ênfase na satisfação do cliente.

As ações da Companhia começam a ser listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (B3), Brasil.

Recorde de expansão com adição de 215 unidades e 4,5 milhões de clientes.

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

GRI 3-3 (Experiência do cliente)

Para entregar a melhor experiência ao cliente, prevista no próprio modelo de negócio, a Companhia pauta sua atuação em **quatro pilares**, apresentados abaixo.



Disponibilizar um serviço de alto padrão



Garantir conveniência para os clientes, estando presente perto do seu trabalho e/ou de suas casas, tornando a rotina *fitness* mais fácil e descomplicada



Oferecer instalações de qualidade e os melhores equipamentos do mercado para promover aulas eficientes, com equipe motivada



Ofertar soluções digitais inovadoras, que permitam aos frequentadores estarem bem orientados pelos professores, para treinar dentro ou fora da academia

Para manter a comunicação e a interação com os clientes, o “Espaço do Cliente” é um dos canais de comunicação dedicado, onde esse público pode buscar informações, esclarecer dúvidas, resolver problemas e fornecer *feedback* sobre os serviços da academia. Outra alternativa são os totems de autoatendimento nas unidades, que agilizam transações como adesões e *upgrades* de planos, atualizações cadastrais, recompras, resolução de pendências financeiras e transferências de unidades.

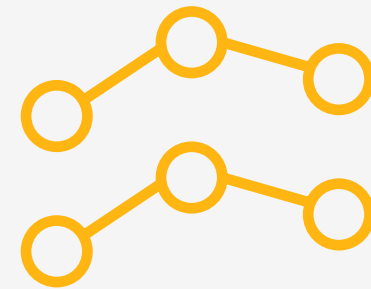
Em todas as áreas de atuação, incluindo produtos e serviços, para clientes finais ou corporativos, o Grupo Smart Fit busca aumentar a fidelização e receita, melhorar a experiência do cliente e gerenciar a reputação das próprias marcas.

A comunicação aberta e a participação dos públicos de relacionamento nas decisões são essenciais para fornecer subsídios para as ações tomadas e informar sobre sua eficácia. O Grupo se dedica a monitorar continuamente a satisfação dos clientes, implementar novas estratégias e inovações e ajustar processos para garantir uma experiência positiva e fidelização.

Indicadores de performance

Para medir a satisfação dos clientes, o Grupo Smart Fit utiliza o NPS, que consiste em uma pesquisa simples e direta, com uma coleta de *feedback* dos seus alunos. Os dados são utilizados para aprimorar os serviços e aumentar a retenção. A avaliação dos resultados considera três aspectos: satisfação do cliente, demanda pelo produto e retorno financeiro. Em termos de satisfação do cliente, a Companhia emprega a medição quantitativa diária do NPS e complementa essa análise com um entendimento qualitativo, obtido por meio de interações pessoais realizadas pela equipe de operações. Veja as notas acumuladas de 2023:

NPS



62
Smart Fit

76
Bio Ritmo

Para este público, os Studios, por exemplo, trabalharam o projeto “Wow Moments”: criação de momentos memoráveis para fortalecer a imagem das marcas junto aos alunos e impactá-los de forma positiva. Houve ainda a organização de grupos de WhatsApp e Comunidades em todas as unidades para informar os clientes sobre ações locais

Franquias GRI 2-29

As franquias representam 20% das unidades do Grupo Smart Fit. São 294 academias franqueadas, com as quais a Companhia compartilha suas políticas corporativas com o objetivo de engajá-las nos seus princípios e valores. Tudo para construir relacionamentos duradouros, pautados pela transparência e confiança, que resultem em ganhos para todas as partes, visando ao foco principal da operação: o cliente.

A Smart Fit possui uma área focada no atendimento aos franqueados, com objetivo de ser o facilitador e poder dar todo o suporte necessário para que a operação mantenha o mais alto nível de excelência, com atendimentos em tempo real (telefone e WhatsApp). Ademais, são organizados encontros de franqueados na América Latina com a presidência, diretores e responsáveis pelo atendimento.

O Grupo equipara processos de negócios das unidades próprias às das franquias, implementando totens nas unidades da América Latina e utilizando PIX para cobranças de pendências financeiras nas franquias do Brasil. As redes sociais são gerenciadas por região para maior proximidade com o público. Pesquisas semestrais são conduzidas para avaliar pontos fortes e áreas de melhoria.

São realizados eventos periódicos para alinhamento de estratégias e expectativas, bem como envolvimento dos franqueados nos encontros de líderes, que ocorre anualmente, em um local selecionado para imersão de dois dias

As metas das franquias são discutidas semestralmente, e os franqueados têm acesso ao sistema para acompanhá-las. A Companhia também os envolve nas próprias ações de ESG e compartilha relatórios de sustentabilidade para manter todos informados sobre as iniciativas e progressos.

PERFORMANCE OPERACIONAL

GRI 2-6

Em 2023, a Companhia registrou uma expansão recorde, com a adição de 215 academias. Com isso, a quantidade de unidades cresceu 18% em relação a 2022, chegando a 1.438 – 1.144 próprias e 294 franquias – em 15 países da América Latina. Além da aquisição da *joint venture* das operações do Panamá e Costa Rica em janeiro de 2023, o ano marcou a entrada da rede no Uruguai e a ampliação da presença da Smart Fit para mais de 50 novos municípios, totalizando mais de 380 cidades.

No Brasil, a região Sudeste concentrou 55% das novas unidades, seguida pelas regiões Nordeste (26%) e Centro-Oeste (13%). No México, a Companhia chegou a cinco novos estados, estando presente em 31 das 32 entidades federativas ao final do período. O conjunto dos demais países latino-americanos respondeu por 37% das novas academias, com destaque para Colômbia, Chile, Peru e Guatemala.

A base de clientes total atingiu 4,5 milhões, 17% acima do ciclo anterior, sendo 4,1 milhões em academias. Foram acrescentados 232 mil no Brasil (+13%), reflexo da recuperação

do contingente de alunos das unidades Smart Fit maduras combinada com a sólida curva de maturação das academias inauguradas nos últimos dois anos. O país fechou 2023 com 2 milhões de clientes, seguido por México, com 900 mil (+32%). Os outros 13 países da América Latina, somados, perfizeram 1,3 milhão de clientes (+22%).

Os clientes exclusivamente digitais somaram 311 mil usuários. Os produtos e serviços digitais são complementares à experiência presencial de treinos e exercícios nas academias. A prescrição automática de treinos no aplicativo chegou a mais de 3 milhões de programas, das quais mais de 1,4 milhão com a utilização de inteligência artificial.



215

academias inauguradas
em 2023, totalizando
1.438 unidades

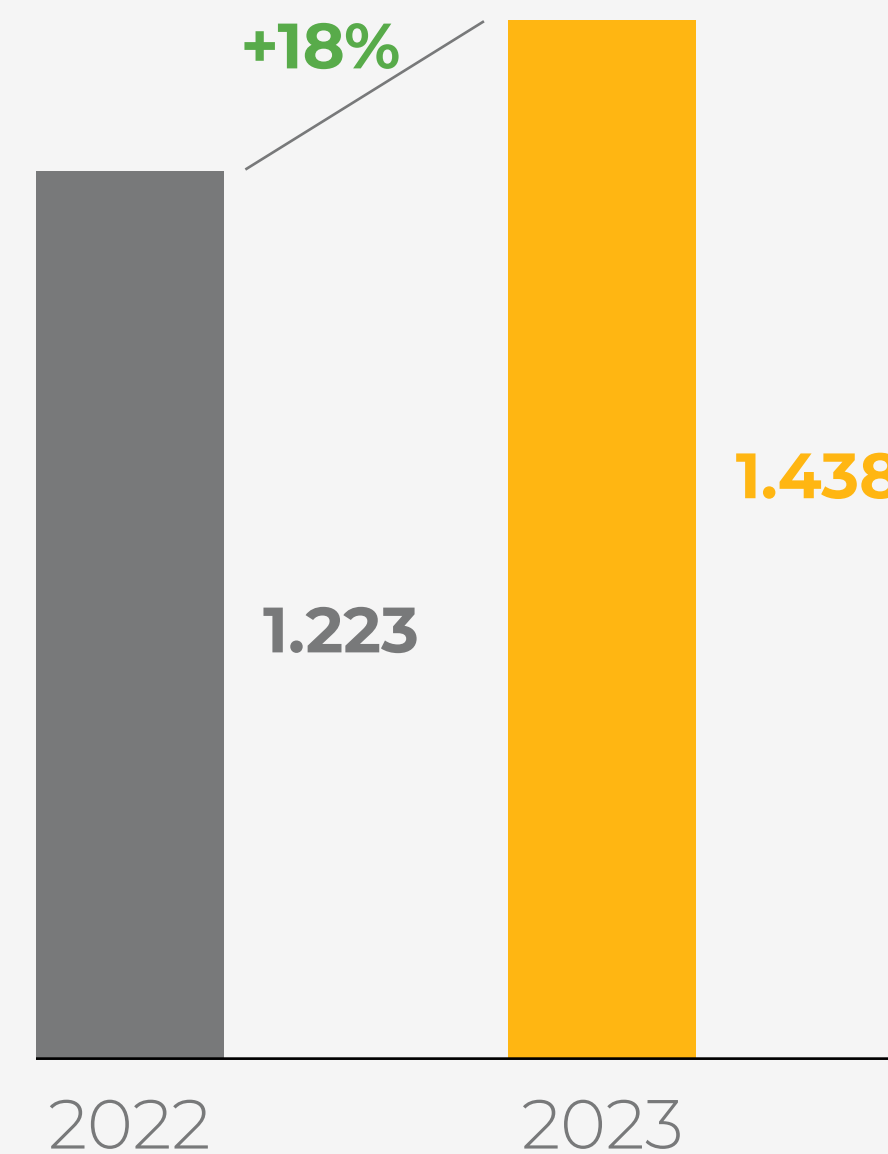
Entre as soluções digitais desenvolvidas pelo Grupo está a Queima Diária, uma das plataformas líderes em *fitness on-demand* na América Latina, com mais de 307 mil assinantes que contam com o acesso a 165 programas de exercícios físicos e outros conteúdos voltados para nutrição e hábitos saudáveis. Em 2023, foram lançados 19 programas com foco em nutrição e alimentação saudável, pilates e ginástica localizada, reforçando o acervo de conteúdos que contém mais de 5,5 mil aulas.

Já o Smart Fit Nutri cresceu mais de 50% e atingiu mais de 150 mil assinantes, o maior patamar histórico, com a instalação de mais de 140 balanças de bioimpedância em todo Brasil. No TotalPass, terminamos o período com mais de 16 mil unidades parceiras cadastradas no Brasil e 4 mil no México.

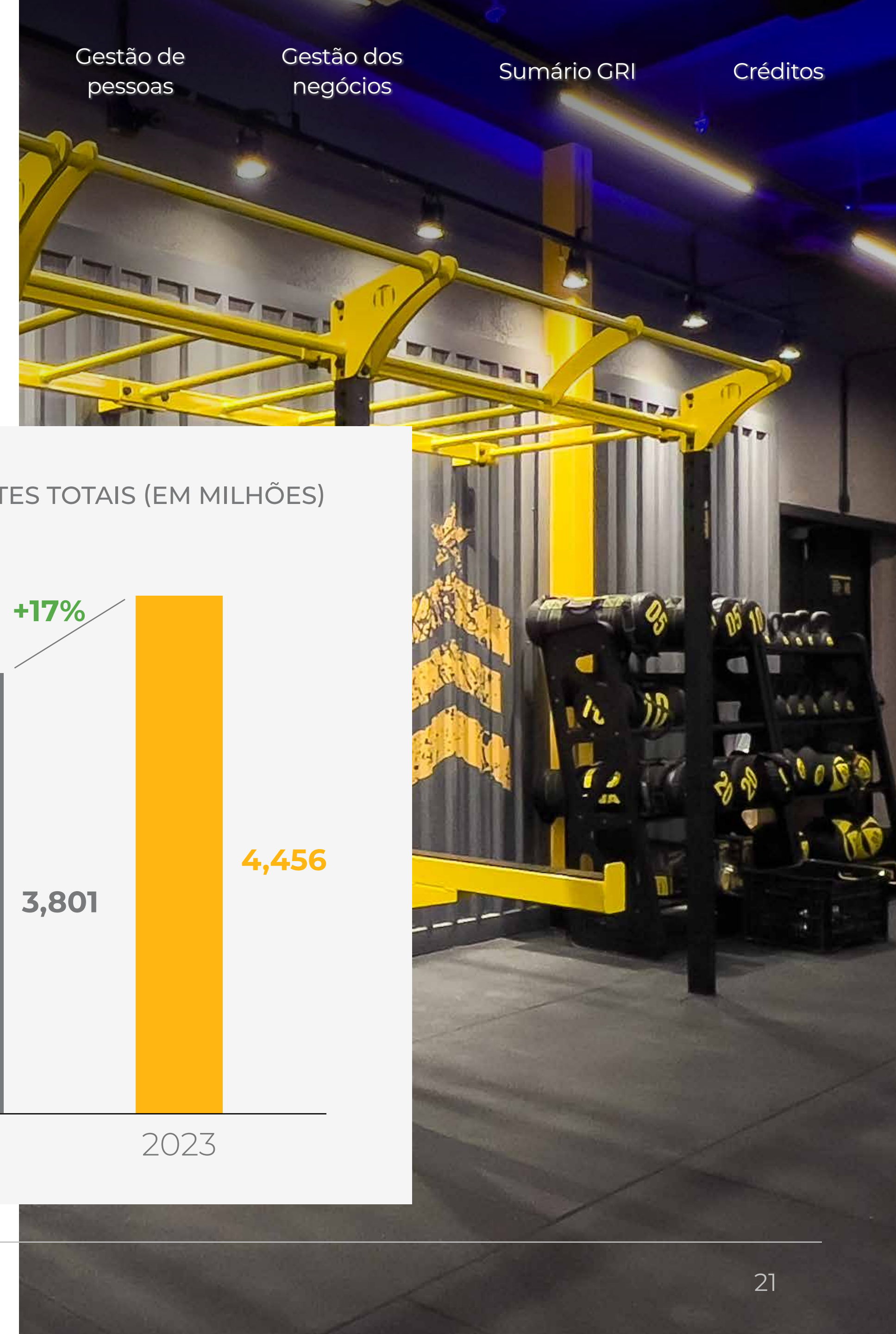
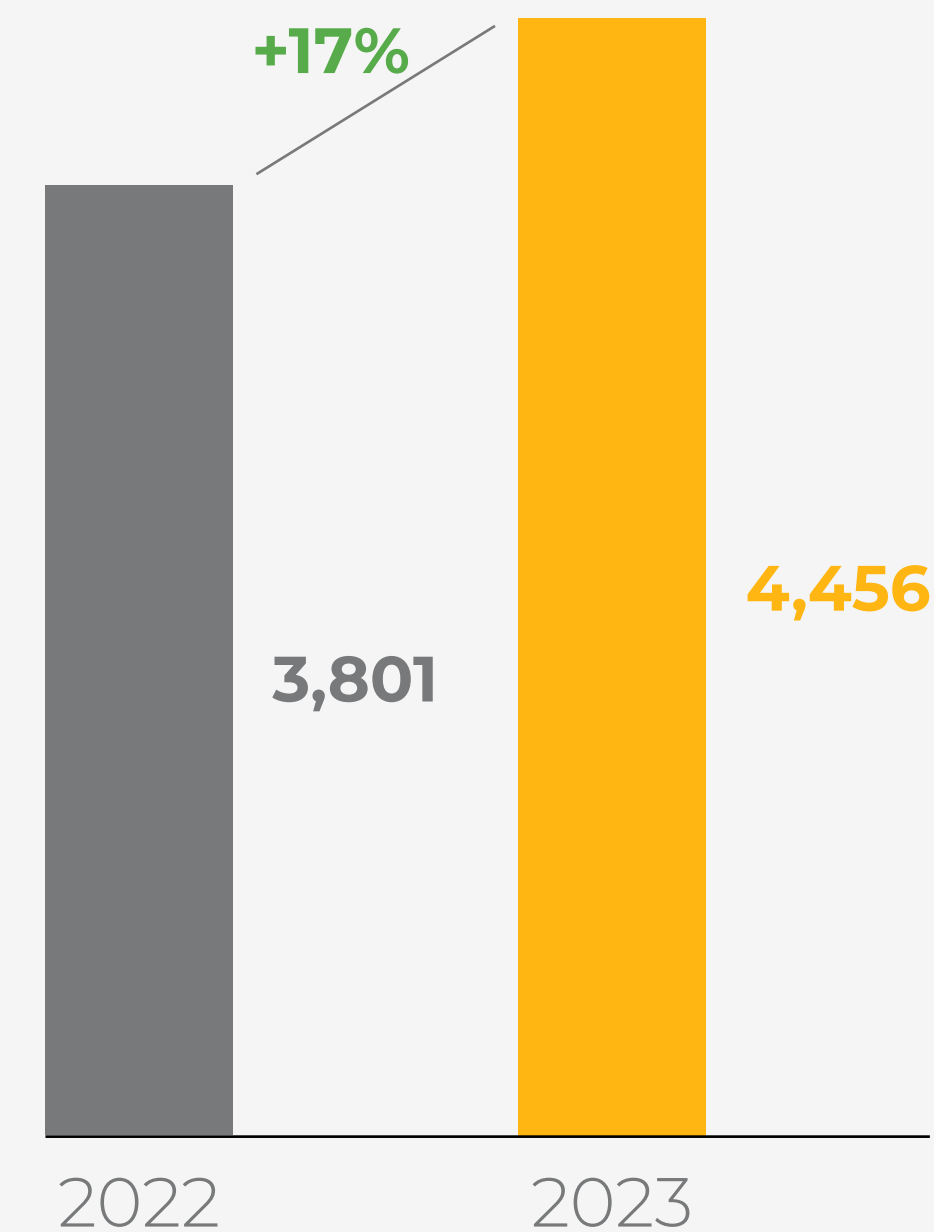
No que se refere à Smart Fit, houve avanços também nas estratégias de *marketing*, com ativações e campanhas para reforçar os principais atributos da marca. No Revenue Management, a penetração do plano “Black”, que permite acesso a todas as academias da rede na América Latina, aumentou nove pontos percentuais, atingindo 67% da base de clientes de academias próprias. Cerca de 50% dos clientes usaram o benefício de acessar uma academia diferente da sua academia de matrícula em um intervalo de 30 dias. Foi introduzido, ainda, o plano “Fit” no Brasil,

México, Peru e Chile, visando a um perfil de clientes mais longo e gerando mais engajamento e Lifetime Value (LTV). O plano “Smart” complementa as opções com precificação local e flexibilidade de permanência.

ACADEMIAS



CLIENTES TOTAIS (EM MILHÕES)



Inovação GRI 3-3 (Inovação)

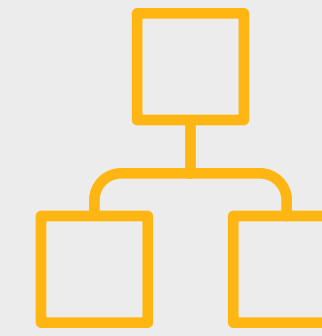
Em 2023, o Grupo Smart Fit identificou diversos impactos relacionados à inovação, com implicações significativas na economia local, regional, nacional e global. Entre os impactos potenciais positivos, destaca-se a criação de novas *features* na plataforma, com o objetivo de engajar os clientes e melhorar os níveis de retenção.

O impacto negativo do aumento do custo por adesão (CPA) influenciou a plataforma Queima Diária, pois os altos custos comprometeram a escala para aquisição de novos clientes, dificultando o atingimento das metas estabelecidas. Para mitigá-los, a Companhia adotou estratégias como a criação de novas formas para reduzir a dependência de tráfego pago e aumentar a escala em canais orgânicos. Exemplos práticos dessas medidas incluem o aumento do foco em Social e no programa “Indique e Ganhe”.

Além disso, foram implantadas no Grupo iniciativas para abordar os impactos negativos reais com análise de dados e criação de novas estratégias em reuniões com a alta liderança, utilizando a metodologia de OKRs (objetivos e resultados-chave, na sigla em inglês) e efetuando planos de ação semanais. Para gerenciar os impactos positivos reais e potenciais, foram realizadas reuniões semanais com a gestão para analisar conjuntamente os resultados e escalar as ações positivas.

A eficácia das medidas tomadas foi aferida por avaliações de impacto e sistemas de medição. Os objetivos, metas e indicadores usados para mensurar o progresso em 2023 incluíram o crescimento da base de usuários, aumento do tíquete médio e redução do CPA, com OKRs segmentados por área e indicadores como base de clientes, renovações e CPA.

O Grupo incorporou aprendizados através de testes e resultados, como o desenho e execução de campanhas e ofertas especiais. O engajamento dos *stakeholders* foi essencial, envolvendo comunicação, consulta, participação e cooperação para alcançar objetivos comuns.



Sistema de Gestão de Manutenção das unidades com foco em aperfeiçoar a experiência do cliente está entre as melhorias introduzidas

Entre as melhorias introduzidas, estão um Sistema de Gestão de Manutenção das unidades com foco em aperfeiçoar a experiência do cliente, o lançamento do serviço Smart Coach no Chile, México e Colômbia, e um Sistema de Monitoramento Inteligente das Cobranças, identificando anomalias e atuando proativamente na solução de possíveis problemas.

Aplicativos e plataformas

O Grupo possui duas plataformas principais: **TotalPass**, atuante no Brasil e no México; e **Queima Diária**, campeã na sua categoria na premiação promovida pelo site Reclame Aqui. Há aplicativos também das marcas da Companhia, desenvolvidos como uma forma de ampliar o alcance dos clientes aos serviços e facilidades oferecidas por cada uma delas.

Além de suas duas vertentes – Total Fit e Total Mind –, a TotalPass aprimorou o Total Nutri. Com a nova funcionalidade, os usuários podem preencher um formulário detalhando sua rotina e objetivos, recebendo assim um plano alimentar personalizado, com cardápios, orientações e dicas de reeducação alimentar. Adicionalmente, a plataforma introduziu uma inovação que possibilita aos usuários fazer o *check-in* nas academias utilizando um *smartwatch* (relógio inteligente).

Exclusivo para clientes das academias no Brasil e na América Latina, o **aplicativo Smart Fit** é uma ferramenta completa e inovadora, que acompanha o aluno em cada etapa de sua jornada *fitness*, da criação de um plano de treino

personalizado até o monitoramento do progresso. Também armazena a ficha de treino, permite o agendamento de aulas e oferece planilhas de treinamento e sugestões de exercícios, incluindo aqueles que podem ser praticados fora das academias e compartilhados nas redes sociais.

Os aplicativos **Smart Coach** e **Smart Nutri** passaram por melhorias, proporcionando qualidade de treino e acompanhamento nutricional profissional a preços acessíveis, respectivamente. Esses incrementos expressivos tiveram um impacto especialmente positivo e relevante para os clientes e respectivas prioridades.



**Soluções tecnológicas
acompanham o aluno
em cada etapa de sua
jornada *fitness***





Comunicação interna e marketing GRI 2-29

O Grupo Smart Fit busca engajar seus *stakeholders* com ações que conectam com o principal objetivo, a promoção de saúde física e mental por meio da melhor experiência e profissionalismo. Por se envolver com diferentes públicos, desenvolve estratégias personalizadas para cada um deles.

A comunicação transparente e verdadeira é um pilar essencial nesse relacionamento, ao buscar sempre uma escuta ativa pelo monitoramento das próprias redes e canais para compreender a percepção sobre seus principais atributos e conseguir realizar tomadas de decisões estratégicas que atendam as expectativas de clientes, colaboradores, parceiros e, conseqüentemente, a saúde do negócio.

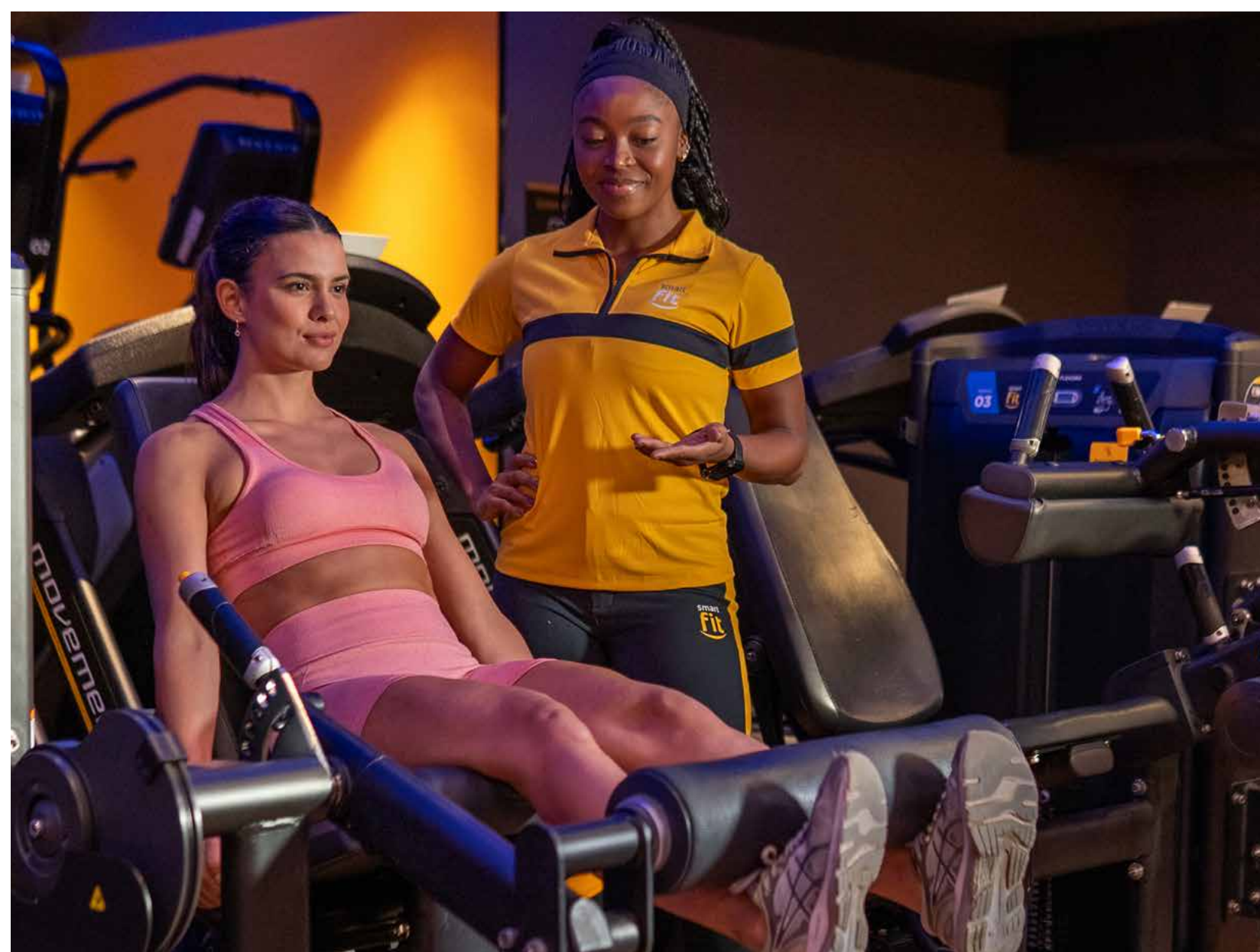


+ de **6,3 mil**
participações nas ações
promovidas para engajar
os *stakeholders*

Internamente, abarcando todas as marcas do Grupo, as iniciativas de comunicação e *marketing* convergiram para a consolidação do calendário de Cultura e Comunicação, atuando em temas relevantes para o negócio e para o lugar que a Companhia pretende alcançar. Foram tratados assuntos como equidade de gênero, liderança feminina, saúde física e mental e bem-estar psicológico. As *lives* tiveram **mais de 5 mil participações**.

No Brasil, foram realizadas ações de clima e cultura, propiciando um ambiente acolhedor e trabalhando o mote de “alegria contagiante”, um dos pilares estruturais da marca, tais como: aniversariantes do mês, festa julina, festa de fim de ano, aulas de yoga, dança e doação de lenços e mechas de cabelo. Essas ações alcançaram **mais de 1,3 mil participações**.

Veja as principais ações de comunicação e *marketing* desenvolvidas para os colaboradores, por marca:



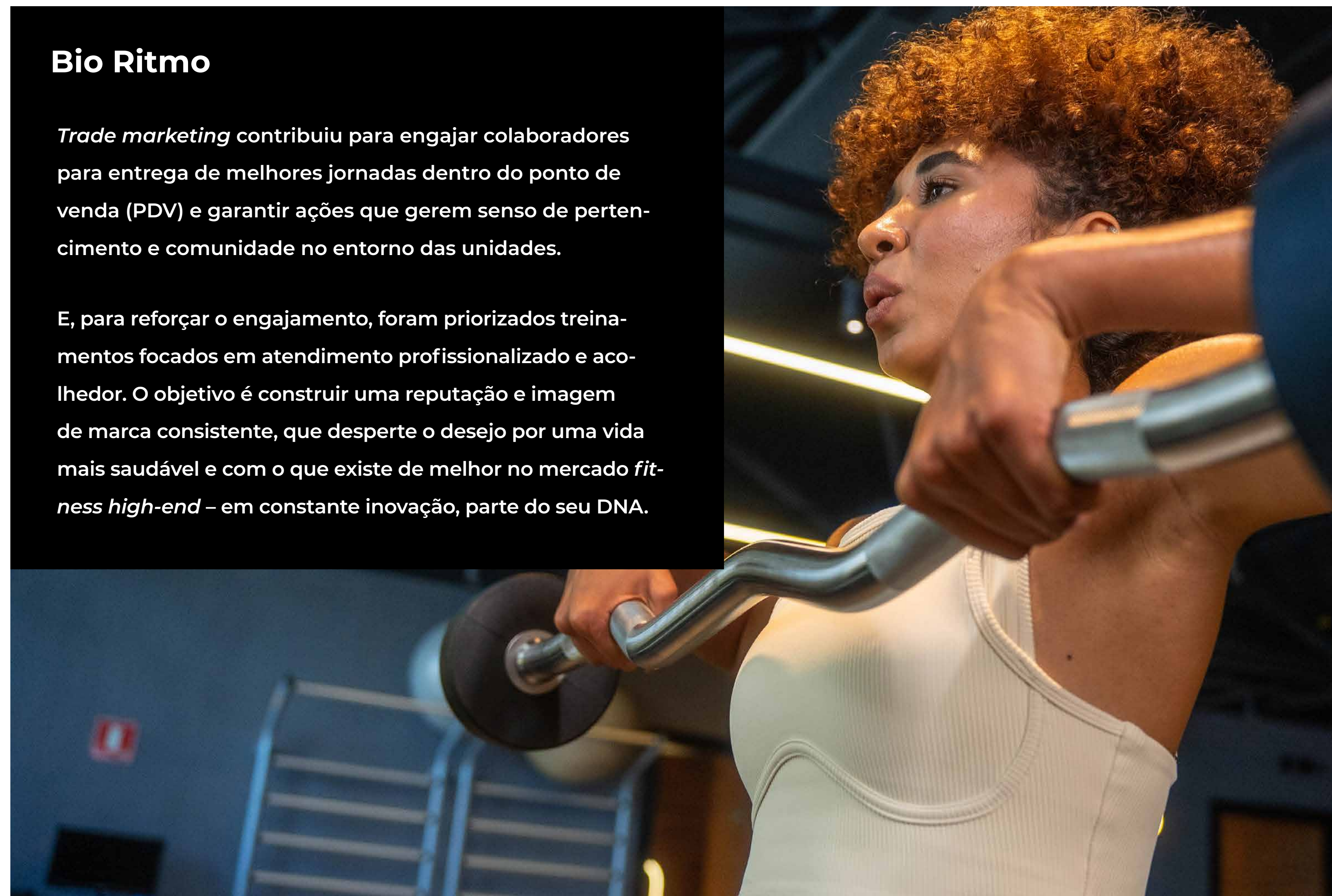
Smart Fit

Concursos culturais e que despertam o orgulho de pertencer, como a campanha “14 motivos pelos quais amo trabalhar aqui”, que movimentou centenas de colaboradores. Outras iniciativas, como o aniversário da Companhia, Dia do Profissional de Educação Física, Dia das Crianças, Dia Mundial da Saúde, contaram com franquia, além das interações em vídeos e *e-mails marketing* de homenagem.

Bio Ritmo

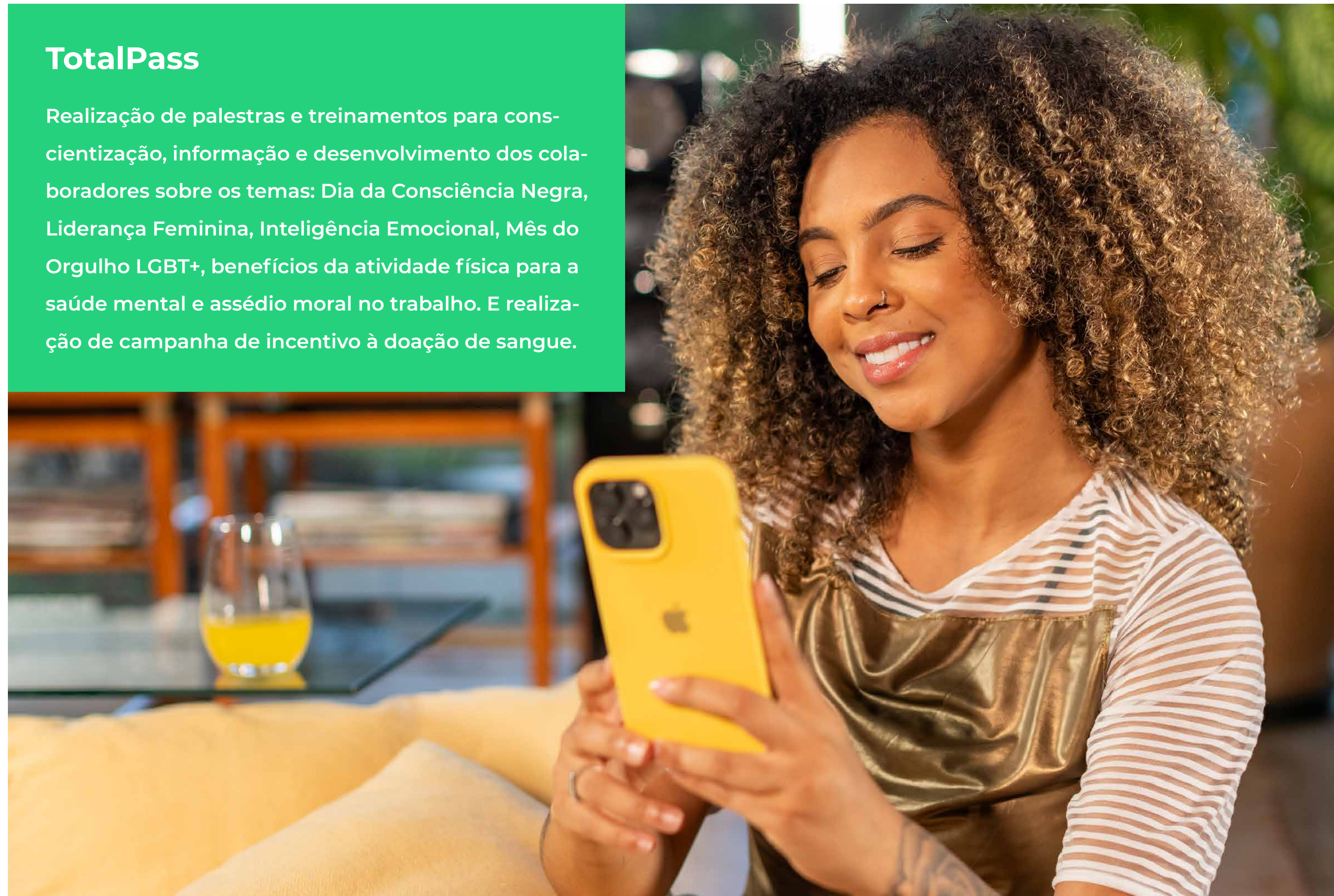
Trade marketing contribuiu para engajar colaboradores para entrega de melhores jornadas dentro do ponto de venda (PDV) e garantir ações que gerem senso de pertencimento e comunidade no entorno das unidades.

E, para reforçar o engajamento, foram priorizados treinamentos focados em atendimento profissionalizado e acolhedor. O objetivo é construir uma reputação e imagem de marca consistente, que desperte o desejo por uma vida mais saudável e com o que existe de melhor no mercado *fitness high-end* – em constante inovação, parte do seu DNA.



TotalPass

Realização de palestras e treinamentos para conscientização, informação e desenvolvimento dos colaboradores sobre os temas: Dia da Consciência Negra, Liderança Feminina, Inteligência Emocional, Mês do Orgulho LGBTQ+, benefícios da atividade física para a saúde mental e assédio moral no trabalho. E realização de campanha de incentivo à doação de sangue.



Studios

Cursos de especialização e domínio da língua espanhola e treinamentos e *workshops* para a equipe de *marketing*, como cursos de liderança. Vale mencionar também as parcerias com marcas como Fila, Drunk Elephant, Sisley e UGG, para alavancar a reputação dos Studios.

Cases



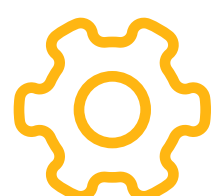
FLUXO

A Fluxo é uma das maiores organizações de *games* da América Latina, e a Smart Fit patrocina os times, a liga e o grupo de influenciadores envolvidos. Essa parceria é especialmente significativa, pois permite à marca se conectar com um público que anteriormente não alcançava.



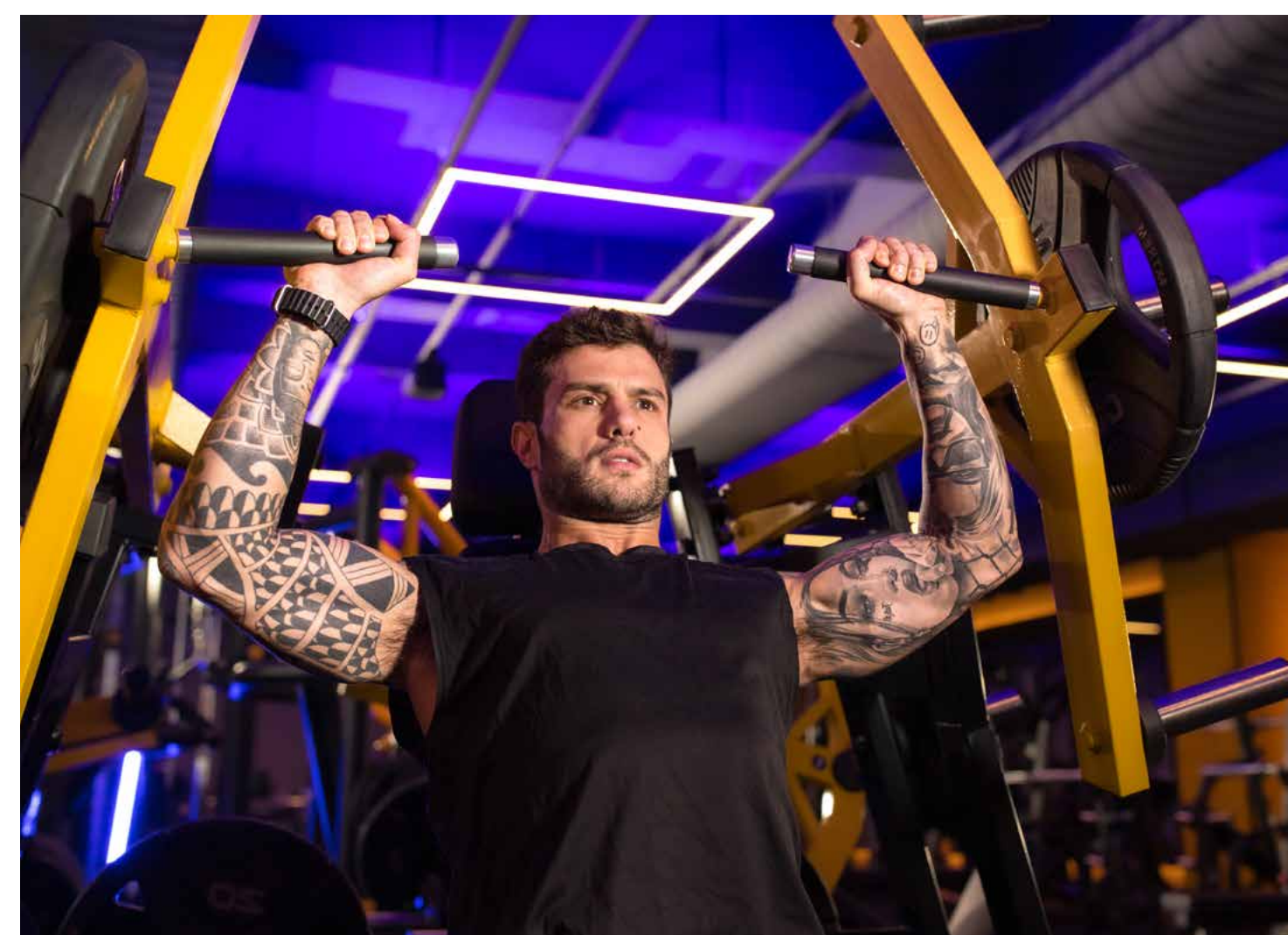
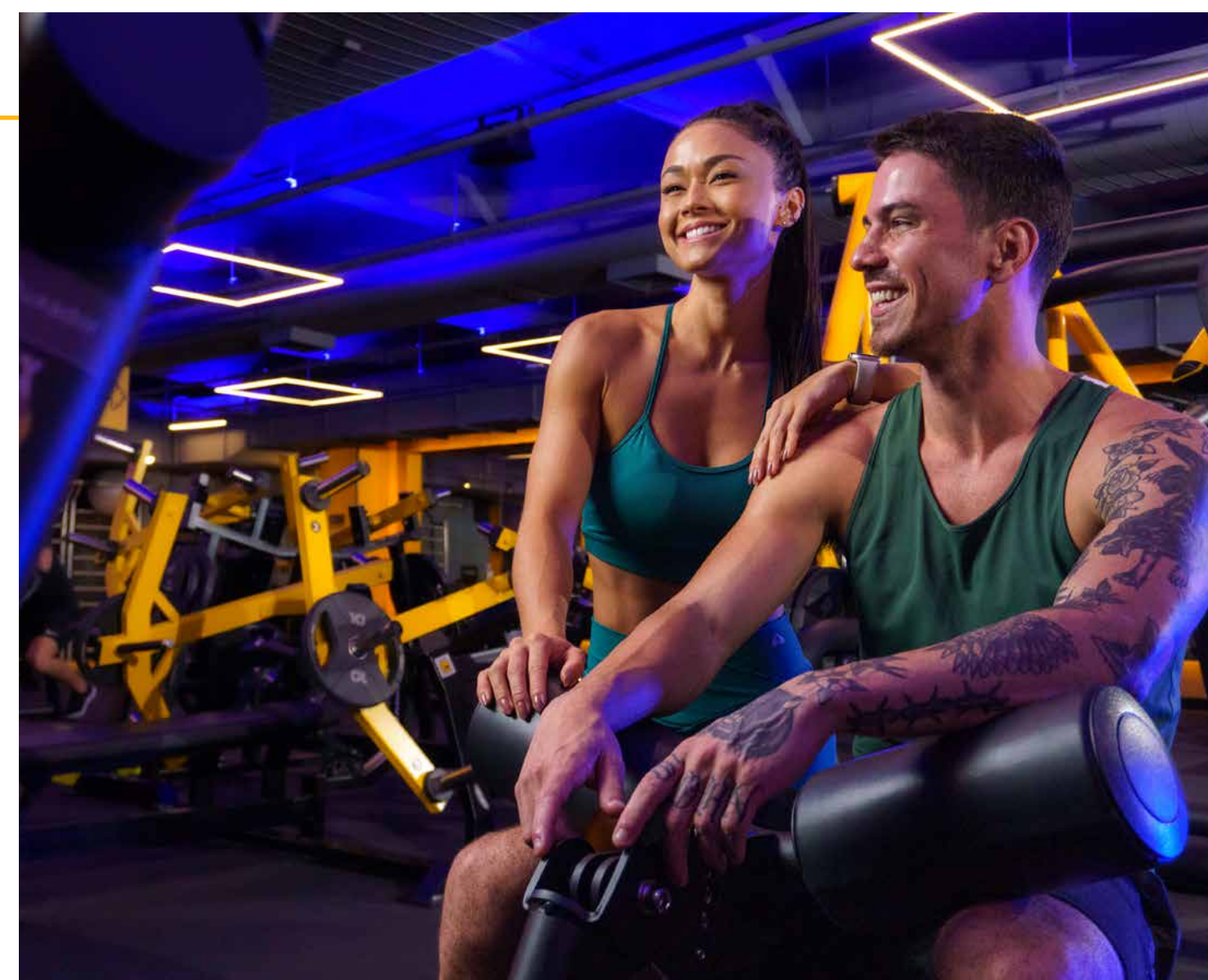
PARCERIA COM O TIKTOK

O objetivo dessa ação junto ao TikTok com a ferramenta Branded Mission foi desenvolver desafios para a comunidade da plataforma, que resultou na *hashtag* da campanha AtitudeSmart e gerou mais de 37 milhões de vídeos criados organicamente por criadores de conteúdo na plataforma.



CAMPANHA ATITUDESART

Em 2023, a marca Smart Fit lançou a campanha AtitudeSmart, que representa uma mudança significativa na estética visual e na comunicação: em vez de focar apenas no preço (abordagem que tornou a marca conhecida ao longo dos anos), ressalta a qualidade dos serviços prestados pela academia, consolidando-a no mercado *high value/low price*.



Participação em associações GRI 2-28

Como forma de estar presente em debates importantes e se manter atualizada sobre questões e tendências diretamente relacionadas ao seu setor de atuação, a Companhia participa de várias associações e organizações estratégicas, tanto nacionais quanto internacionais, que são relevantes para seus negócios. As principais são:

- Conselho Federal de Educação Física (Confef)
- Conselhos Regionais de Educação Física (Cref)
- Associação Brasileira de Academias (Acad Brasil)
- Associação Mexicana de Franquias
- Conselho da Comunicação (México)

Prêmios e reconhecimentos

OS MAIS AMADOS DE SÃO PAULO | REVISTA VEJA SÃO PAULO

Academia mais querida dos consumidores

Smart Fit conquistou o primeiro lugar, com 30,1 % dos votos, e Bio Ritmo ficou na terceira posição, com 10,5%

DESTAQUE LOJISTA 2023 | ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STRIP MALLS (ABMALLS)

Serviços em *strip malls/shoppings*

Eleita a melhor na categoria de serviços em *strip malls*

TOP OF MIND | JORNAL A TRIBUNA

Academia

Pela quinta vez consecutiva, a Smart Fit foi a academia mais lembrada pelos consumidores da Baixada Santista (SP)

RECLAME AQUI 2023

Empresas que os consumidores confiam

De quatro empresas indicadas, a Smart Fit se sagrou vencedora do prêmio, com mais de 57 mil votos

MARCA CARIOCA | JORNAL O GLOBO

Academia preferida dos cariocas

Pelo quinto ano consecutivo, a Smart Fit foi a marca mais admirada pelos cariocas em sua categoria

CASE TIKTOK | BRAND MISSION

TikTok

Aumento de 10% na lembrança de anúncio e de 5,6% no reconhecimento da marca, com os conteúdos que mostravam a academia na rotina dos usuários em formato TopView, levando a Smart Fit ao topo do *feed* da plataforma

GREAT PLACE TO WORK

As marcas TotalPass e Queima Diária (esta, pelo sexto ano consecutivo) foram certificadas pelo Great Place To Work (GPTW), que na tradução livre do inglês significa melhores empresas para trabalhar



O protagonismo do Grupo no setor se reflete na força de suas marcas, sempre entre as mais lembradas e/ou admiradas pelo consumidor



DESEMPENHO ECONÔMICO- -FINANCEIRO

GRI 3-3 (Desempenho econômico-financeiro)

Marcado pela recuperação pós-pandemia na base de alunos em todos os mercados de atuação, o desempenho econômico-financeiro do Grupo Smart Fit em 2023 apresentou resultados expressivos. Pela primeira vez, a receita líquida superou os R\$ 4 bilhões, reflexo da força das marcas da Companhia e da proposta de valor único aos clientes. O Ebitda mais que dobrou na comparação com o ano anterior, chegando a R\$ 1,3 bilhão, fruto da alta alavancagem operacional do negócio.

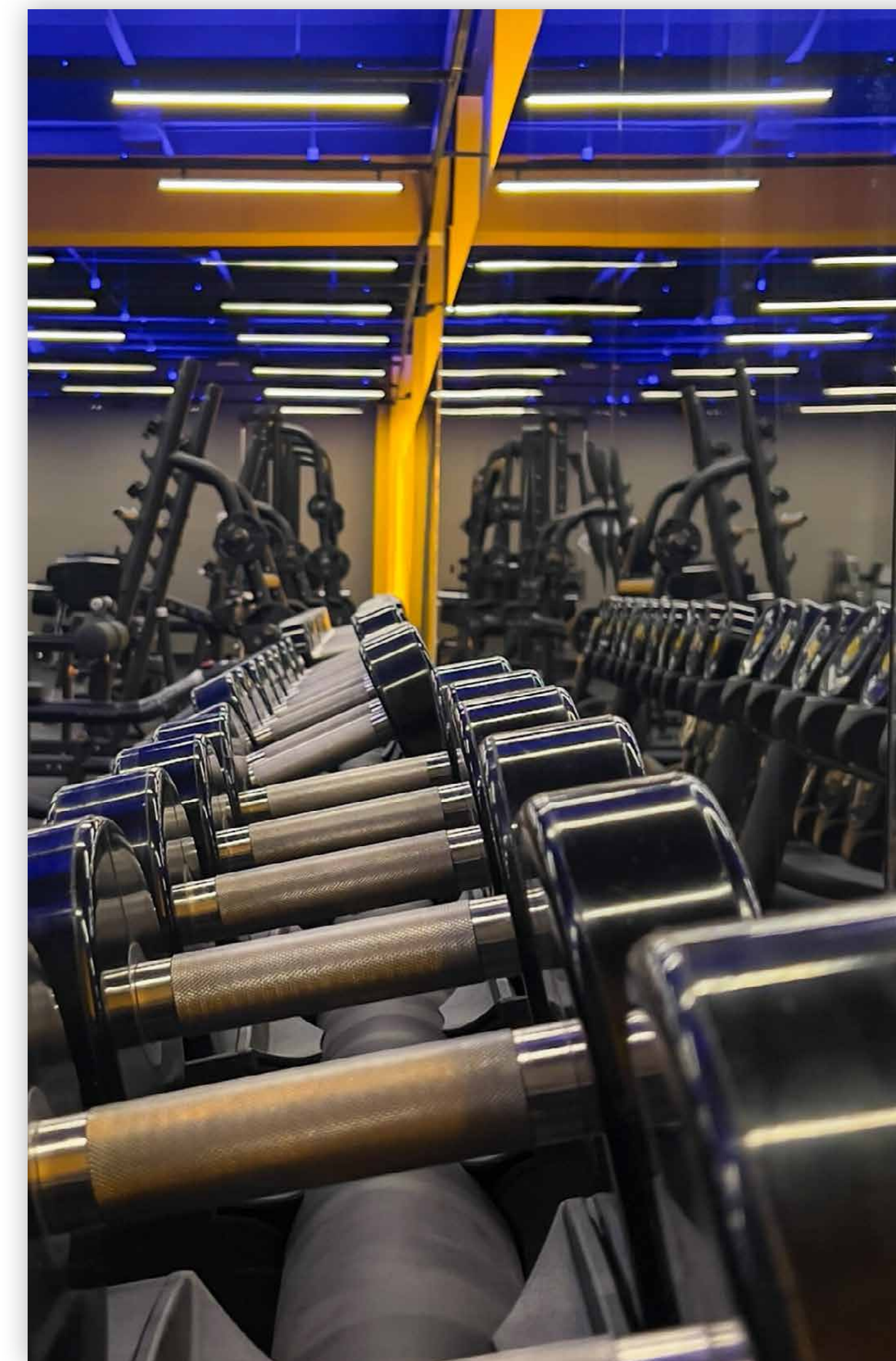
A geração de caixa operacional foi de R\$ 1,5 bilhão, pátamar recorde e suficiente para financiar os investimentos em novas academias do período. O lucro líquido, acima de R\$ 1 bilhão, possibilitou a primeira distribuição de proventos via JCP, após as ações do Grupo começarem a ser listadas na B3. A evolução dos números reforça a competitividade do modelo de negócio da Companhia, calcado na oferta de uma experiência diferenciada de alto padrão com preços acessíveis, em uma rede de unidades cada vez mais capilarizada.



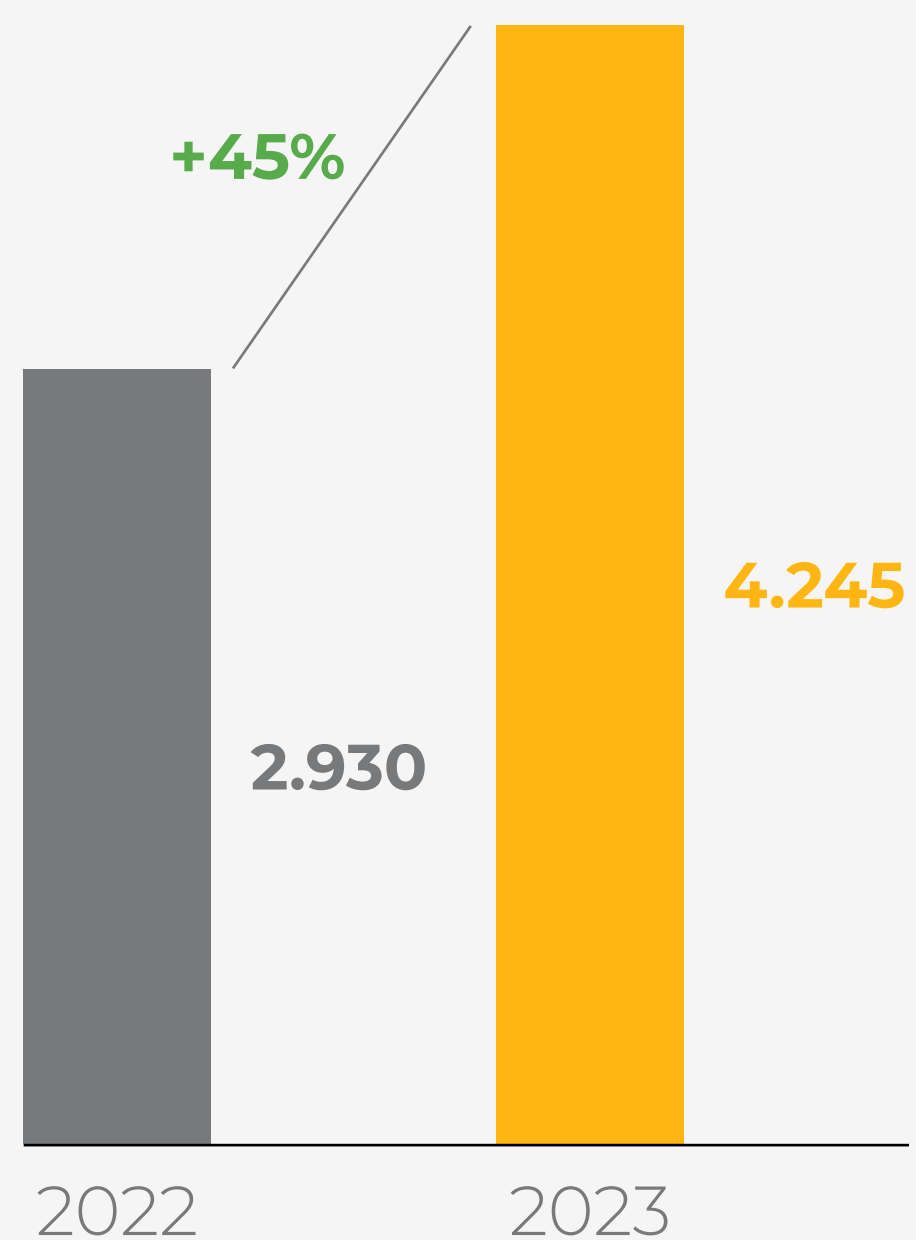
+ de **R\$ 4 bi**
de receita líquida pela
primeira vez na história

O Grupo demonstrou avanços robustos, reforçando sua posição de liderança em vários mercados na América Latina com a ampliação do número de academias e o aumento da base de clientes. Sua resiliência e adaptação possibilitaram crescimento mesmo em cenários macroeconômicos adversos, demonstrando a eficácia do modelo de negócio.

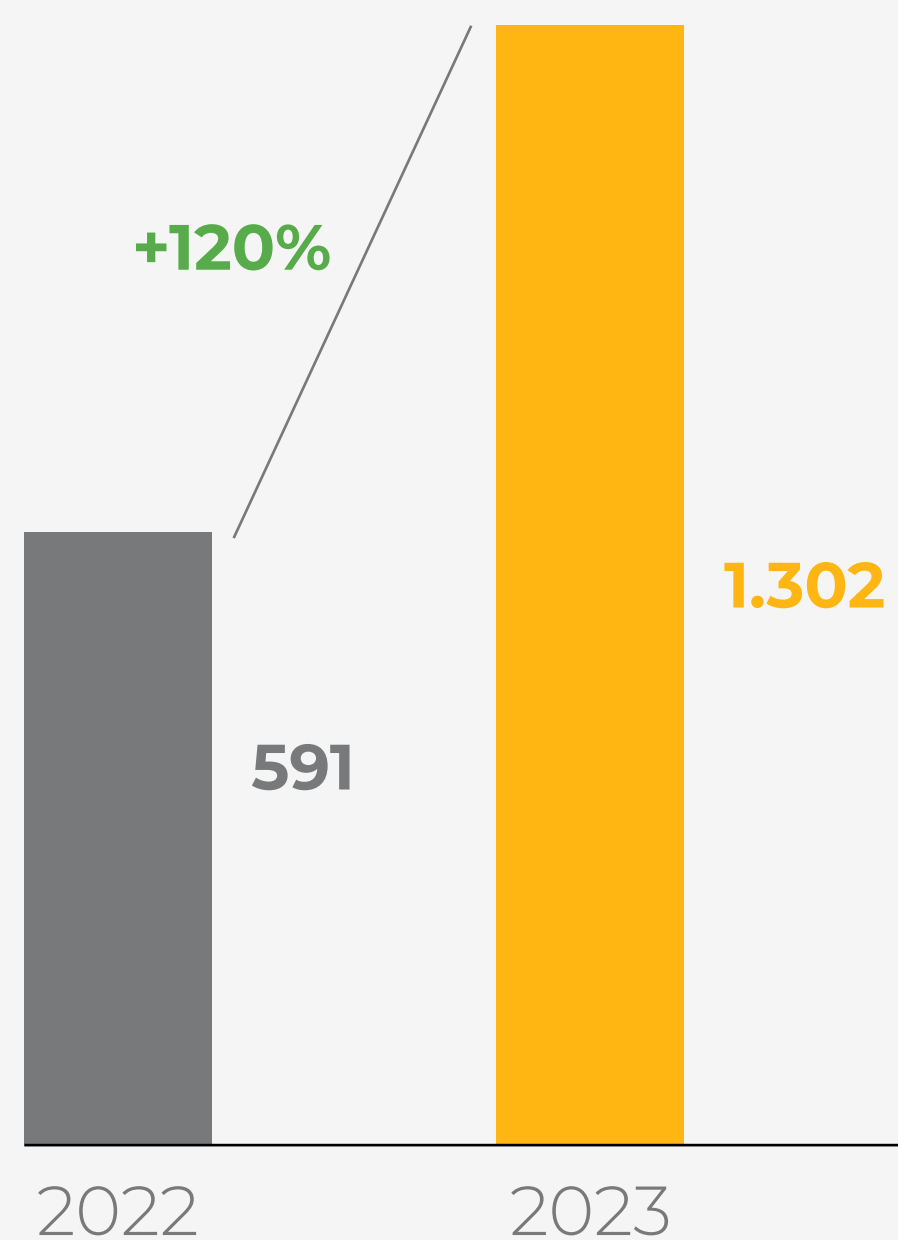
Investimentos em plataformas digitais e o desenvolvimento de um ecossistema *fitness* integrado, alinhado às tendências de consumo e tecnologia, diversificaram o leque de soluções para contemplar as variadas necessidades dos clientes. A missão de tornar acessível o *fitness* de alto padrão tem sido cumprida, contribuindo para a qualidade de vida e bem-estar nas regiões onde a Companhia atua.



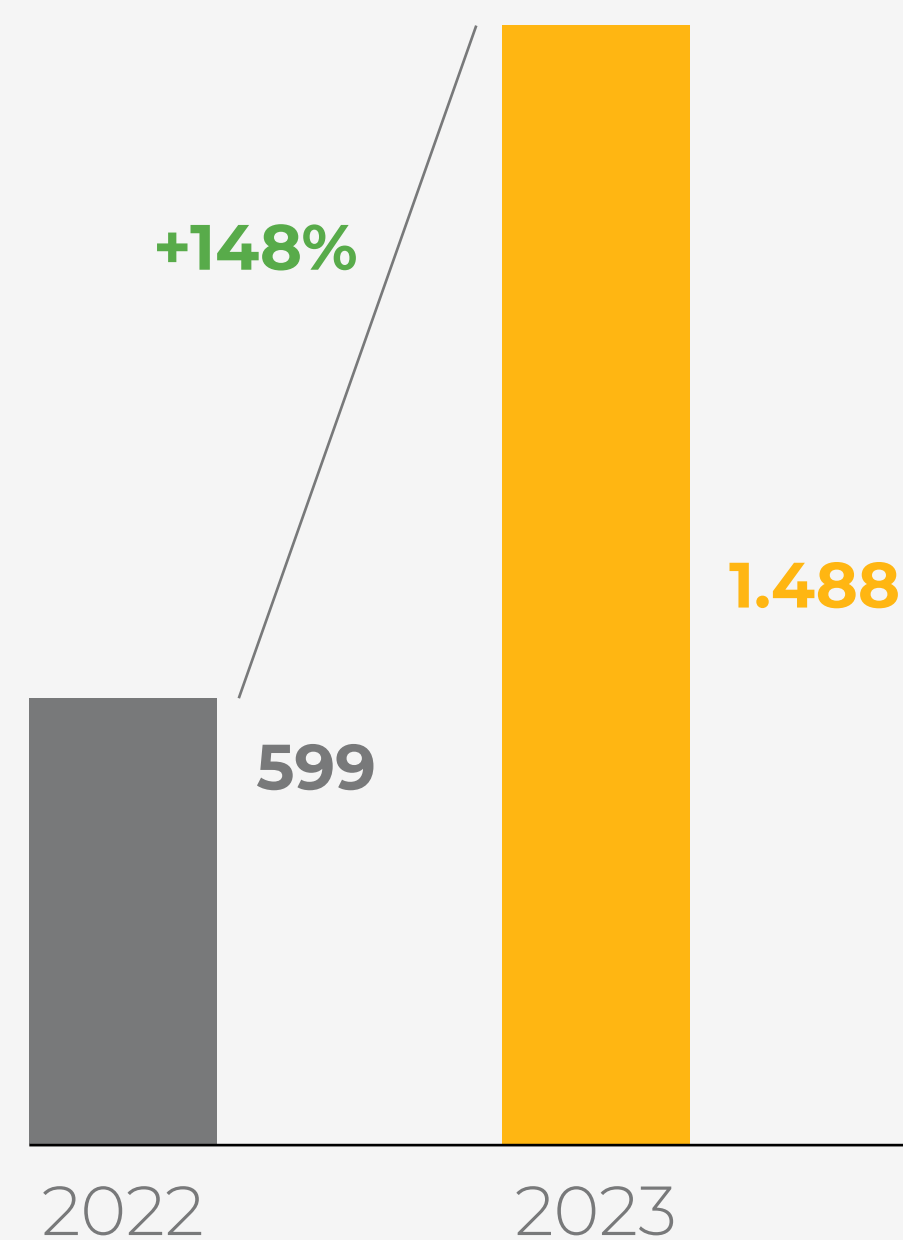
RECEITA LÍQUIDA
(EM R\$ MILHÕES)



EBITDA AJUSTADO
(EM R\$ MILHÕES)



GERAÇÃO DE CAIXA
(EM R\$ MILHÕES)



VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E
DISTRIBUÍDO (EM MILHARES DE R\$) GRI 201-1

	2022*	2023
Valor Econômico Direto Gerado	3.151.797	4.539.322
Custos operacionais	1.041.079	1.278.729
Salários e benefícios de empregados	543.639	700.910
Pagamentos a provedores de capital	954.916	1.106.212
Pagamentos ao governo (por país)	240.611	-138.587
Remuneração de capitais próprios	-86.051	1.044.176
Valor Econômico Distribuído	2.694.194	3.991.440
Valor Econômico Retido	457.603	547.882

* Para manter o alinhamento à norma GRI, foram adicionados os custos operacionais de 2022. GRI 2-4

Práticas socioambientais



BIO
RITMO



TONUS
GYM
THE MUSCLE LAB



QUEIMA
DIÁRIA

TOTAL PASS

NAS ACADEMIAS

GRI 3-3 (Ecoeficiência)

O Grupo trabalha incessantemente para mitigar potenciais impactos de suas operações relacionados ao meio ambiente. Nesse sentido, como resultado de suas iniciativas em 2023, destacam-se a diminuição do consumo de energia e da geração de resíduos por meio da digitalização de treinos e processos, bem como a redução da utilização de copos plásticos.

A preocupação da Companhia com a questão ambiental se reflete desde a compra de equipamentos até a infraestrutura das academias, tornando-as mais sustentáveis. O uso racional dos recursos naturais é estimulado entre colaboradores e clientes, para que se conscientizem da importância de pequenas ações individuais para o bem-estar coletivo.

A implantação de projetos de contratação de energia renovável e de eficiência energética envolve as áreas técnicas, administrativas e financeiras. O Grupo está ciente de que, a despeito dos gastos iniciais em tecnologia e infraestrutura para isso, os investimentos em práticas ecoeficientes geram economia em longo prazo, incluindo o menor consumo de energia e água.

Iniciativas sustentáveis resultaram na redução do consumo de energia e de geração de resíduos

Para que as soluções que deixam as operações mais sustentáveis sejam plenamente efetivas, a Companhia se dispõe a, se necessário, mudar a Cultura Organizacional, promover treinamentos aos colaboradores e reestruturar processos existentes. Do contrário, há o risco de perda da competitividade e de potenciais multas e penalidades por não conformidade com regulamentações ambientais.

A postura em relação ao meio ambiente é tratada nas políticas e compromissos do Grupo, com o tema sendo abordado em declarações públicas, relatórios de sustentabilidade e em treinamentos e atividades de educação corporativa. Dentro dessa perspectiva, foi criada uma área específica de Gestão de Energia e Água.

Energia GRI 302-4

O Grupo Smart Fit vem desenvolvendo uma série de iniciativas para aprimorar sua eficiência energética. Em energia renovável, por exemplo, a Companhia finalizou 2023 com 148 projetos de contratação. Eles abrangem tanto a geração distribuída remota (autoconsumo remoto e consórcio) – de seis usinas solares, uma CGH e uma usina de biogás – quanto a compra de energia incentivada no mercado livre do insumo. Há ainda 53 unidades envolvidas com um projeto de usina solar no México. Além disso, foram adotadas diversas soluções para reduzir o consumo na academia e/ou torná-lo mais sustentável, conforme será demonstrado a seguir.



21.960 GJ

a menos de eletricidade consumida por meio do gerenciamento mais eficiente

GESTÃO DO CONSUMO DE ENERGIA

GRI 302-1, 302-2, 302-4

O maior consumo energético verificado nas operações do Grupo Smart Fit está nos sistemas de refrigeração das academias. A Companhia tem intensificado os esforços na busca por soluções para reduzir os indicadores não apenas nesse aspecto, com a automação dos aparelhos de ar-condicionado, mas também no **gerenciamento da energia consumida como um todo**.

Diferentemente do ano anterior, quando foram apresentados os dados de Brasil e México, em 2023, o aprimoramento da gestão de energia nos demais países possibilitou o levantamento do consumo em todas as operações na América Latina que possuem medidores próprios – ou seja, unidades com cadastro sob titularidade das marcas na companhia de distribuição de energia local. Das 1.144 academias do Grupo, 836 delas (73%), localizadas no Brasil, México, Colômbia, Panamá, Costa Rica, Peru, Chile, Honduras, Argentina, Paraguai e Uruguai, enquadram-se nessa condição e, portanto, têm o consumo de energia discriminado nas faturas enviadas pelas distribuidoras.

Para expandir essa análise às unidades de rateio, que recebem a cobrança de energia como reembolso do estabelecimento comercial, o Grupo Smart Fit finalizou, em 2023, a instalação de telemetria de energia em 75 das 125 unidades sob esse regime no Brasil. Em 2024, essa facilidade será estendida às demais, permitindo que os próximos ciclos de reporte contêmham a informação de todas as unidades próprias em território nacional, existentes ao final de 2023.

A redução do consumo de eletricidade totalizou 21.960 GJ em relação a 2019 – ano escolhido como base por ser o último sem interferência da pandemia. A metodologia de cálculo utilizada permaneceu a mesma de 2022, com um aprimoramento específico para o modelo de negócio da Companhia. Esse indicador de desempenho (KPI) mede o consumo de energia em kWh por acesso, permitindo identificar o consumo unitário (por cliente) nas academias.

Por enquanto, o Grupo foca na redução de impactos ambientais provenientes do uso de energia internamente. Entretanto, sabe da importância de gerir o consumo também fora de suas operações e está se organizando para realizar a gestão desse dado no futuro.

Objetivos



Expandir o controle e a gestão do consumo de energia em estabelecimentos comerciais no Brasil que não recebem fatura de energia diretamente da distribuidora de energia



Ampliar os projetos de **energia renovável**



Expandir a gestão de energia especificamente no Peru e Chile, com foco na gestão da informação



Intensificar e aperfeiçoar a gestão do consumo de energia nas operações de todos os países onde a Companhia atua, criando uma governança unificada, informes internos periódicos e promovendo o intercâmbio de informações e experiências



Implementar uma **governança e cultura de eficiência energética no Grupo** por meio de treinamentos para operação e manutenção

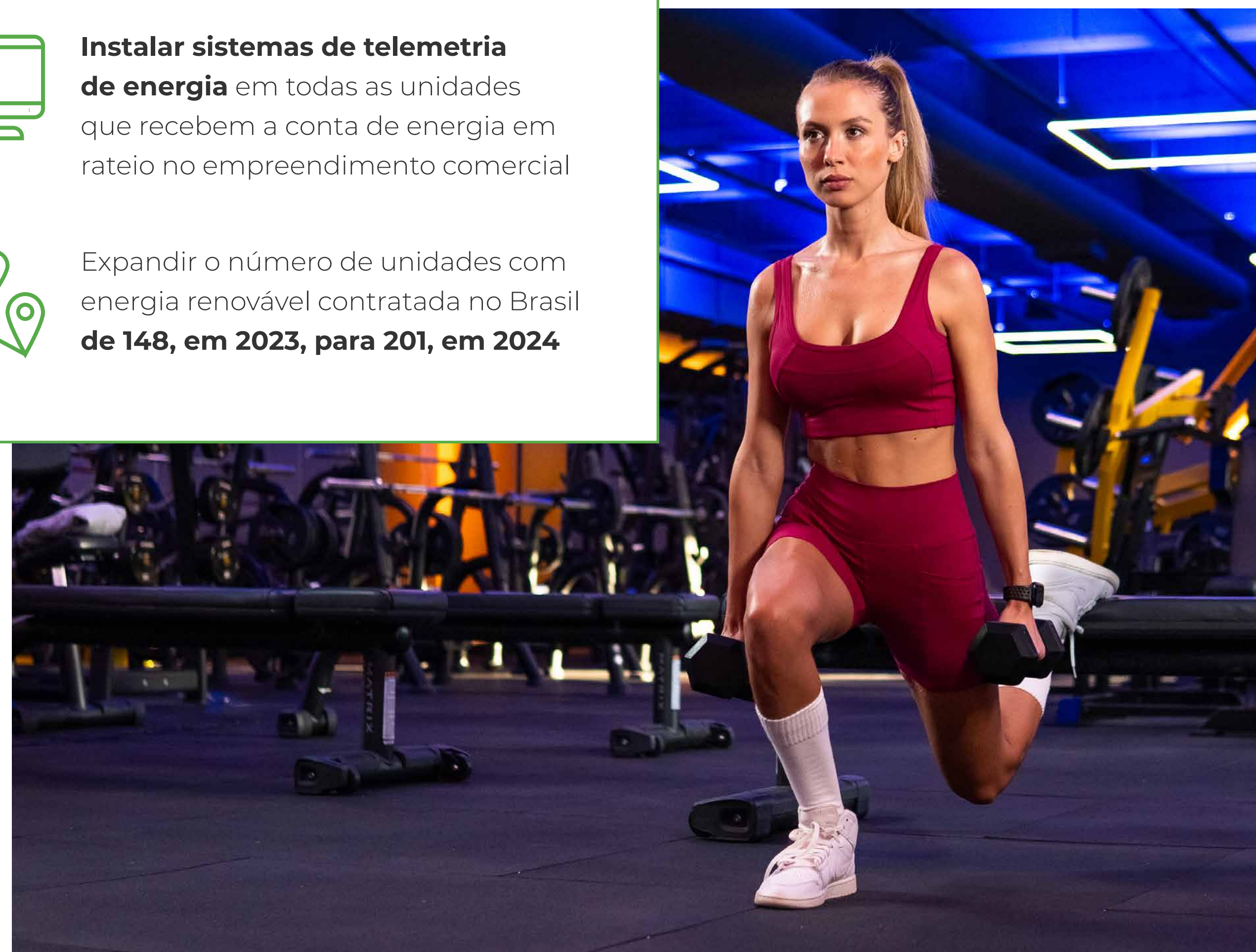
Metas



Instalar sistemas de telemetria de energia em todas as unidades que recebem a conta de energia em rateio no empreendimento comercial



Expandir o número de unidades com energia renovável contratada no Brasil **de 148, em 2023, para 201, em 2024**



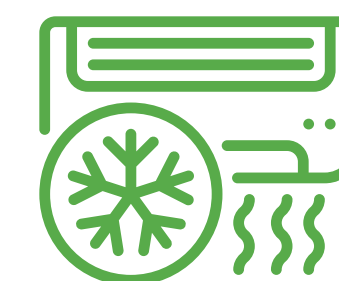


Automação do ar-condicionado

Apesar de não haver um monitoramento setorizado dos gastos energéticos, uma análise em duas academias no Brasil revelou que os sistemas de refrigeração representam, em média, 83% do consumo de energia elétrica. Para evitar desperdício e garantir o uso consciente desse recurso, a Companhia ampliou o projeto de automação e controle remoto do ar-condicionado, iniciado em 2022, para mais de 224 unidades no Brasil, México e Colômbia. A solução, que permite o controle de temperatura para climatização adequada dos ambientes e impede que os aparelhos fiquem ligados no período noturno ou entre aulas (salas de coletiva), resultou em uma **redução de 6,1 GWh no consumo de energia, ao longo do ano.**

Lâmpadas LED

Uso de lâmpadas LED em todas as unidades do Grupo, próprias e franqueadas, desde 2014.



Sistema de controle de temperatura para climatização adequada foi ampliado para mais de 224 unidades no Brasil, México e Colômbia

CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO GRI 302-1

Fonte	2023	
	Quantidade (quilowatt/hora – kWh)	Quantidade (gigajoule – GJ)
Eletricidade	193.268.293	695.766

Não há consumo de energia por resfriamento ou vapor. O Grupo Smart Fit não possui o controle do valor de energia gasto com aquecimento . Não é realizada a venda do excedente de eletricidade, aquecimento, refrigeração ou vapor autogerado. O Grupo Smart Fit não possui o controle do valor de energia consumida proveniente de combustíveis renováveis ou não renováveis. Os dados de 2023 referem-se ao consumo energético de todos os países das unidades que possuem medidor próprio de energia e estão sob a titularidade das empresas do Grupo.

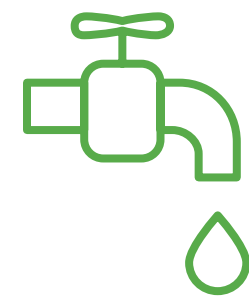
Água GRI 303-1, 303-2

As academias do Grupo Smart Fit captam água majoritariamente da rede pública, representando 96% no Brasil e 100% na Colômbia, México, Panamá, Costa Rica, Peru, Chile, Argentina, Paraguai e Uruguai. Fontes alternativas, como poços artesianos regularizados, atendem 4% das unidades brasileiras e todas as localizadas em Honduras, que são abastecidas também pela rede pública. No México, 15% das instalações (45 academias) complementam o abastecimento público com caminhões-pipa.

A gestão eficiente do recurso é uma prioridade no Grupo, com planos de ação para identificar e resolver vazamentos e desperdícios, visando à redução do consumo. Em 2023, por exemplo, foi contratado um fornecedor para instalação de telemetria de água em todas as unidades. Assim, será possível analisar detalhadamente os dados, estabelecer e gerenciar indicadores de desempenho (KPIs), acompanhar o histórico e perfil de consumo de cada unidade, identificar oportunidades para reduzi-lo e gerenciar a resolução de problemas de forma automática e rápida.

A água é usada pela Companhia apenas para fins não industriais, não como insumo de transformação. Entre as aplicações estão bebedouros, sanitários, chuveiros e duchas, além da limpeza e manutenção das áreas comuns e

Objetivo



Aprimorar a governança da gestão de informação e plataformas digitais no consumo de água

Meta

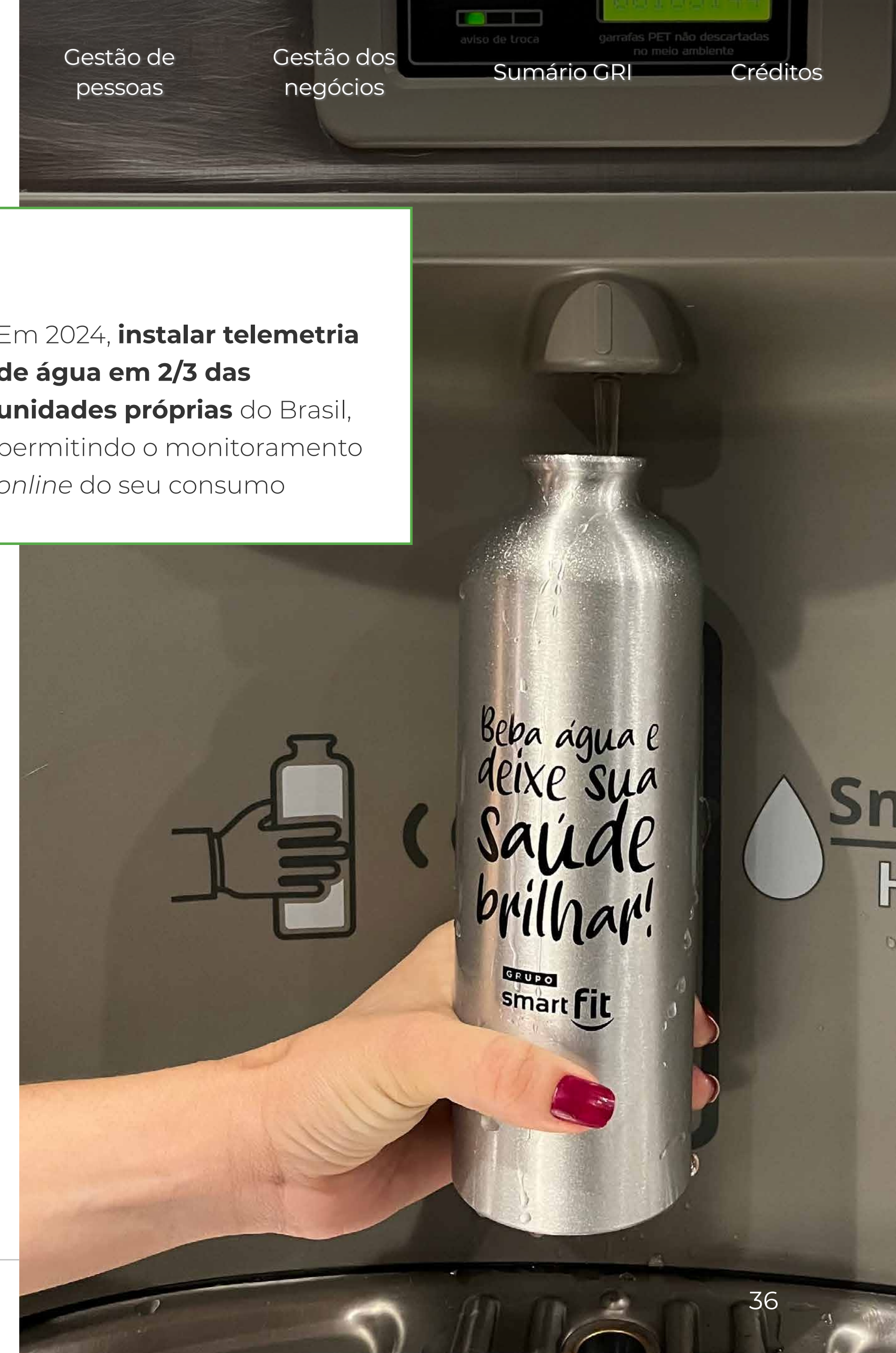


Em 2024, **instalar telemetria de água em 2/3 das unidades próprias** do Brasil, permitindo o monitoramento *online* do seu consumo

equipamentos. Reconhecendo que os clientes desempenham um papel crucial na cadeia de impacto hídrico, as unidades dispõem de avisos em banheiros para incentivar o consumo responsável.

Após ser utilizada, a água é encaminhada para os sistemas de esgoto locais ou para processos de tratamento adequado. Dado que a natureza das operações não demanda um controle direto sobre a qualidade do descarte, o Grupo segue as diretrizes e regulamentos da distribuidora local, que assume a responsabilidade pela destinação apropriada.

A Companhia não registrou impactos significativos relacionados à água e esgoto nem contribuições potenciais para questões como a demanda sobre os sistemas de abastecimento ou a geração de efluentes que poderiam afetar os sistemas de tratamento.



Resíduos GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

Por ser um prestador de serviços, o Grupo Smart Fit não possui processos de produção e, portanto, não gera resíduos provenientes da transformação de materiais. Há descarte sobretudo nas atividades de uso e consumo e nas saídas de materiais da Companhia: rejeitos comuns e residenciais (como embalagens de comida e papel higiênico) e resíduos advindos da manutenção e troca de equipamento.



UNIFORMES QUE AQUECEM

2,56 toneladas
de uniformes
reaproveitados

1,5 mil cobertores
produzidos e distribuídos
para pessoas em
situação de rua

Um dos destaques, que engloba todas as marcas do Grupo no Brasil, é a parceria com uma empresa de logística reversa têxtil para o descarte adequado de uniformes. Em 2023, as 8.063 peças que seriam descartadas foram transformadas em cobertores, destinados a pessoas em situação de vulnerabilidade social. A fração não reciclável das roupas foi encaminhada para aproveitamento energético.

No que diz respeito a obras, reformas e retrofit das unidades, todos os fornecedores envolvidos são aderentes ao Manifesto de Transporte de Resíduos (MTR), um documento de registro que permite monitorar a geração, o transporte e a destinação adequada dos resíduos sólidos.

A Companhia ainda não acompanha a quantidade de resíduos gerados em suas unidades, mas entende a relevância desta informação e pretende, em médio prazo, iniciar a gestão desse dado.

Em 2023, o Grupo Smart Fit manteve e aperfeiçoou iniciativas para evitar a produção de resíduos e pôs em prática **novas medidas:**

PILHAS RECARREGÁVEIS

Desde 2022, a empresa substituiu pilhas convencionais por recarregáveis – com maior tempo de vida útil – nos armários dos vestiários das academias Bio Ritmo.

PISOS DE MATERIAL RECICLADO

Em 2023, foram utilizados 18 mil metros quadrados de piso feitos com material reciclado de borracha de pneus nas novas unidades do Grupo Smart Fit.

ADEUS, COPOS PLÁSTICOS

Retirada dos copos descartáveis da matriz administrativa em São Paulo com objetivo de reduzir o uso de plástico.

SECADORES DE MÃOS

Vestiários e instalações sanitárias equipados com secadores de mãos para diminuir o uso e descarte de toalhas de papel.

RECICLAGEM DE EMBALAGENS

A cada embalagem vendida do Smart Fit Supps, duas do mesmo material são recicladas. A ação é uma parceria com a EuReciclo, que é uma solução estratégica de sustentabilidade para compensação do impacto ambiental gerado pelas embalagens da empresa. Com isso, foi possível compensar 5.018 kg de embalagens em 2023.

1º Mês da Sustentabilidade

Em comemoração ao Dia Mundial do Meio Ambiente, 5 de junho, o Grupo Smart Fit promoveu o 1º Mês da Sustentabilidade em 2023. Foram realizadas atividades para difundir a Agenda ESG da Companhia e engajar os *stakeholders* em uma imersão de conhecimento sobre o tema.

A programação, dividida nos aspectos ambiental, social e de governança, incluiu *lives* com renomados especialistas em sustentabilidade e destacou as ações do Grupo nesses três pilares. Houve ainda o lançamento do portal ESG e de projetos como o Menos Copo, Mais Planeta, para estimular a substituição de copos plásticos por xícaras e *squeezes*.

Destaque também à campanha de arrecadação para o UNICEF. O Grupo Smart Fit representou a maior colaboração regional (América Latina) com a Organização no segmento de redes de academia no ano passado, com suas unidades envolvidas sendo reconhecidas pelo Fundo como um “Espaço Solidário à Infância” – *veja mais detalhes no box ao lado*.



em benefício do
unicef 

Campanha em 10 países conquistou
4.653 doadores mensais,
dos quais 2.949 brasileiros
que foram responsáveis por
52% do total arrecadado

Grupo Smart Fit contribui com 52% das arrecadações face a face do UNICEF no Brasil

Em 2023, o Grupo Smart Fit recebeu equipes do UNICEF em suas unidades para convidar os clientes a se tornarem doadores mensais da Organização. Ao todo, foram conquistados 4.653 novos doadores mensais em 10 países em que a Companhia opera: Equador, México, Costa Rica, Panamá, Peru, Guatemala, Paraguai, Colômbia e Chile e Brasil. Os brasileiros foram responsáveis por 52% das arrecadações realizadas por meio do contato direto durante sete meses, em mais de 210 academias, alcançando 2.949 doadores mensais.

Sendo um doador do UNICEF, os alunos do Grupo passam a apoiar iniciativas que beneficiam milhares de crianças e adolescentes no Brasil. Entre elas estão a Busca Ativa Escolar, uma estratégia que colabora com municípios e estados para assegurar que crianças e adolescentes estejam na escola, além da garantia do acesso a serviços de abastecimento de água, saneamento e higiene em escolas. Há ainda o engajamento e mobilização de adolescentes nas agendas de mudanças climáticas e desafios ambientais; apoio a migrantes e refugiados venezuelanos (70% deles crianças); entre outros.



NA SOCIEDADE

GRI 3-3 (Relação com a sociedade), 2-29, 203-1, 203-2, 413-1

Como parte integrante da sociedade dos 15 países latino-americanos onde mantém operações, o Grupo Smart Fit se dedica a promover o desenvolvimento social e contribuir com transformações positivas. Sendo assim, a Companhia procura fazer com que sua atuação não se limite ao público interno e clientes, contemplando também o entorno de suas unidades.

Os impactos positivos reais dessa relação são criação de empregos, fomento a projetos sociais e o apoio a iniciativas locais, todos com potencial para aumento da fidelização de clientes e fortalecimento da marca. A própria operação do negócio afeta direta e indiretamente as regiões em que as academias estão instaladas, pois influi na abertura de novos empreendimentos correlatos ao setor – como suplementação e vestuário de treinos –, sem falar no aumento da conscientização para a importância do cuidado com a saúde física e mental, que acaba movimentando outros segmentos da economia.

Com o TotalPass, sua plataforma de benefícios corporativos, o Grupo estimula os funcionários das empresas conveniadas à adoção de hábitos saudáveis, estejam onde estiverem. O serviço conta com mais de 15 mil academias e estúdios parceiros em mil cidades brasileiras, nas quais os usuários podem praticar mais de 250 modalidades, além de treinos virtuais. Há ainda mais de 5 mil psicólogos para atendimento *online* e áudios para meditação. Os ganhos para o corpo e a mente são inegáveis: bem-estar, prevenção de doenças e longevidade, entre outros.

As ações de engajamento promovidas para a sociedade também se dão por meio de projetos com uso de leis de incentivo, reforçando o compromisso com a promoção da prática de atividades físicas. Iniciativas sociais, culturais e esportivas cujo principal objetivo seja facilitar o acesso e a difusão de uma cultura de movimento voltada para a saúde da população, principalmente de segmentos até então excluídos, têm primazia em receber o apoio da Companhia.

Não foi identificada nenhuma relevância negativa nas atividades de relacionamento com a sociedade.

Projetos com uso de leis de incentivo

As leis de incentivo fiscal são o instrumento adotado pelo Grupo Smart Fit para distribuir recursos que viabilizem ações de cunho social, cultural, educacional, de saúde e esportivo. Em 2023, a Companhia destinou R\$ 2.234.485 ao financiamento de 30 projetos, valor cerca de cinco vezes superior ao total aplicado no ano anterior.

Os projetos abrangeram seis municípios de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo e Paraíba e alcançaram 19.073 pessoas, com destaque para moradores de bairros com alta vulnerabilidade socioeconômica.

A decisão por patrocinar (ou não) iniciativas similares é amparada pela Política de Doações e Patrocínios, aprovada em 2019 pelo Conselho de Administração. A diretriz estabelece as condutas esperadas em relação ao fluxo para análise, aprovação e liberação das doações e/ou patrocínios solicitados, envolvendo as áreas de Marketing e Contabilidade, o Comitê Social e o departamento Jurídico.

Para pleitear recursos do Grupo Smart Fit por meio de leis de incentivo fiscal, as inscrições podem ser feitas pelo [site www.editalsmartfit.com.br](http://www.editalsmartfit.com.br).

Associação Ballet Manguinhos



Breaking Social Brasil



DISTRIBUIÇÃO DOS PROJETOS POR LEI

VALORES INVESTIDOS POR LEI

13	Lei de Incentivo à Cultura do Estado do Rio de Janeiro (LIC-RJ)	R\$ 1.377.676
6	Lei Municipal de Incentivo à Cultura da Cidade de Belo Horizonte (LMIC)	R\$ 670.804
5	Lei Federal de Incentivo ao Esporte	R\$ 26.572
2	Fundo da Infância e Adolescência (FIA)	R\$ 26.572
2	Fundo do Idoso	R\$ 26.572
2	Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac - Lei Rouanet)	R\$ 106.288

Campanhas sociais

Ao longo de 2023, as unidades do Grupo lideraram campanhas para as mais diversas demandas sociais. De doação de roupas a arrecadação de alimentos, de aulas grupais a atividades recreativas, as academias se engajaram em prol de causas pelo desenvolvimento local ou em atendimento a demandas emergenciais da sociedade. **Conheça algumas delas a seguir:**



BRASIL



SOS Litoral Norte

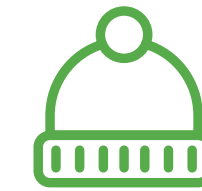
Arrecadação de **333 litros de água, 500 quilos de alimento, mais de 3.800 peças de roupas e sapatos, 422 produtos de higiene e cuidados pessoais e 55 cobertores**, além de

brinquedos, cestas básicas e fraldas descartáveis para vítimas das enchentes e deslizamentos ocorridos no litoral paulista em fevereiro.



Auxílio a vítimas de desastres naturais

com arrecadação de roupas, água potável, calçados, cobertores, itens de higiene pessoal e alimentos não perecíveis para moradores das regiões afetadas pelas fortes chuvas – ocorridas em setembro no Rio Grande do Sul e em dezembro em Angra dos Reis (RJ) – e pelo ciclone extratropical, que atingiu Santa Catarina e Rio Grande do Sul.



Campanha do agasalho

No inverno, as marcas Smart Fit, Bio Ritmo e TotalPass se uniram para arrecadar roupas, sapatos, cobertores e edredons, obtendo mais de

8,5 mil peças doadas.



Doação de brinquedos

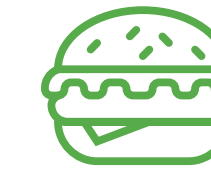
Durante o Dia das Crianças e o Natal, a rede Smart Fit se mobilizou para solicitar doações de brinquedos. No período natalino, cada unidade da marca dispôs ainda de um cesto solidário no qual os alunos e colaboradores puderam contribuir com alimentos como arroz, feijão, óleo, macarrão, sal e açúcar.



Campanha do livro na Bahia

com doação de

1.230 exemplares em maio.



Projeto em parceria com a **Hamburgada do Bem**, que contou com a participação de 87 colaboradores do Grupo em atividades recreativas, na organização do evento e na cozinha para o preparo de mais de **250 hambúrgueres**, que foram servidos para **92 crianças** no Centro de Educação Infantil São Miguel Arcanjo, em São Paulo.



Doação de lenço/Outubro Rosa

com arrecadação em apoio às mulheres que enfrentam câncer de mama.



Arrecadação de

200 quilos de alimentos, doados em dezembro, em Recife.



Novembro Azul, em apoio aos homens com câncer de próstata.



Doamos e plantamos 500 árvores em representação de cada inscrito na pré-venda da unidade Luque.



Campanha de **arrecadação de brinquedos** para crianças.

Aulas grupais gratuitas em ciclovias, todos os domingos em Bogotá, Medellín, Cali e Cartagena.



Campanha de **arrecadação de roupas e alimentos** no Dia das Crianças e Natal.



Aulas grupais gratuitas, promovidas pelo **Smart Truck**.

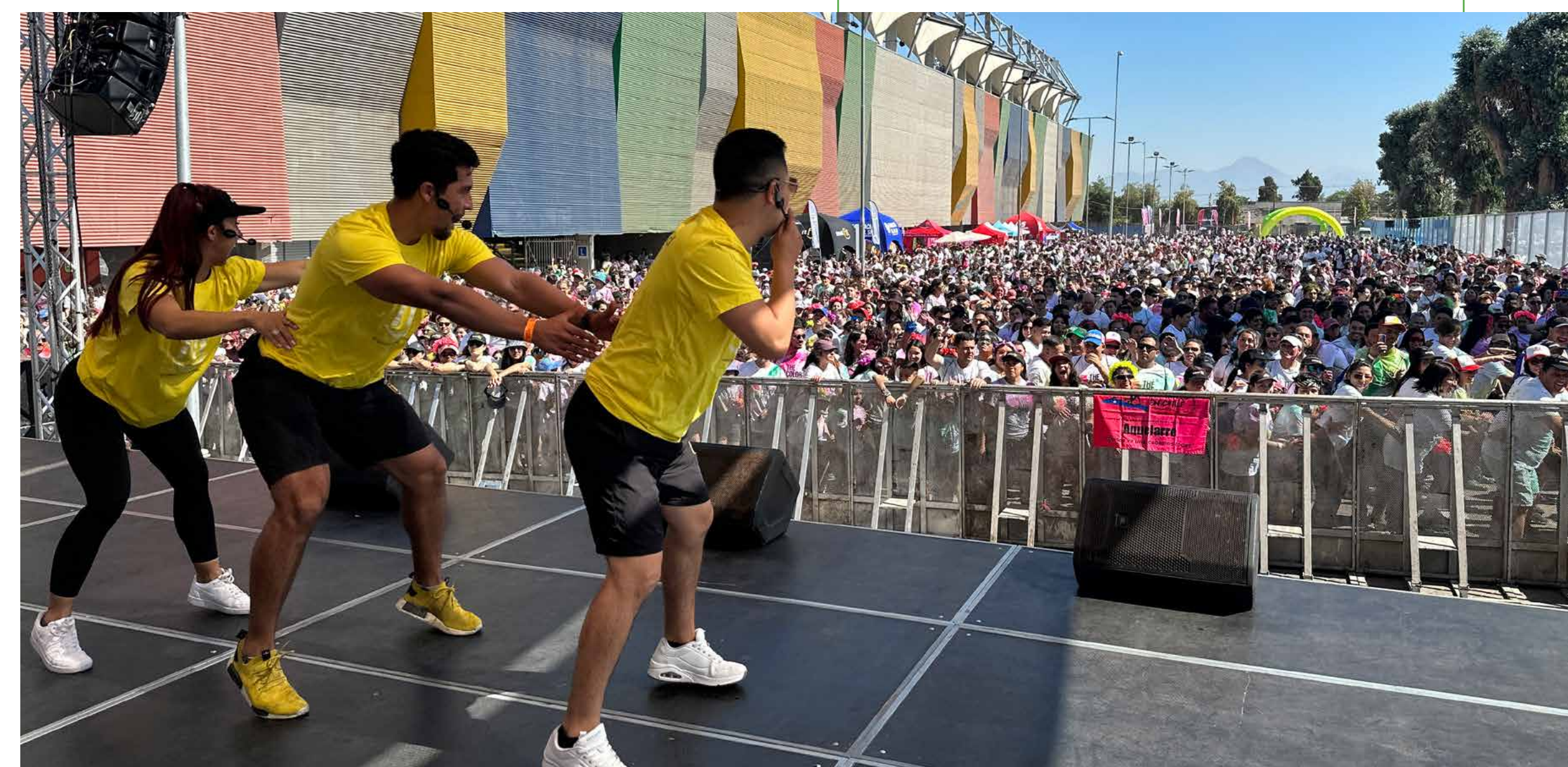


Arrecadação de roupas e alimentos para apoio às pessoas afetadas pelo furacão Otis em Acapulco.

Aulas grupais gratuitas, promovidas pelo **Smart Truck**.



Arrecadação de roupas e alimentos para apoio às pessoas afetadas pelos megaincêndios na área de Valparaíso.



Corridas

O patrocínio a corridas de rua já é uma tradição da Companhia como forma de incentivar a prática de atividades físicas. Ao longo de 2023, foram investidos R\$ 467 mil em 37 competições desse tipo no Brasil, México e Colômbia, com a participação de cerca de 395 mil pessoas.

Patrocínio do Comitê Olímpico do Brasil

Em 2023, o Grupo assumiu o papel de patrocinador oficial do Comitê Olímpico do Brasil (COB). Essa parceria visa a fortalecer a percepção de orgulho associada à marca Smart Fit entre os brasileiros e segue até dezembro de 2024. **O valor investido ultrapassou R\$ 3,4 milhões.**



R\$ 467 mil

investidos em 37 corridas de rua

Gestão de pessoas



GESTÃO DE PESSOAS

GRI 3-3 (Valorização dos colaboradores)

O Grupo Smart Fit considera seus mais de 15 mil colaboradores como um dos ativos importantes para proporcionar às pessoas o acesso ao *fitness* de alto padrão. Sua gestão de pessoas preza por um ambiente de trabalho positivo, acolhedor e engajador que contribua para o sucesso individual e coletivo.

Isso começa quando um profissional chega à Companhia. Por meio do Programa Linha de Largada, o novo integrante passa o dia inteiro em uma imersão em todas as marcas do grupo (o escritório do Grupo, em São Paulo, abriga todas as marcas, exceto a Queima Diária, que fica em Belo Horizonte). Inclui ainda um *tour* pelos andares do prédio, experimentação dos produtos disponíveis na recepção, uma sessão de treino, um presente simbólico e uma carta de boas-vindas.

Passada a fase de recepção, a perspectiva de cuidado segue perpetuada em diversas iniciativas de desenvolvimento e capacitação que contribuem para a evolução das potencialidades de cada colaborador. Afinal, se uma pessoa está bem-preparada para desempenhar o seu papel

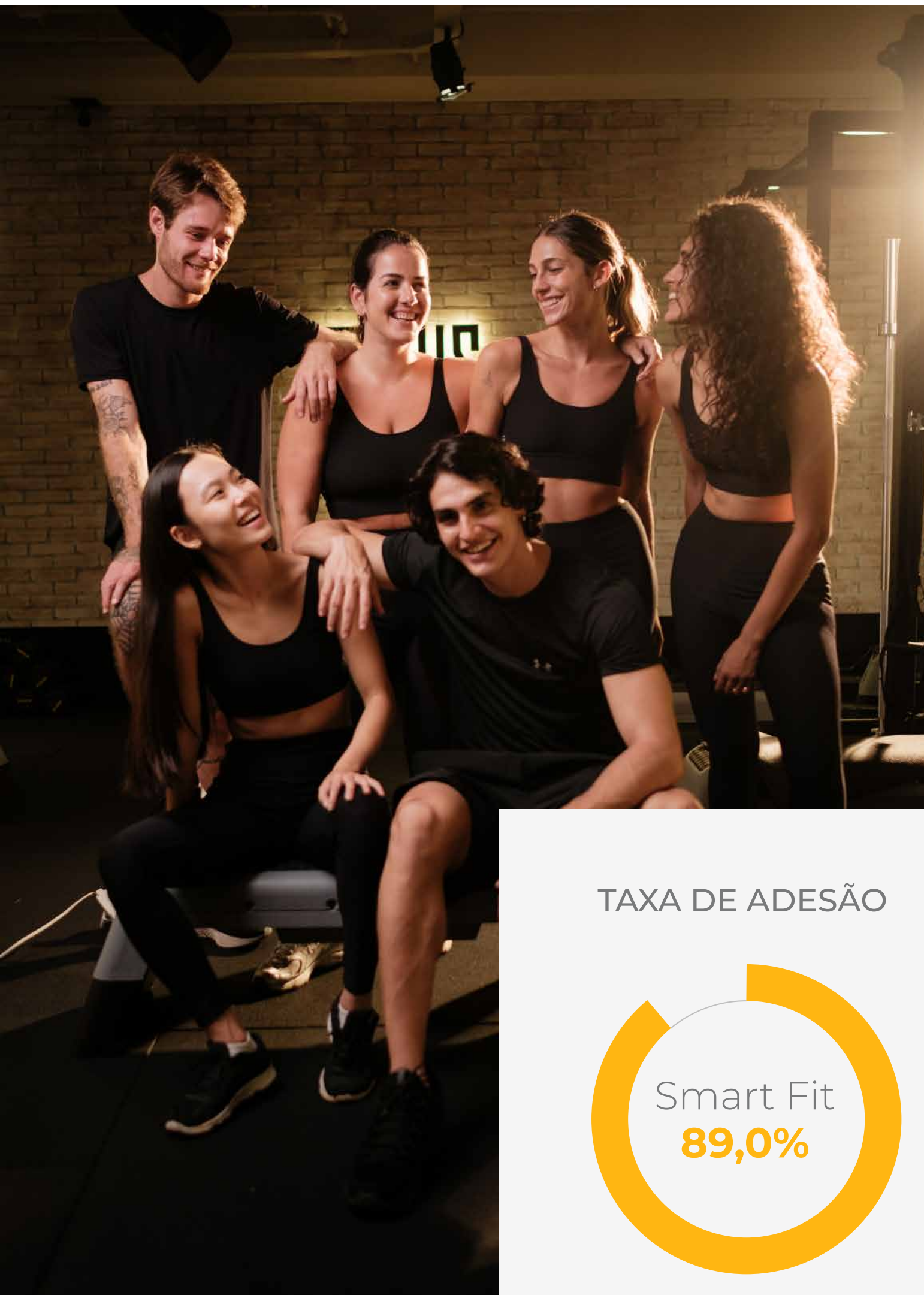


Outras ações desenvolvidas para os colaboradores estão mencionadas no tópico Comunicação e *marketing*, na página 24

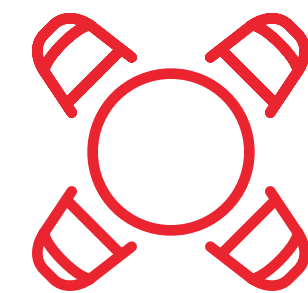
e gosta de fazê-lo, o efeito disso é multiplicado, impacta em todo o Grupo e, conseqüentemente, o atendimento ao cliente e a experiência dele conosco.

Como resposta dessa diretriz, em 2023, o Grupo Smart Fit registrou um aumento na retenção de talentos, na motivação e na produtividade. Novas estratégias de comunicação, reforço no acultramento e consolidação de campanhas colaboraram para esses resultados, que foram refletidos na pesquisa de clima. Essas estratégias são importantes para, inclusive, acompanhar o crescimento da Companhia que, só no Brasil, adicionou mais de 4 mil colaboradores no período (detalhes a seguir).





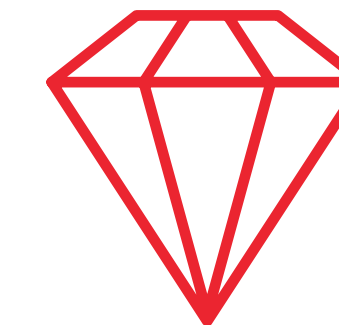
Veja quais foram as principais iniciativas do ano:



CLIMA E CULTURA

Reuniões trimestrais de resultados para falar sobre o crescimento do Grupo.

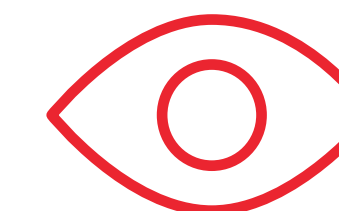
Pesquisa de clima: inaugurada em todas as marcas do Grupo Smart Fit no Brasil. O processo foi dividido em duas etapas: a primeira em 2023 e a segunda em 2024, durante a elaboração deste relatório. A ideia é que se torne de recorrência anual. Antes, o Grupo utilizava outra metodologia que focava somente em engajamento de colaboradores.



ENGAJAMENTO

Com as **lives “Fique por Dentro”**, os colaboradores são informados sobre as atividades e objetivos do Grupo.

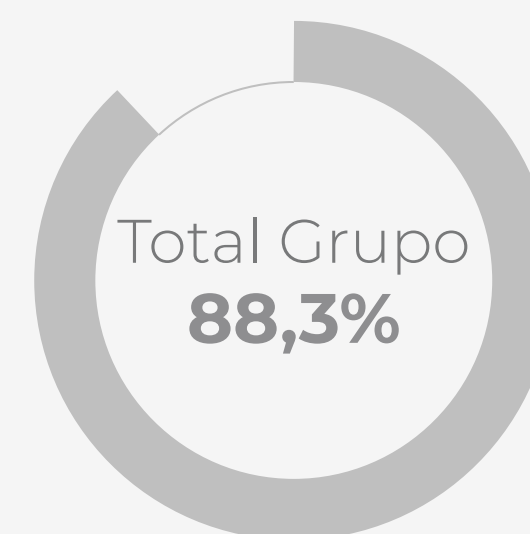
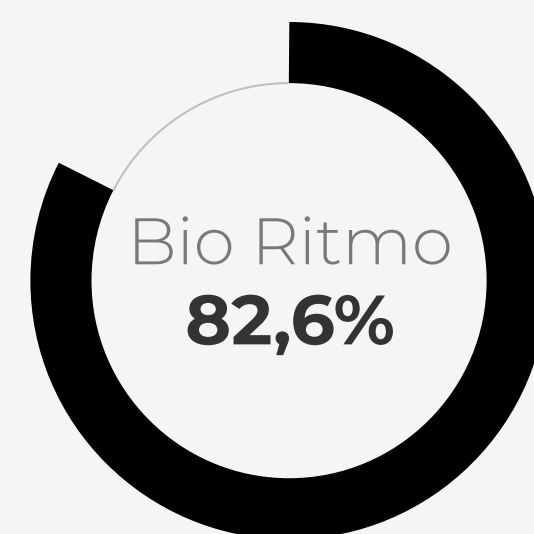
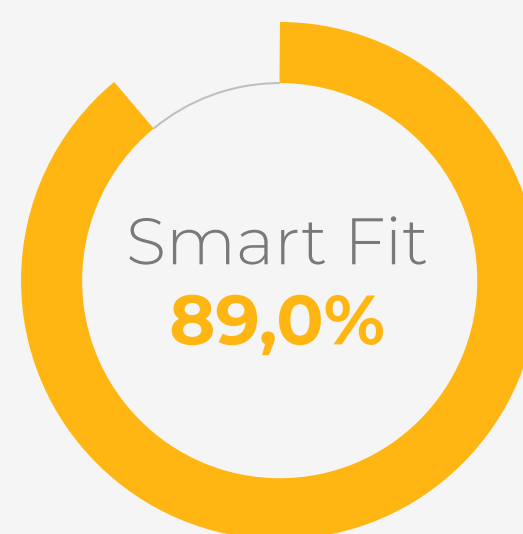
A **campanha “14 motivos pelos quais amo trabalhar aqui”** incentiva o orgulho de pertencer.



RECONHECIMENTO

A iniciativa **“Passos que Fazem História”** homenageia colaboradores que completam entre três e 25 anos de trabalho na Companhia.

TAXA DE ADESÃO

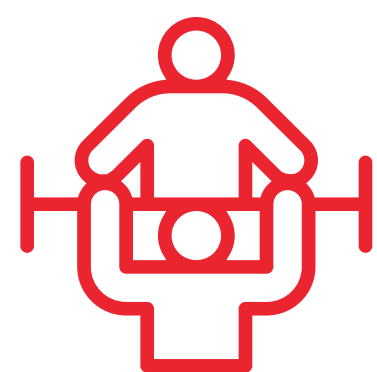


Como está distribuída a mão de obra do Grupo

COLABORADORES POR REGIÃO E GÊNERO GRI 2-7

	2022			2023						
	Homens	%	Mulheres	%	Total	Homens	%	Mulheres	%	Total
Brasil	4.057	56%	3.188	44%	7.245	4.774	57%	3.564	43%	8.338
México	1.222	64%	690	36%	1.912	1.821	61%	1.168	39%	2.989
Colômbia	486	60%	329	40%	815	774	58%	561	42%	1.335
Chile	326	60%	218	40%	544	627	59%	427	41%	1.054
Peru	418	60%	273	40%	691	686	61%	437	39%	1.123
Argentina	40	57%	30	43%	70	51	58%	37	42%	88
Paraguai	44	52%	40	48%	84	78	55%	63	45%	141
Total	6.593		4.768		11.361	8.811		6.257		15.068





8.338

dos 15.068 colaboradores
do Grupo trabalham nas
operações no Brasil

COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO E GÊNERO GRI 2-7

	2022			2023		
	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total
Homens	6.593	0	6.593	7.240	1.572	8.812
Mulheres	4.768	0	4.768	5.216	1.040	6.256
Total	11.361	0	11.361	12.456	2.612	15.068

COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO E REGIÃO GRI 2-7

	2022			2023		
	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total
Brasil	7.245	0	7.245	8.241	97	8.338
México	1.912	0	1.912	832	2.157	2.989
Colômbia	815	0	815	1.335	0	1.335
Chile	544	0	544	709	345	1.054
Peru	691	0	691	1.110	13	1.123
Argentina	70	0	70	88	0	88
Paraguai	84	0	84	141	0	141
Total	11.361	0	11.361	12.456	2.612	15.068

COLABORADORES POR TIPO DE EMPREGO E GÊNERO GRI 2-7

	2022			2023		
	Tempo Integral	Período Parcial	Total	Tempo Integral	Período Parcial	Total
Homens	2.503	4.090	6.593	6.155	2.655	8.810
Mulheres	2.634	2.134	4.768	4.286	1.972	6.258
Total	5.137	6.224	11.361	10.441	4.627	15.068

COLABORADORES POR TIPO DE EMPREGO E REGIÃO GRI 2-7

	2022			2023		
	Tempo integral	Tempo parcial	Total	Tempo integral	Tempo parcial	Total
Brasil	3.358	3.887	7.245	6.180	2.158	8.338
México	714	1.198	1.912	1.762	1.227	2.989
Colômbia	456	359	815	1.309	26	1.335
Chile	256	288	544	477	577	1.054
Peru	289	402	691	613	510	1.123
Argentina	31	39	70	42	46	88
Paraguai	33	51	84	58	83	141
Total	5.137	6.224	11.361	10.441	4.627	15.068

A metodologia utilizada para contabilizar o número total de colaboradores foi a contagem direta, em que a empresa contabiliza todos os colaboradores registrados, incluindo os de tempo integral e parcial.

O número total de colaboradores tem como base os dados contemplados ao término do período de relato.

Foram considerados todos os colaboradores registrados na empresa, incluindo aqueles que estavam afastados ou de licença. Prazo determinado: Estagiários e Menores Aprendizizes. Prazo indeterminado: todos os demais colaboradores CLT (excluindo os de prazo determinado).



TRABALHADORES QUE NÃO SÃO EMPREGADOS GRI 2-8

Terceirizados	2023
Prestadores de serviços de limpeza	1.484
Prestadores de serviços de segurança – vigia	42
Prestadores de serviços de segurança – estacionamento	174
Prestadores de serviços – controlador de acesso	32
Total	1.732

A metodologia utilizada para contabilizar o número total de trabalhadores que não são empregados foi a contagem direta, ou seja, a empresa contabiliza todos os trabalhadores que não são empregados, incluindo em tempo integral e parcial.

O número total de colaboradores tem como base os dados contemplados ao término do período de relato. Não houve flutuações significativas no número de trabalhadores durante o período coberto do relatório.

COLABORADORES E CONTRATAÇÕES NO PERÍODO, POR FAIXA ETÁRIA GRI 401-1

Faixa etária	Total de Colaboradores	Contratações	Taxa de novas contratações (%)	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou turnover*
Abaixo de 30 anos	3.658	2.423	66,2	1.649	55,7
Entre 30 e 50 anos	4.526	1.807	39,9	1.626	37,9
Acima de 50 anos	154	53	34,4	31	27,3
Total	8.338	4.283	51,4	3.306	45,5

Os dados referem-se às operações localizadas no Brasil.

* A taxa de rotatividade é calculada da seguinte maneira: [(contratados + desligados) / 2] / número total de empregados por categorias.

COLABORADORES E CONTRATAÇÕES NO PERÍODO, POR GÊNERO GRI 401-1

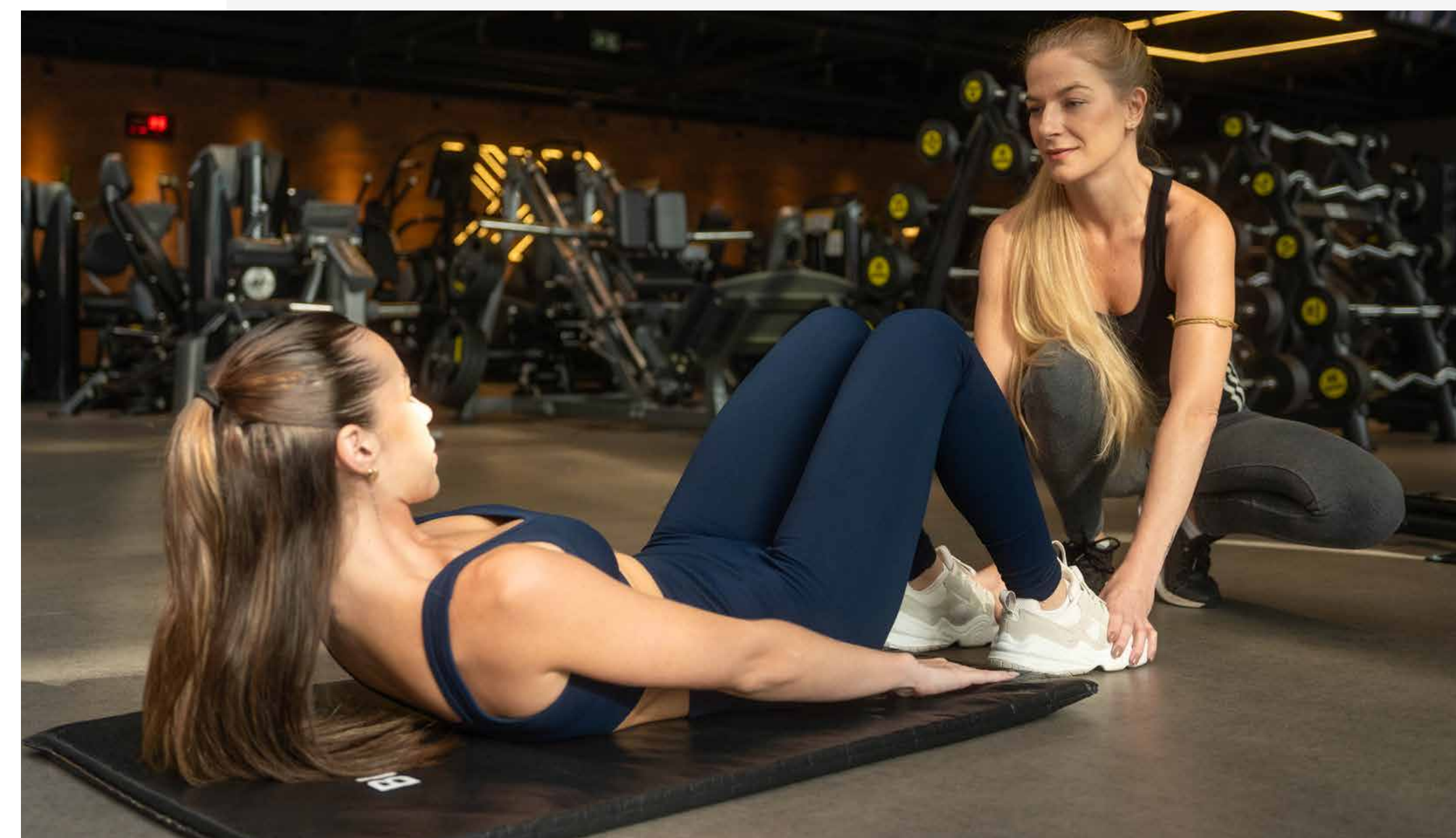
Gênero	Total de empregados	Contratações	Taxa de novas contratações (%)	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou turnover*
Homens	4.774	2.455	51,4	1.809	44,7
Mulheres	3.564	1.828	51,3	1.497	46,5
Total	8.338	4.283	51,4	3.306	45,5

Os dados referem-se às operações localizadas no Brasil.

* A taxa de rotatividade é calculada da seguinte maneira: [(contratados + desligados) / 2] / número total de empregados por categorias.

Benefícios e acordos sindicais

O Grupo oferece salários justos, compatíveis com o mercado, e colaboradores que atuam em tempo integral nas unidades do Brasil contam com benefícios como seguro de vida, plano de saúde, plano odontológico, auxílio para deficiência e invalidez, além de licença-maternidade/paternidade (confira na tabela a seguir os dados do ano). A quem trabalha nas operações, o plano de saúde é disponibilizado após 18 meses da contratação. **GRI 401-2**



LICENÇA-MATERNIDADE/PATERNIDADE GRI 401-3

	2022	2023
Colaboradores com direito a tirar licença-maternidade/paternidade		
Homens	4.057	4.774
Mulheres	3.188	3.564
Colaboradores que tiraram a licença-maternidade/paternidade		
Homens	57	55
Mulheres	128	140
Colaboradores com expectativa de retorno no ano vigente		
Homens	57	55
Mulheres	100	101
Colaboradores que retornaram ao trabalho, no período do relatório, após o término da licença-maternidade/paternidade		
Homens	57	55
Mulheres	100	101
Colaboradores que voltaram a trabalhar após a licença-maternidade/paternidade e que ainda estiveram empregados 12 meses após o retorno ao trabalho		
Homens	57	46
Mulheres	38	63
Taxa de retorno (%)		
Homens	100	100
Mulheres	100	100
Taxa de retenção (%)		
Homens	100	54,1
Mulheres	65,5	67,7

Os dados referem-se às operações localizadas no Brasil.

Qualquer tomada de decisão considera as demandas e expectativas dos colaboradores, seus representantes e autoridades governamentais

No dia a dia, as marcas do Grupo mantêm uma comunicação eficiente com os colaboradores, sobretudo por meio de comunicados internos, inclusive em situações de negociações sindicais, embora a Companhia não tenha estabelecido um prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais significativas.

Qualquer tomada de decisão considera as demandas e expectativas dos colaboradores, seus representantes e autoridades governamentais, influenciando políticas internas, horas trabalhadas e de descanso, segurança, entre outros aspectos do emprego, que contribuem para um ambiente de trabalho justo e seguro. **GRI 402-1**

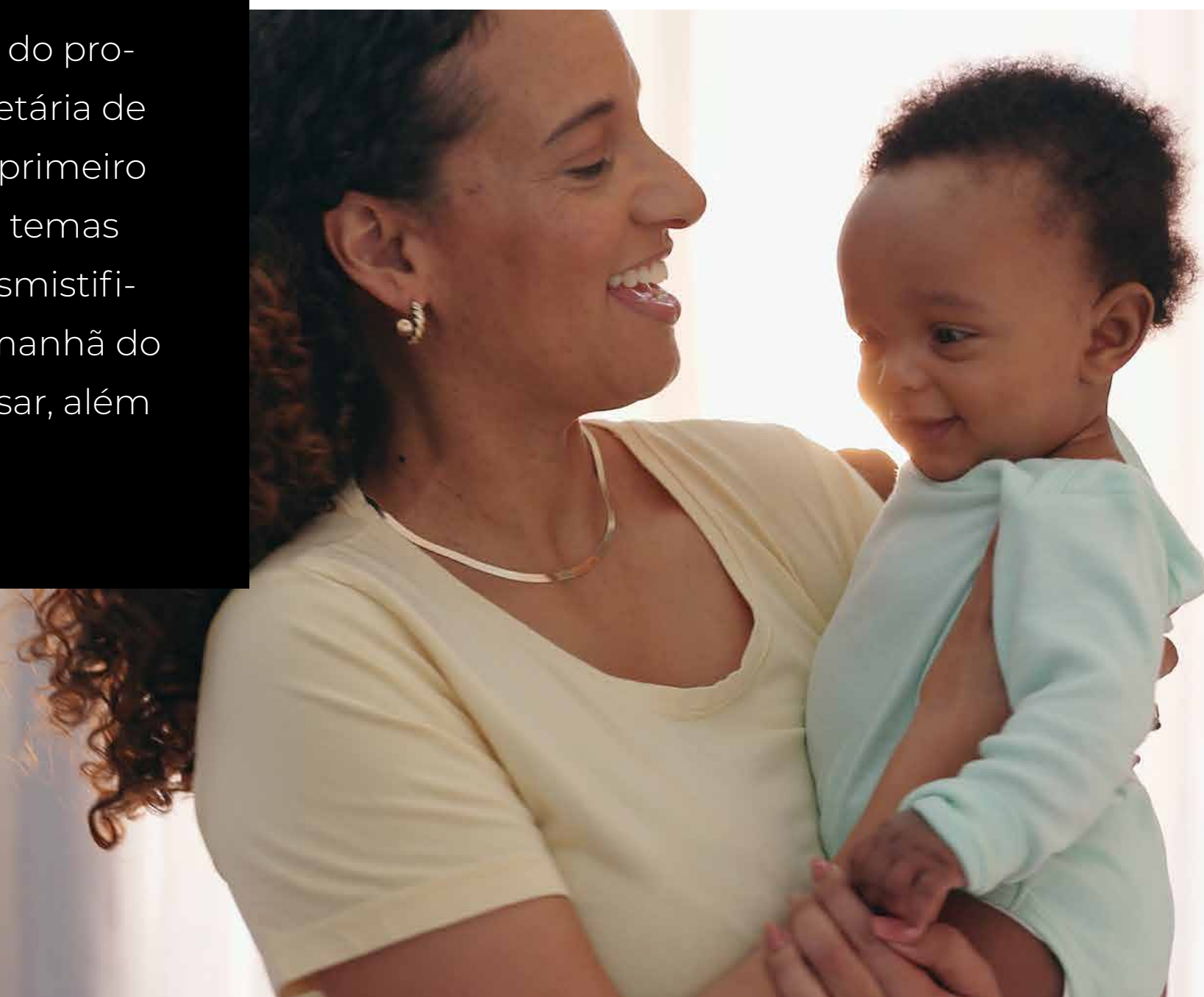
No período, 100% da força de trabalho estava coberta por acordos de negociação coletiva e reflete o compromisso do Grupo com a manutenção de negociações válidas. Estabeleceu-se como meta aprimorar continuamente essas negociações, com o intuito de melhorar as condições e os acordos estabelecidos. **GRI 2-30**

Programa Vida Nova

Os colaboradores contam também com o **Programa Vida Nova**, que acolhe e oferece suporte a novos pais e mães. Funciona da seguinte maneira: conveniados de planos médicos se inscrevem para receber um acompanhamento personalizado com dicas e informações para essa nova fase da vida.

O perfil dos colaboradores que participa do programa geralmente se encontra na faixa etária de 30 e 32 anos, e, muitas vezes, o bebê é o primeiro filho. O curso, totalmente *online*, oferece temas relacionados à criação do filho, como desmistificação da maternidade, amamentação, manhã do bebê, as fases que a mãe e o pai vão passar, além de apoio emocional.

**VIDA
NOVA**
CUIDADO DESDE OS PRIMEIROS PASSOS



PESQUISA DE *FEEDBACK* ASCENDENTE (PFA)

Uma importante ferramenta utilizada pelo Grupo na gestão de pessoas é a PFA, em que os colaboradores avaliam seus líderes. Embora todos os países que possuem unidades próprias já estejam realizando, o objetivo para 2024 é que eles façam essa avaliação duas vezes por ano e que ela ocorra simultaneamente. **Veja os resultados de novembro de 2023:**

	PARTICIPAÇÕES	%	MÉDIA GLOBAL
SMART FIT*	5.597	80%	4,61
BIO RITMO	872	78%	4,50
STUDIOS	115	85%	4,70
USC**	502	87,5%	4,30
COLÔMBIA	783	85%	4,73
CHILE	484	87%	4,51
PERU	626	99%	4,41
ARGENTINA	74	100%	4,30
PARAGUAI	111	87%	4,83
URUGUAI	11	100%	4,19

* Como no Brasil há outras marcas, o PFA é avaliado e acompanhado por cada uma delas.

** Unidade de Serviço Compartilhada.

DESENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO

GRI 404-2

Para desenvolver e engajar os colaboradores, o Grupo Smart Fit oferece uma variedade de programas de treinamento, incluindo as Universidades Corporativas Smart Fit e Bio Ritmo. As plataformas *online*, como o Academy, disponibilizam cursos, capacitações e um ambiente de aprendizagem abrangente.

Há programas de certificação *online* e presencial, formação para a liderança (Leader Training), programas de auto-desenvolvimento para colaboradores e programas específicos para áreas determinadas.

Além disso, todos os novos colaboradores devem passar pelo treinamento sobre o Código de Ética e Conduta e sobre Anticorrupção (para a liderança), que descreve valores, princípios e comportamentos éticos, fornecendo informações adicionais essenciais. O Grupo oferece ainda apoio financeiro para cursos de capacitação externos, que abrangem cursos de idiomas, pós-graduação e cursos em parceria com instituições de ensino.

Confira as **principais iniciativas** de desenvolvimento e capacitação:



Líderes

LEADER TRAINING

O Leader Training é destinado aos líderes dos escritórios e das operações, tem o intuito de proporcionar uma compreensão clara da cultura do Grupo. O treinamento é em formato híbrido, com 30 horas, e, em 2023, abrangeu 123 profissionais.

ESCOLA DE EXCELÊNCIA E ESCOLA DE LÍDERES

Este programa é conhecido como Escola de Excelência para algumas marcas e como Escola de Líderes para outras, mas se trata da mesma iniciativa. As formações são realizadas de forma presencial, aplicadas pelos próprios líderes nas respectivas regiões ou unidades. O foco está nos colaboradores da operação que têm o desejo de se tornarem líderes, pois o curso serve como uma preparação para transição futura.





Colaboradores

PROGRAMA POWER SKILLS

Power Skills é um programa de autodesenvolvimento para colaboradores, com base na metodologia *microlearning* – focada em desenvolvimento e conhecimento de forma ágil, em curta duração. É aplicável a colaboradores de todos os níveis do Grupo, principalmente, àqueles que têm a intenção de desenvolver novas habilidades para assumir uma liderança futuramente. No período, 677 pessoas iniciaram esse programa, sendo que 549 finalizaram no mesmo ano.

UNIVERSIDADES CORPORATIVAS SMART FIT E BIO RITMO

As Universidades Corporativas Smart Fit e Bio Ritmo visam garantir a capacitação dos profissionais, zelando pela manutenção da Cultura Organizacional de todos os colaboradores, em todos os cargos e marcas do Grupo. Após a admissão, os colaboradores recebem acesso às atividades *online* por meio de *login* e senha individuais.



Profissionais de Educação Física

PÓS-GRADUAÇÃO

Como parte da estratégia de desenvolvimento e capacitação e com o objetivo de aprimorar o conhecimento dos professores, a Smart Fit oferece um curso de pós-graduação *in company* exclusivo para seus colaboradores. Trata-se da formação integral em *Fitness*, um curso de 360 horas, certificado pelo Ministério da Educação (MEC) e totalmente *online*.

ACADEMY

É uma plataforma dedicada ao desenvolvimento profissional de professores de educação física, oferece uma variedade de cursos que abrangem desde hipertrofia e emagrecimento até treinamento funcional, além de encontros técnicos presenciais.

PROGRAMA DE ESTÁGIO

O Grupo Smart Fit costumava realizar Programa de Estágio, focado apenas no desenvolvimento de profissionais de Educação Física. Em 2022, passou a abranger as áreas de Tecnologia e, em 2023, Gestão de Pessoas, Finanças, Marketing e Expansão. O programa tem duração de um ano e oferece a possibilidade de efetivação ao término do período, caso haja vaga disponível. Em 2023, participaram sete estagiários no corporativo, e 85 estão atuando nas unidades da marca Bio Ritmo.

PROGRAMA JOVEM APRENDIZ

O Programa Jovem Aprendiz oferece a jovens talentos a oportunidade de iniciar sua carreira com capacitação profissional e a possibilidade de efetivação ao término da iniciativa. Durante o ano, 31 jovens participaram do programa.

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

2023					
	Homens	Mulheres	Não declarado	Outros	Total
Diretoria					
Total de colaboradores	13	4	3	0	20
Colaboradores avaliados	0	0	0	0	0
Percentual	0	0	0	0	0
Gerência					
Total de colaboradores	338	258	113	6	715
Colaboradores avaliados	291	216	100	6	613
Percentual	86,09	83,7	88,5	100	85,7
Coordenadores/supervisores					
Total de colaboradores	52	62	22	0	136
Colaboradores avaliados	0	0	0	0	0
Percentual	0	0	0	0	0

2023					
	Homens	Mulheres	Não declarado	Outros	Total
Administrativo					
Total de colaboradores	188	271	169	6	634
Colaboradores avaliados	0	0	0	0	0
Percentual	0	0	0	0	0
Operacional					
Total de colaboradores	2.301	1.632	2.866	34	6.833
Colaboradores avaliados	0	0	0	0	0
Percentual	0	0	0	0	0
Total					
Total de colaboradores	2.892	2.228	3.175	43	8.338
Colaboradores avaliados	291	216	100	6	613
Percentual	10	9,7	3,1	13,9	7,3

Não há dados de anos anteriores para efeito de comparação.
Atualmente, essa avaliação ocorre apenas em cargos de gerência, mas o Grupo entende a importância de abranger os demais colaboradores e estuda uma abordagem para que eles sejam incluídos.
Os dados referem-se às operações localizadas no Brasil.

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO REALIZADA PELOS COLABORADORES DURANTE O PERÍODO COBERTO PELO RELATÓRIO, POR GÊNERO GRI 404-1

Gênero	2022			2023		
	Total de colaboradores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento por colaborador	Total de colaboradores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento por colaborador
Homens	6.593	77.147	12	8.195	926.251	113
Mulheres	4.768	77.604	16	5.784	631.558	109
Total	11.361	154.751	14	13.979	1.557.809	111

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO REALIZADA PELOS COLABORADORES DURANTE O PERÍODO COBERTO PELO RELATÓRIO, POR CATEGORIA FUNCIONAL GRI 404-1

Categoria funcional	2022			2023		
	Total de colaboradores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento por colaborador	Total de colaboradores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento por colaborador
Diretoria	32	433	13	30	1.033	34
Gerência	1.174	9.650	8	803	116.067	144
Coordenadores/ supervisores	293	6.683	23	223	12.178	55
Administrativo	976	7.959	8	829	44.023	53
Operacional	8.886	130.026	15	12.094	1.436.729	119
Total	11.361	154.751	13,28	13.979	1.610.030	115,17

A variação do número de horas de treinamentos de 2022 para 2023 reflete a expansão operacional, com a integração de novos colaboradores e processos.

O cálculo em 2023 contém a soma de horas dos seguintes países: Brasil (8.241 colaboradores), México (2.632 colaboradores), Argentina (74 colaboradores), Colômbia (1.104 colaboradores), Paraguai (71 colaboradores), Chile (755 colaboradores) e Peru (1.102 colaboradores), que totalizam 13.979 colaboradores.

Os cursos oferecidos em nossas Universidades Corporativas não são obrigatórios, salvas as exceções (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD, Anticorrupção, Posturas Inadequadas e Assédio e Código de Ética e Conduta). Por essa razão, a quantidade de colaboradores que acessam os conteúdos não se igualará à quantidade de colaboradores da Companhia. Além disso, temos um déficit de colaboradores que ainda não realizaram os treinamentos obrigatórios.

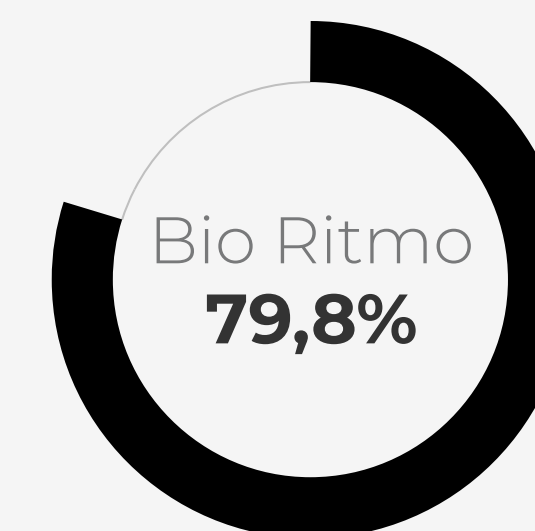
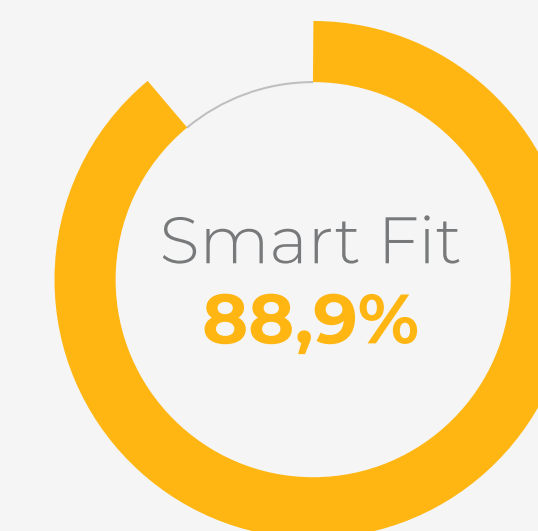
DIVERSIDADE

GRI 3-3 (Diversidade e direitos humanos), 406-1

O Grupo prioriza a criação de um ambiente de trabalho diverso e igualitário e acredita que essa temática contribui com a resiliência organizacional frente às constantes mudanças de mercado. Também colabora com o aumento da competitividade, especialmente quando se opera em vários países, pois permite a incorporação de estratégias que respeitam e valorizam as diferenças culturais.

Um passo importante nesse sentido foi a realização, pela primeira vez, de um censo de diversidade. Em 2023, o Grupo Smart Fit realizou no Brasil uma pesquisa que considerava aspectos de diversidade, inclusão e representatividade para compreender melhor a percepção de seus colaboradores nesses temas. Com os resultados, a Companhia poderá estudar e implementar estratégias que contribuam para o desenvolvimento da temática interna e externamente com os parceiros de negócios.

ADESÃO AO CENSO DE DIVERSIDADE



Em relação ao perfil dos colaboradores contratados no Brasil, os cargos de coordenação, supervisão e administrativo são mais ocupados por mulheres. Em contrapartida, a maior discrepância entre homens e mulheres é no cargo de diretoria (75% e 25%, respectivamente). A média geral é 57% de homens e 43% de mulheres.

O tema é tratado pela perspectiva dos direitos humanos, presente em políticas e compromissos da Companhia, sendo que o principal deles é o Código de Ética e Conduta. Se registrado algum caso relacionado a assédio, discriminação ou injúria, o Grupo imediatamente averigua a situação e implementa ações corretivas, se necessário, inclusive que reforcem o posicionamento da Companhia em relação ao tema.

Em 2023, o Grupo recebeu apenas uma denúncia de caso de discriminação que foi considerada procedente e possui, na esfera judicial, um caso em que, dentre outros temas, consta pedido de indenização por dano moral em decorrência de suposto ato de discriminação. A Companhia faz treinamentos constantes sobre o tema e reforça a instrução para seus líderes, especialmente, no que se refere aos valores e comportamentos esperados.

PERCENTUAL DE INDIVÍDUOS QUE INTEGRAM OS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA, POR GÊNERO GRI 405-1

Conselho de Administração	2022			2023		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Número de membros de órgãos de governança	10	1	11	8	1	9
Percentual de membros de órgãos de governança por gênero	91	9,0	100	89	11	100

PERCENTUAL DE INDIVÍDUOS QUE INTEGRAM OS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA, POR FAIXA ETÁRIA GRI 405-1

Conselho de Administração	2022		2023	
	Número	Percentual	Número	Percentual
Abaixo de 30 anos	0	0	0	0
Entre 30 e 50 anos	7	64	6	67
Acima de 50 anos	4	36	3	33
Total	11	100	9	100

Nos períodos de 2022 e 2023 não houve indivíduos pertencentes a grupos minoritários que integraram os órgãos de governança da Companhia.

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

		2022			2023		
		Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
Diretoria	Nº	16	6	22	15	5	20
	%	73	27	100	75	25	100
Gerência	Nº	396	308	704	401	314	715
	%	56	44	100	56	44	100
Chefia/ Coordenação	Nº	55	64	119	55	62	117
	%	46	54	100	47	53	100
Técnica/ Supervisão	Nº	8	13	21	7	12	19
	%	38	62	100	37	63	100
Administrativo	Nº	269	368	637	274	360	634
	%	42	58	100	44	56	100
Operacional	Nº	3.308	2.434	5.742	4.022	2.811	6.833
	%	58	42	100	59	41	100
Total	Nº	4.057	3.188	7.245	4.774	3.564	8.338
	%	56	44	100	57	43	100

Os números referem-se à operação do Brasil.



63%

do quadro funcional da área Técnica/
Supervisão é composto por mulheres

PERCENTUAL DE COLABORADORES, POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA GRI 405-1

	2022		2023	
	Número	Percentual	Número	Percentual
Diretoria				
Abaixo de 30 anos	0	–	0	–
Entre 30 e 50 anos	18	80	18	90
Acima de 50 anos	4	20	2	10
Total	22	100	20	100
Gerência				
Abaixo de 30 anos	140	20	128	18
Entre 30 e 50 anos	554	79	577	81
Acima de 50 anos	10	1	10	1
Total	704	100	715	100
Chefia/Coordenação				
Abaixo de 30 anos	21	18	22	19
Entre 30 e 50 anos	93	78	93	79
Acima de 50 anos	5	4	2	2
Total	119	100	117	100
Técnica/Supervisão				
Abaixo de 30 anos	4	19	2	10
Entre 30 e 50 anos	16	76	15	79
Acima de 50 anos	1	5	2	11
Total	21	100	19	100

	2022		2023	
	Número	Percentual	Número	Percentual
Administrativo				
Abaixo de 30 anos	366	57	322	51
Entre 30 e 50 anos	254	40	303	48
Acima de 50 anos	17	3	9	1
Total	637	100	634	100
Operacional				
Abaixo de 30 anos	2.668	46	3.184	47
Entre 30 e 50 anos	2.979	52	3.520	51
Acima de 50 anos	95	2	129	2
Total	5.742	100	6.833	100
Total				
Abaixo de 30 anos	3.199	44	3.658	44
Entre 30 e 50 anos	3.913	54	4.526	54
Acima de 50 anos	132	2	154	2
Total	7.244	100	8.338	100

Os números referem-se à operação do Brasil.

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

	2022		2023	
	Colaboradores	Percentual	Colaboradores	Percentual
Negros				
Diretoria	1	4,5	5	25,0
Gerência	315	44,7	422	59,0
Chefia/ coordenação	31	22,2	40	34,2
Técnica/supervisão*	–	–	4	21,0
Administrativo	171	26,9	196	30,9
Operacional	2.251	39,2	3.133	45,8
Total	2.769	38,2	3.800	45,6
LGBT				
Diretoria	0	–	0	–
Gerência	0	–	7	0,9
Chefia/ coordenação	0	–	1	0,8
Técnica/supervisão	0	–	0	–
Administrativo	0	–	19	3,0
Operacional	0	–	116	1,7
Total	0	–	143	1,7

	2022		2023	
	Colaboradores	Percentual	Colaboradores	Percentual
PcD				
Diretoria	0	–	0	–
Gerência	0	–	3	0,4
Chefia/ coordenação	0	–	0	–
Técnica/supervisão	0	–	0	–
Administrativo	0	–	2	0,3
Operacional	0	–	233	3,4
Total	0	–	238	2,8
Outros				
Diretoria	0	–	0	–
Gerência	0	–	0	–
Chefia/ coordenação	0	–	0	–
Técnica/supervisão	0	–	0	–
Administrativo	0	–	0	–
Operacional	0	–	0	–
Total	0	–	0	–

Os números referem-se à operação do Brasil.

* Em 2022, a categoria Técnica/supervisão foi somada junto com a categoria Chefia/coordenação.



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

	2022		2023	
	Salário Base	Remuneração	Salário Base	Remuneração
Diretoria	0,71	0,71	0,58	0,54
Gerência	0,72	0,71	0,89	0,83
Coordenadores/ supervisores	0,96	0,96	0,95	1
Administrativo	0,84	0,84	0,91	0,92
Operacional	0,81	0,81	1,12	1,1
Jovens	1	1	1,01	1,05
Aprendizes				
Estagiários	1	1	1,1	1,09

Os números referem-se à operação do Brasil.

SAÚDE E SEGURANÇA

GRI 403-1, 403-8

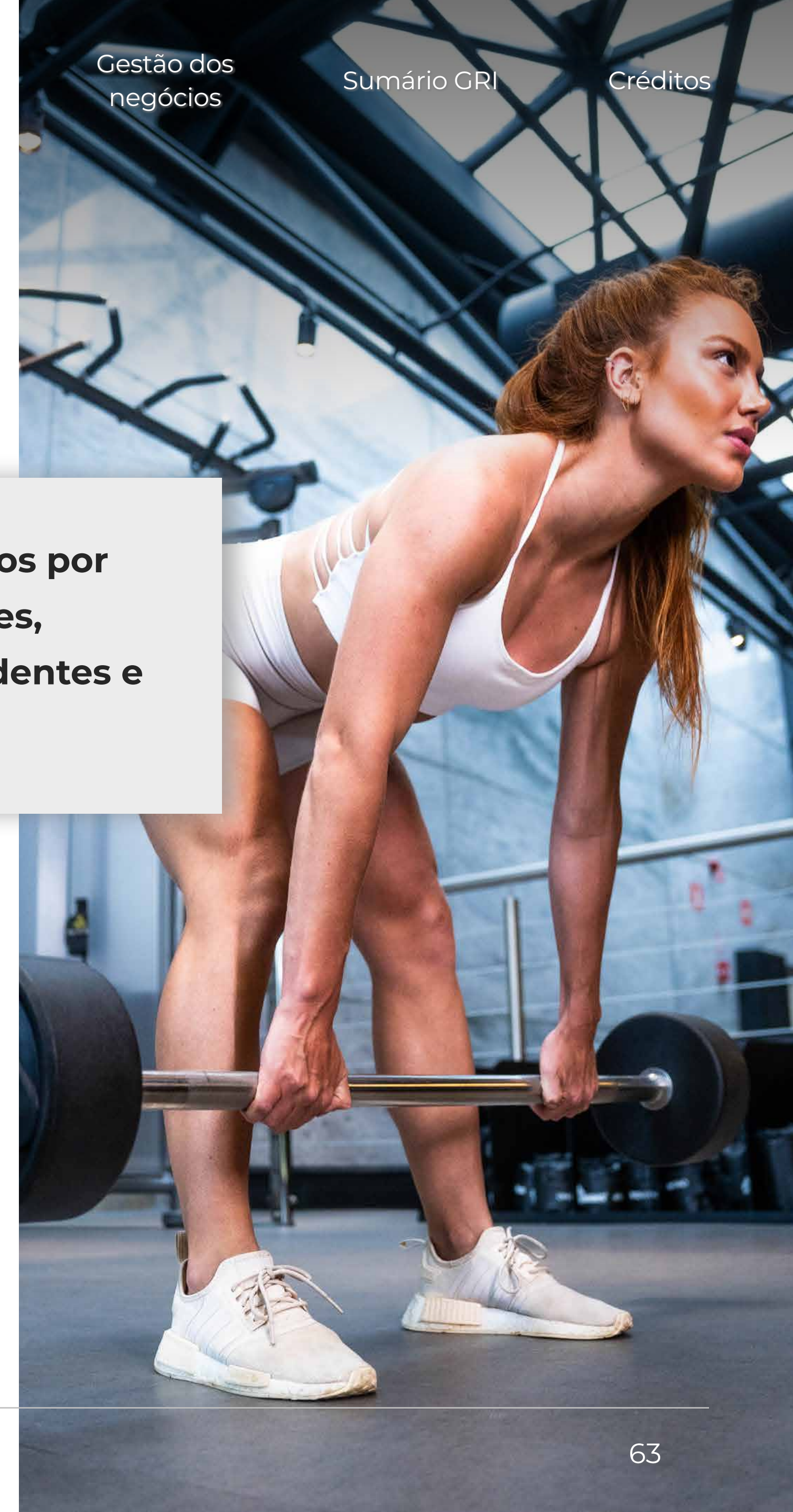
O Grupo Smart Fit conta com um Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho, que é gerido por uma consultoria e atende diversas exigências legais como Normas Regulamentadoras (NRs) aplicáveis, leis trabalhistas, convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), acordos e convenções coletivas, requisitos do Ministério Público do Trabalho (MPT), além de requisitos de fiscalização e inspeção. O intuito é garantir a conformidade com as diretrizes de gestão de riscos e segurança no trabalho.

O sistema cobre os 8.338 colaboradores brasileiros que atuam em tempo integral, parcial, permanentes e com contrato por tempo determinado. Estão fora da cobertura apenas terceiros e profissionais autônomos (PJs). Para esses grupos, a Companhia valida a documentação no momento da contratação e avalia se as empresas contratadas cumprem as exigências legais de saúde e de segurança do trabalho.



Todos os dados são compilados por meio de inspeções e avaliações, relatórios de acidentes e incidentes e dados de saúde ocupacional

Todos os dados são compilados por meio de inspeções e avaliações, relatórios de acidentes e incidentes e dados de saúde ocupacional. O sistema se baseia nas Normas Regulamentadoras NR1, NR4, NR5, NR7 e NR17, e as metodologias empregadas incluem inspeções e avaliações, relatórios de acidentes e incidentes e dados de saúde ocupacional.



Gestão dos negócios



BIO
RITMO



TONUS
GYM
THE MUSCLE LAB



QUEIMA
DIÁRIA

TOTAL PASS

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

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

A estrutura de governança do Grupo Smart Fit é composta por Conselho de Administração, Comitê Estatutário de Auditoria, Comitê de Ética e Diretoria Estatutária.

Conselho de Administração

Mais alto órgão de governança da Companhia, o Conselho de Administração é responsável, por deliberação colegiada, pela formulação e monitoramento para implantação das políticas gerais de negócios do Grupo, incluindo a estratégia de longo prazo. Responde também, dentre outras atribuições, pela designação e supervisão da gestão dos Diretores Estatutários.

É formado por até nove membros, todos eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral, com mandato unificado de dois anos, sendo permitida a reeleição (a última eleição ocorreu em abril de 2024). Desse total, no mínimo, dois ou 20% devem ser conselheiros independentes, conforme a definição do

Regulamento do Novo Mercado, e todos os integrantes devem ser eleitos em Assembleia Geral, sendo que o presidente do órgão não pode acumular outra função na Companhia.

As reuniões do Conselho podem ser convocadas por quaisquer de seus componentes e deverão ocorrer, ordinariamente, pelo menos uma vez a cada três meses ou, extraordinariamente, sempre que necessário. A escolha dos membros leva em consideração o perfil, as competências e a independência, além de pautar-se pelos seguintes regulamentos:

- **Acordo de Acionistas:** estabelece regras de indicação de membros para compor a administração da Companhia entre a Família Corona e a Pátria Investimentos;
- **Política de Indicação:** determina os critérios para indicação dos membros do Conselho de Administração, dos Comitês de assessoramento e da Diretoria Estatutária da Companhia, prezando pelas melhores práticas de governança corporativa, com a devida transparência;
- **Regulamento Novo Mercado e Resoluções Comissão de Valores Mobiliários (CVM):** considerando que a Companhia é listada no Nível de Governança do “Novo Mercado” da B3;
- **Estatuto Social:** documento que norteia a atuação do Grupo, estabelece seus campos de atuação e descreve seu capital social e sua governança interna, entre outros temas.

Para que possam se manter atualizados, os Conselheiros têm acesso a informações que são divulgadas pelas plataformas do Grupo, por meio de reuniões e iniciativas de comunicação interna. Periodicamente, também são divulgadas as ações realizadas no âmbito ESG por meio de materiais e resultados.

A Companhia atualmente não avalia o desempenho do seu mais alto órgão de governança em relação à supervisão dos impactos na economia, no meio ambiente e nas pessoas. No entanto, está prevista a implementação de uma Gestão de Desempenho até o final de 2025, que fornecerá as medidas necessárias para a supervisão adequada dos impactos mencionados.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Daniel Rizardi Sorrentino

Presidente do Conselho de Administração

Claudia Elisa de Pinho Soares

Membro independente

Diogo Ferraz de Andrade

Corona
Membro

Edgard Gomes Corona

Membro

Felipe Rodrigues Affonso

Membro

Luis Felipe Françoso Pereira da Cruz

Membro

Ricardo Lerner Castro

Membro independente

Thiago Lima Borges

Membro

Wolfgang Stephan Schwerdtle

Membro independente

Comitês de Assessoramento do Conselho de Administração

COMITÊ ESTATUTÁRIO DE AUDITORIA

Responsável por supervisionar a qualidade e integridade dos relatórios financeiros, a aderência às normas legais, estatutárias e regulatórias, a adequação dos processos relativos à gestão de riscos e às atividades dos auditores independentes, a área de Controles Internos e Auditoria Interna.

Suas principais atribuições são: acompanhar as atividades da Auditoria Interna e da área de Controles Internos e de Gestão de Riscos; avaliar e monitorar a exposição da Companhia a riscos que possam afetar a sua sustentabilidade; avaliar a efetividade do modelo de gestão de riscos da Companhia, recomendar ao Conselho de Administração a revisão ou a implementação de alterações ao mapa e/ou à matriz de riscos do Grupo, bem como assessorá-lo na avaliação de políticas, limites e planos de ação, inclusive do monitoramento da efetividade da Política de Gestão Estratégica de Riscos, dentre outros aspectos descritos no Regimento Interno disponível [aqui](#).

O Comitê de Auditoria será composto por, no mínimo, três membros, indicados pelo Conselho de Administração, sendo:

- a) ao menos, um membro independente, conforme definido pelo Regulamento do Novo Mercado; e
- b) ao menos, um membro com reconhecida experiência em assuntos de contabilidade societária, nos termos da regulamentação editada pela Comissão de Valores Mobiliários que dispõe sobre o registro e o exercício da atividade de auditoria independente no âmbito do mercado de valores mobiliários e define os deveres e as responsabilidades dos administradores das entidades auditadas e no relacionamento com os auditores independentes.

O Comitê de Auditoria se reúne, no mínimo, bimestralmente ou, extraordinariamente, sempre que se fizer necessário, de forma que as informações contábeis da Companhia sejam sempre apreciadas antes de sua divulgação, sendo convocado pelo coordenador ou por solicitação escrita de qualquer membro do Comitê de Auditoria.

COMITÊ ESTATUTÁRIO DE AUDITORIA

Edward Ruiz

Coordenador

Claudia Elisa Pinho

Membro

Weleson Cavalieri

Membro

COMITÊ DE ÉTICA

Reporta-se diretamente ao Conselho de Administração ou via Comitê de Auditoria. Também é um comitê independente e atua para assegurar o cumprimento do Código de Ética e Conduta, acompanhando e supervisionando o processo de aplicação, implementação e supervisão do documento e respectivas políticas internas relacionadas a *compliance*. Monitora documentos internos, métodos, sistemas de controles internos e ações executadas pelos colaboradores.

DIRETORIA ESTATUTÁRIA

É composta por, no mínimo, dois e, no máximo, oito Diretores, acionistas ou não, residentes no país, eleitos pelo Conselho de Administração (e por ele destituíveis a qualquer tempo), para um mandato de dois anos, coincidentes com os dos Conselheiros da Companhia, permitida a reeleição, sendo um Diretor-Presidente, um Diretor Financeiro e um Diretor de Relações com Investidores – e os demais terão a designação que lhes vier a ser atribuída pelo Conselho de Administração.

COMITÊ DE ÉTICA

André Macedo Pezeta

Membro

Helson de Castro

Membro externo e coordenador

Juana Melo Pimentel

Membro

Julia Michelin

Membro

Membro

Saturno Aprígio de Souza

Membro

Vanessa Medeiros

Membro

CONSELHO FISCAL

O Conselho Fiscal tem como missão fiscalizar os atos dos órgãos da administração da Companhia e informar aos órgãos da administração e à Assembleia Geral as matérias de sua competência, exercendo as suas funções no exclusivo interesse da Companhia. É composto por, no mínimo, três e, no máximo, cinco membros efetivos e respectivos suplentes, em igual número, eleitos pela Assembleia Geral. Para mais informações, clique no [Regimento](#) do Conselho Fiscal.

DIRETORIA ESTATUTÁRIA

Edgard Gomes Corona

CEO

André Macedo Pezeta*

CFO

Alexandre Gregianin

CTO

Diogo Corona

COO

*Assumiu o cargo em 2024.

Itamar Herculano Junior*

Diretor de Expansão

José Luis Rizzardo Pereira*

Diretor de Relações com Investidores

Juana Melo Pimentel

Diretora Jurídico Geral, Compliance, Proteção de Dados e ESG

Nassim Miguel Hueb Neto

Diretor de Gente e Gestão

CONSELHO FISCAL

Evelyn Veloso Trindade

Membro

Helena Turola de Araujo Penna

Membro

Rubens Approbato Machado Junior

Membro e presidente

Ana Paula Wirthmann

Suplente

Luciana Bacci Costa

Suplente

Luis Felipe Schiriak

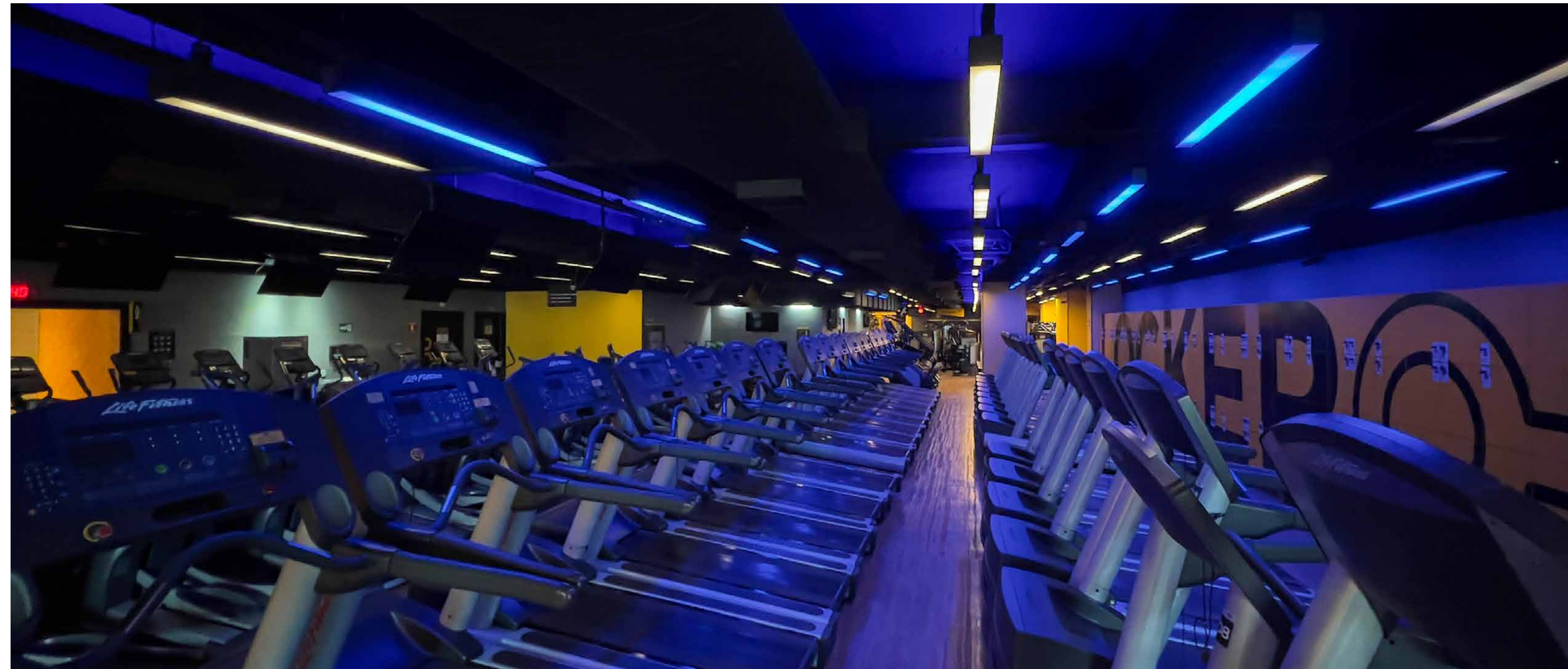
Suplente

Remuneração GRI 2-19, 2-20

As políticas de remuneração da alta liderança e do Conselho de Administração incluem remuneração fixa e variável. Os membros da Diretoria Estatutária e não estatutária recebem remuneração mensal fixa, definida individualmente com base em negociações e pesquisas salariais de segmentos similares. Além disso, recebem bônus anuais que variam de zero a quatro pró-labores mensais. Esses membros também podem participar do plano de opção de compra de ações da empresa e do programa de ações restritas.

O Grupo não oferece bônus de atração ou pagamentos de incentivos ao recrutamento, nem pagamentos de rescisão. Também não aplica políticas de devolução de bônus e incentivos (*clawback*) ou benefícios de aposentadoria para a alta liderança e para o Conselho de Administração.

A Política de Remuneração dos membros do mais alto órgão de governança e dos altos executivos considera pesquisas de mercado e alinhamentos entre os interesses dos executivos e dos acionistas, bem como a opinião de demais *stakeholders*. Anualmente, é feita ainda uma pesquisa de remuneração e benefícios com o apoio de uma consultoria em recursos humanos.



Até 4

pró-labores mensais é o valor dos bônus anuais que podem ser recebidos pelos Diretores Estatutários

ÉTICA E COMPLIANCE

GRI 3-3 (Governança corporativa), 2-23, 2-24, 2-27

O Grupo Smart Fit possui políticas e documentos nos quais se compromete a ter uma conduta empresarial responsável, aplicáveis a todos os negócios e a todos os colaboradores, independentemente do nível hierárquico, função ou localização. As diretrizes também se aplicam a terceiros que se relacionem direta ou indiretamente com a Companhia, sendo que as principais são:

- Código de Ética e Conduta
- Política de Indicação de Membros do Conselho de Administração
- Política de Remuneração
- Política para Transações com Partes Relacionadas e Conflito de Interesses
- Política de Gestão Estratégica de Riscos
- Política de Divulgação de Ato ou Fato Relevante
- Política de Negociação com Valores Mobiliários de Emissão da Companhia

- Política de Contratação com Terceiros
- Política Anticorrupção
- Política de Doações e Patrocínios
- Política Antitruste

O Código de Ética e Conduta descreve valores, princípios e condutas éticas e inclui disposições sobre combate à corrupção, proteção de informações sensíveis, proteção de dados pessoais, compromissos socioambientais, relações de trabalho, relacionamento com terceiros e agentes públicos e manutenção dos registros contábeis da Companhia.

Os documentos que firmam os compromissos com uma conduta empresarial responsável e respeito aos direitos humanos – alinhados com as Normas de Trabalho da OIT e os ODS – estão disponíveis para consulta pública no *site* de Relação com Investidores [aqui](#).

Os compromissos assumidos são comunicados aos colaboradores, parceiros de negócios e demais públicos por meio de comunicados internos, *site*, relatórios anuais, documentos oficiais e contratos. Para incorporar esses compromissos no dia a dia dos colaboradores, a Companhia delega responsabilidades em diferentes níveis organizacionais. Isso acontece por meio de estratégias organizacionais, treinamentos e conscientização, comunicação interna e relatórios. Um deles, sobre o Código de Ética e Conduta, é realizado no *onboarding*, ou seja, quando um novo colaborador começa a trabalhar em uma das empresas do Grupo. Os principais obrigatórios são:

**Anticorrupção:**

para a liderança

**LGPD:**

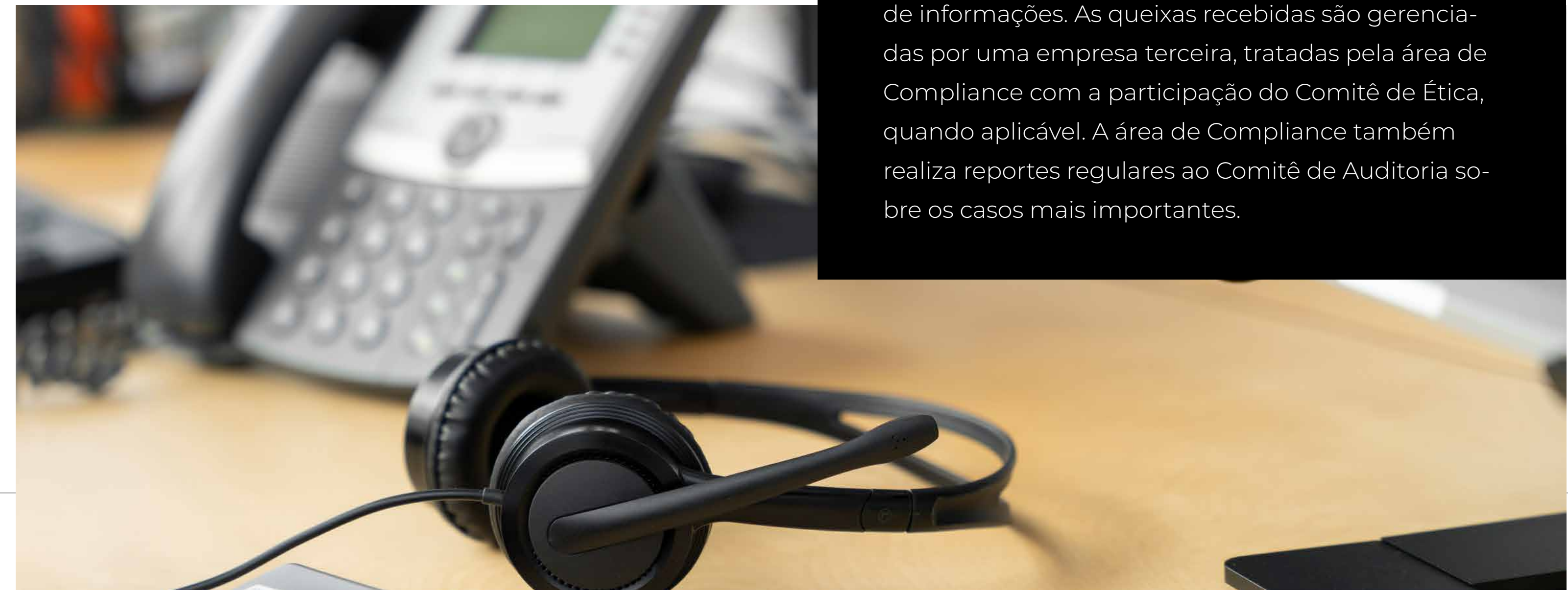
para todos os colaboradores

**Posturas Inadequadas e****Assédio:** para a operação**Código de Ética e Conduta:**

para todos os colaboradores

Já nas relações de negócios, o Grupo adota uma seleção criteriosa de parceiros, inclui cláusulas contratuais que exigem posturas condizentes com o Código de Ética e Conduta, realiza auditorias e monitoramento, oferece treinamento e capacitação, promove comunicação aberta e transparente, resolve problemas e busca melhorias contínuas. Além disso, divulga relatórios de sustentabilidade, integra os compromissos na cadeia de suprimentos e realiza avaliações periódicas de parceiros de negócios.

Em 2023, não foi registrada nenhuma multa aplicada nem sanções não monetárias por casos significativos de não conformidade com leis e regulamentos.

**Canal de denúncia** GRI 2-24, 2-25, 2-26

Para relatar preocupações, suspeitas ou violação ao Código de Ética e Conduta e às políticas do Grupo Smart Fit, qualquer pessoa pode acessar o Canal de Denúncias. O contato é gratuito, confidencial e permite o anonimato. O serviço funciona 24 horas por dia, sete dias por semana, através deste *site* ou pelo *e-mail* smartfit@canaldedenuncia.com.br.

O canal é focado em temas como assédio moral, assédio/importunação sexual, descumprimento de normas, posturas inadequadas, discriminação, fraude, conflito de interesses, favorecimento e uso indevido de informações. As queixas recebidas são gerenciadas por uma empresa terceira, tratadas pela área de Compliance com a participação do Comitê de Ética, quando aplicável. A área de Compliance também realiza reportes regulares ao Comitê de Auditoria sobre os casos mais importantes.

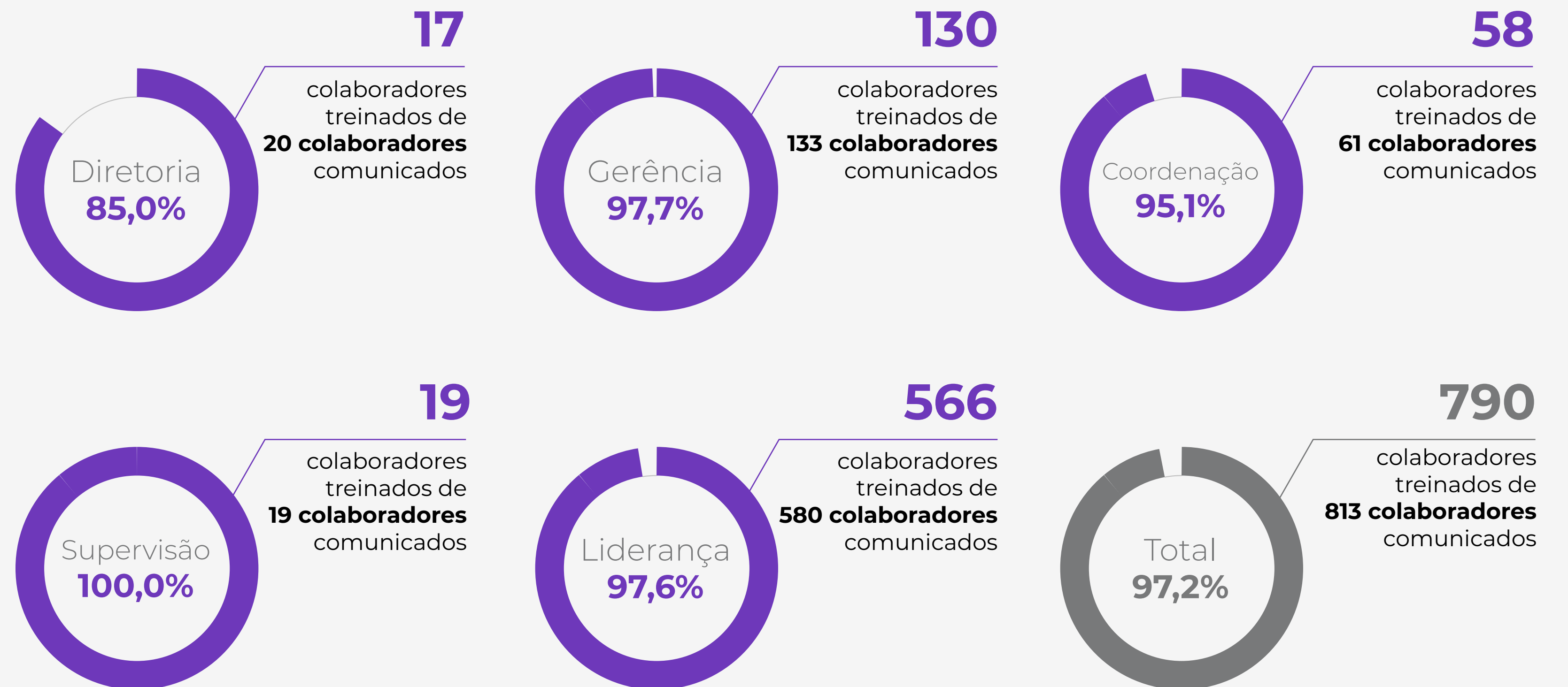
Combate à corrupção

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

Além da observância ao Código de Ética e Conduta e da Política Anticorrupção, a Companhia submeteu suas operações a avaliações sobre riscos relacionados à corrupção. Em conjunto, esses dispositivos têm como finalidade coibir, prevenir, detectar e remediar atos relacionados a essa prática. Em 2023, não ocorreram casos de corrupção envolvendo o Grupo Smart Fit e/ou seus colaboradores.

O combate à corrupção conta ainda com capacitações em políticas e procedimentos oferecidas pelo Grupo. O treinamento anticorrupção não é obrigatório para todos os colaboradores, mas é exigido para cargos de diretoria, gerência, coordenação, supervisão e liderança. Todos os 813 profissionais enquadrados nessas categorias receberam comunicações a respeito, enquanto 790 (97,2%) foram treinados, reforçando o compromisso da Companhia em informar e preparar seus dirigentes para garantir a integridade e a conformidade.

COLABORADORES COMUNICADOS E TREINADOS SOBRE POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO EM 2023, POR CATEGORIA FUNCIONAL GRI 205-1, 205-2, 205-3



CONFLITO DE INTERESSES GRI 2-15

O Grupo dispõe de uma política específica para identificar, avaliar e conduzir situações nas quais exista o risco de conflito de interesses. As ações incluem educação e treinamento contínuos, a atuação de um Comitê de Ética, o isolamento de pessoas ou partes relacionadas aos conflitos, a revisão regular das diretrizes e a conformidade com normas de *compliance*.

Apesar de nem todos os casos que representem potencial conflito de interesses sejam necessariamente ilegais, eles podem gerar prejuízos ou diminuição de rendimentos e lucratividade da Companhia. Ao lado, são apresentadas as ocorrências que podem ser diferentes dos interesses do Grupo.

Os colaboradores que tiverem conhecimento ou estão sujeitos a tais situações devem comunicá-las ao gestor, preencher o Formulário de Conflito de Interesses e enviá-lo ao departamento de Compliance pelo e-mail compliance@smartfit.com. Todos os relatos são investigados conforme a legislação correspondente e as diretrizes do Grupo.

As sanções variam desde advertência até o desligamento do colaborador, sem prejuízo de aplicação das medidas administrativas e/ou judiciais cabíveis. Se o autor da violação for um terceiro, a Companhia poderá determinar o encerramento dos vínculos contratuais existentes e buscar amparo legal.

- Contratar fornecedor por indicação de vínculo afetivo, amigos ou parentes, ou por parte de alguém no exercício do poder estatal, ou até mesmo em uma organização cliente, sem que esse fato tenha sido reportado previamente e recebido a devida aprovação pelo Comitê de Ética;
- Estar envolvido, direta ou indiretamente, no gerenciamento ou na administração de contratos e outras transações com empresa na qual tenha interesse financeiro, pessoal, afetivo, familiar ou social;
- Trabalhar diretamente, na mesma linha hierárquica ou mesma unidade de colaboradores que sejam parentes, amigos próximos ou que tenham vínculo afetivo;
- Empréstimo de bens ou recursos da Companhia para uso pessoal, de familiares ou de terceiros, exceto com consentimento do Comitê de Ética;
- Exercício de atividades paralelas, comerciais ou não, que prejudiquem ou entrem em conflito com a execução das atribuições, no mesmo horário ou fora da jornada de trabalho, sendo proibida a obtenção ou favorecimento de vantagens indevidas ou comissões, decorrentes da função ou cargo que ocupa na Companhia;
- Exercício de atividades paralelas em outro emprego que concorram com as atividades desenvolvidas na Companhia, ou seja, na qual se utiliza do seu conhecimento técnico para prestação de serviços a outro empregador de forma a concorrer ou prejudicar as atividades da Companhia em qualquer grau; e
- No caso dos acionistas, exercício do direito de voto com o fim de causar dano à Companhia ou a outros acionistas, ou de obter vantagens indevidas para si ou para familiares ou terceiros.

GESTÃO DE RISCOS

GRI 3-3 (Governança corporativa), 2-24

Com o objetivo de controlar ou mitigar riscos que possam impactar de forma adversa suas atividades e resultados, a Companhia possui uma Política de Gestão Estratégica de Riscos, aprovada pelo Conselho de Administração. Nela estão contidas práticas, controles, instrumentos e estruturas adotadas para gerenciar o tema. Como, por exemplo, a Comissão de Gestão de Riscos, com reuniões bimestrais, para identificação, mapeamento, quantificação e mitigação, por meio da avaliação e monitoramento de diversos indicadores, além da revisão periódica de processos, controles e procedimentos internos, discussão a respeito de novas leis e oportunidades.

O Conselho de Administração é responsável, em conjunto com o Comitê de Auditoria, a Diretoria Estatutária, a Auditoria Interna, a área de Compliance, a área de Controles Internos e os Proprietários de Riscos, pelo cumprimento adequado de suas responsabilidades no processo de Gestão de Riscos da Companhia e por fortalecer os seus padrões de governança corporativa. Afinal, uma governança forte e transparente pode atrair mais investimentos e parcerias, além de prevenir fraudes e corrupção, reduzindo riscos financeiros.



A Companhia dispõe de uma política específica com práticas, controles, instrumentos e estruturas adotadas para gerenciar o tema



Riscos fiscais GRI 3-3 (Governança corporativa), 201-4, 207-2

A identificação, a avaliação e o controle dos riscos fiscais são de competência da equipe fiscal – sob gestão da Diretoria Financeira – e do time jurídico-tributário. A primeira tem como atribuições principais a apuração e recolhimento de tributos, o cumprimento de obrigações fiscais e o atendimento a fiscalizações. O segundo se encarrega do acompanhamento de processos e ações judiciais, defesa de autuações e consultoria interna.

Ambos monitoram a legislação fiscal com assiduidade a fim de detectar alterações que impactem o Grupo e pendências nos âmbitos federal, estadual e municipal. As exigências decorrentes de quaisquer mudanças legais passam por uma apreciação criteriosa para determinar como a Companhia irá se ajustar às novas regras.

Os riscos fiscais e questões correspondentes são avaliados com apoio de assessores jurídicos externos e independentes. A análise leva em conta a legislação vigente, a jurisprudência atual, as melhores práticas do mercado e prognósticos de perda e êxito. As conclusões, somadas à expertise das equipes fiscal e jurídica, subsidiam as decisões da Companhia sobre as formas mais eficientes de gerir tais riscos.

Relatos fiscais são verificados por auditorias externa e interna, revisões regulares, análise de documentação de suporte e consultoria

Cabe ao Conselho de Administração garantir a conformidade da estratégia fiscal, que está integrada ao Grupo por meio do envolvimento da alta administração, Política de Conformidade Fiscal, treinamentos, integração nos processos de negócios, avaliação de riscos e transparência.

Posturas antiéticas ou ilícitas são examinadas à luz do Código de Ética e Conduta, envolvendo também auditorias independentes e avaliações periódicas das áreas Jurídica, de Compliance e de Gente e Gestão. Os relatos fiscais são verificados por auditorias externa e interna, revisões regulares, análise de documentação de suporte e consultoria. Informações relevantes aos acionistas e *stakeholders* são divulgadas por meio de comunicados ao mercado, avisos aos acionistas e/ou fatos relevantes, conforme determina a Política de Divulgação de Ato ou Fato Relevante do Grupo, disponível no [site de RI](#) e na CVM.

A Companhia não obteve nenhum incentivo ou benefício fiscal, isenção ou subvenção durante o ano de 2023.

ABORDAGEM TRIBUTÁRIA

GRI 207-1

A abordagem tributária da Companhia está alinhada com suas estratégias de negócios e de desenvolvimento sustentável. Essa convergência é realizada por meio de diversas ações, como o alinhamento de objetivos, análise de impacto financeiro, avaliação de oportunidades e riscos, relatórios financeiros transparentes, comunicação interna, revisão e ajuste contínuos, consultoria profissional, adaptação a mudanças, envolvimento da alta administração e rastreamento de resultados.

Além disso, a Companhia considera os impactos socioeconômicos ao formular sua estratégia fiscal, incluindo impactos na comunidade, redução da desigualdade, contribuição para serviços públicos, empregabilidade e treinamento, direitos humanos e impacto ambiental.

O Grupo entende a importância de cumprir a nova legislação tributária em andamento no Congresso Nacional, buscando evitar autuações fiscais e manter os custos tributários sob controle. Isso é essencial para preservar as margens operacionais que permitem investimentos, melhorias nos serviços para os alunos e a rentabilidade esperada pelos investidores.


FORNECEDORES

GRI 3-3 (Gestão de fornecedores), 407-1, 408-1, 409-1

O Grupo Smart Fit não trabalha com fornecedores que apresentam casos de ocorrência de trabalho infantil ou de jovens expostos a atividades perigosas. Nem adquire produtos ou serviços de empresas com riscos de violação do direito dos trabalhadores de exercer liberdade sindical ou negociação coletiva. Os principais fornecedores passam por um rigoroso processo de seleção, no qual são avaliados quanto a esses quesitos.

Os critérios levam em conta a declaração de não tolerância à prática de exploração de pessoas, trabalho infantil ou trabalho escravo, presente em documentos oficiais como o Código de Ética e Conduta do Grupo. Além disso, todos os contratos com fornecedores incluem cláusulas que reforçam essa Política de Não Tolerância. Também estão disponíveis canais de denúncia para reportar qualquer situação de não conformidade com o Código de Ética e Conduta, com normas internas e com as leis vigentes.

A gestão de fornecedores é regulada pelas diretrizes internas da Companhia, pelo Código de Ética e Conduta e por políticas específicas. Os impactos positivos potenciais



incluem a “Expansão Eficiente”, que destaca a habilidade do Grupo de gerenciar eficazmente seus fornecedores para assegurar a entrega rápida de equipamentos necessários. Outro é o “Fortalecimento da Reputação de Marca”, que mostra como a manutenção de altos padrões de integridade e responsabilidade social na cadeia de suprimentos pode atrair clientes que valorizam a ética empresarial.

Entre os impactos positivos reais está “Conformidade e Integridade”, com a Companhia implementando políticas rigorosas que incluem cláusulas de conformidade com códigos éticos e leis anticorrupção. Com relação a “Sustentabilidade e Responsabilidade Social”, a priorização de produtos e serviços que aderem a boas práticas de sustentabilidade promove uma cadeia de suprimentos mais verde e responsável.

Proporção de gastos com fornecedores locais GRI-204-1

Em 2023, o Grupo Smart Fit realizou 80% das compras com fornecedores locais em suas unidades operacionais. A definição de “local” utilizada pela Companhia é o país onde a unidade opera. Para o cálculo desse indicador, foram consideradas todas as unidades operacionais em cada país onde o Grupo atua.

No relatório de 2022 foi considerado apenas o Brasil para a definição de local. Assim, diante dessa alteração, o dado passa a ter histórico não disponível em relação à atual referência utilizada. **GRI-2-4**

Sumário de Conteúdo GRI



BIO
RITMO



TONUS
GYM
THE MUSCLE LAB



QUEIMA
DIÁRIA

TOTALPASS

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

Declaração de uso	A Smart Fit relatou com base nas Normas GRI para o período de 1º de janeiro de 2023 a 31 de dezembro de 2023.
GRI 1 usada	GRI 1: Fundamentos 2021
Norma setorial da GRI aplicável	Não aplicável

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão		Nº de ref. da Norma Setorial da GRI	ODS
			Requisitos omitidos	Motivo Explicação		
Conteúdos gerais						
A organização e suas práticas de relato						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	11				
	2-2 Empresas incluídas no relato de sustentabilidade da organização	11				
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	4				
	2-4 Reformulações de informações	75				
	2-5 Verificação externa	4				
Atividades e trabalhadores						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	12, 20				
	2-7 Empregados	47, 48, 49				8, 10
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	49				8

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão		Nº de ref. da Norma Setorial da GRI	ODS
			Requisitos omitidos	Motivo Explicação		
Governança						
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-9 Estrutura de governança e sua composição	65				5, 16
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	65				5, 16
	2-11 Presidente do principal órgão de governança	65				16
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	65				16
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	65				
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	65				
	2-15 Conflito de interesses	72				16
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	78				
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	65				
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	65				
2-19 Políticas de remuneração	68					

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão			Nº de ref. da Norma Setorial da GRI	ODS
			Requisitos omitidos	Motivo	Explicação		
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-20 Processo para determinação da remuneração	68	Todos	Informação confidencial	Não reportamos para garantir a privacidade pessoal e financeira dos colaboradores		
	2-21 Proporção da remuneração total anual	–					
Estratégia, políticas e práticas							
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	7					
	2-23 Compromissos de política	69					16
	2-24 Incorporação de compromissos de política	69, 70, 73					
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	70					
	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	70					16
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	69					
	2-28 Participação em associações	27					
Engajamento de stakeholders							
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-29 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	19, 24, 39					
	2-30 Acordos de negociação coletiva	51					8

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão		Nº de ref. da Norma Setorial da GRI	ODS
			Requisitos omitidos	Motivo Explicação		
Temas materiais						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	5, 6				
	3-2 Lista de temas materiais	5, 6				
Experiência do cliente						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	18				
GRI 416: Saúde e Segurança do Consumidor 2016	GRI 416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços		Disponibilizamos, por meio de nossa universidade corporativa, o curso de primeiros socorros, obrigatório para todos os profissionais da operação, com o objetivo de capacitá-los para agir de forma eficaz em situações de emergência.			
Desempenho Econômico-Financeiro						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	29				
GRI 201: Desempenho Econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	30			-	8, 9
	201-4 Apoio financeiro recebido do governo	74			-	

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão		Nº de ref. da Norma Setorial da GRI	ODS
			Requisitos omitidos	Motivo Explicação		
Valorização dos colaboradores						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	45				
	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	50				5, 8, 10
GRI 401: Emprego 2016	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	51				5, 8
GRI 402: Relações de trabalho 2016	402-1 Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	51				8
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	63				8
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	63				8
	404-1 Média de horas de capacitação por ano por empregado	56				4, 5, 8
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	53				8
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	55				5, 8, 10

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão		Nº de ref. da Norma Setorial da GRI	ODS
			Requisitos omitidos	Motivo Explicação		
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	75				8
Relação com a sociedade e comunidade						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	39, 40				
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	39				5, 9, 11
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	39				1, 3, 8
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	39				
Inovação						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	22				
Diversidade e direitos humanos						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	57				

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão		Nº de ref. da Norma Setorial da GRI	ODS
			Requisitos omitidos	Motivo Explicação		
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	58, 59, 60, 61				5, 8
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	62				5, 8, 10
GRI 416: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	57				5, 8
Governança Corporativa						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	69, 73, 74				
	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	71				16
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	71				16
GRI 205: Combate à corrupção 2016	GRI 205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	71				16
	207-1 Abordagem tributária	74				1, 10, 17
GRI 207: Tributos 2019	207-2 Governança, controle e gestão de risco fiscal	74				1, 10, 17
	GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	A Companhia não possui registro de reclamações comprovadas referentes a incidentes de vazamento de dados pessoais.			16

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão		Nº de ref. da Norma Setorial da GRI	ODS
			Requisitos omitidos	Motivo Explicação		
Ecoeficiência						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	32				
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	33, 35				7, 8, 12, 13
	302-2 Consumo de energia fora da organização	33				7, 8, 12, 13
	302-4 Redução do consumo de energia	33				7, 8, 12, 13
GRI 303: Água e efluentes 2018	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	36				6, 12
	303-2 Gestão dos impactos relacionados ao descarte de água	36				6
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	37				3,6,11,12
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	37				3,6,8,11, 12
	306-3 Resíduos gerados	37				3,6,12,15
	306-4 Resíduos não destinados à disposição final	37				3,11,12
	306-5 Resíduos destinados à disposição final	37				3,6,11,12,15
Gestão de fornecedores						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	75				

GRI Standards	Conteúdo	Localização	Omissão		Nº de ref. da Norma Setorial da GRI	ODS
			Requisitos omitidos	Motivo Explicação		
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	75				8
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	75				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	75				5, 8

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

1. Erradicação da pobreza	7. Energia limpa e acessível	13. Ação contra a mudança global do clima
2. Fome zero e agricultura sustentável	8. Trabalho decente e crescimento econômico	14. Vida na água
3. Saúde e bem-estar	9. Indústria, inovação e infraestrutura	15. Vida terrestre
4. Educação de qualidade	10. Redução das desigualdades	16. Paz, justiça e instituições eficazes
5. Igualdade de gênero	11. Cidades e comunidades sustentáveis	17. Parcerias e meios de implementação
6. Água potável e saneamento	12. Consumo e produção responsáveis	

CRÉDITOS

COORDENAÇÃO GERAL

Coordenação de ESG

GESTÃO DE PROJETO, REDAÇÃO, EDIÇÃO, CONSULTORIA E DESIGN

Grupo Report – gruporeport.com.br

REVISÃO

Léa Santiago

PRODUÇÃO FOTOGRAFICA

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



TONUS
GYM
THE MUSCLE LAB



QUEIMA
DIÁRIA

TOTALPASS