

# Relatório de Sustentabilidade 2024

BIO RITMO smart fit      ONE   TP

GRUPO  
smart fit

# SUMÁRIO

03

## BOAS-VINDAS

Sobre este relatório  
Temas materiais  
Mensagem executiva  
Destaques 2024

35

## AMBIENTAL

Energia  
Água  
Resíduos

73

## GOVERNANÇA CORPORATIVA

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

12

## O GRUPO SMART FIT

Quem somos  
Produtos e serviços  
Nossa estratégia  
Resultados operacionais

44

## SOCIAL

Engajamento  
com a comunidade  
Fornecedores  
Colaboradores

88

## SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI E SASB CRÉDITOS

# Boas-vindas



# SOBRE ESTE RELATÓRIO

GRI 2-3, 2-4, 2-5

O Grupo Smart Fit divulga o relato de mais um ciclo, no qual estão descritas as principais ações e resultados\* em relação à sua agenda ESG (sigla em inglês para meio ambiente, social e governança), no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024.

O Relatório de Sustentabilidade é publicado anualmente e documenta e ilustra, qualitativa e quantitativamente, as ações e princípios do Grupo nos 15 países da América Latina onde atua.

Esta edição foi elaborada em conformidade com a Global Reporting Initiative (GRI) – considerando os dois anos anteriores, ampliamos o escopo de indicadores ao migrarmos da opção “com base” para “em conformidade” com a norma – e introduzimos as Sustainability Accounting Standards (Normas SASB), que abordam como riscos e oportunidades do setor relacionados à sustentabilidade podem afetar uma organização em curto, médio e longo prazos.

Os indicadores GRI estão alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações

Unidas (ODS – ONU), 17 propósitos interconectados para enfrentar os principais desafios mundiais e fomentar a erradicação da pobreza, a proteção ambiental e climática, além de garantir paz e prosperidade para todos.

Quando aplicável, as diferentes abordagens e reformulações das informações são detalhadas nas notas de rodapé dos indicadores, assegurando transparência e rastreabilidade dos dados.

Outra novidade deste ciclo é que o relato foi submetido à auditoria externa, supervisionada por um responsável interno para garantir independência. A empresa selecionada para o processo não tem vínculo com o Grupo Smart Fit, assegurando imparcialidade.



Para mais informações, dúvidas ou sugestões, entre em contato pelo e-mail [esg@smartfit.com](mailto:esg@smartfit.com)

\* As informações financeiras deste Relatório baseiam-se nos resultados de 2024, divulgados ao mercado em março de 2025 e auditados pela Ernst & Young (EY).

Este documento reforça a preocupação do Grupo de **evoluir e ampliar práticas sustentáveis** nas operações e no desenvolvimento de seus negócios e reitera o compromisso com a transparência a todos os públicos de relacionamento

# TEMAS MATERIAIS

GRI 3-1, 3-2

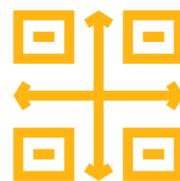
Para concretizar boas práticas de sustentabilidade e ESG é imprescindível a definição de temas materiais. Estes são essenciais à prática dos negócios, regem a governança e estratégias do Grupo e permitem delinear iniciativas que criem valor compartilhado com seus públicos de interesse.

O Grupo Smart Fit levantou e chancelou sua materialidade em 2022, por um processo no qual se consideraram duas abordagens:

- **a materialidade de impacto**, que avalia os efeitos positivos ou não, que o Grupo pode exercer sobre o meio ambiente e a sociedade; e
- **a materialidade financeira**, que analisa os aspectos socioambientais capazes de influenciar as atividades e os negócios do Grupo.

Ou seja, recorreu-se à metodologia de dupla materialidade, estabelecida pelo European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG).

O estudo e priorização dos temas que influenciam o Grupo aconteceram em **três etapas**:



## 1. CONSTRUÇÃO DE UMA RÉGUA SETORIAL

Análise e adequação dos temas mais relevantes, a fim de nortear e subsidiar a construção de uma jornada ESG significativa. Foram analisados temas estratégicos para o setor *fitness*, baseados em referências como Moody's, SASB, MSCI, DJSI e nas práticas de *players* globais do mesmo segmento.



## 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 os grupos de *stakeholders*, aos quais foram atribuídos pesos que refletissem a relevância de cada um deles.



## 3. CONSULTA A STAKEHOLDERS

Realização de pesquisas e entrevistas com representantes dos públicos de interesse (encontrados na análise da segunda etapa), para compreender a percepção de *stakeholders*-chave sobre os pontos ESG a serem priorizados nos negócios do Grupo.

PRIORITÁRIO

**Experiência do cliente e qualidade do atendimento**

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



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

A última atualização do processo foi concluída em 2023. Como isso acontece bianualmente, não houve modificação. A Companhia manteve os temas considerados essenciais na gestão e comunicação de suas práticas e impactos.

MUITO IMPORTANTE

**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 para 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.

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.

**Inovação**

Inovar, de forma contínua, nos produtos, serviços e processos, e contribuir para 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.



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

**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.

**ODS 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.



# MENSAGEM EXECUTIVA

GRI 2-22

Nossa estratégia – e o empenho diligente com que a cumprimos – é orientada à inovação e centrada na experiência do cliente. Firmes no propósito de levar saúde integral a cada vez mais pessoas, com serviços *fitness* de qualidade excepcional, e cientes de que o dinamismo da vida atual requer saídas convenientes, a melhor experiência inclui facilidades para manutenção de uma rotina de bem-estar.

Como aliados dos nossos clientes, investimentos contínuos em inovação digital permitem atendimentos remotos que ultrapassam barreiras geográficas. Dessa forma, usuários podem solucionar questões práticas e acessar serviços como consultoria nutricional e acompanhamento de educadores físicos, complementando o atendimento presencial. O objetivo é oferecer maior autonomia e suporte constante.

Em consonância com o padrão observado nos ciclos anteriores, os serviços Smart Fit Nutri e Smart Fit Body apresentaram resultados expressivos, êxito alcançado em conjunto com nossos clientes. Em 2024, foram realizadas mais de 54 mil consultas nutricionais e 750 mil exames de bioimpedância.

Também ampliamos nossas especialidades com a aquisição do Grupo Velocity, que agregou serviço de referência em ciclismo *indoor*, e com a criação do One Pilates – aula coletiva de pilates combinando treino intenso e dinâmico com os melhores profissionais do mercado – e da Nation CT, focada em treinos musculares de alta *performance*. Com isso, conservamos nossa capacidade de predizer e atender as crescentes demandas de mercado.

Essas novidades vieram junto da celebração dos 15 anos de trajetória bem-sucedida da marca Smart Fit, que se mantém como referência no setor de atuação, desde o início. As comemorações se deram de maneira condizente ao nosso propósito: com aulas coletivas e atrações interativas abertas ao público, em várias cidades. Além disso, inauguramos uma área gratuita no *app* Smart Fit, ofertando a não clientes o acesso a conteúdo especializado de saúde e treinos desenvolvidos por nossos profissionais.

Durante esse período, as ações de *marketing* foram intensificadas por meio de campanhas que ressaltaram os diferenciais dos nossos produtos e serviços em prol de um estilo de vida mais saudável. Além de inúmeras iniciativas realizadas em toda a América Latina, por exemplo, o patrocínio ao Comitê Olímpico Brasileiro (COB) iniciado no ano anterior. Em 2024, implantamos uma academia Smart Fit no Centro de Treinamento, para que atletas brasileiros contassem com nossa *expertise* na preparação para os Jogos Olímpicos de Paris, realizados em junho. Estabelecemos também aliança com o Comitê Olímpico da Colômbia e do Panamá. Mantivemos a tradição de promover corridas de rua nos países de atuação do Grupo, estimulando a prática de exercícios esportivos ao ar livre.

Internamente, reiteramos nosso compromisso com os colaboradores por meio de capacitação e oportunidades de desenvolvimento profissional e pessoal, priorizando um ambiente de trabalho seguro, inclusivo, focado no bem-estar e na promoção do crescimento de habilidades, em todos os níveis – desde os aprendizes até as lideranças, que gerenciam as equipes. Nesse contexto, iniciamos um processo para nos consolidarmos como marca empregadora e construirmos uma proposta de valor exclusiva aos colaboradores (*Employee Value Proposition – EVP*).

A plataforma de benefícios corporativos do Grupo, a TotalPass, que fechou o ano com mais de 25 mil academias parceiras (além dos treinos *online*, meditação e atendimentos psicológico e nutricional), deu início a um programa de mentoria e uma jornada para líderes. A mentoria permitiu conectar profissionais experientes (líderes) a outros em crescimento, favorecendo *insights* mútuos. Na Jornada para Líderes, estes puderam elaborar noções como equipes de alto desempenho, habilidades, times corajosos, entre outras.

E, claro, não paramos aqui. Em relação a nossas preocupações ambientais, investimos continuamente para alcançar as melhores práticas de gestão hídrica

---

## Este relato confirma nosso **crescimento estratégico** e a **relevância do Grupo** no mercado *fitness* com inovações e ampliação contínua do ecossistema de serviços

e energética, além da redução da geração de resíduos. E o empenho trouxe resultados notáveis: até o fim de 2024, 220 unidades no Brasil operavam com energia renovável (proveniente do mercado livre ou de geração distribuída); conseguimos evitar o consumo de aproximadamente 17.500 GJ de energia; e mais 366 unidades próprias no Brasil receberam sistema de telemetria de água, podendo-se acompanhar o consumo em tempo real. Persistimos também nos treinamentos e conscientização sobre os cuidados com os recursos naturais, entre outras medidas, e iniciamos a Jornada Climática do Grupo (Inventário de Emissão de Gases de Efeito Estufa – GEE).

Portanto, amadurecemos nosso comprometimento com os princípios ESG e os ODS, dos quais, frisamos, o terceiro é o centro da nossa atividade: “Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas e todos, em todas as idades”. Nossas iniciativas e serviços têm como consequência a prevenção de doenças, melhora e manutenção da saúde física e mental e mudanças no estilo de vida, o que se reflete em benefícios sociais, ao aumentar a produtividade, reduzir custos com saúde e promover a participação ativa na comunidade. Com esforços em inovação, capacitação profissional e parcerias estratégicas, consolidamo-nos como agente transformador, agregando valor a todos os *stakeholders* e orientando nossas práticas para o desenvolvimento mais sustentável.

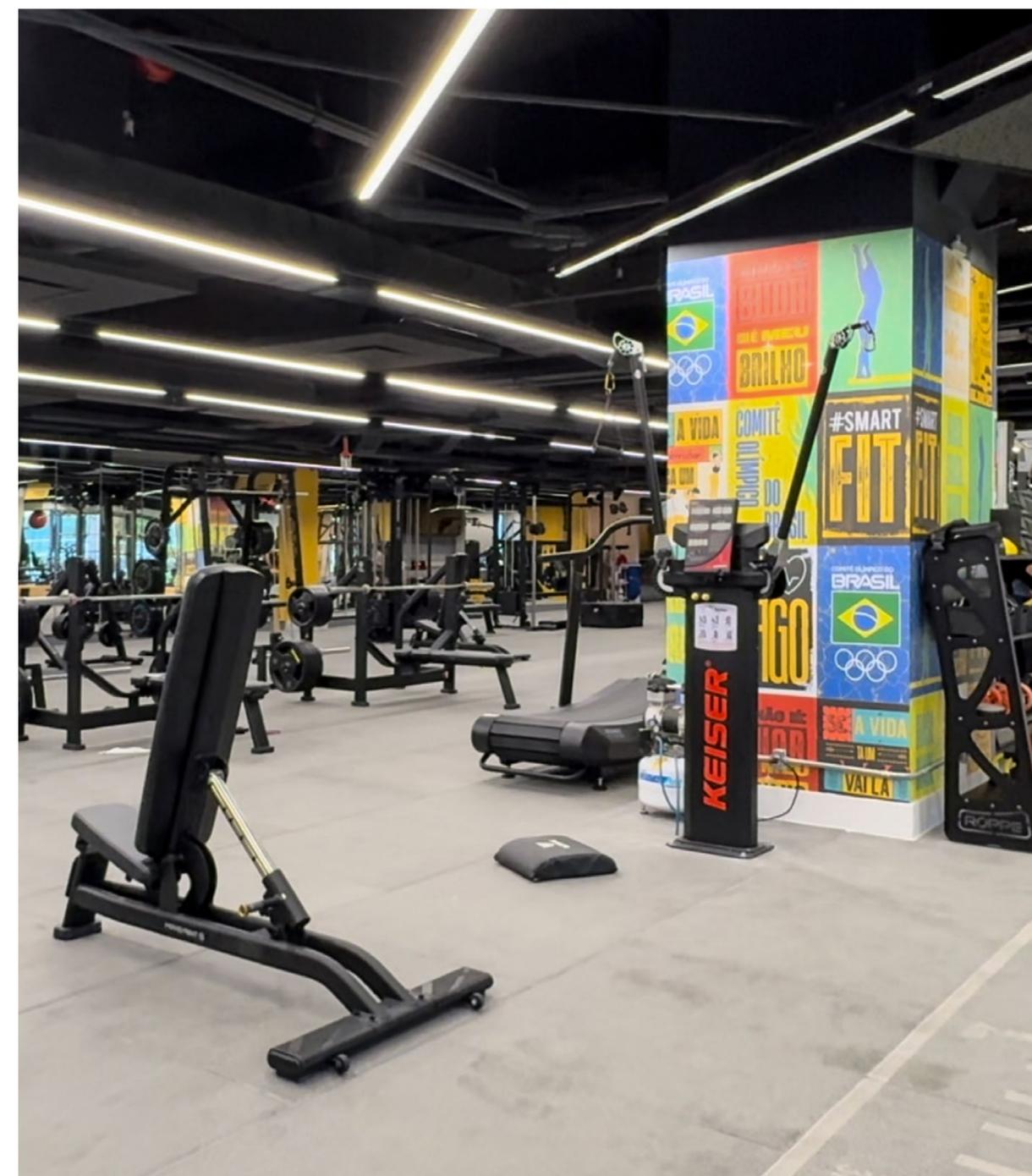
Todos os avanços empreendidos em 2024 resultaram em desempenho financeiro consistente. A receita líquida ultrapassou a marca de R\$ 5,6 bilhões, evidenciando a força das marcas da Companhia e a eficácia da proposta aos clientes. O Ebitda superou R\$ 1,8 bilhão – 35% acima do ano anterior –, resultado da elevada alavancagem operacional do negócio. A geração operacional de caixa chegou a aproximadamente

R\$ 1,6 bilhão, estabelecendo mais um recorde. Ademais, o lucro líquido recorrente de R\$ 578 milhões possibilitou novamente a realização de distribuição de proventos via juros sobre capital próprio (JCP).

A assertividade de nossas estratégias diante dos cenários macroeconômicos e a aptidão de nossa Governança a uma gestão de riscos eficaz, pronta a antecipar desafios e superá-los, também nos permite identificar oportunidades e impulsionar o crescimento seguro dos negócios. Em continuidade ao projeto de levar o cuidado integral à saúde para novos territórios, em 2025, expandiremos nossa presença ao continente africano, com a inauguração de academias no Marrocos.

Conscientes da importância de cada colaborador e da confiança em nós creditada, agradecemos aos nossos públicos de interesse. Juntos, construímos os pilares que sustentam nossa liderança e a conjuntura promissora em que nos encontramos. Aproveite a leitura!

**Edgard Corona**  
CEO



# DESTAQUES 2024



Total de

# 220

## unidades

utilizando energia renovável

Início da

# Jornada Climática do Grupo

(Inventário de GEE)



Comemoração dos

# 15

 anos

da marca Smart Fit

# 1

 a cada 

# 100

latino-americanos é nosso cliente

Aquisição do **Grupo Velocity**, maior **player de bike indoor** do país

Lançamentos

**One Pilates** e **Nation CT**



Reconhecimento no **ranking da Institutional Investor**:

- Somos uma das melhores companhias em **relacionamento com investidores** na América Latina
- Edgard Corona (CEO) e Luiz Rizzardo (IRO) estão entre os top 3 líderes do segmento de varejo

Academias Smart Fit são a grande campeã do Valor 1000 em “serviços especializados”

Guinness World Records:

- **Maior número de academias inauguradas** em um único mês na América Latina
- **Maior número de pessoas correndo simultaneamente** em esteiras em múltiplos locais

# DESTAQUES 2024



Parceria com **3 comitês**

**olímpicos**: do Brasil (COB), da Colômbia e do Panamá

O patrocínio à *fan fest* do COB, durante os Jogos Olímpicos, impactou

# 1,2 milhão

de pessoas no Parque Villa-Lobos (SP)

# R\$ 1.367.898

aplicados em **projetos sociais** no Brasil – via leis de incentivo fiscal



Ballet Manguinhos

Doação de

# 1.800

cobertores

para a Cruz Vermelha

Ampliação da **pesquisa de Clima Organizacional** para o

# México, Chile e Colômbia

# O Grupo Smart Fit



## ODS RELACIONADOS





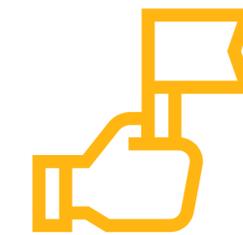
# QUEM SOMOS

GRI 2-1, 2-2, 2-6

A Smart Fit Escola de Ginástica e Dança S.A., conhecida comercialmente como Grupo Smart Fit, é uma sociedade anônima de capital aberto com sede em São Paulo, Brasil. Em 2021, foi a pioneira do setor *fitness* no Novo Mercado, segmento especial de negociação de valores mobiliários da B3, que reúne as empresas no mais alto nível de governança corporativa da bolsa brasileira.

Saúde e bem-estar são o coração dos negócios desde o seu nascimento, com a Bio Ritmo, em 1996. Ordenados por uma compreensão holística sobre o bom funcionamento do organismo humano, para além da estética, os serviços foram sendo elaborados e oferecidos, nesses 28 anos, em uma variedade cada vez mais abrangente, para a melhora do desempenho físico, somado ao equilíbrio mental e nutricional.

O Grupo hoje é uma das maiores redes de academias do mundo, protagonista no setor *fitness* da América Latina e ocupa a terceira posição global em número de academias próprias. As marcas mais conhecidas – Smart Fit e



## Líder no setor *fitness* da América Latina

Bio Ritmo – são parte de uma extensa família de especialidades que conta com Studios, plataformas digitais, bebidas esportivas energéticas pré e pós-treino e suplementos.

O grupo possui diversos escritórios espalhados nos países onde possui presença, nos quais são conduzidas as principais atividades administrativas e estratégicas, garantindo proximidade e melhor compreensão das particularidades de cada mercado.

Presença em

**15** países

na América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, El Salvador, Equador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana e Uruguai



**1.743** academias

(+21% versus 2023), das quais **1.407 são próprias** (+23% comparado ao ano anterior) e 336 franqueadas (+14% versus 2023).

Além disso, o grupo possui **135 unidades** de Studios, com 190 salas

**Mais de 18 mil colaboradores**

empenhados em proporcionar a melhor experiência aos nossos clientes

Presença em **mais de 470 cidades**

A marca Bio Ritmo dá o **primeiro passo internacional** com inauguração de unidade no Panamá

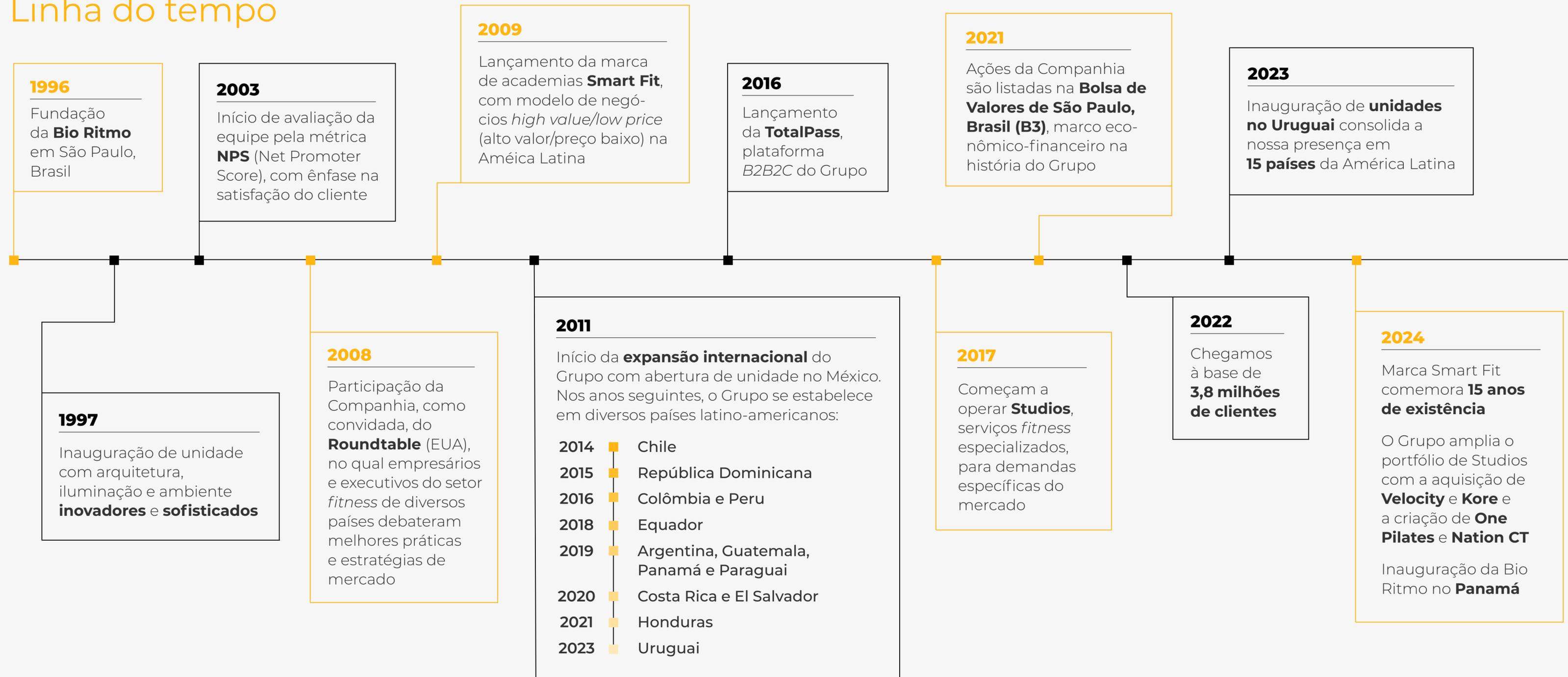
A base de clientes atingiu a marca de **5,2 milhões**, uma adição de mais de 750 mil clientes – 4,8 milhões apenas em academias

Ebitda de **R\$ 1,8 bilhão**, 35% maior que o do período anterior

**31% de crescimento** de receita líquida, superando os R\$ 5,6 bilhões

Aproximadamente **R\$ 1,6 bilhão** de geração de caixa operacional, recorde do Grupo

## Linha do tempo



# NOSSA ESTRATÉGIA

GRI 2-1

O Grupo Smart Fit é um ecossistema completo de soluções *fitness*, fundamentado em um conceito integral de saúde, com academias, Studios, plataformas digitais e produtos nutricionais.

Atua em operações próprias e franquias nos segmentos *high value/low price* (alto valor/preço baixo) e *high-end*. Desde a criação da Bio Ritmo (1996), com ambientes sofisticados e metodologia internacional, até o lançamento da Smart Fit (2009), com modelo de negócios único que combina qualidade superior e preços competitivos, impulsionou uma transformação

---

## Expansão recorde das unidades Smart Fit em 2024

no mercado *fitness* das regiões aonde chegou. A inauguração da Nation CT, em 2024, com musculação de excelência e ambiente contemporâneo, voltada a treinos de alta *performance*, veio somar como mais uma proposta inovadora.

Os Studios enriquecem o portfólio do Grupo com experiências exclusivas e personalizadas para diversos perfis de clientes. As marcas Race Bootcamp, Vidya Studio, Jab House e Tonus Gym foram fortalecidas em 2024, com a aquisição de Velocity e Kore, além da criação do One Pilates, agregaram tendências globais e complementaram o conjunto de produtos e modalidades do segmento. Houve também forte impulsionamento na abertura de Studios, quadruplicando o número de salas em comparação ao ciclo anterior – terminamos 2024 com 190 salas, distribuídas em 135 unidades. O resultado respalda a confiança na continuidade desse crescimento em 2025.

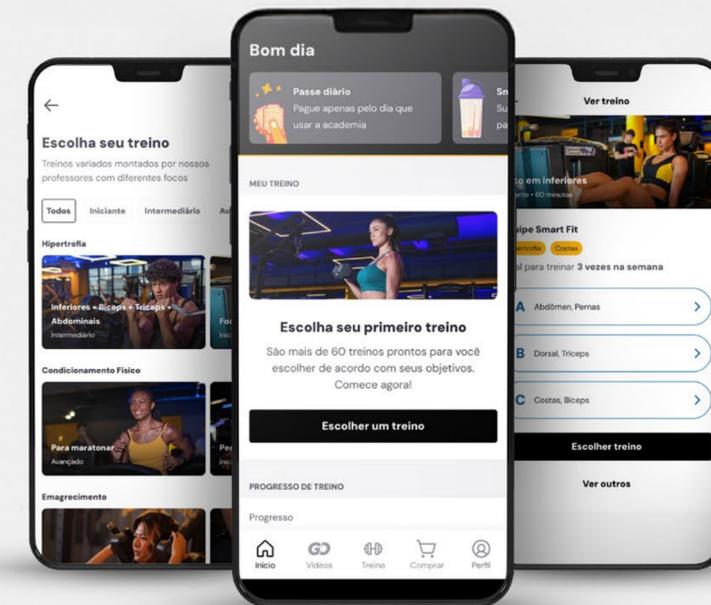


Inovações tecnológicas e melhoria de ferramentas digitais, refletidas pela reformulação do TotalPass App e Smart Fit App, alimentam o círculo virtuoso de presença em toda a jornada *fitness* do cliente, potencializando o engajamento do público nas atividades contratadas, contribuindo, assim, para que alcancem seus objetivos.

A marca TotalPass, agregadora de academias (B2B2C), registrou um progresso consistente ao longo de 2024, consolidando-se como um dos principais benefícios corporativos de bem-estar no Brasil e no México. No Brasil, a rede de academias parceiras alcançou 21 mil unidades, com presença em mais de 1.400 cidades, um marco para a plataforma e para todo o Grupo. No México, a TotalPass encerrou o ano com cerca de 4 mil unidades cadastradas.

Os beneficiários da TotalPass têm acesso a 25 mil estabelecimentos no Brasil e no México, incluindo academias e Studios da Companhia. A proposta de valor da TotalPass para os departamentos de Recursos Humanos e potenciais parceiros torna-se cada vez mais diferenciada e atrativa.

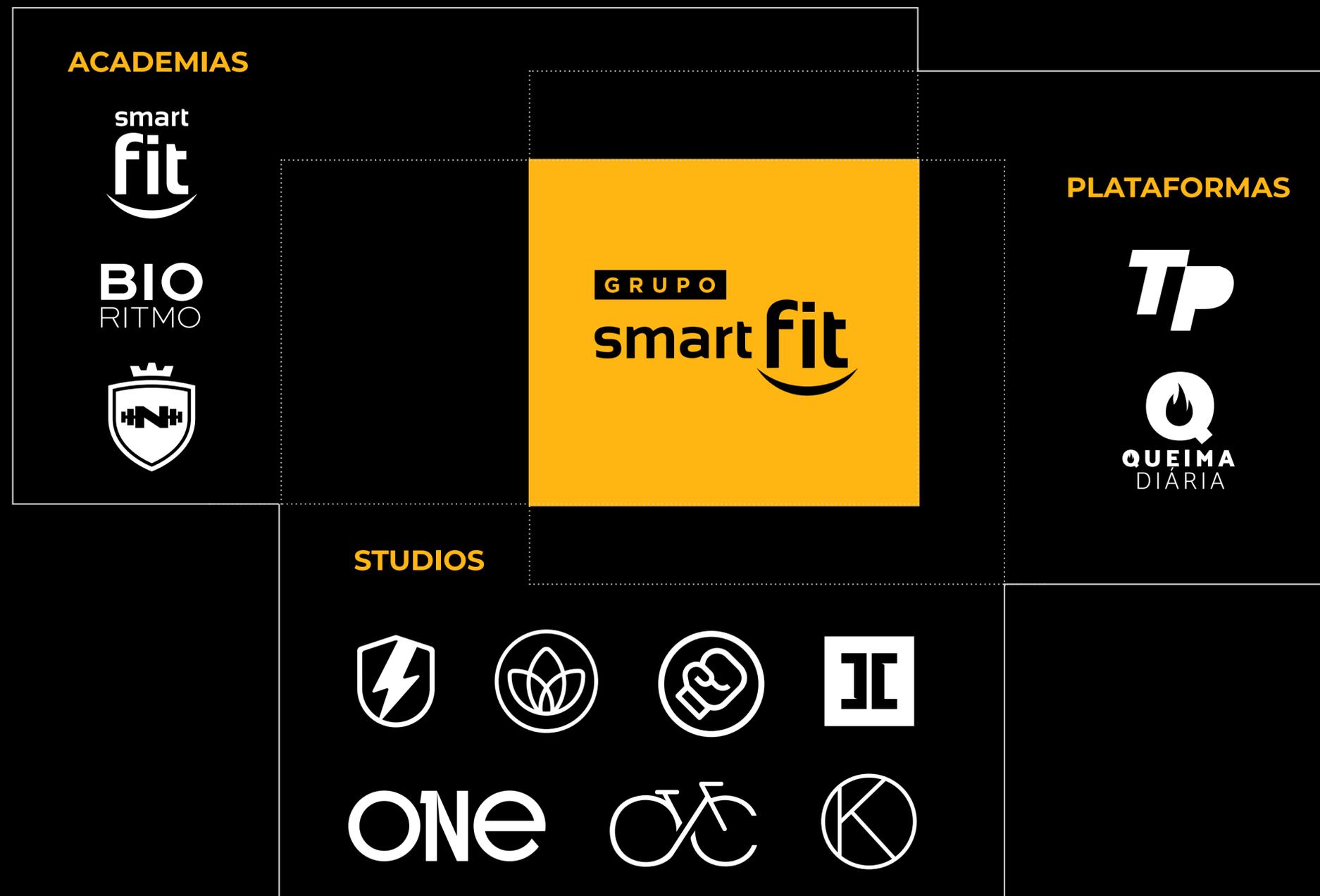
Reforçando o propósito de expandir o acesso ao *fitness* de alto padrão, em 2024, foi criada uma área gratuita no Smart Fit App, com mais de 60 treinos elaborados por especialistas da rede (para níveis iniciantes até avançados), além de conteúdo exclusivo do *blog* Smart Fit News. Mais pessoas em contato com a *expertise* Smart Fit, estimulando uma **vida mais ativa** e favorecendo o **reconhecimento positivo da marca**

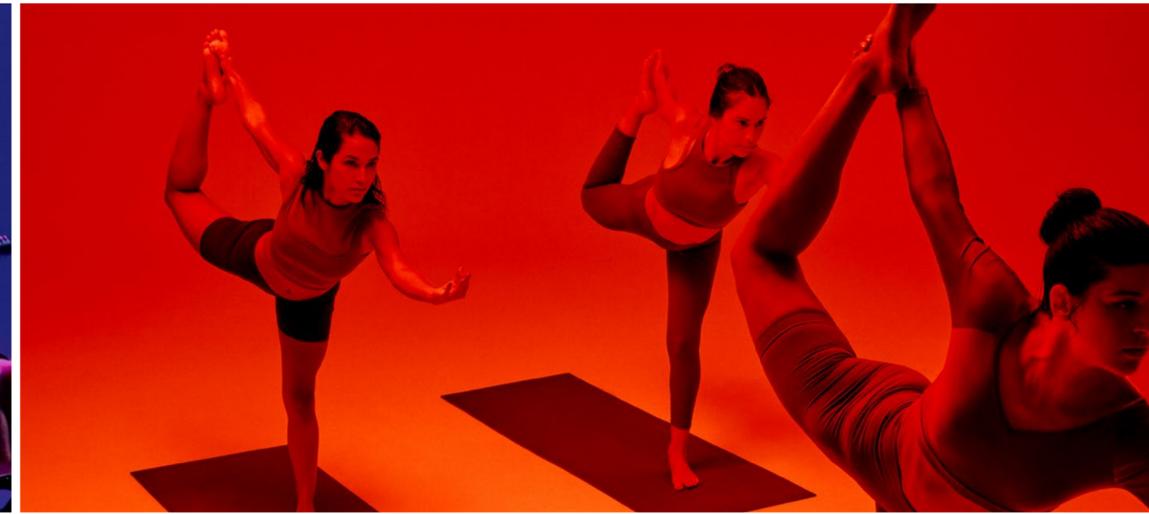


# PRODUTOS E SERVIÇOS

São integrados para a **promoção da qualidade de vida**, convergindo atividade física, estabilidade mental e nutrição, com facilidades tecnológicas

## ECOSSISTEMA GRI 2-6





## ACADEMIAS

**SMART FIT** – instalações modernas e avançadas aliam qualidade *premium* à acessibilidade, com unidades em localidades próximas (trabalho e/ou residência dos clientes) e conveniência a um custo acessível.

**BIO RITMO** – atendimento personalizado à especificidade de cada aluno, entrega infraestrutura de excelência, serviços exclusivos e aulas diversificadas com equipamentos de última geração.

**NATION CT** – centro de treinamento munido com equipamentos de ponta, das melhores marcas mundiais, e treinadores especializados que aplicam métodos científicos para musculação de alta *performance*.

## STUDIOS

**RACE BOOTCAMP** – proporciona treinamento de alta intensidade e dinâmico com exercícios funcionais na esteira.

**JAB HOUSE** – atividades desafiadoras que mesclam boxe e treino funcional em ambiente motivador, com equipamentos modernos e professores com vasta experiência.

**VIDYA BODY&MIND** – serviço *premium* com aulas de *hot yoga* (ambientes aquecidos a 40°C) e *yoga* (temperatura ambiente), para promoção da saúde física e mental e enfrentamento de ansiedade e estresse.

**TONUS GYM** – treinos coletivos, interativos e nada repetitivos, com foco diário em grupos musculares específicos e uso exclusivo de pesos livres.

**ONE PILATES** – criado em 2024 para oferecer uma nova experiência em aulas de pilates, com sessões coletivas, intensas e dinâmicas e professores experientes.

**VELOCITY** – integrado ao Grupo em 2024, tem aulas imersivas de *bike indoor*, com professores com *expertise*, música e ambiente envolventes que conectam corpo, mente e movimento.

**KORE** – outra novidade de 2024, tem aulas de alta intensidade que conciliam força, resistência muscular e exercícios cardiovasculares com intervalos estratégicos. O objetivo é elevar a frequência cardíaca para estimular a queima calórica, ganho de massa magra, aceleração do metabolismo e tonificação muscular.

## PLATAFORMAS

**TOTALPASS** – benefício corporativo para o bem-estar integral de colaboradores das empresas que o contratam, promove cuidado em três áreas: Total Nutri (nutrição), Total Mind (psicologia e meditação) e Total Fit (academias e treinos). Presente no Brasil e no México.

**QUEIMA DIÁRIA** – abrange usuários de diferentes tipos de condicionamento, conta com programas de diversas modalidades e intensidades. Acessíveis por dispositivos digitais (*smartphone*, computador, *smart TV*, *tablet*) e interface simples que garantem praticidade e eficiência.

## SERVIÇOS

**SMART FIT NUTRI** – serviço em contínua expansão, levando cuidados nutricionais para a realidade dos clientes.

**SMART FIT BODY** – equipamento avançado permite análise detalhada da composição corporal para personalização de treinos e cardápios nutricionais.

**SMART FIT COACH** – consultoria *online* de profissionais para que clientes e não clientes da Smart Fit personalizem treinos e recebam orientações *fitness*.

## PRODUTOS

**SMART FIT ENERGY** – bebida esportiva, com seis opções de sabor, desenvolvida para potencializar a *performance* nos treinos.

**SMART FIT SUPPS** – marca de suplementos alimentares licenciada pelo Grupo, elaborada para ajudar na rotina *fitness* com praticidade, eficácia e qualidade.





## Experiência do cliente

GRI 3-3

Um ponto crucial da estratégia de negócios da Companhia é a melhoria contínua da experiência do cliente e da eficiência operacional, contrabalançando qualidade, escalabilidade e controle de custos.

Nas unidades da Smart Fit, o Grupo tem investido largamente no aprimoramento das ferramentas digitais, como o aplicativo, e ampliado a instalação de totens (autoatendimento), para que o cliente tenha informações e soluções de maneira rápida e eficaz.

O foco na experiência do cliente permite o **desenvolvimento sustentável às marcas** do Grupo, considerando os pontos listados ao lado

**FIDELIZAÇÃO E RETENÇÃO DE CLIENTES,**  
reduzindo custos com aquisição de novos membros, gerando receita recorrente.

**VALORIZAÇÃO DA MARCA,**  
consolidando sua posição de referência em exclusividade e qualidade.

**INOVAÇÕES NA JORNADA DO CLIENTE,** como melhorias em autosserviço e personalização de treinos, que agregam valor à experiência e ampliam a percepção de qualidade.

**AUMENTO DA RECEITA POR CLIENTE,**  
impulsionada pela percepção de valor agregado em serviços diferenciados e pacotes personalizados.

**CRESCIMENTO DA RECEITA POR UNIDADE,**  
resultando na retenção de clientes e na diversificação dos serviços.

Conta-se ainda com a área de Melhoria Contínua. Dedicada à jornada do cliente, estabelece diagnósticos, propõe ações corretivas e identifica oportunidades de aperfeiçoamento. Algumas medidas tomadas para reforçar a transparência e comprometimento com nossos clientes são:

- **Prevenção de impactos negativos:** revisão constante dos contratos e fluxos de compra *online*, especialmente nas operações internacionais.
- **Correção de impactos reais:** a área de Melhoria Contínua colabora com outras equipes internas para pôr em prática soluções para problemas mapeados.
- **Gestão de impactos positivos:** desenvolvimento de estratégias para destacar os benefícios dos serviços *online* e presenciais, reforçando o valor agregado dos produtos.
- **Investimento em pessoas:** capacitação contínua dos colaboradores para garantir um atendimento empático e eficiente.

Outro aspecto relevante, iniciado em 2024, é o levantamento e padronização de processos nas operações internacionais (Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá e Peru), gerando maior uniformidade na experiência dos clientes.

**Quatro pilares** guiam a tarefa de melhora permanente da experiência do cliente:



Serviço de **alto padrão** que prioriza a satisfação dos usuários



Conveniência, assegurada com **localização estratégica** (próxima ao trabalho/residência), ajudando para a integração das atividades *fitness* ao cotidiano dos clientes



Ambientes modernos, equipamentos de qualidade e professores motivados, proporcionando **aulas eficientes**



**Soluções digitais** disruptivas e intuitivas para os clientes, permitindo acompanhamento personalizado dos professores





## SEGURANÇA DOS CLIENTES

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

Nenhuma fatalidade foi registrada nas academias do Grupo, prova do cuidado com a segurança. No período, foram reportadas 618 lesões que exigiram atendimento médico, representando uma taxa de 0,000618.

A maioria dos incidentes envolveu o uso de equipamentos e mal-estar dos clientes. Para emergências, os colaboradores recebem treinamento contínuo, além do de primeiros socorros, enquanto a segurança estrutural é certificada por rigorosa manutenção preventiva e corretiva.

Apesar da baixa incidência de lesões/incidentes, o Grupo avalia ter auditorias internas regulares, melhorando a gestão dos dados.

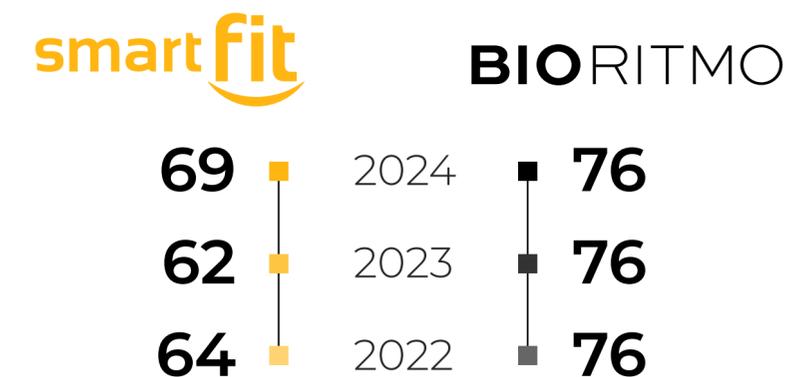
Em 2024, não foram registradas inconformidades dos serviços relacionadas a impactos na saúde e segurança.

## INDICADORES DE PERFORMANCE

GRI 3-3

Para avaliar a satisfação dos clientes, utilizamos Net Promoter Score (NPS), pesquisa simples e direta que coleta *feedback* dos alunos. Os dados são analisados para aperfeiçoar os serviços e aumentar a retenção. A avaliação considera três aspectos: satisfação do cliente, demanda pelo produto e retorno financeiro. Os resultados NPS são complementados com análise de *insights* qualitativos, obtidos em interações diretas da equipe de operações.

### RESULTADOS NPS



A TotalPass, por sua vez, utiliza como métrica o Customer Satisfaction Score (CSAT) para entender a satisfação do usuário final em cada etapa da jornada.

## INOVAÇÃO

GRI 3-3

Encontrar respostas transformadoras faz parte da visão estratégica de longo prazo do Grupo. Investimentos em desenvolvimento de novas tecnologias e serviços buscam não apenas suprir as demandas atuais, mas antecipar mudanças e oferecer soluções que promovam saúde, bem-estar e sustentabilidade.

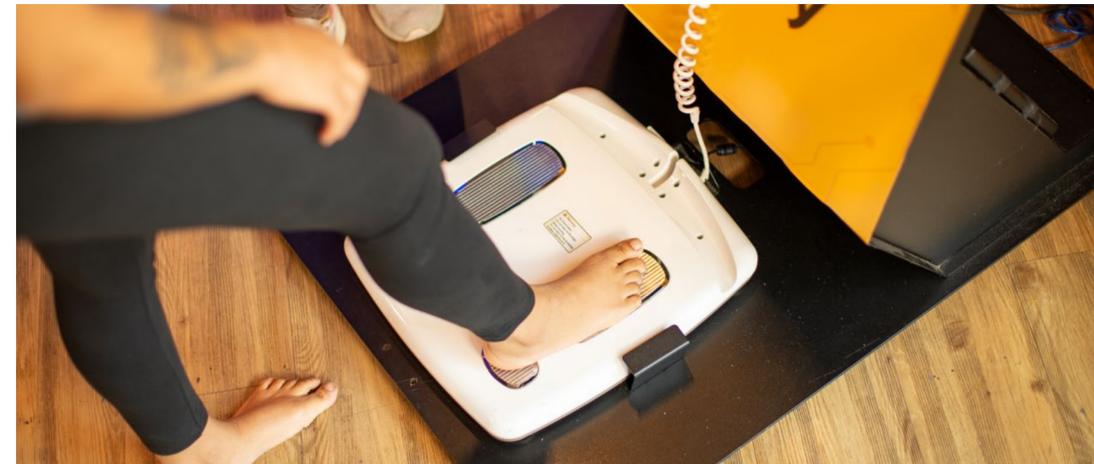
As iniciativas de inovação são parte da estratégia organizacional com a capacitação contínua dos colaboradores, monitoramento trimestral dos resultados e engajamento com *stakeholders* ao assegurar que as soluções desenvolvidas atendam às expectativas de clientes, parceiros e colaboradores.

Em 2024, os avanços que se destacaram estão diretamente ligados à experiência do cliente. Listados ao lado, estão acompanhados dos principais resultados.

Para avaliar essas medidas, usam-se indicadores como adesão dos clientes, crescimento de receitas adicionais e impacto na experiência dos usuários. O acompanhamento contínuo dos dados assegura que as metas sejam alcançadas.

### Smart Fit Coach

Já disponível em países como Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, México, Panamá, Peru e Uruguai foi ampliado. A meta de 2024, de 52 mil usuários, foi ultrapassada, chegando a **56 mil clientes**.



### Smart Fit Body

Avaliações detalhadas de bioimpedância auxiliam na personalização dos treinos e da nutrição. No Brasil, **40% das unidades** próprias contam com balança; no México, 21 academias já estão equipadas com o equipamento.



### Área gratuita no app Smart Fit

Difusão de cultura de bem-estar e canal de prospecção de clientes.

## FRANQUIAS

GRI 2-1, 2-29

Franquias representam 19% da rede de academias.

Os franqueados contam com todo o suporte necessário ao sucesso das operações e do negócio. Oferecemos apoio estratégico completo, que abrange desde a prospecção de novos pontos até a gestão financeira, incluindo análises detalhadas e eventos exclusivos. Além disso, prezamos pelo alinhamento de políticas, valores e processos entre unidades próprias e franqueadas.

Gerenciamos ainda redes sociais regionalmente e realizamos pesquisas semestrais para identificar pontos fortes e saídas para desafios.

Para manter uma relação de confiança e transparência, disponibilizamos **diversos canais de comunicação e ferramentas** que garantem o intercâmbio eficiente de informações, conforme descrito ao lado.

### Canais de atendimento

**Support:** atendimento ágil e registrado no *topdesk* para apoiar os franqueados.

**Service:** suporte interno para otimizar a comunicação entre setores.

**Comercial:** centralizamos e analisamos novas oportunidades de pontos de franquia.

**Leads:** captamos e qualificamos novos franqueados para expandir a nossa marca.

### Análises estratégicas

**Avaliação de mercado:** estudamos o potencial de novas unidades, ativos, concorrência e resultados.

**Auditoria e conciliação financeira:** garantimos que cada unidade esteja operando com total transparência.

**Retrofit:** melhoramos continuamente as unidades para manter o padrão Smart Fit atualizado.

### Expansão inteligente

**Comitê de Novos Pontos:** selecionamos estrategicamente os melhores locais para novas franquias.

**Apresentação personalizada:** criamos materiais completos para garantir decisões seguras e rentáveis.

### Conexão e relacionamento

**Encontro de Franqueados da América Latina:** evento anual que traz *insights* exclusivos e estratégias para os franqueados.

**Reuniões mensais:** abordamos temas relevantes para o crescimento sustentável das franquias.

**Reuniões individuais:** estamos sempre disponíveis para apoiar cada franqueado, de forma personalizada.

### Visitas

**Recepção de franqueados internacionais:** apresentamos a sede brasileira e conectamos diretores globais.

**Visitas às unidades:** levamos franqueados para conhecer as melhores práticas e novas tendências.

### Acompanhamento completo nas aberturas de unidades

**PMO (Project Management Office) do início ao fim:** garantimos uma abertura segura e eficiente, desde a negociação do ponto até a inauguração.

**Gestão de documentação:** cuidamos de todos os detalhes burocráticos para uma operação impecável.

### Estratégias para resultados

**Contratação de terceirizados:** apoiamos na escolha de fornecedores estratégicos, como mídia *on* e *offline*.

**Investimento personalizado:** analisamos o desempenho da unidade e sugerimos as melhores estratégias de *marketing*.

**Cálculo de *royalties* mensal:** monitoramos e validamos os valores para garantir transparência e conformidade.

### Ferramentas

**TopDesk:** portal exclusivo para centralizar informações essenciais.

**Monday:** utilizamos para otimizar processos e tornar o dia a dia dos franqueados mais prático e eficiente.



## Comunicação interna e *marketing*

### COMO ENGAJAMOS NOSSOS PÚBLICOS

GRI 2-29

O crescimento responsável envolve boas práticas no relacionamento com *stakeholders*, incluindo parceiros de negócio, clientes, fornecedores, colaboradores e ONGs. O fundamento é engajá-los por meio de ações condizentes ao objetivo maior do Grupo: **promover integralmente a saúde com excelência e profissionalismo.**

---

Mantemos uma **escuta ativa** por meio do monitoramento das redes e canais próprios, além de consultas e reuniões regulares com *stakeholders*

Partindo de abordagem estratégica, colaborativa e inclusiva a comunicação é pautada por transparência e fidedignidade e facilitada por canais diversos, por exemplo, escuta e *feedback* ativos, metas de desempenho bem definidas e treinamento/capacitações para alinhar estratégias.

A compreensão da perspectiva de cada público ajuda a embasar tomadas de decisões que os atendam, colaborando com a construção de relacionamentos duradouros e fortalecendo a reputação e a imagem das marcas. A qualidade dessa conexão é essencial para a longevidade do negócio.

Por meio de cada marca, o Grupo realiza atividades e campanhas de *marketing*, interna e externamente, sempre niveladas com os princípios ESG e os ODS. A seguir, algumas delas apresentam o que foi desenvolvido em 2024.

## AÇÕES E CAMPANHAS DE MARKETING

**Smart Fit Day:** 15 anos de Smart Fit festejados com aulas coletivas de FitDance, Body Combat, Zumba e atrações interativas entre participantes, como estações de futmesa e quadras poliesportivas, em diversos países da nossa operação.

**Vidya & Art Experience na Pinacoteca de São Paulo:** uma aula muito especial de *yoga* foi ministrada pelo time do Vidya Studio dentro da Pinacoteca.

**CX Day:** iniciativa focada no público interno, integrando o novo processo de *onboarding* da TotalPass.

**Arnold Sports Festival South America 2024:** TotalPass participou pelo segundo ano do evento em São Paulo, promovendo academias e parceiros com mais visibilidade, novos alunos e renda extra. O estande também atraiu visitantes em um desafio de força com um martelo de 10 kg.

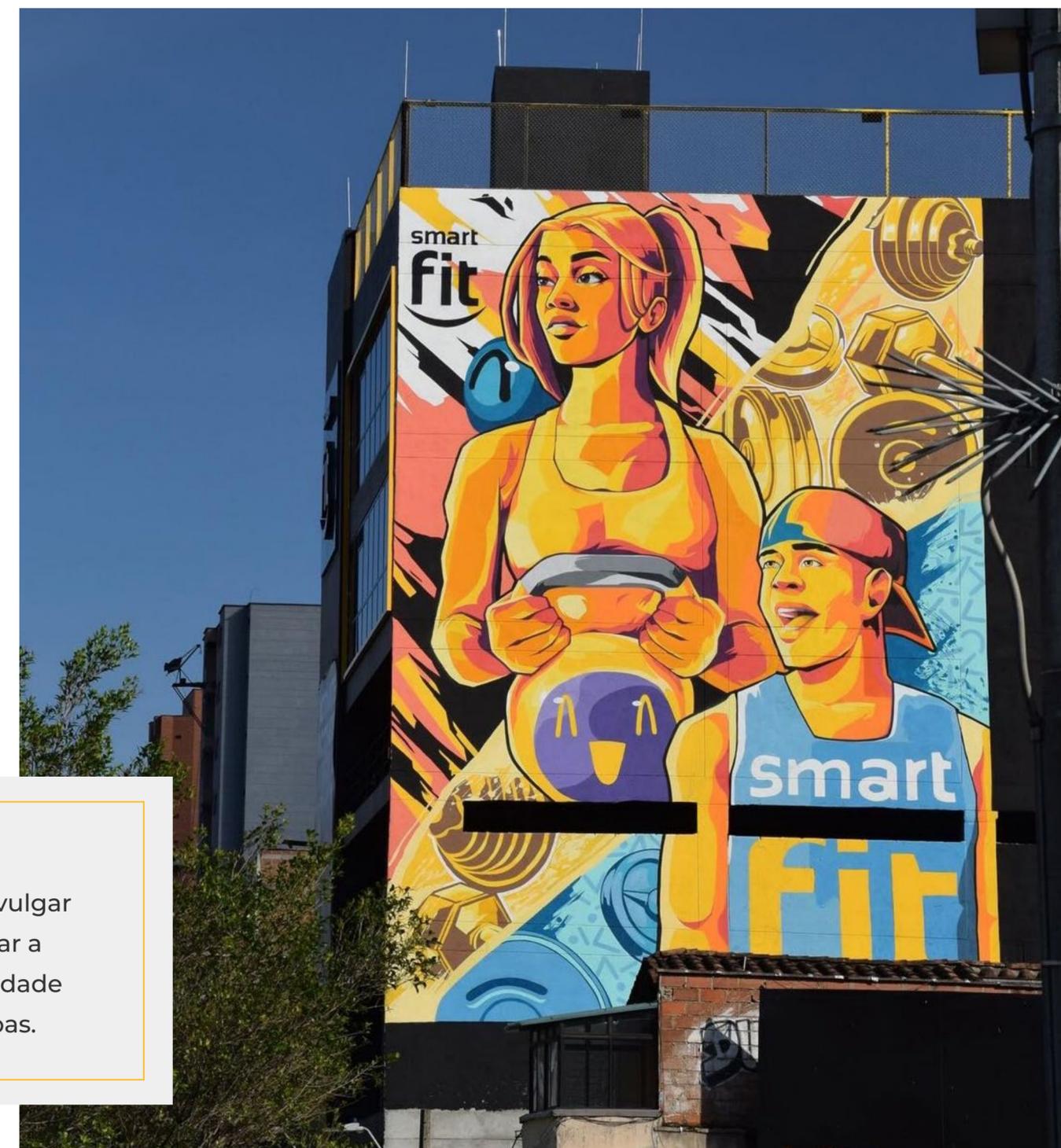
**Bio Zone:** Bio Ritmo organizou edições do evento de *wellness*, com base em estudos da Organização Mundial da Saúde (OMS) que destacam os benefícios da imersão na natureza. Abertos ao público, a promoção do bem-estar integral aconteceu:

- em janeiro, a edição especial no Calçadão (Rio de Janeiro), elevou a campanha “The Power to Start” a um novo patamar. Na areia, houve treinos funcionais e, nos demais ambientes, ativações exclusivas de parceiros;
- em abril, no Parque Villa-Lobos (São Paulo), programação com treino funcional, *yoga*, *flow* e Les Mills Dance.

**2º Rio Body & Soul Bio Ritmo:** no Dia Mundial da Saúde Mental (10 de outubro), o Studio Vidya conduziu três sessões de *yoga* no Copacabana Palace. Pausa na rotina e união de corpo e mente para incentivar auto-conhecimento e cuidados com a saúde mental.

### Grafite em Medellín

Com 252 m<sup>2</sup>, criado na sede de San Javier para divulgar os proveitos de um estilo de vida ativo, impulsionar a campanha Smart Fit Coach e estabelecer a identidade da Smart Fit como parceira da cidade e das pessoas.



**Fórum CEO Brasil 2024:** a TotalPass patrocinou a 7ª edição do principal encontro de CEOs do Brasil, realizado na Bahia, em 2024. O evento proporcionou experiências imersivas, como meditação guiada à beira-mar e aula especial da Velocity, maior rede de *bike indoor* do país, agora exclusiva aos usuários TotalPass. Com a presença dos fundadores Edgard e Diogo Corona e dos executivos Felipe Calbucci e Thiago Passos Letra, o encontro reafirmou o compromisso do Grupo com o bem-estar corporativo.

### TotalPass patrocinou dois eventos de promoção da equidade de gênero, relevantes a todo o Grupo Smart Fit:

- **Life – Liderança Feminina em Movimento:** evento em que quase seiscentas profissionais estiveram presentes em espaços dinâmicos de conhecimento, *networking* para interação e reconhecimento de forças femininas na sociedade.
- **Delas pra Elas – Programa de Mentoria:** experiência em ambiente seguro e inspirador dedicada a mulheres que ocupam cargos de vice-presidência e diretorias de RH, para impulsionar crescimento

profissional, fortalecer a liderança, ampliar influência no ambiente corporativo e construir rede de apoio e fortalecimento entre líderes femininas.

**Evento Medicancer 2024 – Colômbia:** com objetivo de apoiar uma grande causa e representar a marca Smart Fit em eventos de grande porte, foi realizada uma aula de *bike indoor* para mais de mil pessoas.

**Campanha de WhatsApp contra inadimplência – Colômbia:** mensagens de WhatsApp, personalizadas conforme situação do usuário, elaboradas para otimizar cobranças e reduzir cancelamentos automáticos. Os casos incluíram:

- Inadimplência de 1 mês
- Inadimplência superior a 1 mês
- Rejeição por insuficiência de fundos
- Recuperação impossível (falha reiterada nas cobranças)

**Treine para a Vida – Costa Rica e Panamá:** campanha motivacional sobre os benefícios do Smart Fit Coach com relatos inspirados de *rookies* (atletas no primeiro ano profissional), fisiculturistas e *gamers*. A ação incentivou o público à adesão a uma vida de movimento, reafirmando a filosofia da marca.

## Desbloqueie seu talento

A campanha de marca 2024 da TotalPass contou com atletas e ex-atletas brasileiros como embaixadores, incluindo Daiane dos Santos (ginástica), Guilherme “Cachorrão” Costa e Gustavo Borges (natação), Popó (boxe) e Thaisa Daher (vôlei). Aproveitando os Jogos Olímpicos de Paris (25 de julho a 11 de agosto), causou grande impacto nas redes sociais. Incluiu também desafios esportivos de rua (basquete, futebol, *beach tennis* e levantamento de peso) e palestra de Daiane dos Santos no Congresso Nacional de Recursos Humanos (CONARH), abordando o desenvolvimento de talentos para alta *performance*.

## PARCERIA COM COMITÊS OLÍMPICOS

O Grupo Smart Fit firmou parcerias com Comitês Olímpicos e Paraolímpico: o Comitê Olímpico do Brasil, Comitê Olímpico e Paraolímpico da Colômbia e o Comitê Olímpico do Panamá.

O patrocínio do COB foi assumido em 2023, para estimular a percepção de orgulho associada à marca Smart Fit entre os brasileiros, e seguiu até dezembro de 2024.



### Uma academia Smart Fit no Centro de Treinamento do COB

Um espaço com tecnologia e infraestrutura Smart Fit foi inaugurado no Centro de Treinamento do Time Brasil, com capacidade para atender cerca de **200 atletas**, na preparação para os Jogos Olímpicos 2024, reforçando nosso apoio ao esporte brasileiro.

**1º Festival Olímpico Parque Time Brasil:** a marca Smart Fit foi uma das principais patrocinadoras do Parque Time Brasil, vila olímpica idealizada pelo COB no Parque Villa-Lobos (SP), durante os Jogos Olímpicos de Paris. O espaço ofereceu transmissão ao vivo das competições, clínicas esportivas com grandes atletas, *shows*, gastronomia e recepção dos atletas brasileiros no retorno ao país.

**Comitê Olímpico e Paraolímpico Colombiano:** este ano, beneficiamos cerca de 800 atletas olímpicos e paraolímpicos de alto rendimento ao nos tornarmos sua plataforma de treinamento e preparação esportiva para os Jogos Olímpicos de Paris 2024.



**Comitê Olímpico do Panamá:** nos tornamos a plataforma oficial de treinamentos através da disponibilização de 200 associações anuais do Plano Black para serem entregues a atletas do comitê, além da participação na corrida do Dia Olímpico.



## CORRIDAS

Investimos em 90 competições durante o ciclo, com a participação de mais de 499 mil pessoas no Brasil, Chile, Colômbia, México, Paraguai e Uruguai. O patrocínio a corridas de rua é tradição da Companhia para incentivar a prática de atividades esportivas *outdoor* e propiciar experiências coletivas enriquecedoras, difundindo nossa cultura de movimento e vitalidade.

**1ª Smart Fit Run – Edição Guinness Book:** A Edição Guinness Book comemorou os 15 anos Smart Fit e ocorreu simultaneamente *outdoor* e *indoor*. A maratona foi realizada por alunos em esteiras de 30 unidades, de 12 estados brasileiros, e no Parque da Independência (São Paulo), com percursos de 5 km e 10 km, aberta ao público geral.



Em 2024, cerca de

**500** mil

pessoas participaram de competições *outdoor* patrocinadas pelo Grupo

## COLÔMBIA

**Bike Fest Barranquilla:** A Smart Fit apoiou a edição 2024 da maratona de ciclismo, sob o mote *#EntrénateParaLaVida*.

**Corrida das Mulheres de Bogotá:** Patrocinamos a Maratona Feminina, veiculada com *#FuerzaEnElCorazón*, promovendo o esporte como incentivo à autonomia, autocuidado e outros aspectos positivos.

**Corrida Plogging Ambiental Santa Maria:** Inspirados pelo movimento global recente que une esportes ao ar livre, como o *running*, à coleta de resíduos. O evento estimulou conscientização, ação coletiva e saúde.

## MÉXICO

**XLI Maratona da Cidade do México (CDMX) 2024:** Abrimos unidades na Cidade do México em horários especiais para que clientes se preparassem e estivemos presentes no evento, em agosto de 2024, fornecendo lanches e bebidas para manter a energia dos nossos alunos.

## MÉXICO

**Corrida de rua Rebel Race:** A Rebel Race é uma experiência criada em 2017 para a comunidade Smart Fit e qualquer pessoa com um estilo de vida ativo. Realizado fora das academias, pretende fortalecer a comunidade, fidelizar e reter usuários.

**Corrida Familiar do Clube Social e Desportivo Colo-Colo:** em setembro de 2024, a marca Smart Fit esteve no evento com um estande. Percursos de 2 km e 7 km no entorno do Estádio Monumental promoveram a integração familiar pela prática de atividade física e hábitos saudáveis entre pessoas de todas as faixas etárias.



**Ironman 70.3 Valdivia:** A marca Smart Fit foi patrocinadora oficial do triatlo Ironman de Valdivia, Chile, em 17 de novembro de 2024. A competição, que reuniu atletas de diversos países, é um dos eventos esportivos mais desafiadores de nível mundial.

## URUGUAI

**Aliança com a Intendencia de Montevideo:** a Smart Fit esteve presente em duas maratonas (Maratona Intendencia e Maratona San Felipe y Santiago) que contou com a presença de mais de 2 mil corredores.

## PARAGUAI

**Aliança com a Asunción Runners:** a marca Smart Fit esteve presente em cinco corridas com impacto de aproximadamente 5 mil corredores no total.

Em 2024, não se registraram casos de inconformidade das marcas com leis ou códigos voluntários em comunicações de *marketing*. GRI 417-3

PARTICIPAÇÃO  
EM ASSOCIAÇÕES

GRI 2-28

O Grupo Smart Fit participa ativamente de associações para estar no cerne das discussões e atualizado nos temas e tendências do seu campo de negócio. São associações nacionais e internacionais, essencialmente estratégicas, dentre as quais se destacam:

- 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)

## Premiações e reconhecimentos

### OS MAIS AMADOS DE SÃO PAULO



#### Academia mais querida dos consumidores

Smart Fit conquistou primeiro lugar com 24,8% dos votos; Bio Ritmo ficou em terceira posição, com 11,9%, mostrando, mais uma vez, que está entre as academias mais queridas do mercado paulista.

### SELO E PRÊMIO DE EXCELÊNCIA WEHELP



#### Excelência na gestão do atendimento, com NPS 75+

Bio Ritmo é certificada, provando que é uma das academias mais respeitadas pelo público.

### GRUPO GESTÃO RH



#### RH mais admirada de 2024

Suzie Clavery, CHRO LATAM da TotalPass, é reconhecida como uma das RH mais admiradas de 2024.

### VALOR 1000



#### Serviços especializados

Smart Fit conquistou a 1ª colocação na disputa entre empresas de distintos setores, como segurança privada, locação de equipamentos, refeições corporativas e tecnologia.

### GREAT PLACE TO WORK (GPTW)



#### Certificação com o selo GPTW

TotalPass Brasil é certificada pelo segundo ano consecutivo, Queima Diária pela sétima vez.

### TOP OF MIND



#### Soluções de Benefícios de Saúde e Bem-Estar

TotalPass é vencedora do Top of Mind RH 2024.

### SUPER EMPRESAS PARA MULHERES TOP COMPANIES MÉXICO 2024



#### Organizações com menos de 500 colaboradores

TotalPass México, marca do setor de tecnologia diversificada, ganhou no *ranking* que destaca empresas pela cultura organizacional e ambiente de trabalho.

### PRÊMIO RECLAME AQUI 2024



#### Academias e Serviços de Bem Estar | TotalPass Brasil

#### Academias e Serviços de Bem Estar – Grandes Operações | Smart Fit

#### Plataformas de Exercício | Queima Diária

### BLOOMBERG LÍNEA



#### CEO do Grupo é uma das 500 pessoas mais influentes da América Latina

Edgard Corona (CEO Grupo Smart Fit) é reconhecido entre os maiores expoentes da gestão de negócios no nosso continente e pelo pioneirismo do modelo de academias *low price/high value* no Brasil e demais países latino-americanos.

### INSTITUTIONAL INVESTOR



#### Most Honored Companies

#### Melhor CEO | Edgard Corona

#### Melhor CFO | Thiago Borges

#### Melhor Profissional de RI | José Rizzardo

#### Melhor Conselho de Administração

#### Melhor Programa de ESG

#### Melhor Programa de RI

#### Melhor Time de RI

Grupo Smart Fit é destaque no *ranking* top 3 entre empresas da América Latina, com muitos de seus líderes aclamados.

# RESULTADOS OPERACIONAIS

O Grupo manteve um célere ritmo de expansão, com 305 novas academias, um crescimento de 21% em comparação a 2023, totalizando 1.743 unidades – 1.407 próprias e 336 franquias – nos 15 países de operação. As inaugurações ocorreram em 85 novos municípios, elevando o número de cidades atendidas para mais de 470.

No Brasil, a maioria das novas unidades foi inaugurada na região Sudeste (45%), seguida pelo Nordeste (24%). No México, o Grupo terminou 2024 com cinco ou mais unidades em 24 das 32 entidades federativas do país (*versus* 18 ao fim de 2023), reforçando o efeito rede por todo o território mexicano. Nos demais países latino-americanos atendidos, aceleramos o crescimento em 10 dos 13 países de atuação, com destaque positivo para Chile, Colômbia, Costa Rica, El Salvador, Panamá e Paraguai, que representaram 64% das adições líquidas de academias da região.

A base total de clientes passou para mais de 5,2 milhões, com 4,8 milhões frequentando academias. No Brasil, o aumento foi de 238 mil clientes (+12% *versus* 2023), totalizando aproximadamente 2,2 milhões. O México foi

o segundo maior mercado, com mais de 1 milhão de clientes (+13% comparado a 2023), e os demais países somaram mais 1,6 milhão (+27% *versus* 2023).

O número de clientes exclusivamente digitais atingiu 370 mil, sem considerar os clientes do TotalPass. Recursos tecnológicos – aplicativos e plataformas digitais – complementam a experiência presencial dos usuários e abrem novas oportunidades de negócio ao Grupo.

Em 2024, a TotalPass demonstrou resultados expressivos, ampliando a rede de estabelecimentos disponíveis aos clientes diretos, incluindo academias e Studios do Grupo. No Brasil, a Smart Fit ganhou representatividade entre os beneficiários, com os *check-ins* correspondendo a 13% da frequência média e gerando 8% da receita líquida do período.



Saiba mais em  
**Nossa Estratégia** na pág. 16.

## RESULTADOS ECONÔMICO-FINANCEIROS

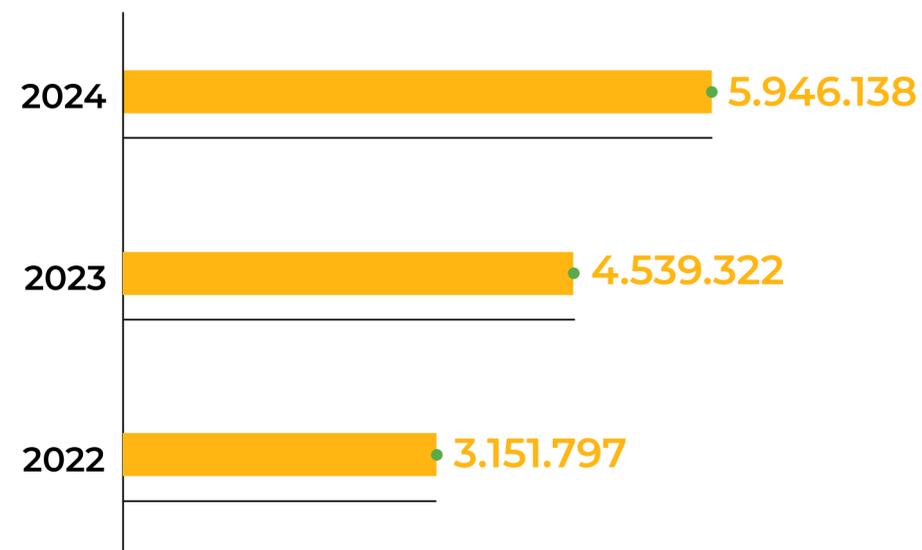
GRI 3-3

O desempenho econômico-financeiro do período foi notável, dando provas dos acertos estratégicos diante de cenários desafiadores. Isso inclui a alavancagem operacional que, *grosso modo*, diz dos esforços para manter o negócio em curva de crescimento, aumentando a rentabilidade sem alterar significativamente os custos fixos.

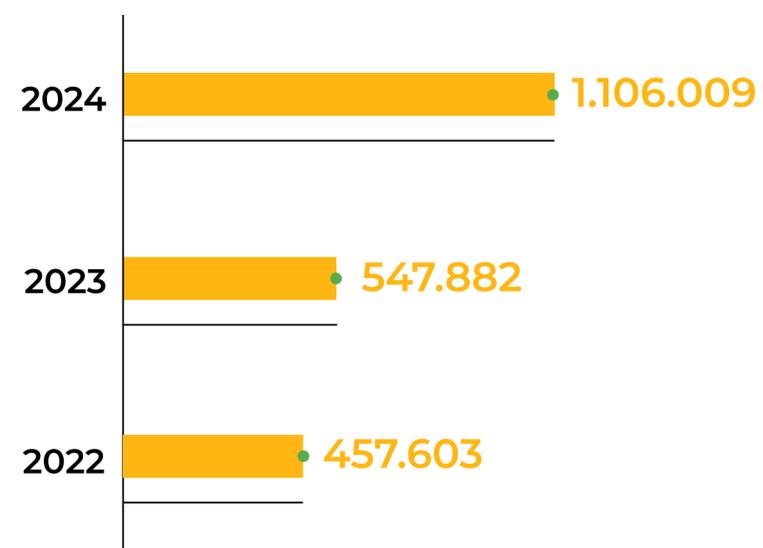
No ciclo de 2024, a receita líquida ultrapassou a marca de R\$ 5,6 bilhões, reflexo da solidez das marcas e da proposta de valor diferenciada. O Ebitda registrou um crescimento expressivo, ultrapassando R\$ 1,8 bilhão, crescimento de 35% *versus* o ano anterior. A geração de caixa operacional alcançou aproximadamente R\$ 1,6 bilhão, um recorde que permitiu financiar os investimentos na expansão da rede de unidades e especialidades. O lucro líquido recorrente, por sua vez, foi de R\$ 578 milhões, viabilizando novamente a distribuição de proventos por meio de juros sobre capital próprio (JCP), após a listagem das ações na B3 (2021).

Os resultados supracitados, portanto, atestam a sustentabilidade e competitividade que mantêm o protagonismo da Companhia no mercado *fitness* latino-americano.

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



### VALOR ECONÔMICO RETIDO (R\$) GRI 201-1



### VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO GRI 201-1

	2022		2023		2024	
	Valor (R\$)	%	Valor (R\$)	%	Valor (R\$)	%
<b>Custos operacionais</b>	1.041.079	33%	1.278.729	28%	1.668.030	28%
<b>Salários e benefícios de empregados</b>	543.639	17%	700.910	15%	924.102	16%
<b>Pagamentos a provedores de capital</b>	954.916	30%	1.106.212	24%	1.326.036	22%
<b>Pagamentos ao governo (por país)</b>	240.611	8%	-138.587	-3%	481.385	8%
<b>Remuneração de capitais próprios</b>	-86.051	-3%	1.044.176	23%	444.576	7%
<b>TOTAL</b>	<b>2.694.194</b>	<b>85%</b>	<b>3.991.440</b>	<b>88%</b>	<b>4.840.129</b>	<b>81%</b>

# Ambiental



## ODS RELACIONADOS



# AMBIENTAL

GRI 3-3

A Companhia mantém atenção permanente para minorar possíveis impactos ambientais gerados pelas atividades desempenhadas. Em 2024, reforçou seu compromisso ao dar sequência às iniciativas dos ciclos anteriores, aprimorando-as e adotando outras. Como consequência, registra-se a gestão continuada no consumo de água e energia e geração de resíduos.

A preocupação ambiental permeia todas as etapas da operação, desde a aquisição de equipamentos até a estruturação das academias, além das atribuições da área de Gestão de Energia e Água, responsável por acompanhar e desenvolver projetos de ecoeficiência, incluindo ações voltadas à digitalização e automação de processos, uso de ferramentas digitais, como plataformas para gestão de faturas e monitoramento do consumo de energia e água, e engajamento das equipes. As principais práticas incluem:



## MONITORAMENTO CONTÍNUO

Instalação de sistemas de telemetria em academias próprias para controle do consumo hídrico e energético. Em 2024, no Brasil, 366 receberam equipamento para a mensuração do consumo de água e 144 para a de energia\*.



## AUTOMAÇÃO DE PROCESSOS

Controle remoto de sistemas de refrigeração e HVAC (sigla em inglês para aquecimento, ventilação e condicionamento do ar). O número de academias com climatização automatizada cresceu de 224 (2023) para 331 (2024) – 229 no Brasil, 88 no México e 14 na Colômbia –, contribuindo para a redução de 17.500 GJ no consumo de energia.



## IDENTIFICAÇÃO DE DESPERDÍCIOS

Verificação de consumo fora do horário de operação para ações corretivas, que resultou em economia mensal de aproximadamente R\$ 70 mil e 1.294 m<sup>3</sup> no consumo de água, em 2024.



## TREINAMENTOS

Educação contínua das equipes sobre uso eficiente de recursos.

\* Unidades sem fatura direta das concessionárias de energia, que recebem a conta em rateio no empreendimento comercial.



A expansão na contratação de energia renovável ou de fontes mais limpas e eficientes somam-se aos esforços citados. A eficiência energética e hídrica engloba equipes técnicas, administrativas e financeiras.

Para que as medidas implementadas sejam relevantes, há predisposição, inclusive, a mudanças organizacionais e rearranjo de processos. Não só porque sem essas

---

Mais do que a economia de insumos, **investimentos em ecoeficiência** geram ganhos corporativos duradouros, incluindo a consolidação do Grupo como aliado da sustentabilidade ambiental

iniciativas corre-se o risco de perder competitividade e sofrer sanções pelo descumprimento de regulamentações ambientais, mas por elas convergirem com a saúde financeira e agregarem valor à imagem da Companhia. A boa reputação corporativa é capital imprescindível à manutenção da relevância no mercado, aumentando a:

- Credibilidade e confiança dos *stakeholders*;
- Prospecção de novos clientes e lealdade dos atuais;
- Destaque no setor e atração de investidores;
- Criação de base sólida para resiliência dos negócios.

Ressaltamos também que consultorias técnicas e jurídicas especializadas são contratadas para garantir a conformidade regulatória (que exige ajustes contínuos) e prevenção de riscos e custos, tornando as adequações financeiramente sustentáveis.

# ENERGIA

GRI 3-3, 302-1, 302-2, 302-4

Ao desafio de melhorar a eficiência energética das operações, a Companhia tem, ao longo do tempo, intensificado esforços para a redução dos indicadores de consumo, tanto com a automatização dos aparelhos de ar-condicionado – os sistemas de refrigeração das academias estão no topo do consumo de energia – quanto com a melhor gestão do uso deste bem fundamental.

Desde 2023, faz-se o levantamento do consumo das unidades próprias da América Latina cujo consumo de energia é detalhado nas faturas fornecidas pelas distribuidoras. Em 2024, das 1.743 academias do Grupo, 993 (57%) estavam incluídas nessa categoria, abrangendo países como Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Honduras, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.

As demais recebem a cobrança de energia de maneira rateada pelos estabelecimentos comerciais em que operam. Como parte do plano de ampliação da gestão

energética, em 2024, foram instalados sistemas de telemetria de energia em 144 unidades de rateio no Brasil, permitindo maior controle sobre o consumo dessas operações.

Ao fim do ciclo relatado, o número de unidades que utilizam fontes de energia renovável, tanto do mercado livre quanto de geração distribuída, chegou a 220.

Em 2024, o consumo de energia evitado foi de aproximadamente 17.500 GJ\*. A economia se deu em decorrência, sobretudo, da automação e controle remoto do sistema de refrigeração que, iniciado em 2022, continua em ampliação. O número de academias com climatização automatizada aumentou de 224, em 2023, para 331, em 2024, das quais: 229 unidades no Brasil, 88 no México e 14 na Colômbia. Essa redução foi medida por um indicador de desempenho (KPI) próprio que compara o consumo médio de energia por acesso (por cliente) à academia, antes e depois da automatização, considerando temperaturas externas semelhantes.



Consumo de aproximadamente

# 17.500 GJ\*

**evitado** com o amadurecimento da gestão energética

\* A base comparativa é o consumo de 2019, por ter sido o último ano sem impacto da pandemia.

O Grupo Smart Fit utilizou o Balanço Energético Nacional 2023 como referência dos cálculos do consumo energético em suas operações internas. Ainda não incluiu metodologia para monitorar e controlar o consumo fora das operações diretas, entretanto, reconhece a importância dessa gestão e está se estruturando para, no futuro, incluí-la no relatório de sustentabilidade.



### OBJETIVOS ALCANÇADOS

**Expansão do controle e gestão do consumo energético:** instalação de sistemas de telemetria em 144 unidades de rateio no Brasil

**Ampliação dos projetos de energia renovável:** total de 220 unidades com energia renovável contratada em 2024, superando a meta inicial de 201 unidades

**Expansão da gestão de energia** especificamente no Peru e Chile, com foco na gestão da informação (consumo e custo de energia)

**Aperfeiçoamento da gestão do consumo de energia** nas operações em todos os países de atuação do Grupo, trazendo mais unidade na governança, informes internos periódicos e promoção do intercâmbio de informações e experiências

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



### META

**Ampliar as unidades com energia renovável** de 220 para 270 em 2025, reafirmando nosso pacto com a eficiência energética

### CONSUMO TOTAL DE ENERGIA, ELETRICIDADE DA REDE E ENERGIA RENOVÁVEL EM 2024 SV-LF-130A.1

Descrição	Resposta
Consumo energético total em GJ (energia comprada e produzida pela própria entidade)	806.433,39
Quantidade de energia elétrica comprada da rede	519.055
Porcentagem de eletricidade da rede	64,36
Quantidade de energia proveniente de fontes renováveis (produzida ou comprada)	287.378
Porcentagem de energia renovável	35,64

### CONSUMO DENTRO DA ORGANIZAÇÃO GRI 302-1

Fonte	2023		2024	
	Quantidade (kwh)	Quantidade (gigajoule)	Quantidade (kwh)	Quantidade (gigajoule)
Eletricidade	193.268.292,88	695.765,85	224.009.275,9	806.433,39
<b>TOTAL</b>	<b>193.268.292,88</b>	<b>695.765,85</b>	<b>224.009.275,9</b>	<b>806.433,39</b>

Não há consumo de energia por aquecimento, resfriamento ou vapor.  
 Não realizamos a venda do excedente de eletricidade, aquecimento, refrigeração ou vapor autogerado.  
 A empresa não possui o controle do valor de energia consumida proveniente de combustíveis renováveis ou não renováveis.  
 Total de energia consumida dentro da organização em unidades com medidor próprio.

# ÁGUA

GRI 3-3, 303-1, 303-2

O uso da água contempla bebedouros, sanitários, chuveiros e duchas, além da limpeza e preservação de áreas comuns e equipamentos. Dessa forma, os clientes são centrais na questão hídrica das operações. Já que a conscientização deles é fundamental, as unidades exibem avisos nos banheiros, incentivando a colaboração de todos.

A maior parte da água necessária às academias é obtida por rede de distribuição pública: 96% das unidades brasileiras e 100% das que operam na Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai. Aos demais 4% no Brasil, provém de poços artesianos devidamente regularizados. Em Honduras, são cinco unidades em operação, e todas utilizam poços artesianos, também regularizados, para complementar o abastecimento público.

A gestão eficiente do consumo hídrico é prioridade. Medidas para isso incluem a identificação e correção de vazamentos e desperdícios. Desde 2023, contratou-se um fornecedor especializado para instalação de sistemas de telemetria de água em todas as unidades

próprias do Brasil para monitoramento do consumo em tempo real. Em 2024, mais 366 unidades receberam esse dispositivo, que possibilita a definição de KPI, o acompanhamento do histórico de uso em cada unidade, a identificação de oportunidades de economia e a resolução automatizada e ágil de problemas. Essa iniciativa gerou economia de aproximadamente R\$ 70 mil mensais, o equivalente à redução de 1.294 m<sup>3</sup> no consumo de água por mês.

Após o uso, a água é encaminhada aos sistemas locais de esgoto ou processos de tratamento adequados. Devido à natureza das operações – que não exige controle direto sobre a qualidade dos descartes – são seguidas, rigorosamente, as normas e orientações das empresas distribuidoras locais, responsáveis pela destinação final.

Até o momento, não foram registrados impactos significativos relacionados ao uso e descarte de água nem contribuições relevantes para problemas como a sobrecarga dos sistemas de abastecimento ou a geração de efluentes que pudessem prejudicar os processos de tratamento.



## OBJETIVOS ALCANÇADOS

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

Em 2024, 366 unidades próprias no Brasil receberam **sistema de telemetria de água**, permitindo acompanhar o consumo em tempo real



## META

**Telemetria de água:** planejamento para alcançar 500 unidades próprias no Brasil com telemetria instalada até 2025.

# RESÍDUOS

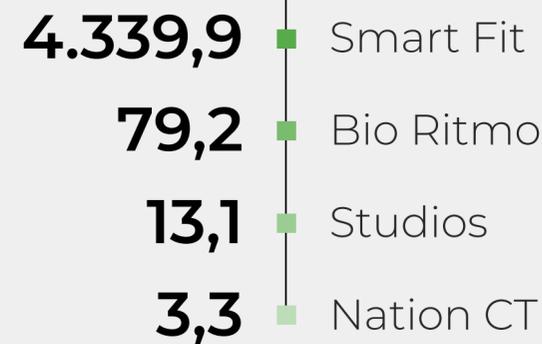
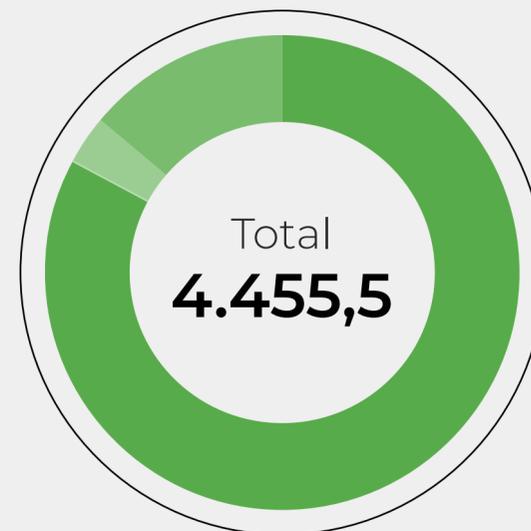
GRI 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

Enquanto prestador de serviços, não há resíduos da transformação de materiais nem de natureza perigosa. O gerenciamento prevê descartes resultantes do consumo diário e das operações, de características predominantemente domésticas (resíduos sólidos urbanos), como embalagens de alimentos, papel higiênico e utensílios de limpeza. Há, ainda, resíduos derivados do descarte de uniformes e da manutenção e substituição de equipamentos.

Apesar de a destinação de resíduos ser uma incumbência das autoridades locais, o Grupo assume responsabilidades para fortalecer o monitoramento e alinhamento a boas práticas ambientais. A gestão dos resíduos é um ponto de atenção constante, a fim de reduzir o consumo e melhorar ações de descarte.

## ESTIMATIVA DE PRODUÇÃO DE RESÍDUOS NAS UNIDADES EM 2024 (t)

GRI 306-3, 306-5



Países das unidades avaliadas: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.  
Estimativa baseada em estudo técnico da Companhia, considerando o tempo médio de permanência dos clientes (50 min/dia), horário de funcionamento das unidades (14 h/dia, 30 dias/mês) e geração de resíduos por pessoa, conforme dados do Banco Mundial, e ajustada conforme o país. Também foram avaliados o número médio de acessos diários e o período de operação de cada unidade, considerando as datas de inauguração e encerramento. Não contemplaram resíduos gerados nos escritórios administrativos.

Em 2024, a Companhia perseverou na melhoria das iniciativas e com novas práticas que priorizem redução, reciclagem e reutilização de matérias-primas.



## REDUÇÃO

- Desde 2022, **substituição de pilhas convencionais por recarregáveis** em armários de vestiários de unidades Bio Ritmo reduziram a geração de resíduos e ajudaram a prolongar a vida útil desses componentes.
- **Eliminação de copos descartáveis** na matriz administrativa (São Paulo) reduziu significativamente o consumo de plástico no ambiente corporativo.
- No Chile, todos os colaboradores do escritório receberam **talheres reutilizáveis** no Natal de 2024, conscientizando e reduzindo o consumo de itens descartáveis.



## RECICLAGEM E LOGÍSTICA REVERSA

- **Reciclagem de 5,8 toneladas de uniformes** antigos em 2024 – destinados à produção de insumos para concreto, em parceria com empresa de logística reversa têxtil. Embora não tenham sido convertidos em cobertores como em ciclos passados, o Grupo manteve a doação de cobertores a pessoas em situação de vulnerabilidade.
- Os pisos Smart Fit Eco, produzidos com **borracha reciclada de pneus**, oferecem benefícios para os espaços, usuários e meio ambiente. Em 2024, foram inauguradas 82 unidades próprias no Brasil, com uma média de 462,5 m<sup>2</sup> de piso sustentável por unidade, totalizando 37.921,4 m<sup>2</sup> instalados.
- Na logística reversa de equipamentos, quando os aparelhos da academia não atendem mais aos padrões do Grupo, são **revendidos no mercado ou doados** a redes de academias fora do Grupo.
- A **reciclagem das embalagens de suplementos Smart Supps**, em parceria com a EuReciclo, compensou 5 toneladas de embalagens no período deste relato.



## GERENCIAMENTO EFICIENTE DE RESÍDUOS

Desde 2022, em todas as obras, reformas e *retrofits* das unidades, os fornecedores aderem ao Manifesto de Transporte de Resíduos (MTR), que permite rastrear a geração, o transporte e a destinação dos resíduos sólidos, resultando em **segurança ambiental**.

Os resíduos gerados pela Smart Fit são **gerenciados por terceiros especializados**, com parcerias estabelecidas para o descarte responsável.

No Peru, **59,25 kg de papel misto (0,059 t) foram doados à ONG Aldeas Infantiles SOS**, promovendo reciclagem e apoio social. Colaboradores da sede corporativa participam da coleta, e, a cada duas toneladas recicladas, cinco crianças recebem alimentação por um mês.

O projeto “Reciclagem Smart” arrecadou cerca de **300 kg de garrafas plásticas e tampas PET** em unidades Smart Fit do Peru. A iniciativa envolveu colaboradores e gerou apoio à ONG ANIQUEM, que ajuda crianças vítimas de queimaduras.



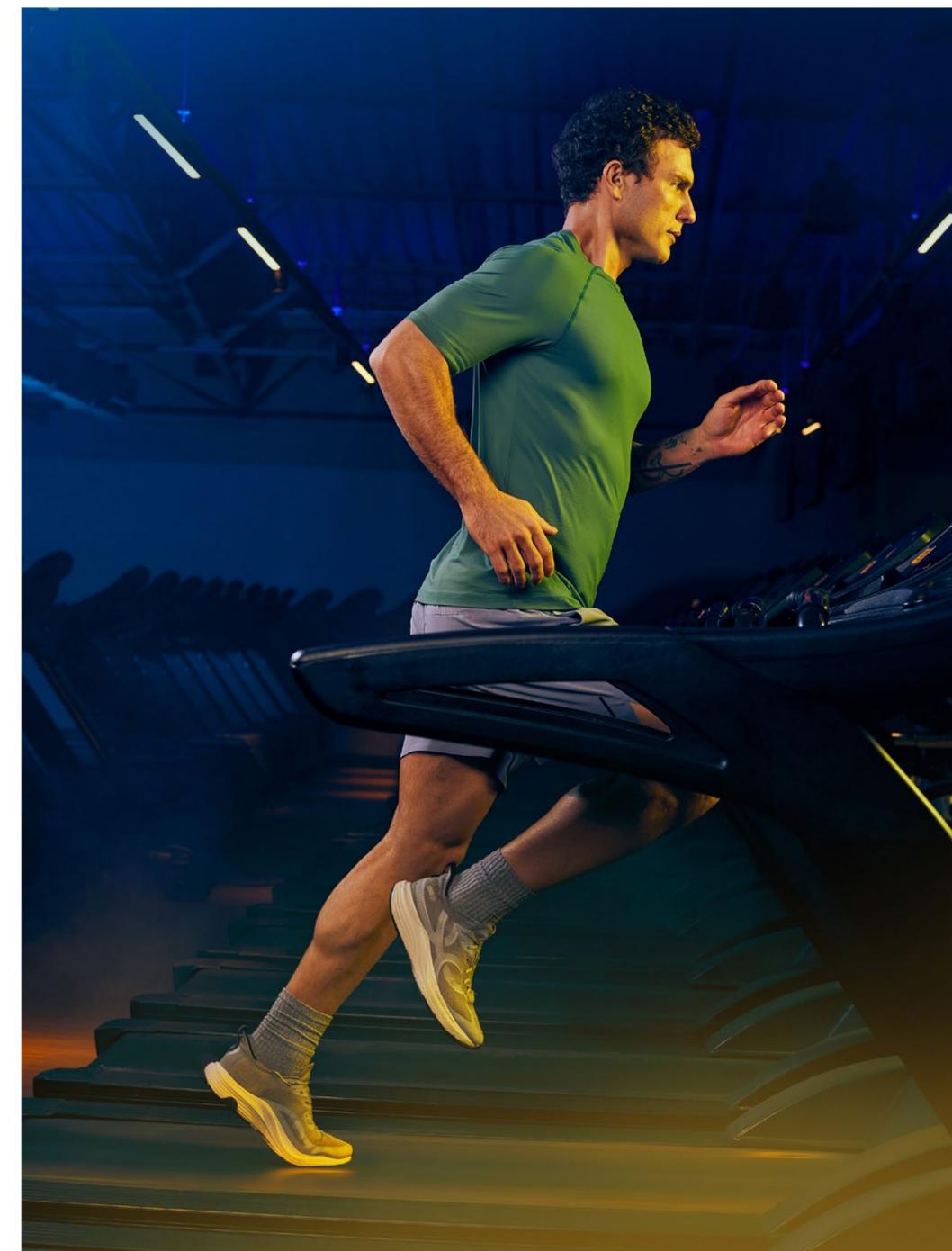
## MÊS DA SUSTENTABILIDADE

Por ocasião do Dia do Meio Ambiente (5 de junho), ocorreu a **2ª edição do Mês da Sustentabilidade**, promovendo debates ESG entre os *stakeholders*. Sob o tema “Por um Mundo + Sustentável”, a programação incluiu oficina de horta, debate *online* sobre gestão sustentável de recursos e práticas ecológicas para colaboradores.



## DIA MUNDIAL DA ÁGUA

Ação de comemoração à data (22 de março), em parceria com Serras de Cunha (Águas Prata), que proporcionou, aos clientes e colaboradores da unidade Bio Ritmo Paulista, uma experiência sustentável com produtos em embalagens recicláveis e foco na responsabilidade ambiental.





# Social



## ODS RELACIONADOS

<b>1</b> ERRADICAÇÃO DA POBREZA	<b>3</b> SAÚDE E BEM-ESTAR	<b>4</b> EDUCAÇÃO DE QUALIDADE	<b>5</b> IGUALDADE DE GÊNERO
<b>8</b> TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO	<b>9</b> INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA	<b>16</b> PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES	



# ENGAJAMENTO COM A **COMUNIDADE**

GRI 203-1, 3-3, 203-2, 413-1

Considerando as comunidades das 15 geografias onde é atuante e reiterando que a saúde é aspecto inseparável do ecossistema do Grupo, o trabalho resulta na promoção de atividades de cuidado físico, mental e de bem-estar. São também assumidas iniciativas, ações e programas de impacto social e engajamento contínuo, refletindo o compromisso de gerar valor às partes envolvidas e contribuir para o desenvolvimento coletivo.

As operações da Companhia geram impactos positivos diretos na economia e na sociedade das localidades para onde se expandem, mas têm também reflexos indiretos significativos. Entre eles, destacam-se o fortalecimento de fornecedores regionais, a criação de empregos indiretos e o fomento a negócios relacionados ao setor *fitness*, como suplementação, vestuário e acessórios esportivos. A Companhia contribui também para o desenvolvimento profissional, interpessoal e educacional de seus colaboradores.



Os impactos positivos das atividades do Grupo se dão direta e indiretamente nas regiões onde atua, impulsionando o **desenvolvimento econômico e humano**

## Ecosistema Smart Fit e cultura de bem-estar

GRI 203-2, SV-LF-000.A, SV-LF-000.B

O Grupo investe no desenvolvimento de soluções digitais acessíveis, como o Smart Fit Coach, Smart Fit Nutri e Queima Diária que, associados entre si e aos treinos e aulas presenciais, aprimoram a experiência e a qualidade de vida dos usuários.

A ampliação da presença de balanças de bioimpedância (Smart Fit Body) nas academias, por exemplo, facilita o acompanhamento dos resultados, permite adequação dos treinos (presencialmente ou pelo Smart Fit Coach) e da alimentação (Smart Fit Nutri).

Pequenas mudanças no estilo de vida individual, quando adotadas em larga escala, geram um impacto profundo na sociedade, criando um ciclo positivo de prevenção de doenças, aumento da qualidade de vida e fortalecimento das conexões sociais. Construir comunidades mais saudáveis é um compromisso que beneficia a todos e contribui para relações mais equilibradas, sustentáveis e prósperas.

### DESEMPENHO DOS NOSSOS CLIENTES EM 2024

#### Smart Fit Nutri

54.627

consultas nutricionais ao total

#### Smart Fit Body

+ de

750 mil

exames de bioimpedância (+40% vs. 2023) – com histórico geral superior a 2 milhões de avaliações

Instalação de **202 totens**, completando o ciclo com o total de 411

34%

dos clientes tiveram pelo menos **10% de aumento** de massa magra ou redução no percentual de gordura

82%

apresentaram melhora em aumento de massa magra ou redução do percentual de gordura

+ de

378 milhões

é o número total de acessos presenciais dos clientes às academias próprias nos **15 países**

48,1 milhões

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

\* O cálculo do indicador considera médias de tempo de permanência estimadas pelo Departamento Técnico das marcas Smart Fit, Bio Ritmo e Studios, com base na duração das atividades realizadas.

**A DISTRIBUIÇÃO DO TOTAL DE ACESSOS  
ÀS UNIDADES POR MARCA EM 2024\*** SV-LF-000.A

Smart Fit  
**371.913.726**

Bio Ritmo  
**5.704.699**

Studios  
**1.003.962**

\*Unidades próprias, distribuídas em 15 países da América Latina. São utilizados sistemas digitais para registrar a frequência dos clientes nas academias.

Total  
**378.622.387**

Atualmente, não há distinção entre visitas únicas e recorrentes dos registros, embora esses dados sejam monitorados internamente para aprimorar a experiência do cliente e a gestão operacional. Nos próximos anos, há a intenção de evoluir essa quantificação, alcançando análise mais precisa do comportamento de frequência dos usuários.

## Projetos apoiados via leis de incentivo

GRI 413-1

Além da contribuição ao desenvolvimento socioeconômico, gerando empregos e fortalecendo comunidades, há o apoio a projetos sociais de viés cultural, educacional e esportivo via leis de incentivo, para incluir grupos marginalizados e catalisar mudanças positivas nas comunidades.

Em 2024, o Grupo apoiou **32 projetos sociais**, em cidades como São Paulo, Belo Horizonte, Campinas, Rio de Janeiro e Porto Alegre, impactando diretamente mais de 40 mil pessoas e repassando um total de R\$ 1.367.898

O arbitramento sobre as iniciativas a serem amparadas é balizado pela Política de Doações e Patrocínios, estabelecida pelo Conselho de Administração, em 2019. A diretriz institui as condutas esperadas 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.

Todas as operações da empresa estão plenamente engajadas, pois as iniciativas se dão em níveis nacional e municipal, com o apoio de incentivos fiscais federais e locais. O Grupo conta com um Comitê Social responsável por identificar áreas de impacto positivo e desenvolver ações para o bem-estar da sociedade. Para reforçar a comunicação com as comunidades, a empresa oferece diversos canais, como atendimento ao cliente, *e-mail*, pesquisas de satisfação e ouvidoria, assegurando que as necessidades e demandas da população sejam atendidas.

As inscrições, para pleitear recursos do Grupo Smart Fit por meio de leis de incentivo fiscal, podem ser feitas no site [www.editalsmartfit.com.br](http://www.editalsmartfit.com.br).

Valor total do Contrato Smart Fit (R\$)

Valor repassado em 2024 (R\$)

FUNDO DA INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA (FIA)

**51.334**

**24.762**

FUNDO DO IDOSO

**51.334**

**24.762**

LEI DE INCENTIVO À CULTURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO (LIC-RJ)

**1.359.621**

**806.935**

LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE (LIE)

**107.668**

**54.524**

LEI MUNICIPAL DE INCENTIVO À CULTURA DA CIDADE DE BELO HORIZONTE (LMIC)

**671.909**

**337.866**

PROGRAMA MUNICIPAL DE APOIO A PROJETOS CULTURAIS (PROMAC)

**468.748**

—

PROGRAMA NACIONAL DE APOIO À CULTURA (PRONAC – ROUANET)

**225.336**

**119.048**



Chula e Capoeira



Instituto Olga Kos de Inclusão Cultural

As unidades do Grupo também promoveram diversas campanhas para combater carências sociais e situações emergenciais e favorecer o desenvolvimento comunitário. As iniciativas incluíram doação e coleta de roupas e alimentos, organização de aulas coletivas e oferta de atividades esportivas e recreativas.

## Campanhas sociais

GRI 413-1

### CAMPANHA UNICEF NAS UNIDADES DO GRUPO

Desde 2023, a parceria com o Fundo Internacional de Emergência das Nações Unidas para a Infância (Unicef) permite a captação de doadores nas unidades. Em 2024, a iniciativa foi ampliada para oito países, abrangendo 413 unidades da Smart Fit e 17 da Bio Ritmo. Como resultado, 4.702 novos doadores foram mobilizados a contribuir para garantir os direitos e a dignidade de crianças e adolescentes.

### MOVIMENTO QUE FAZ BEM

Em parceria, TotalPass e Nestlé desenvolveram um projeto de solidariedade, por meio de ações que transformam momentos de autocuidado em doações financeiras, apoiadas pelas marcas. Realizada em Recife, arrecadaram doações e destinaram a ONGs.

### OUTUBRO ROSA

Os Studios ofereceram aulas especiais e destinaram o valor arrecadado, quase R\$ 15 mil, à ONG Protea, que atua no combate ao câncer de mama.

No escritório de São Paulo, em parceria com o Instituto Amor em Mechas (IAM), houve o incentivo à doação de mechas para a confecção de perucas e a oficina de bijuterapia, em que colaboradores criaram bijuterias para presentear mulheres com câncer de mama, como símbolo de apoio a elas.

### HAMBURGADA DO BEM 2024

Pelo segundo ano consecutivo, colaboradores da TotalPass foram voluntários nessa ação que aconteceu no Projeto Quixote, em São Paulo. Mais que produzir e servir hambúrgueres, representa um momento de união solidária, propiciando cuidado, informação e diversão a pais e crianças em vulnerabilidade social.



### PROGRAMA DE MENTORIA VOLUNTÁRIA – SMART TECH

Com o objetivo de apoiar o desenvolvimento profissional de jovens em situação de vulnerabilidade social, a Smart Tech, setor de Tecnologia da Companhia, realizou um programa de mentoria voluntária, em parceria com o Centro Educacional Assistencial Profissionalizante (Ceap). A iniciativa foi voltada à preparação de alunos de 15 a 16 anos, que estavam em finalização de cursos técnicos ou recém-formados, para o mercado de trabalho. O programa contou com encontros entre mentores e mentorados, focados no desenvolvimento de atividades relacionadas à área de tecnologia, de interesse dos alunos. Além disso, os participantes foram recebidos em nosso escritório para um encontro presencial, proporcionando trocas de ideias, *insights* e aprendizados valiosos.

## SOS RIO GRANDE DO SUL

O Grupo realizou ações de solidariedade ao povo gaúcho, afetado pelas calamitosas chuvas do primeiro semestre de 2024. Foram organizados cerca de 50 pontos de arrecadação, coletando mais de 13 mil itens – entre eles, água potável, alimentos, roupas, cobertores e produtos de higiene –, além de estabelecer outras frentes para apoiar emergências e a recuperação do estado.

- **Campanha da TotalPass** com diversas iniciativas de apoio às academias parceiras;

- Oferecemos **apoio psicológico aos colaboradores** do Rio Grande do Sul através do Total Mind;

Unidades da Smart Fit do Rio Grande do Sul se tornaram **pontos de coleta** para doações às vítimas;

- Bio Ritmo divulgou **campanha de doações** ao estado e disponibilizou unidades como pontos de coleta de itens essenciais à rotina dos atingidos;

- Studios também se somaram aos **pontos de coleta de mantimentos e outras doações** e divulgaram a iniciativa nas redes sociais, ampliando o alcance e incentivo às contribuições.

### CAMPANHAS DO AGASALHO 2024

Em parceria com o Exército da Salvação, somou a doação de

# 11.143

**peças de roupa.** Total de 35 pontos de coleta: 16 unidades Smart Fit, 19 unidades Bio Ritmo e um ponto no escritório de São Paulo

**15 unidades** de Studios no Brasil arrecadaram mais de

# 2 mil

**peças de roupa** para pessoas em vulnerabilidade social

Doação de

# 1.800

**cobertores** para a Campanha do Agasalho da Cruz Vermelha de São Paulo

### DOAÇÃO DE EQUIPAMENTOS PARA O INSTITUTO SÍRIO-LIBANÊS

Doação de equipamentos de musculação (máquina de abdominal, crucifixo, supino declinado, máquina de desenvolvimento de ombro) ao Serviço de Reabilitação Lucy Montoro de Mogi Mirim, que atende mais de 2,5 milhões de pessoas em 46 municípios de São Paulo. O serviço de referência regional trabalha com tecnologia de ponta para reabilitação de pacientes com deficiência física, doenças incapacitantes e restrições severas de mobilidade.

### ARRECADÇÃO DE NATAL

Colaboradores do escritório tornaram especial o Natal de crianças de 0 a 4 anos dos projetos CEI Luz do Mundo e CEI Vida de Criança (SP) com a doação de 277 brinquedos.



## MÉXICO

### AVENTUREROS

Projeto inaugurado em 2024 para promover a atividade física desde a infância, com jogos ao ar livre, inspirados em elementos da natureza como água e ar. Uma experiência imersiva desenvolvida em colaboração com Papalote Museo del Niño, Marinela e Electrolit.

## PERU

### DIA DAS CRIANÇAS

Voluntários da Smart Fit Peru comemoraram o Dia das Crianças (17 de agosto) na comunidade de Pamplona Alta. O evento contou com danças, pintura facial, teatro de fantoches, jogos e circuitos esportivos.

## CHILE

### ARRECAÇÃO DE NATAL

Campanha para alegrar o Natal de crianças das instituições Hogar de Menores Jose Maria Caro e Hogar Aldea Mis Amigos, com a doação de brinquedos.

## ARGENTINA, PARAGUAI E URUGUAI

### AJUDA A ABRIGOS DE ANIMAIS

Estabeleceram-se pontos de coleta em unidades para arrecadar doações a abrigos de animais. A iniciativa resultou na doação de alimentos, materiais de limpeza e de higiene, brinquedos e outros itens para seis abrigos dos três países.

## PARAGUAI

### APOIO AOS BOMBEIROS

Durante os grandes incêndios florestais no Paraguai, organizamos uma arrecadação para apoiar bombeiros que atuavam na linha de frente, sem suporte governamental. Com a mobilização nacional, foram coletados água, suprimentos médicos, alimentos não perecíveis e lenços umedecidos.

As ações de cunho social reforçam **o Grupo como agente de transformação**, fortalecendo marcas e promovendo saúde e qualidade de vida. Como próximo passo, a Companhia pretende metrificar impactos sociais e expandir iniciativas para novos mercados, focando em inclusão e sustentabilidade

# FORNECEDORES

GRI 2-4, 2-6, 2-29, 204-1, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2

O Grupo Smart Fit toma providências sérias e segue uma política rigorosa de seleção de fornecedores, de forma que estejam de acordo com os direitos dos trabalhadores. Os contratos incluem cláusulas que reforçam a Política de Não Tolerância à exploração de pessoas, trabalho infantil, análogo à escravidão e restrições à liberdade sindical, além de oferecer canais para denúncias. Dessa forma, não possui operações ou fornecedores com risco de violação de direitos.

A gestão de fornecedores segue diretrizes internas que têm efeitos positivos, como a “Expansão Eficiente”, assegurando a rápida entrega de equipamentos, e o “Fortalecimento da Reputação de Marca”, atraindo clientes que valorizam a ética empresarial. A conformidade e integridade com políticas anticorrupção também é observada, priorizando-se fornecedores comprometidos com a sustentabilidade e responsabilidade social.

O Grupo Smart Fit conta com 500 a 1 mil fornecedores de diversos portes, em níveis local, nacional e internacional, abrangendo equipamentos, tecnologia, infraestrutura e logística.

Assim como em 2023, o Grupo Smart Fit manteve os mesmos 80% de 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 tem histórico a partir de 2023.

---

Para garantir **eficiência e inovação**, são adotados critérios rigorosos de seleção, acompanhamento e treinamento de fornecedores



## Gestão de fornecedores

GRI 3-3

Para evitar ou diminuir riscos (rupturas na cadeia de suprimentos, conflitos de interesse e não conformidade legal ou social), a Companhia conta com políticas rigorosas e outros instrumentos estratégicos para gerir a relação com fornecedores:

- **Políticas internas de conflito de interesse** para regular interações com fornecedores;
- **Due diligence na seleção de fornecedores** com padrões legais e éticos;
- **Avaliação contínua**, com visitas regulares e *feedback* para aprimoramento;
- **Estímulo à transparência** para parcerias baseadas em confiança e objetivos comuns;
- **Mapeamento de fornecedores e riscos** em regiões críticas;
- **Estoques estratégicos** para minimizar gargalos logísticos.

No período relatado, reuniões regulares e visitas a fornecedores permitiram discutir tendências do mercado e entender processos e identificar oportunidades de

colaboração, incentivando a confiança e a inovação. O Grupo realizou ainda altos investimentos no desenvolvimento de fornecedores para fortalecer suas capacidades e suportar o crescimento contínuo das operações.

O monitoramento da cadeia de suprimentos se dá por indicadores de desempenho e *feedbacks* constantes, assegurando uma parceria baseada em ética, sustentabilidade e colaboração com os fornecedores.

---

Expandir os critérios sociais e ambientais na seleção e avaliação de fornecedores, além de intensificar a capacitação e o engajamento, é meta do Grupo, incentivando o **crescimento sustentável** da cadeia de suprimentos



### Estratégias no engajamento com fornecedores:

- Comunicação transparente para alinhamento de expectativas;
- *Feedback* ativo com reuniões periódicas;
- Treinamento e sensibilização para aprimorar processos e atendimento às demandas.

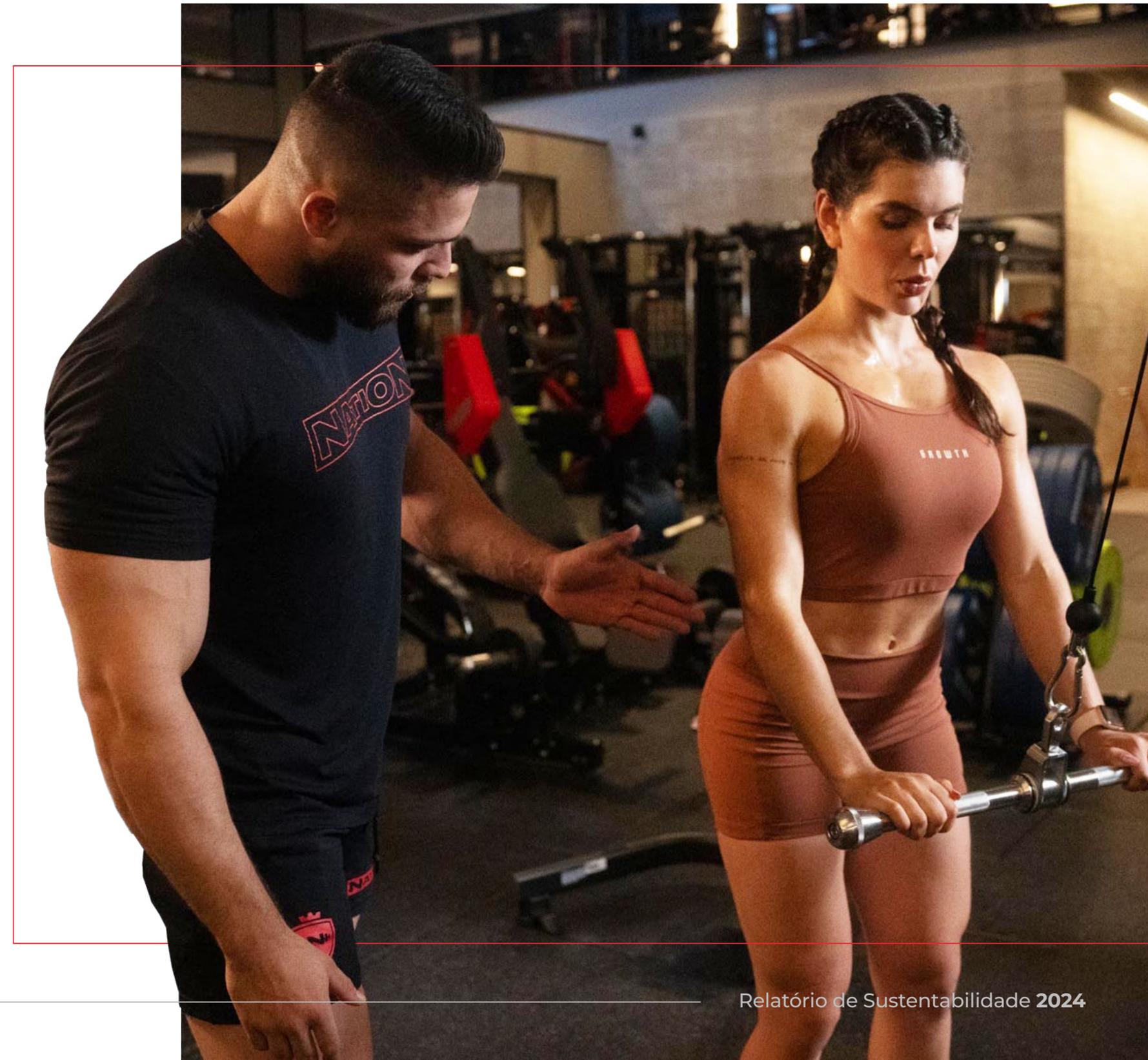
# COLABORADORES

## Gente e gestão

GRI 3-3

Desde o *onboarding*, há a responsabilidade com o desenvolvimento dos profissionais e iniciativas para acolhê-los e inseri-los na cultura e valores da Companhia. É disponibilizado um extenso rol de programas de capacitação e ações para a evolução de habilidades – tanto *hard* quando *power skills* –, porque colaboradores bem treinados e satisfeitos com suas funções impactam positivamente toda a organização, incidindo diretamente na qualidade do atendimento ao cliente.

A atenção aos colaboradores é desdobrada nas inúmeras áreas, alcançando desde cargos juniores até a liderança. O aprimoramento da comunicação interna, da cultura organizacional e as campanhas de engajamento têm resultados expressivos no progresso saudável do Grupo, que também se destacaram em levantamentos de clima organizacional. As ações se mostraram essenciais para sustentar a acelerada expansão dos negócios.





## COMPOSIÇÃO DA MÃO DE OBRA DO GRUPO

### GRI 2-8

Em 2024, o número total de colaboradores chegou a 18.012, com 5.469 terceirizados, que desempenham funções de limpeza, segurança e controle de acesso, essenciais ao bom andamento das operações.

### COLABORADORES POR REGIÃO E GÊNERO\* GRI 2-7

	2022			2023			2024		
	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
<b>Brasil</b>	4.057	3.188	7.245	4.774	3.564	8.338	5.558	4.190	9.748
<b>México</b>	1.222	690	1.912	1.821	1.168	2.989	1.588	1.150	2.738
<b>Outros países</b>	1.314	890	2.204	2.276	1.558	3.834	3.302	2.224	5.526
<b>TOTAL</b>	<b>6.593</b>	<b>4.768</b>	<b>11.361</b>	<b>8.871</b>	<b>6.290</b>	<b>15.161</b>	<b>10.448</b>	<b>7.564</b>	<b>18.012</b>

\*O aumento progressivo no número de colaboradores deve-se à estratégia de expansão (abertura de novas unidades).

COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO E GÊNERO GRI 2-7

	2022			2023			2024		
	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total
Homens	6.593	0	6.593	7.300	1.571	8.871	10.101	347	10.448
Mulheres	4.768	0	4.768	5.249	1.041	6.290	7.207	357	7.564
<b>TOTAL</b>	<b>11.361</b>	<b>0</b>	<b>11.361</b>	<b>12.549</b>	<b>2.612</b>	<b>15.161</b>	<b>17.308</b>	<b>704</b>	<b>18.012</b>

COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO E REGIÃO GRI 2-7

	2022			2023			2024		
	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total	Prazo indeterminado	Prazo determinado	Total
Brasil	7.245	0	7.245	8.241	97	8.338	9.614	134	9.748
México	1.912	0	1.912	832	2.157	2.989	2.506	232	2.738
Outros países	2.204	0	2.204	3.476	358	3.834	5.188	338	5.526
<b>TOTAL</b>	<b>11.361</b>	<b>0</b>	<b>11.361</b>	<b>12.549</b>	<b>2.612</b>	<b>15.161</b>	<b>17.308</b>	<b>704</b>	<b>18.012</b>

COLABORADORES POR TIPO DE EMPREGO E GÊNERO GRI 2-7

	2022			2023			2024		
	Tempo integral	Período parcial	Total	Tempo integral	Período parcial	Total	Tempo integral	Período parcial	Total
Homens	2.503	4.090	6.593	6.216	2.655	8.871	4.810	5.638	10.448
Mulheres	2.634	2.134	4.768	4.320	1.970	6.290	4.975	2.589	7.564
<b>TOTAL</b>	<b>5.137</b>	<b>6.224</b>	<b>11.361</b>	<b>10.536</b>	<b>4.625</b>	<b>15.161</b>	<b>9.785</b>	<b>8.227</b>	<b>18.012</b>

COLABORADORES POR TIPO DE EMPREGO E REGIÃO GRI 2-7

	2022			2023			2024		
	Tempo integral	Tempo parcial	Total	Tempo integral	Tempo parcial	Total	Tempo integral	Tempo parcial	Total
Brasil	3.358	3.887	7.245	6.180	2.158	8.338	4.534	5.214	9.748
México	714	1.198	1.912	1.762	1.227	2.989	1.455	1.283	2.738
Outros países	1.065	1.139	2.204	2.594	1.240	3.834	3.796	1.730	5.526
<b>TOTAL</b>	<b>5.137</b>	<b>6.224</b>	<b>11.361</b>	<b>10.536</b>	<b>4.625</b>	<b>15.161</b>	<b>9.785</b>	<b>8.227</b>	<b>18.012</b>



**18.012**

colaboradores  
ao final do ciclo

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

Faixa etária	2023*					2024				
	Total de empregados	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou turnover	Total de empregados	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou turnover
Abaixo de 30 anos	3.658	2.423	66,24	1.649	55,66	4.178	2.839	67,95	2.162	59,85
Entre 30 e 50 anos	4.526	1.807	39,92	1.626	37,93	5.361	2.159	40,27	1.926	38,10
Acima de 50 anos	154	53	34,42	31	27,27	209	77	36,84	47	29,67
<b>TOTAL</b>	<b>8.338</b>	<b>4.283</b>	<b>51,37</b>	<b>3.306</b>	<b>45,51</b>	<b>9.748</b>	<b>5.075</b>	<b>52,06</b>	<b>4.135</b>	<b>47,24</b>

\* Primeiro ano de relato deste indicador: 2023. Dados Brasil.

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

Gênero	2023*					2024				
	Total de empregados	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou turnover	Total de empregados	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou turnover
Homens	4.774	2.455	51,42	1.809	44,66	5.558	2.747	49,42	2.211	44,60
Mulheres	3.564	1.828	51,29	1.497	46,65	4.190	2.328	55,56	1.924	50,74
<b>TOTAL</b>	<b>8.338</b>	<b>4.283</b>	<b>51,37</b>	<b>3.306</b>	<b>45,51</b>	<b>9.748</b>	<b>5.075</b>	<b>52,06</b>	<b>4.135</b>	<b>47,24</b>

\* Primeiro ano de relato deste indicador: 2023. Dados Brasil.

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

Região	2023*					2024				
	Total de empregados	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou turnover	Total de empregados	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou turnover
Brasil	8.338	4.283	51,37	3.306	45,51	9.748	5.075	52,06	4.135	47,24
<b>TOTAL</b>	<b>8.338</b>	<b>4.283</b>	<b>51,37</b>	<b>3.306</b>	<b>45,51</b>	<b>9.748</b>	<b>5.075</b>	<b>52,06</b>	<b>4.135</b>	<b>47,24</b>

\* Primeiro ano de relato deste indicador: 2023. Dados Brasil.

## SALÁRIOS, BENEFÍCIOS E ACORDOS SINDICAIS

GRI 2-20, 2-21, 2-30, 202-1, 401-2, 402-1

Trabalha-se com política de remuneração baseada em análises de mercado, mas com piso salarial superior ao mínimo local, conferindo competitividade e alinhamento às melhores práticas do setor. Paralelamente, certifica-se que profissionais, atuantes no Grupo, sem vínculo empregatício direto recebam salários justos, segundo a legislação vigente.

Colaboradores em tempo integral e parcial no Brasil recebem benefícios como seguro de vida, plano de saúde, plano odontológico, auxílio para deficiência/invalidez, além de licença-maternidade/paternidade (vide tabela com dados do ciclo).

A Diretoria de Gente e Gestão supervisiona a definição salarial, garantindo avaliações de desempenho e comunicação transparente. As tomadas de decisão ponderam sobre demandas dos colaboradores, respectivos representantes e autoridades, orientando políticas internas, horários e segurança e consideram um ambiente de trabalho equilibrado e seguro. Mantém-se comunicação clara, inclusive em negociações sindicais, embora sem prazo fixo para avisos sobre mudanças operacionais.



Em 2024, **100% dos colaboradores** no Brasil estavam cobertos por acordos de negociação coletiva – 54,56% da força de trabalho total da Companhia

## LICENÇA-MATERNIDADE/PATERNIDADE\* GRI 401-3

	2022	2023	2024
<b>Colaboradores com direito à licença-maternidade/paternidade</b>			
<b>Homens</b>	4.057	4.774	5.585
<b>Mulheres</b>	3.188	3.564	4.281
<b>Colaboradores que tiraram licença-maternidade/paternidade</b>			
<b>Homens</b>	57	55	46
<b>Mulheres</b>	128	140	72
<b>Colaboradores com expectativa de retorno no ano vigente</b>			
<b>Homens</b>	57	55	50
<b>Mulheres</b>	100	101	135
<b>Colaboradores que retornaram ao trabalho, no período do relato, após o término da licença-maternidade/paternidade</b>			
<b>Homens</b>	57	55	70
<b>Mulheres</b>	100	101	126
<b>Colaboradores que voltaram ao trabalho após licença-maternidade/paternidade e que ainda estavam empregados 12 meses após o retorno</b>			
<b>Homens</b>	57	46	47
<b>Mulheres</b>	38	63	78
<b>Taxa de retorno** (%)</b>			
<b>Homens</b>	100	100	88
<b>Mulheres</b>	100	100	101
<b>Taxa de retenção (%)</b>			
<b>Homens</b>	100	54	67
<b>Mulheres</b>	65	68	62

\* Dados não contemplam operações de Argentina, Paraguai e Uruguai.

\*\* Taxa de retorno superior a 100%, refere-se a colaboradores que tiraram licença no ano anterior e retornaram no período vigente.

## Pesquisa de *feedback* ascendente (PFA)

Uma ferramenta essencial utilizada pelo Grupo na gestão de pessoas é a PFA, um processo no qual os colaboradores têm a oportunidade de avaliar a atuação de seus líderes.

O ciclo deste relato foi o segundo ano de pesquisa, realizado em todos os países de operação do Grupo, simultaneamente, em julho.

Neste ciclo, o PFA foi ampliado para o escritório do Chile e o escritório e operação em Honduras.

## ENGAJAMENTO INTERNO GRI 2-29

A cultura organizacional é reforçada por meio do engajamento interno, apoiado em **quatro pilares** estratégicos:

- Foco nos resultados;
- Autodesenvolvimento;
- Ambiente colaborativo;
- Inovação contínua.

Utilizam-se ainda pesquisas anuais de clima e *feedbacks* semestrais para aprimorar o ambiente de trabalho e desenvolver lideranças, complementadas por ações tal qual o Janeiro Branco (saúde mental) e o Mês da Sustentabilidade, que reforçam valores fundamentais.

### Clima e cultura

Em 2024 foi realizada a segunda pesquisa de clima em todo o Brasil. As informações coletadas são combinadas, analisadas e direcionadas à diretoria e outras áreas de maneira a subsidiar as iniciativas para trabalhar e solucionar pontos críticos.

Houve a primeira aplicação da pesquisa no México, Colômbia, Panamá, Costa Rica e Chile. No ciclo de 2025, a meta é realizá-la nas demais praças da América Latina e de maneira unificada, ou seja, concomitantemente em todas elas.

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

Categoria	2022		2023		2024	
	Salário-base	Remuneração	Salário-base	Remuneração	Salário-base	Remuneração
Diretoria	0,56	0,52	0,59	0,56	0,62	0,53
Gerente	0,88	0,88	0,89	0,90	0,92	0,97
Coordenador/supervisor	1,05	1,05	1,05	1,05	0,75	0,70
Administrativo	0,85	0,85	0,77	0,77	0,99	1,02
Operacional	0,96	0,96	0,97	0,97	1,05	1,05
Aprendiz	0,99	0,99	0,99	0,99	0,97	0,97
Estágio	0,89	0,89	0,96	0,96	0,99	0,99

\*Em 2024, a metodologia de cálculo foi revista, e os valores apresentados em 2022 e 2023 foram ajustados para este relatório.

## MARCA EMPREGADORA E EVP

O Grupo deu início ao processo para se estabelecer como marca empregadora e oferecer EVP (em português, proposta de valor aos funcionários), com a contratação da agência Radancy, empresa referência em Marca Empregadora e EVP no Brasil.

O projeto contém **quatro fases**, em que a primeira demanda mais tempo de realização. Estamos concluindo o diagnóstico em nossas 12 marcas e também na América Latina, devendo divulgar a nossa proposta de valor de Grupo e atributos de marca empregadora até o fim de 2025. Isso refletirá no apelo para atrair novos talentos e em nosso posicionamento interno de cultura, buscando maior tempo de permanência e conexão entre as pessoas e nosso propósito.

1

### DIAGNÓSTICO E *INSIGHTS*

Mergulho na organização para mapear os principais atributos, base do EVP. Inclui entrevistas com lideranças e grupos focais com colaboradores.

- **Resultado:** diagnóstico de marca empregadora e auditoria de marca.

2

### EVP E ESTRATÉGIA

Criação dos elementos estratégicos da Companhia e desdobramentos para as demais marcas que a compõem.

- **Resultado:** estratégia e ações da marca empregadora.

4

### LANÇAMENTO

Criação de materiais de apoio para ativação interna e externa da marca empregadora

- **Resultado:** *Employer brandbook*; propostas de ações e cronograma de lançamento; enxoval básico.

3

### CONCEITO CRIATIVO E *KEY VISUAL (KV)*

O conceito vai nortear as campanhas de ativação de marca.

- **Resultado:** duas propostas de conceito e KV; aprovação de conceito e KV.



## Colaboradores em movimento

Para incentivar a prática de atividades físicas e uma vida de mais bem-estar entre os colaboradores e combater o sedentarismo, contratamos um *app* para auxiliar na constância dos treinos. O aplicativo utiliza recursos de gamificação, entre outros, para engajar as pessoas nas atividades – *rankings*, premiações e recompensas individuais e por equipes. As pessoas percebem a transformação física e melhora mental com a manutenção de hábitos saudáveis.



Esta foi uma ação bem-sucedida contra o sedentarismo, que já recebeu a **adesão de 30%** do pessoal do escritório de São Paulo

## Desenvolvimento e capacitação

GRI 2-26, 404-2

O Grupo investe no crescimento dos colaboradores com programas estruturados de aprendizagem. São treinamentos, cursos e ferramentas abrangentes de ensino.

Promove também treinamentos e capacitações periódicas para orientá-los sobre políticas empresariais responsáveis, como Código de Ética, anticorrupção e *compliance*. Além disso, disponibiliza manuais e documentos em plataformas acessíveis. Gestores e especialistas oferecem mentoria e suporte, enquanto fóruns internos e *e-learning* facilitam o compartilhamento de boas práticas e aprendizado contínuo.

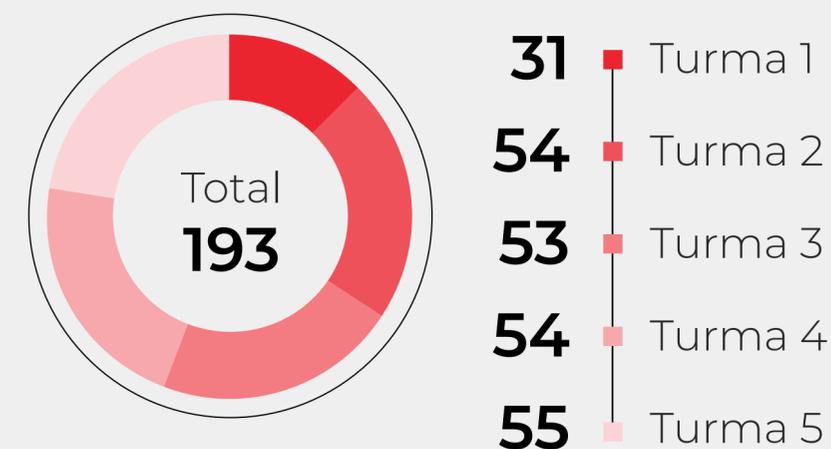
Como incentivo adicional, é oferecido suporte financeiro para capacitações externas: cursos de idiomas, especializações, pós-graduações e programas em parceria com instituições de ensino renomadas.

### PROGRAMAS DE DESTAQUE

#### PÓS-GRADUAÇÕES

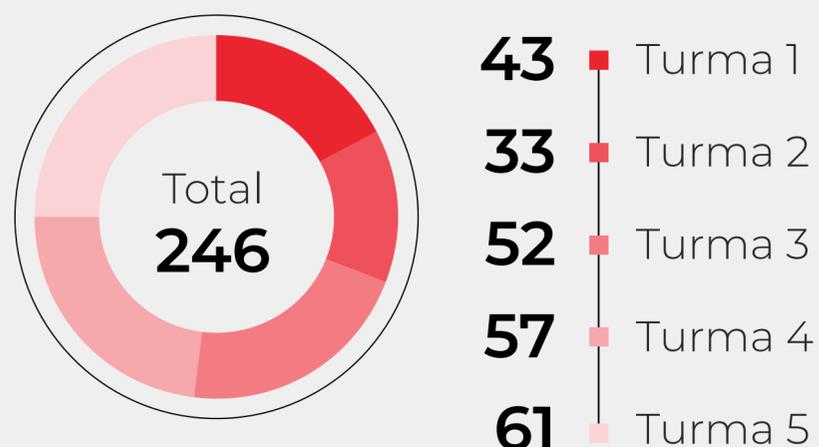
**Formação Integral em Fitness (FIF)** – reconhecida pelo Ministério da Educação (MEC), a pós-graduação *in company*, de 360 horas, é 100% *online* e exclusiva aos professores da marca Smart Fit.

#### NÚMEROS FIF EM 2024



**Pós-graduação – MBA em Gestão Fitness  
(Líderes de Unidade Smart Fit/Bio Ritmo – USC)**

**NÚMEROS MBA EM GESTÃO FITNESS 2024**



**Programa Power Skills** – por meio de *assessment* – recurso para análise de traços comportamentais e de desempenho – as características de aprendizado de uma pessoa são detectadas. Identificando o meio mais eficaz para a aprendizagem do colaborador, é traçado

um caminho de conteúdo e material para que ele aprimore a *power skill* necessária. É um recurso de autodesenvolvimento, estimulando a autonomia profissional.

**Universidades Corporativas Smart Fit e Bio Ritmo** – voltadas à capacitação e à difusão da Cultura Organizacional em todos os níveis e marcas do Grupo, com acesso personalizado às atividades *online*, após a admissão.

**CAPACITAÇÃO DE JOVENS**

**Estágios** – antes focado em Educação Física, expandiu-se, desde 2022, para áreas como Tecnologia, Gestão de Pessoas e Marketing. Com duração de um ano, oferece chance de efetivação. Em 2024, contou com 118 estagiários, 11 no corporativo e 107 nas unidades Bio Ritmo.

**Jovem Aprendiz** – a Companhia participa da capacitação de jovens talentos, com possibilidade de efetivação. Em 2024, 27 jovens integraram a iniciativa.



**JORNADA DA LIDERANÇA TOTALPASS**

Foram quatro encontros da liderança com a Escola do Caos – especializada em cultura, liderança e aprendizagem para empresas –, nos quais foram trabalhados conceitos como times de alta *performance*, habilidades e desafios, papéis da liderança, confiança, ambiente seguro e equipes corajosas, entre outros.



**TOTAL PERFORM**

Plataforma de desenvolvimento interno da Total-Pass que centraliza processos como *onboarding*, treinamentos e avaliações, promovendo o crescimento contínuo dos colaboradores. Com trilhas personalizadas, melhora a *performance* e garante transparência e equidade. Além disso, ao oferecer um ambiente inclusivo, reforça os princípios de ESG e amplia oportunidades de desenvolvimento.



### MENTORIA TOTALPASS

Iniciado em outubro de 2024 e com término previsto para 2025, o programa consiste em quatro encontros mensais de uma hora. Mentores e mentorados foram cuidadosamente selecionados e capacitados para garantir o máximo aproveitamento da iniciativa. Enquanto os mentores receberam treinamento sobre as melhores práticas de mentoria, os mentorados foram orientados a definir metas claras. Com um propósito poderoso, o programa pretende conectar profissionais experientes a quem busca crescimento e clareza na carreira, promovendo aprendizado mútuo e desenvolvimento de liderança.

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

Gênero	2022			2023			2024		
	Nº total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Nº total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Nº total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento
<b>Homens</b>	6.593	77.147	12	8.195	926.251	113,03	5.523	749.208	135,65
<b>Mulheres</b>	4.768	77.604	16	5.784	631.558	109,19	4.192	552.075	131,70
<b>TOTAL</b>	<b>11.361</b>	<b>154.751</b>	<b>14</b>	<b>13.979</b>	<b>1.557.809</b>	<b>111,44</b>	<b>9.715</b>	<b>1.301.283</b>	<b>133,95</b>

#### MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO DE COLABORADORES, POR CATEGORIA FUNCIONAL GRI 404-1

Categoria funcional	2022			2023			2024		
	Nº total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Nº total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Nº total de empregados	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento
<b>Diretoria</b>	32	433	13	30	1.033	34,43	24	430	17,92
<b>Gerência</b>	1.174	9.650	18	803	116.067	144,54	804	118.811	147,77
<b>Coordenadores/supervisores</b>	293	6.683	23	223	12.178	54,61	147	12.075	82,14
<b>Administrativo</b>	976	7.959	8	829	44.023	53,09	636	24.497	38,52
<b>Operacional</b>	8.886	130.026	15	12.094	1.436.729	118,80	8.104	1.117.181	137,86
<b>TOTAL</b>	<b>11.361</b>	<b>154.751</b>	<b>13,28</b>	<b>13.979</b>	<b>1.610.030</b>	<b>115,17</b>	<b>9.715</b>	<b>1.272.994</b>	<b>131,03</b>

Os cursos das Universidades Corporativas não são obrigatórios – salvo LGPD, anticorrupção, posturas inadequadas e assédio e Código de Ética e Conduta. Portanto, o número de colaboradores a acessar os conteúdos não corresponderá ao total da empresa, havendo também um *déficit* de participantes em treinamentos obrigatórios. Os números elevados de 2023 se justificam pela meta de realização, estabelecida e atingida. Em 2024, foram cobrados apenas os pendentes, com natural redução desses indicadores.

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

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

\* A análise abrange somente cargos de liderança, mas estuda-se a ampliação aos demais colaboradores. Dados referentes às operações no Brasil. Embora a expansão contínua dificulte a obtenção do total das operações, processos estão sendo estruturados para uma coleta integral no próximo ciclo.

**DIVERSIDADE** GRI 2-23, 3-3

Fomentar um ambiente de trabalho acolhedor implica valorizar a diversidade e promover a igualdade de oportunidades. O Grupo acredita que essa abordagem fortalece a resiliência organizacional diante das mudanças do mercado e aumenta a competitividade, especialmente em operações internacionais, ao respeitar e valorizar as diferenças culturais.

O respeito aos direitos humanos está incorporado às políticas da Companhia, incluindo condições de trabalho justas, proteção social e liberdade de expressão. Além

disso, cláusulas contratuais ajudam a resguardar esses direitos em sua cadeia de valor. Esses compromissos são divulgados por meio de comunicados internos, relatórios anuais e no *site* institucional.

O Censo de Diversidade, instituído em 2023, é uma pesquisa que considera aspectos como diversidade, inclusão e representatividade para aprofundar a compreensão que os colaboradores do Grupo têm desses temas. Os dados obtidos são material para desenhar iniciativas e evoluí-las, tanto internamente quanto junto aos parceiros de negócios.

As questões de identidade são autodeclaratórias, realizadas na admissão. O Censo é bianual e permite que os colaboradores confirmem ou alterem suas declarações, considerando possíveis mudanças na percepção da própria sexualidade, gênero, cor de pele. No ciclo relatado não houve censo, estando previsto para 2025, com abrangência em todos os países com operação própria.

**Grupo de trabalho para inclusão – Chile**

Construir uma cultura organizacional inclusiva é um desafio que convoca todos os que fazem parte da Companhia. No Chile, houve a criação de um grupo específico, a fim de dar ainda mais vigor a essa tarefa, construindo espaços seguros e confiáveis.

## TotalPass e Meu Emprego Inclusivo

A TotalPass, em parceria com o programa Meu Emprego Inclusivo, trabalha para promover a inclusão de pessoas com deficiência (PcD), preparando-as para atuação profissional em diversas áreas. A iniciativa utiliza a metodologia Emprego Apoiado (EA), amplamente seguida nos EUA e Europa, que considera todo o potencial de PcD para contribuir ativamente na sociedade, desde que recebam orientação e suporte adequados para inserção e permanência no mercado formal.

### PERCENTUAL DE INDIVÍDUOS QUE INTEGRAM ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO POR GÊNERO GRI 405-1

Os Órgãos de Governança do Grupo Smart Fit estão somente no Brasil.



**87,5%** ■ Homens **(7)**  
**12,5%** ■ Mulheres **(1)**

### PERCENTUAL DE INDIVÍDUOS QUE INTEGRAM ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO POR FAIXA ETÁRIA GRI 405-1

Os Órgãos de Governança do Grupo Smart Fit estão somente no Brasil.



**0%** ■ Abaixo de 30 anos **(0)**  
**62,5%** ■ Entre 30 e 50 anos **(5)**  
**37,5%** ■ Acima de 50 anos **(3)**



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

		2022			2023			2024		
		Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres	Total
<b>Diretoria</b>	Nº	16	6	22	15	5	20	21	5	26
	%	73	27	100	75	25	100	80,77	19,23	100
<b>Gerência</b>	Nº	396	308	704	401	314	715	481	368	849
	%	56	44	100	56	44	100	56,65	43,35	100
<b>Chefia/ coordenação</b>	Nº	55	64	119	55	62	117	76	66	142
	%	46	54	100	47	53	100	53,52	46,48	100
<b>Técnica/ supervisão</b>	Nº	8	13	21	7	12	19	9	2	11
	%	38	62	100	37	63	100	81,82	18,18	100
<b>Administrativo</b>	Nº	269	368	637	274	360	634	301	420	721
	%	42	58	100	44	56	100	41,75	58,25	100
<b>Operacional</b>	Nº	3.308	2.434	5.742	4.022	2.811	6.833	4.670	3.329	7.999
	%	58	42	100	59	41	100	58,38	41,62	100
<b>TOTAL</b>	Nº	<b>4.057</b>	<b>3.188</b>	<b>7.245</b>	<b>4.774</b>	<b>3.564</b>	<b>8.338</b>	<b>5.558</b>	<b>4.190</b>	<b>9.748</b>
	%	<b>56</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>43</b>	<b>100</b>	<b>57,02</b>	<b>42,98</b>	<b>100</b>

Dados Brasil.

COLABORADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA GRI 405-1

		2022				2023				2024			
		Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos	Total
Diretoria	Nº	0	18	4	22	0	18	2	20	0	23	3	26
	%	-	80	20	100	-	90	10	100	0	88,46	11,54	100
Gerência	Nº	140	554	10	704	128	577	10	715	148	686	15	849
	%	20	79	1	100	18	81	1	100	17,43	80,80	1,77	100
Chefia/coordenação	Nº	21	93	5	119	22	93	2	117	24	117	1	142
	%	18	78	4	100	19	79	2	100	16,90	82,39	0,70	100
Técnica/supervisão	Nº	4	16	1	21	2	15	2	19	4	6	1	11
	%	19	76	5	100	10	79	11	100	36,36	54,55	9,09	100
Administrativo	Nº	366	254	17	637	322	303	9	634	347	365	9	721
	%	57	40	3	100	51	48	1	100	48,13	50,62	1,25	100
Operacional	Nº	2.668	2.979	95	5.742	3.184	3.520	129	6.833	3.655	4.164	180	7.999
	%	46	52	2	100	47	51	2	100	45,69	52,06	2,25	100
TOTAL	Nº	<b>3.199</b>	<b>3.913</b>	<b>132</b>	<b>7.244</b>	<b>3.658</b>	<b>4.526</b>	<b>154</b>	<b>8.338</b>	<b>4.178</b>	<b>5.361</b>	<b>209</b>	<b>9.748</b>
	%	<b>44</b>	<b>54</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>44</b>	<b>54</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>42,86</b>	<b>55,00</b>	<b>2,14</b>	<b>100</b>

Dados Brasil.

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

	2022							2023							2024							
	Diretoria	Gerência	Chefia/ coor- nação	Técnica/ super- visão	Adminis- trativo	Opera- cional	Total	Diretoria	Gerência	Chefia/ coor- nação	Técnica/ super- visão	Adminis- trativo	Opera- cional	Total	Diretoria	Gerência	Chefia/ coor- nação	Técnica/ super- visão	Adminis- trativo	Opera- cional	Total	
<b>Negros</b>	Nº	1	315	31	-	171	2.251	2.769	433	40	4	193	3.133	3.808	6	472	47	3	224	4.212	4.964	
	%	4,5	44,7	22,2	-	26,9	39,2	38,3	5	59	34,2	21	30,9	45,8	45,6	23,08	55,59	33,10	27,27	31,07	52,66	50,92
<b>LGBT+</b>	Nº	0	0	0	0	0	0	0	25	7	1	0	19	116	143	0	10	3	0	41	449	503
	%	-	-	-	-	-	-	-	0	0,9	0,8	-	3	1,7	1,7	0	1,18	2,11	0	5,69	5,61	5,16
<b>PcD</b>	Nº	0	0	0	0	0	0	0	-	3	0	0	2	233	238	0	7	0	0	14	289	310
	%	-	-	-	-	-	-	-	0	0,4	-	-	0,3	3,4	2,8	0	0,82	0	0	1,94	3,61	3,18
<b>Outros</b>	Nº	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	0	0

Dados Brasil.



Mulheres representam  
**58,25% de colaboradores**  
da área administrativa

## Saúde e segurança

GRI 2-23, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 416-1, SV-LF-320A.1

O Grupo tem um pacto sólido com a saúde e segurança dos colaboradores e segue convenções internacionais como as normas da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e os ODS da ONU.

Conta com o Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho, administrado por consultoria especializada, que cumpre as exigências legais, incluindo normas regulamentadoras (NR) e leis trabalhistas. O sistema abrange todos os colaboradores\* e é fundamentado em inspeções, avaliações e relatórios.

Metodologias sistemáticas identificam perigos e riscos, integrando-os ao Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR) e ao Laudo Técnico das Condições Ambientais de Trabalho (LTCAT). O Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT) conta com profissionais certificados por lei, enquanto a ferramenta TopDesk agiliza o reporte e a análise dos perigos, certificando a execução das ações previstas.

\* Salvo terceiros e autônomos, para os quais a Companhia assegura se as empresas contratadas cumprem exigências legais de saúde e segurança do trabalho com análise e validação de documentação necessária.

TopDesk é a plataforma institucional utilizada como principal ferramenta de comunicação para notificações de afastamento, acidentes de trabalho e assuntos relacionados à Saúde e Segurança no Trabalho (SST). Através desse sistema, todas as ocorrências relacionadas à SST são registradas e gerenciadas de forma centralizada, garantindo maior controle e rastreabilidade dos processos.

O prazo de atendimento (SLA) é de 48 horas úteis e permite à equipe do SESMT que realize todas as tratativas necessárias, oferecendo orientações adequadas para cada caso, assegurando o cumprimento das normas e promovendo um ambiente de trabalho mais seguro e eficiente. Em nosso escritório, há também a capacitação obrigatória em primeiros socorros, aplicado para a Brigada de Emergência e membros da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), para agilidade em emergências, aumentando a segurança das equipes.



Em virtude da expansão contínua e abertura de novas unidades, a consolidação dos dados de saúde do trabalho ainda está em andamento. Processos estruturados serão implementados para assegurar a coleta integral e a divulgação precisa dessas informações no próximo ciclo de relato.



**NÚMERO DE ACIDENTES DE TRABALHO E ÓBITOS RESULTANTES DE ACIDENTE DE TRABALHO EM 2024** GRI 403-9

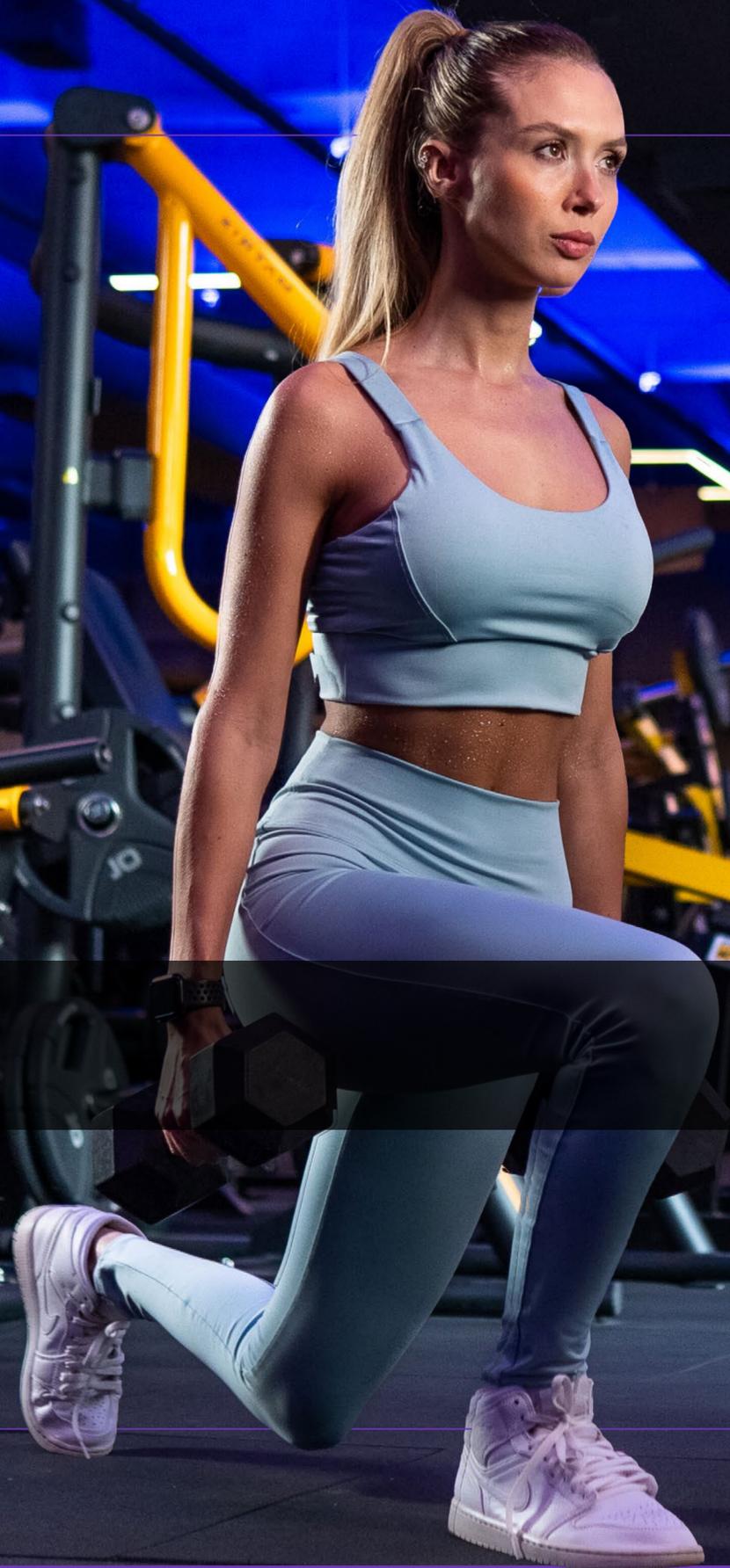
Classe	Empregados
Nº de horas trabalhadas	14.469.664
Base de nº de horas trabalhadas (200.000 ou 1.000.000)	1.000.000
Nº de óbitos resultantes de acidente de trabalho	0
Índice de óbitos resultantes de acidente de trabalho	0
Nº de acidentes de trabalho com consequência grave (salvo óbitos)	4
Índice de acidentes de trabalho com consequência grave (salvo óbitos)	0,28
Nº de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória (incluídos óbitos)	10
Índice de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória (incluídos óbitos)	0,69

Dados Brasil.

**Semana Interna de Prevenção a Acidentes de Trabalho (SIPAT)**

A primeira edição da SIPAT no Grupo destacou temas como saúde mental, qualidade de vida e prevenção de doenças. Com palestras e atividades, incluindo ginástica laboral, vacinação e exame oftalmológico, reforçou a conscientização e os cuidados essenciais aos colaboradores.

# Governança Corporativa



## ODS RELACIONADOS



# ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

GRI 2-9, 2-10, 2-24, 3-3

Órgãos de governança deliberativos e consultivos são responsáveis por gerir e monitorar as estratégias e os temas corporativos essenciais à manutenção da saúde financeira e reputação dos negócios, assim organizados:

- Conselho de Administração
- Conselho Fiscal
- Comitê de Auditoria Estatutário
- Comitê de Ética e Compliance
- Comissão de Riscos
- CEO e Diretorias Executivas

## Conselho de Administração

GRI 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-16, 2-17, 2-18, 2-25

Órgão de primeira grandeza da governança do Grupo cuja conformação e responsabilidades estão esquematizadas abaixo.

**Reuniões:** podem ser convocadas por quaisquer de seus membros e deverão ocorrer, ordinariamente, a cada trimestre ou, extraordinariamente, sempre que necessário. Em 2024 ocorreu, em média, uma reunião a cada bimestre.

### Atribuições:

- Supervisionar a incorporação dos compromissos organizacionais, definir diretrizes estratégicas e aprovar políticas administrativas, financeiras e de pessoal, conforme previsto no Estatuto Social e no Regulamento do Novo Mercado;
- Designar e supervisionar a gestão dos Diretores Estatutários;
- Analisar, aprovar informações relatadas e fornecer *feedback* para aprimorar práticas de relato (incluindo as de sustentabilidade);
- Analisar e aprovar os temas materiais da organização, atentando ao alinhamento entre objetivos estratégicos e expectativas dos *stakeholders*;

- Delegar a responsabilidade da gestão dos impactos a um(a) executivo(a) da Diretoria Estatutária que deverá:
  - monitorar o desempenho sustentável;
  - garantir *compliance* com regulamentações e normas;
  - integrar a sustentabilidade em processos e operações;
  - promover engajamento, educar e conscientizar colaboradores e *stakeholders*;
  - desenvolver iniciativas sustentáveis;
  - publicar relatórios de sustentabilidade.

### Composição:

- Composto por, no mínimo, oito e, no máximo, dez membros, todos eleitos e destituídos pela Assembleia Geral, com mandato unificado de dois anos, sendo permitida a reeleição;
- Dos membros, no mínimo, dois ou 1/3, o que for maior, devem ser conselheiros independentes (definição do Regulamento do Novo Mercado);
- Ao presidente do órgão é vetado acumular funções.

Há uma avaliação criteriosa dos candidatos, considerando-se o perfil de competências, transparência, diversidade, independência e comprometimento e em concordância com:

**Lei das Sociedades Anônimas (LSA ou Acordo de Acionistas):** diretrizes para a escolha dos membros.

**Política de Indicação:** critérios para indicação de membros do Conselho, Comitês de assessoramento e da Diretoria Estatutária, com foco em transparência e nas melhores práticas de governança corporativa.

**Regulamento Novo Mercado e Resoluções CVM:** a Companhia é listada na B3 – Brasil, Bolsa, Balcão, no segmento de mais alto padrão de governança corporativa, o Novo Mercado.

**Código de Governança Corporativa do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC):** referência no Brasil e uma das principais do mundo, é uma rede colaborativa de ideias dedicada a explorar temas e questões sobre governança corporativa.

**Estatuto Social:** orienta e define as áreas de atuação do Grupo, descreve seu capital social e organiza a governança, entre outros temas.

A gestão dos impactos é reportada ao Conselho de Administração por apresentações executivas, relatórios específicos e reuniões anuais dos órgãos de Governança da Companhia. Os conselheiros recebem atualizações contínuas pelas plataformas internas e canais de comunicação e acesso a materiais e resultados das iniciativas ESG.

Questões críticas são comunicadas ao Conselho por canais formais – reuniões de diretoria, comitê de auditoria, comissão de riscos e demais comitês de assessoramento – mediante o envio de análises estratégicas, revisões legais e regulatórias e auditorias interna e externa. Em 2024, não houve registro de preocupações cruciais mencionadas ao órgão.

Um processo de formalização da gestão de desempenho do Conselho Administrativo está em andamento e deve ser concluído até o fim de 2025 e permitirá avaliação mais acurada de como ele supervisiona impactos econômicos, ambientais e sociais e incluirá:

- Definição de indicadores para medir o impacto das decisões estratégicas;
- Relatórios periódicos de avaliação e *feedback* ao órgão de governança;
- Ferramentas e metodologias de *benchmarking* para comparar práticas com organizações similares.

## 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 ACESSORAMENTO DO CONSELHO ADMINISTRATIVO

### COMITÊ DE AUDITORIA ESTATUTÁRIO

**Reuniões:** ordinariamente a cada dois meses, ou extraordinariamente sempre que necessário, e as informações contábeis da Companhia sejam apreciadas antes de divulgadas. Pode ser convocada pelo coordenador ou por solicitação escrita de qualquer integrante.

#### Atribuições:

- 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;
- Avaliar e monitorar a exposição a riscos que possam afetar sustentabilidade da Companhia;
- Avaliar a efetividade do modelo de gestão de riscos, recomendar ao Conselho de Administração a revisão ou alteração do mapa e/ou da matriz de riscos, 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](#).

**Composição:** três membros, no mínimo, indicados pelo Conselho de Administração, assim definidos:

**a)** ao menos, um membro independente (exigência do Regulamento do Novo Mercado); e

**b)** ao menos, um membro com reconhecida experiência em contabilidade societária (nos termos da regulamentação da CVM).

#### COMITÊ ESTATUTÁRIO DE AUDITORIA

- **Edward Ruiz**  
Coordenador
- **Claudia Elisa Pinho**  
Membro
- **Welerson Cavalieri**  
Membro

### COMITÊ DE ÉTICA

É guardião ativo do Código de Ética do Grupo, acompanhando e supervisionando o processo de aplicação do documento. Lida, da mesma maneira, com as políticas internas relacionadas a *compliance* e monitora documentos, métodos, sistemas de controles internos e ações executadas pelos colaboradores.

#### COMITÊ DE ÉTICA

- **André Macedo Pezeta**  
Membro
- **Helson de Castro**  
Membro externo e coordenador
- **Juana Melo Pimentel**  
Membro
- **Julia Michelin Ramos**  
Membro
- **Saturno Aprígio de Souza**  
Membro
- **Vanessa Medeiros**  
Membro



## DIRETORIA ESTATUTÁRIA

**Atribuições:** tem amplos poderes de administração e gestão dos negócios sociais, podendo deliberar sobre a prática de todos os atos e operações relacionados ao objeto social da Companhia que não forem de competência privativa da Assembleia Geral ou do Conselho de Administração.

**Composição:** no mínimo dois e no máximo oito diretores, acionistas ou não, residentes no país – eleitos e destituíveis pelo Conselho de Administração e investidos em mandato de dois anos, coincidentes com os dos Conselheiros da Companhia, permitida reeleição. Há três designações específicas – Diretor-Presidente, Diretor Financeiro e Diretor de Relações com Investidores.

## DIRETORIA ESTATUTÁRIA

- **Edgard Gomes Corona**  
CEO
- **André Macedo Pezeta**  
CFO
- **Alexandre Gregianin**  
CTO
- **Diogo de Andrade Ferraz Corona**  
COO
- **Itamar Hercolano Junior**  
Diretor de Expansão
- **José Luís Rizzardo Pereira**  
Diretor de Relações com Investidores, M&A e Tesouraria
- **Juana Melo Pimentel**  
Diretora Jurídico Geral, Compliance, Proteção de Dados e ESG
- **Nassim Miguel Hueb Neto**  
Diretor de Gente e Gestão\*

\* Concluiu sua gestão em fevereiro de 2025, estando à frente da diretoria durante o ciclo do relato.

## Conselho Fiscal GRI 207-1

### Atribuições:

- Analisar e aprovar a estratégia tributária, realizando revisões anuais para garantir conformidade legal e alinhamento aos objetivos organizacionais;
- Fiscalizar a atuação e informar as matérias de competência dos órgãos administrativos e da Assembleia Geral.

**Composição:** no mínimo três e no máximo cinco membros efetivos e respectivos suplentes, em igual número, eleitos pela Assembleia Geral.



Para mais informações,  
acesse o [Regimento  
do Conselho Fiscal](#).

### CONSELHO FISCAL

- **Rubens Approbato Machado Junior**  
Membro e presidente
- **Evelyn Veloso Trindade**  
Membro
- **Helena Turola de Araujo Penna**  
Membro
- **Ana Paula Wirthmann**  
Suplente
- **Luciana Bacci Costa**  
Suplente
- **Luis Felipe Schiriak**  
Suplente

## Remuneração GRI 2-19, 2-21

A remuneração da alta liderança e do Conselho de Administração do Grupo Smart Fit segue a [Política de Remuneração dos Executivos e Conselheiros](#), incluindo componentes fixos e variáveis.

Diretores estatutários e não estatutários recebem pró-labore mensal fixo, definido com base em negociações e *benchmarks* de mercado, além de bônus anuais de até quatro salários, atrelados ao desempenho individual e cumprimento de metas. Também podem ser elegíveis a incentivos de longo prazo via participação acionária e benefícios corporativos.

Os membros do Conselho de Administração recebem pró-labore mensal, conforme diretrizes estratégicas, e podem participar do plano de incentivo de longo prazo baseado em ações, mas não fazem jus a bônus. Já os integrantes dos comitês, quando sem outras funções na Companhia, recebem salário mensal, sem direito a bônus ou incentivos de longo prazo.

Não há incentivos de recrutamento, bônus de atração, pagamentos rescisórios ou benefícios previdenciários adicionais para esses cargos. A política de remuneração é revisada anualmente, com apoio de consultoria especializada, garantindo alinhamento ao mercado, aos interesses dos acionistas e posicionamento de *stakeholders*.

# ÉTICA E COMPLIANCE

GRI 2-23, 2-25, 2-26, 2-27

Para assegurar uma conduta empresarial ética, responsável e transparente são definidas políticas e diretrizes, aplicáveis a todos os negócios e colaboradores, independentemente do nível hierárquico, função ou localidade. Também abrangem terceiros que mantenham qualquer tipo de relacionamento, direto ou indireto, com a Companhia. 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 de Terceiros**
- **Política de Conflito de Interesses**
- **Política Anticorrupção**
- **Política de Doações e Patrocínios**
- **Política Antitruste**

Outra atenção permanente é para que nenhum efeito negativo resulte das atividades desenvolvidas. O Grupo ainda não institucionalizou mapeamento formal, mas, em busca das melhores práticas de sustentabilidade, pretende implementá-lo no médio prazo, estabelecendo cronogramas de avaliações periódicas e reparação, caso necessário.

Nesse sentido, já disponibiliza diferentes mecanismos de queixa para atender às necessidades de seus *stakeholders*.

## CANAL DE DENÚNCIA

GRI 2-23, 2-25, 2-26, 401-6

A Companhia conta com canal de denúncia público e acessível para reportar possíveis violações. Gerido por empresa terceirizada, permite independência e confidencialidade.

Casos sensíveis, como assédio, discriminação e outros conflitos éticos, são tratados com rigor e escalados para as equipes de Compliance, Jurídico, Gente e Gestão ou Marketing, conforme a gravidade do ocorrido.

No ciclo de 2024, a Companhia analisou onze casos de discriminação e implementou medidas corretivas para reforçar a inclusão e alinhar o ambiente de trabalho aos seus valores organizacionais.

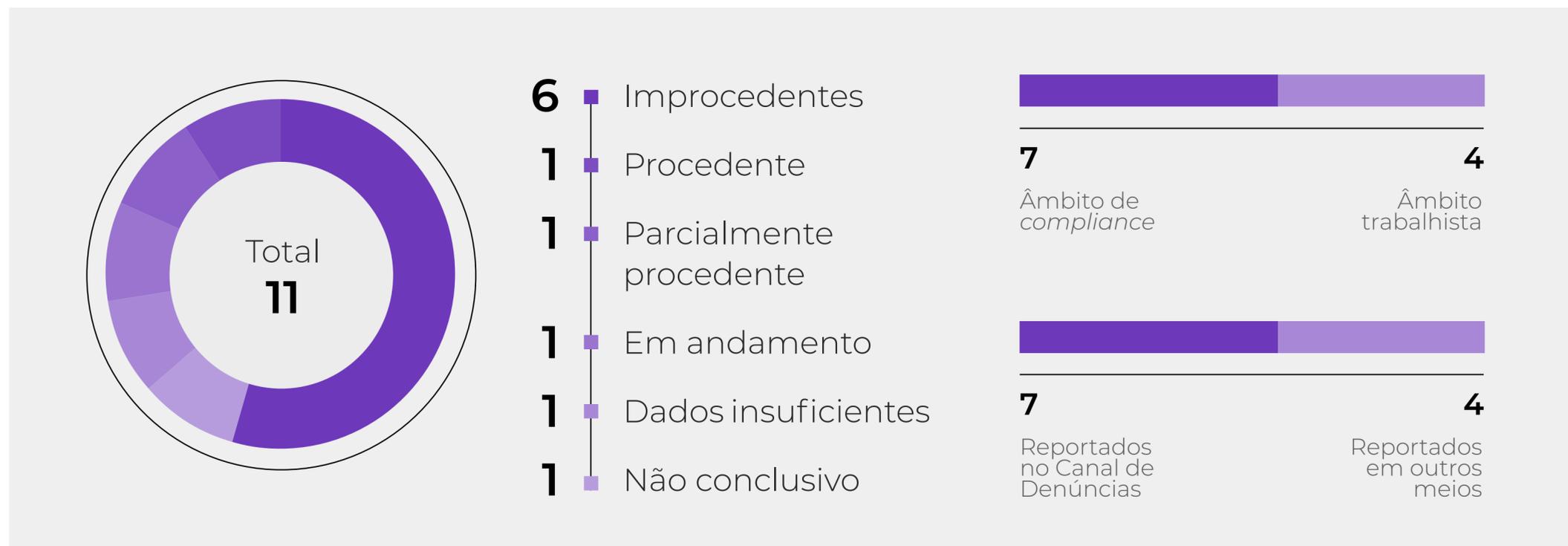
Planos de ação são implementados para fortalecer e sustentar avanços em relação à inclusão e respeito: redução de discriminação, melhoria do ambiente de trabalho, aumento da satisfação dos colaboradores e cuidado com a imagem do Grupo.

**Tratamento e resolução dos casos** GRI 406-1

Dos onze casos, sete foram reportados pelo canal de denúncias e tratados pelo setor de Compliance. Desses, quatro foram encerrados como “Não Procedentes” – um por “dados insuficientes” (falta de informações para apuração conclusiva), um como “não conclusivo”, sem decisão definitiva, e um como procedente (foi realizado o desligamento do colaborador).

Quatro casos, dos onze, encaixaram-se no âmbito trabalhista. Dois processos foram julgados improcedentes e arquivados, um está em andamento e aguardando sentença. Por fim, um que envolveu pedido de danos morais por discriminação foi julgado parcialmente procedente, e o pagamento está sendo realizado conforme parcelamento legal.

Mesmo nos casos improcedentes, os líderes foram orientados a reforçar, com as equipes, comportamentos e valores para conscientização e prevenção.



**TOTAL DE QUEIXAS POR TIPO DE ENCAMINHAMENTO** GRI 2-25

ENCAMINHAMENTO	2023		2024	
	QUANTIDADE	%	QUANTIDADE	%
<b>Não tratadas</b>	46	15	117	25
<b>Tratadas e não solucionadas</b>	59	20	57	12
<b>Tratadas e solucionadas sem reparação</b>	77	27	144	31
<b>Tratadas e solucionadas com reparação</b>	108	37	134	29
<b>Em andamento</b>	-	-	8	3%
<b>TOTAL</b>	<b>290</b>	<b>100</b>	<b>460</b>	<b>100</b>

\* Dados referentes a todos os países com unidades próprias: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.



O Canal de Denúncia está disponível **24 horas por dia**, sete dias por semana neste [site](https://www.smartfit.com.br/canal-denuncia) e pelo e-mail [smartfit@canaldedenuncia.com.br](mailto:smartfit@canaldedenuncia.com.br)

## Mecanismos de comunicação para clientes

### Serviço de

#### Atendimento ao Cliente (SAC)

Para reclamações sobre a experiência do cliente, como questões estruturais, atendimento e cancelamento de serviços.

### Plataforma Reclame Aqui

Acompanhar e responder aos *feedbacks* dos clientes, facilitando a identificação de oportunidades de melhoria.

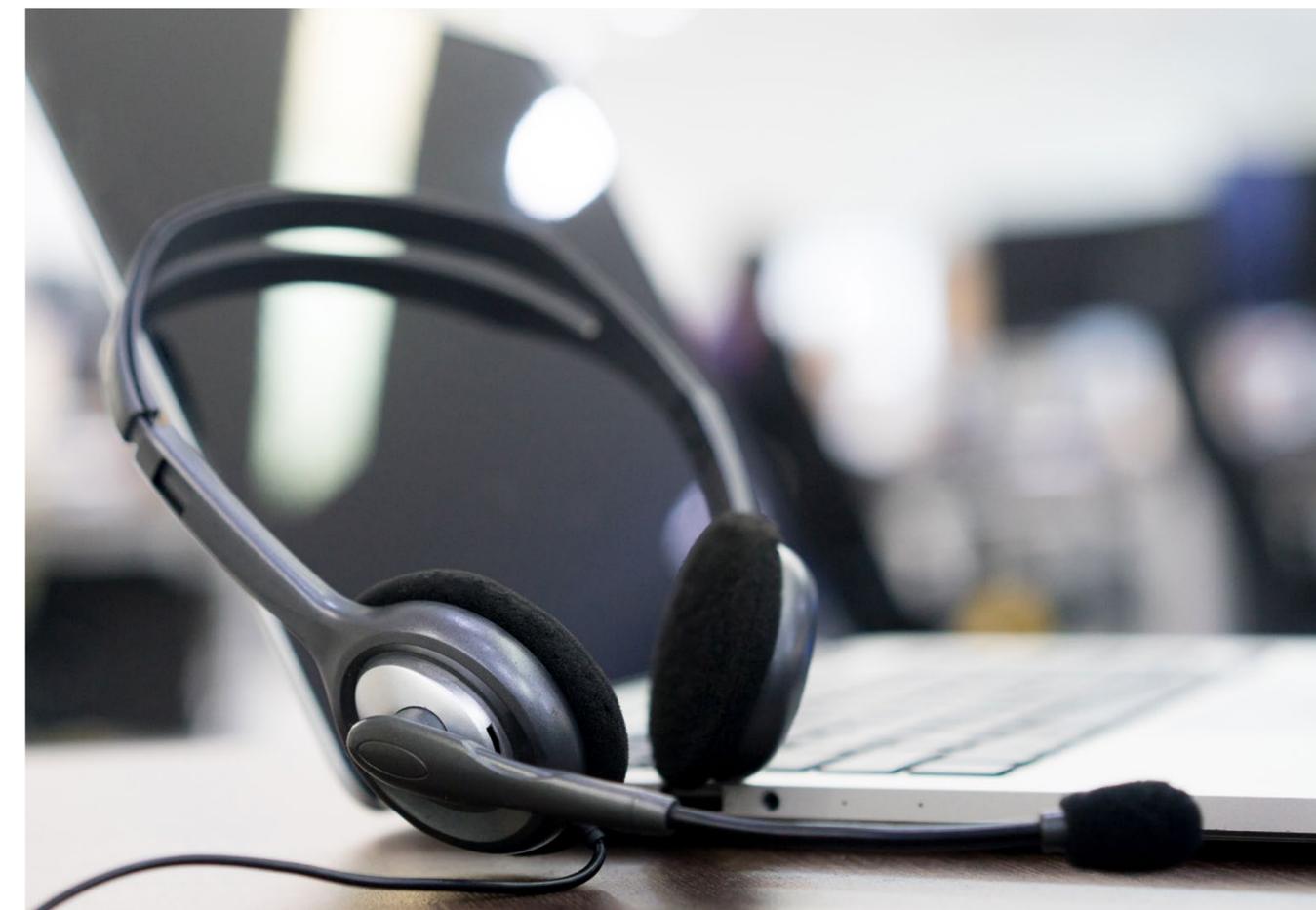
## Combate à corrupção

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

O combate à corrupção exige uma postura proativa, unindo práticas de integridade e transparência em todas as áreas. Em 2024, 100% das operações próprias em 10 países – Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai – foram avaliadas quanto a riscos de corrupção, amparadas por políticas estratégicas de riscos, ética e anticorrupção.

Entre os riscos, destaca-se o conflito de interesses, monitorado por canais de denúncia e pela Comissão de Gestão de Riscos, que se reúne bimestralmente para revisar processos e acompanhar mudanças regulatórias. O acompanhamento sistemático visa identificar, aplacar e prevenir potenciais vulnerabilidades.

No período relatado, houve uma intensificação das ações anticorrupção, com treinamentos, disseminação dos princípios de integridade e ética entre *stakeholders*. As políticas anticorrupção foram comunicadas a 100% dos colaboradores no Brasil e na América Latina, enquanto os treinamentos obrigatórios foram



direcionados à liderança. Os líderes participam da capacitação uma vez, refazendo-a se houver alguma atualização no conteúdo – o que, até o momento, não ocorreu.

Em 2024, não foram registrados casos de corrupção, indicando o sucesso das ações.



**NÚMERO E PERCENTUAL DE COLABORADORES QUE FORAM COMUNICADOS E TREINADOS SOBRE POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO, POR CATEGORIA FUNCIONAL\*** GRI 204-1, 205-2

		2023			2024		
		Total de empregados	Comunicados	Treinados	Total de empregados	Comunicados	Treinados
<b>Diretor</b>	Nº	20	20	17	24	24	0
	%	-	100	85	-	100	0
<b>Gerência</b>	Nº	133	133	130	832	832	17
	%	-	100	98	-	100	3
<b>Coordenação</b>	Nº	61	61	58	63	63	1
	%	-	100	95	-	100	2
<b>Supervisão</b>	Nº	19	19	19	84	84	3
	%	-	100	100	-	100	4
<b>Líder</b>	Nº	580	580	566	19	19	7
	%	-	100	98	-	100	37
<b>TOTAL</b>	Nº	<b>813</b>	<b>813</b>	<b>790</b>	<b>1.022</b>	<b>1.022</b>	<b>28</b>
	%	-	<b>100</b>	<b>97</b>	-	<b>100</b>	<b>3</b>

O treinamento anticorrupção, no Brasil e demais países da América Latina, é obrigatório somente à liderança. O treinamento anticorrupção não possui periodicidade anual, sendo exigido apenas uma vez por colaborador, a menos que haja atualização no conteúdo, o que não ocorreu em 2024. No ano, os dados foram atualizados para incluir o número total de empregados por cargo, novas contratações no período e a participação nos treinamentos obrigatórios. O percentual de empregados treinados considera apenas os novos colaboradores contratados, uma vez que aqueles que já realizaram o treinamento anteriormente não precisam refazê-lo. Já o total de colaboradores comunicados em 2024 inclui apenas os novos colaboradores que não realizaram o treinamento obrigatório no ciclo anterior.

**NÚMERO E PERCENTUAL DE COLABORADORES TREINADOS SOBRE POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO, POR PAÍS\* GRI 205-2**

País	Tipo de operação	Colaboradores treinados
Brasil	Própria	1.022
México	Própria	1.685
Outros países	Franquia	3.906

\*Os países têm autonomia para adaptar os treinamentos conforme sua legislação e estrutura, podendo haver variação na padronização de cargos entre operações próprias e franqueadas, influenciando o número de colaboradores treinados nas regiões. O Grupo foca na capacitação de lideranças e cargos estratégicos, promovendo um efeito multiplicador das práticas anticorrupção.

Outros países: Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai.

**TEMPO DE TREINAMENTO EM POLÍTICAS ANTICORRUPÇÃO, POR CATEGORIA FUNCIONAL GRI 205-2**

Categoria funcional	Nº total de empregados	Empregados de 2024	Total de participação	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento
Diretoria	24	3	0	0	0,00
Gerência	832	31	17	255	8,23
Coordenador	63	2	1	30	15,00
Supervisor	84	3	3	25	16,00
Líder	19	9	7	35	3,89
<b>TOTAL</b>	<b>1.022</b>	<b>48</b>	<b>28</b>	<b>345</b>	<b>12,32</b>

**Conflito de interesses** GRI 2-15

Medidas preventivas e corretivas visam à transparência e à integridade das operações. Entre elas, há diretrizes claras, treinamentos regulares, revisões periódicas das políticas internas, atuação do Comitê de Ética na avaliação de conflitos de interesse e práticas de *compliance* que, se preciso, restringem a participação de pessoas que apresentem risco.

A comunicação aos *stakeholders* sobre o tema é transparente e fortalece a governança corporativa, ao divulgar vínculos entre membros da administração, participações acionárias relacionadas a fornecedores e transações pendentes. Isso é reportado pelo formulário institucional e permite acesso às informações essenciais.



# GESTÃO DE RISCOS

GRI 3-3

O Grupo se previne contra riscos e adversidades que possam afetar suas operações e resultados. A Política de Gestão Estratégica de Riscos, aprovada pelo Conselho de Administração, descreve práticas, controles, instrumentos e estruturas para assegurar um gerenciamento eficiente do tema, por exemplo a Comissão de Gestão de Riscos. Esta se reúne a cada dois meses para identificar, mapear, quantificar e monitorar diversos indicadores, além de revisar periodicamente processos, controles e procedimentos internos e entender novas leis e oportunidades.

Alguns riscos financeiros, que podem impactar significativamente os negócios, são considerados e geridos com cautela:

## RISCO DE MERCADO

Providências tomadas para proteger os negócios e reduzir impactos de oscilações cambiais e de mercado.

## RISCO DE PREÇO

Monitoramento do valor de mercado dos investimentos do Grupo (por exemplo, ações em companhias listadas).

## RISCO DE LIQUIDEZ

Há garantias concedidas pelo Grupo, por meio de cartas-fiança, emitidas por instituições financeiras independentes, para pagamentos de aluguel e contas a pagar, totalizando R\$ 72.416 (R\$ 49.004, em 31/12/2023). Além disso, a controladora forneceu garantias via Standby Letter of Credit (SBLC) para contratos de empréstimos de determinadas controladas, no valor de R\$ 610.030 (R\$ 317.888, em 31/12/2023).

## RISCO DE CRÉDITO

Redução significativa da inadimplência com a adoção do modelo de cobrança recorrente via cartão de crédito.

## RISCO DE CAPITAL

A estrutura de capital é equilibrada entre dívidas de curto e longo prazos, monitoramento do índice de alavancagem e estratégias sustentáveis para garantir continuidade operacional e rentabilidade.

## Risco fiscal

GRI 201-4, 207-2, 207-3

Uma governança sólida é indispensável à conformidade tributária, ao gerenciamento dos riscos fiscais e à transparência das operações financeiras. Tendo esse alicerce, a estratégia fiscal incorpora-se aos processos organizacionais por meio do envolvimento da alta administração, de política de conformidade fiscal, treinamentos regulares para colaboradores, avaliação contínua de riscos e compromisso com a transparência fiscal.

---

A responsabilidade pela **conformidade da estratégia fiscal** é, sobretudo, do Conselho Fiscal e da Diretoria Executiva

Os riscos fiscais são identificados, avaliados e monitorados, partindo dos seguintes pontos de atenção:

- Avaliação da estrutura organizacional e das transações;
- Acompanhamento contínuo de leis e regulamentações fiscais nacionais e internacionais;
- Auditorias internas e consultorias profissionais;
- Processos de conformidade e sistemas de monitoramento;
- Comunicação proativa com autoridades fiscais.

O Grupo mantém ainda canais para receber preocupações quanto à conduta empresarial e à integridade fiscal, que incluem linha direta de ética e conformidade, o Comitê de Ética e Conformidade, revisões e auditorias independentes e canais de comunicação abertos para *stakeholders* internos e externos.

Outros instrumentos para a gestão de riscos são auditorias fiscais internas e externas, revisões regulares e análises de documentação de suporte, complementados por consultorias especializadas, assegurando a precisão e a conformidade dos relatórios tributários.

A Companhia compreende a importância da reforma tributária em andamento no Brasil e se dedica a acompanhar as novas regras para evitar autuações fiscais, preservar margens operacionais e garantir a capacidade de investir e aprimorar continuamente os serviços oferecidos aos clientes.

No período abrangido por este relatório, o Grupo não recebeu subsídios, benefícios fiscais, subvenções ou qualquer outro tipo de apoio financeiro governamental.

## ABORDAGEM TRIBUTÁRIA GRI 207-1

A Companhia possui uma estratégia tributária estruturada, em conformidade com suas operações, calcada nas melhores práticas de governança e comprometida com a sustentabilidade. Análise, aprovação e revisão anuais são conduzidas pelo Conselho Fiscal, assegurando que se mantenha o enquadramento legal e alinhamento aos objetivos organizacionais.

A governança tem documentos nos quais se baseia – estratégias políticas de conformidade tributária, planejamento tributário e relatórios financeiros e registros de transações – e os pontos de partida, listados ao lado, para cumprir sua abordagem com êxito.

O relacionamento com o setor público segue princípios e normas éticas. Com as autoridades fiscais, ocorre exclusivamente por escrito, por portais oficiais e ferramentas procedimentais fornecidas pela Administração Pública. As ações de *advocacy* do Grupo – na defesa e argumentação em favor de causa ou direito – sobre políticas públicas tributárias, a legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência e interesse público estão em primeiro plano. Segue cumprimento rigoroso das obrigações tributárias e busca contribuir para o desenvolvimento de políticas que incentivem a educação e o crescimento pessoal.



### Alinhamento de objetivos:

ajuste da estratégia tributária às metas organizacionais, com manutenção do crescimento sustentável.



### Relatórios transparentes:

comunicação objetiva sobre os resultados financeiros e fiscais.



### Análise de impactos financeiros:

diagnóstico de riscos e oportunidades tributárias que possam afetar o desempenho financeiro do Grupo.



### Contribuição para o desenvolvimento socioeconômico:

consideração dos impactos tributários nas comunidades onde opera, a fim de contribuir para a redução de desigualdades e melhoria de serviços públicos.

# SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

GRI 418-1

Há uma abordagem estruturada para a privacidade e proteção de dados no Grupo, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) brasileira e as leis correspondentes a cada país em que operamos. O Código de Ética e o Aviso de Privacidade detalham a coleta, uso, compartilhamento e proteção das informações. A isso somam-se normas internas, treinamentos regulares e o Comitê de Privacidade para supervisionar a governança de dados.

A proteção de dados segue os fundamentos:

- **Minimização de dados** – coleta-se o estritamente necessário às operações
- **Segurança da informação** – uso de tecnologias de proteção
- **Treinamento contínuo** – promoção de uma cultura organizacional de proteção de dados
- **Encarregado de Dados (DPO)** – equipe dedicada ao monitoramento e conformidade com a LGPD

No ciclo deste relato, o Grupo registrou 75 queixas comprovadas sobre violação de privacidade – 73 de partes externas e duas de agências reguladoras no Brasil e na Colômbia. A maioria das reclamações referia-se ao uso indevido de dados por terceiros, sem envolvimento direto da Companhia. As agências solicitaram esclarecimentos em dezembro de 2024, portanto, estão dentro do prazo de resposta, aguardando decisões conclusivas.

Três vazamentos constatados de dados de clientes foram rapidamente contidos e corrigidos conforme normas internas.

Nas demais praças – Argentina, Chile, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Uruguai – não houve incidentes relativos ao tema.

A Companhia possui uma norma de Gestão de Incidentes de Violação de Dados Pessoais, com fluxos claros de resposta, envolvendo a equipe de segurança da informação e parceiros externos. O

aprimoramento é contínuo e, em 2024, avançou consideravelmente com investimentos em tecnologia de última geração, incluindo inteligência artificial (IA), para monitoramento de fraudes, proteção avançada, identificação de vulnerabilidades e treinamentos.

Em 2024, foi realizada a Semana da Segurança da Informação, abordando temas como segurança digital no dia a dia, desenvolvimento seguro, uso de IA, proteção de informações, fraudes e golpes. Essa ação contou com aproximadamente 900 participantes, de forma presencial e remota, e foi aberta a todos os colaboradores, desde o escritório até as academias, dos times de todos os países da América Latina.

Realizamos também simulação de *phishing*, reforçando e conscientizando nossos colaboradores sobre práticas seguras no ambiente digital. E fechamos com mais de 12 pílulas sobre o tema de Segurança da Informação e com o início do desenvolvimento de um *e-learning* que será lançado no primeiro semestre de 2025.

# Sumário de conteúdo GRI e SASB



# SUMÁRIO DE CONTEÚDO

## GRI E SASB

<b>Declaração de uso</b>	Smart Fit relatou em conformidade com as Normas GRI para o período de relato de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024.
<b>GRI 1 usada</b>	GRI 1: Fundamentos 2021

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO			Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
			REQUISITOS OMITIDOS	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
<b>Conteúdos gerais</b>						
	2-1 Detalhes da organização	13, 16 e 25				
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	13				
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	4				
	2-4 Reformulações de informações	52				
	2-5 Verificação externa	4				
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	13, 18 e 52				
<b>GRI 2: Conteúdos gerais 2021</b>	2-7 Empregados	55, 56 e 57				8, 10
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	55				8
	2-9 Estrutura de governança e sua composição	74				5, 16
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	74				5, 16
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	74				16
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	74				16

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO			Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
			REQUISITOS OMITIDOS	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	74				
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	74				
	2-15 Conflitos de interesse	83				16
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	74				
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	74				
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	74				
	2-19 Políticas de remuneração	78				
	2-20 Processo para determinação da remuneração	60				
<b>GRI 2: Conteúdos gerais 2021</b>	2-21 Proporção da remuneração total anual	60 e 78				
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	7				
	2-23 Compromissos de política	66, 71 e 79				16
	2-24 Incorporação de compromissos de política	74				
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	74, 79 e 80				
	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	63 e 79				16
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	79				
	2-28 Participação em associações	31				
	2-29 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	25, 26, 52 e 61				
	2-30 Acordos de negociação coletiva	60				8

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO			Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
			REQUISITOS OMITIDOS	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
<b>Temas materiais</b>						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-1 Processo de definição de temas materiais	5				
	3-2 Lista de temas materiais	5				
<b>Experiência do cliente</b>						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	21				
GRI 416: Saúde e segurança do consumidor 2016	416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	23 e 71				
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	87				16
SASB SV-LF-250a.1: Segurança do Cliente	(1) Taxa de fatalidade e (2) taxa de lesões para clientes	23				
SASB SV-LF-250a.2: Segurança do Cliente	(1) Percentual de instalações inspecionadas para segurança, (2) percentual de instalações que falharam na inspeção	23				
SASB SV-LF-000.A: Métricas das Atividades	Frequência	46 e 47				
SASB SV-LF-000.B: Métricas das Atividades	Quantidade de horas de utilização dos clientes	46				
<b>Desempenho econômico-financeiro</b>						
GRI 3: Temas materiaide 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	34				
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	34				8, 9
	201-4 Apoio financeiro recebido do governo	85				

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO			Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
			REQUISITOS OMITIDOS	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
<b>Valorização dos colaboradores</b>						
<b>GRI 3: Temas materiais 2021</b>	3-3 Gestão dos temas materiais	54				
<b>GRI 202: Presença no mercado 2016</b>	202-1 Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	60				5, 8
	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	58 e 59				4, 5, 8, 10
<b>GRI 401: Emprego 2016</b>	401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	60				3, 5, 8
	401-3 Licença-maternidade/paternidade	60				5, 8
<b>GRI 402: Relações de Trabalho 2016</b>	402-1 Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	60				
	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	71				8
<b>GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018</b>	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de risco e investigação de incidentes	71				8
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	71				8
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	71				8, 16
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	71				9

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO			Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
			REQUISITOS OMITIDOS	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
<b>GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018</b>	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	71				3
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	71				8
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	71				8
	403-9 Acidentes de trabalho	72				3, 8, 16
<b>GRI 404: Capacitação e educação 2016</b>	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	65				4, 5, 8, 10
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	63				8
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	66				5, 8, 10
<b>GRI 407: Liberdade sindical e negociação coletiva 2016</b>	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	52				8
<b>SASB SV-LF-320a.1: Saúde e Segurança da Força de Trabalho</b>	(1) Taxa total de incidentes registráveis (TRIR) e (2) taxa de quase acidentes (NMFR) para (a) funcionários diretos e (b) funcionários terceirizados	71				
<b>Relação com a sociedade e comunidade</b>						
<b>GRI 3: Temas materiais 2021</b>	3-3 Gestão dos temas materiais	45				
<b>GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016</b>	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	45				5, 9, 11
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	45 e 46				1, 3, 8
<b>GRI 413: Comunidades locais 2016</b>	413-1 Operações com engajamento, avaliação de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	45, 47 e 49				

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO			Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
			REQUISITOS OMITIDOS	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
<b>Inovação</b>						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	24				
<b>Diversidade e direitos humanos</b>						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	66				
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	67, 68, 69 e 70				5, 8
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	61				5, 8, 10
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	80				5, 8
<b>Governança corporativa</b>						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	74				
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	81				16
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	82 e 83				16
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	81				16
GRI 207: Tributos 2019	207-1 Abordagem tributária	78 e 86				1, 10, 17
	207-2 Governança, controle e gestão de riscos fiscais	85				1, 10, 17
	207-3 Engajamento de <i>stakeholders</i> e gestão de suas preocupações quanto a tributos	85				1, 10, 17

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO			Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
			REQUISITOS OMITIDOS	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
<b>GRI 417: Marketing e rotulagem 2016</b>	417-3 Casos de não conformidade em relação a comunicação de <i>marketing</i>	31				16
<b>GRI 418: Privacidade do cliente 2016</b>	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	87				16
<b>Ecoeficiência</b>						
<b>GRI 3: Temas materiais 2021</b>	3-3 Gestão dos temas materiais	36, 38 e 40				
<b>GRI 302: Energia 2016</b>	302-1 Consumo de energia dentro da organização	38 e 39				7, 8, 12, 13
	302-2 Consumo de energia fora da organização	38				7, 8, 12, 13
	302-4 Redução do consumo de energia	38				7, 8, 12, 13
<b>GRI 303: Água e efluentes 2018</b>	303-1 Interação com a água como um recurso compartilhado	40				6, 12
	303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	40				6
<b>GRI 306: Resíduos 2020</b>	306-1 Geração de resíduos e impactos significativo relacionados a resíduos	41				3, 6, 11, 12
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	41				3, 6, 8, 11, 12
<b>GRI 306: Resíduos 2020</b>	306-3 Derramamentos significativos	41				3, 12, 15
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	41				3, 11, 12
	306-5 Resíduos destinados para disposição final	41				3, 6, 11, 12, 15
<b>SASB SV-LF-130a.1: Gestão de Energia</b>	(1) Energia total consumida (2) Porcentagem de eletricidade da rede elétrica (3) Porcentagem de fontes renováveis	39				

NORMA GRI / OUTRA FONTE	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO	OMISSÃO			Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
			REQUISITOS OMITIDOS	MOTIVO	EXPLICAÇÃO	
<b>Gestão de fornecedores</b>						
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	53				
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	52 e 82				8
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	52				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	52				5, 8
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	52				5, 8, 16
	414-2 Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	52				5, 8, 16

## OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

1. Erradicação da pobreza

2. Fome zero e agricultura sustentável

3. Saúde e bem-estar

4. Educação de qualidade

5. Igualdade de gênero

6. Água potável e saneamento

7. Energia limpa e acessível

8. Trabalho decente e crescimento econômico

9. Indústria, inovação e infraestrutura

10. Redução das desigualdades

11. Cidades e comunidades sustentáveis

12. Consumo e produção responsáveis

13. Ação contra a mudança global do clima

14. Vida na água

15. Vida terrestre

16. Paz, justiça e instituições eficazes

17. Parcerias e meios de implementação

# DECLARAÇÃO DE ASSEGURAÇÃO



## DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE Conformity Declaration ASSEGURAÇÃO INDEPENDENTE

Nº 589.005/25

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

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

### Objeto da Declaração:

O Relatório de Sustentabilidade referente à prestação de contas do período de **1º de janeiro até 31 de dezembro de 2024**.

### Equipe Verificadora:

Mariana Fellows Garcia – Verificadora Líder

### Nível de Confiança Adotado:

Limitado

### Introdução:

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

As informações publicadas no Relatório de Sustentabilidade são de inteira responsabilidade da administração da Smart Fit.

### Metodologia:

A asseguração foi realizada com a análise das últimas versões do Relatório de Sustentabilidade e do relatório do estudo de materialidade. Foram realizadas reuniões com os responsáveis pela elaboração do relatório sobre esses processos. Dessa forma foi possível realizar o planejamento das entrevistas com os responsáveis pelos dados e informações utilizados na elaboração do relatório.

Foram realizadas entrevistas remotas sobre os processos da organização e sobre dados e informações relacionados aos indicadores, com a utilização do aplicativo Microsoft Teams que permite o compartilhamento das evidências.

Tais evidências foram analisadas à luz dos critérios estabelecidos pelas normas de referência, levando em consideração os dados e informações propriamente ditas e os sistemas de controle e análise de dados utilizados na elaboração do Relatório de Sustentabilidade. As constatações resultantes foram relatadas aos responsáveis pelo relatório, que realizaram as alterações necessárias, resultando na versão final do documento.

Foi realizada uma amostragem básica com coleta de informações e rastreabilidade limitadas, suficiente para a verificação de que os Princípios de Relato (GRI 1: Fundamentos 2021) foram observados. O atendimento aos conteúdos gerais (Norma GRI 2) foram integralmente analisados e os dados e informações dos demais conteúdos GRI e indicadores SASB foram verificados de forma amostral, tendo em vista o estudo dos temas materiais apresentados no Relatório de Sustentabilidade.

MC-01

1-2

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas

Av. Treze de Maio, 13 – 28º Andar – Centro – Rio de Janeiro – RJ – CEP 20031-901  
Rua Conselheiro Nebras, 1.131 – Campos Eliseos – São Paulo – SP – CEP 01203-002



## DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE Conformity Declaration

### Declaração de Independência e Imparcialidade:

A ABNT é uma empresa de avaliação da conformidade independente que adota princípios e procedimentos internacionais que garantem o rigor técnico, a confiabilidade, a independência e a imparcialidade dos serviços prestados.

Declaramos que foi feita a avaliação de qualquer conflito de interesse entre a ABNT, sua equipe e a Smart Fit, que pudesse impedir a realização do serviço.

A equipe que conduziu esta verificação para a Smart Fit possui amplo conhecimento em verificação de informações e sistemas que envolvem temas ambientais, sociais e de governança, o que, aliado à experiência nessas áreas, permitiu um claro entendimento sobre a apresentação e verificação de boas práticas de responsabilidade corporativa.

### Parecer sobre o Relatório de Sustentabilidade:

1- O Relatório de Sustentabilidade de 2024 da Smart Fit adota o modelo do GRI. Este Relatório representa uma evolução em relação aos anteriores, referentes aos anos de 2022 e 2023, já que foi elaborado em conformidade com os requisitos do GRI, agrega indicadores SASB e foi submetido ao processo de asseguração independente.

2- O processo de identificação dos temas materiais foi feito inicialmente em 2023. Foi estabelecida a periodicidade de 2 anos para revisão dos temas materiais. O modelo adotado foi o de dupla materialidade. O processo envolveu três etapas a saber: construção de uma régua setorial, através da identificação e análise de temas considerados estratégicos para o setor fitness; identificação e análise de temas dos grupos de stakeholders, aos quais foram atribuídos pesos que refletissem a relevância de cada um deles; e consulta aos stakeholders para compreender as respectivas percepções sobre os pontos de ESG a serem priorizados. Foram identificados os seguintes temas materiais: Experiência do cliente e qualidade do atendimento, Desempenho econômico-financeiro, Relação com a sociedade, Valorização de colaboradores, Governança corporativa, Gestão de fornecedores, Inovação, Ecoeficiência, Diversidade e direitos humanos.

3- Ao longo da Asseguração foi avaliado o atendimento aos requisitos dos padrões e princípios do GRI, sendo que foram apontadas algumas inconsistências dos dados apresentados em relação às evidências apresentadas e oportunidades de melhoria relacionadas com a clareza e acurácia dos dados e informações. Tais constatações foram prontamente tratadas pela organização.

4- A mensagem do CEO da organização resume a jornada empreendida pela empresa, no ano de 2024, em cada um dos tópicos materiais, demonstrando a busca pela melhoria contínua.

5- Cabe ressaltar que as informações relacionadas aos aspectos financeiros e contábeis disponibilizados no Relato, não foram objeto desse processo de asseguração.

### Conclusão:

Após realizados todos os procedimentos de asseguração, nada foi identificado que pudesse indicar que as informações contidas no Relatório de Sustentabilidade não sejam consistentes e confiáveis. Da mesma forma, nada foi encontrado que aponte para o fato de que Smart Fit não tenha estabelecido sistemas adequados de coleta, compilação e análise de dados, quantitativos e qualitativos, utilizados na elaboração dos conteúdos de meio ambiente, sociais e de governança do Relato Integrado. É que o relatório não esteja em conformidade com os Princípios para definição de conteúdo e qualidade em referência às Normas GRI para relatórios de sustentabilidade.

Rio de Janeiro, 07 de maio de 2025.

Guy Lavocat  
Gerente de Certificação de Sistemas

Esta declaração de verificação é suportada por contrato de atendimento à norma e procedimentos da ABNT e é válida somente com a assinatura do Gerente de Certificação de Sistemas. Sua validade pode ser confirmada no seguinte endereço eletrônico: [www.abnt.org.br](http://www.abnt.org.br) (CNPJ: 33.402.892/0001-06) – Tel.: (11) 3974-2300.

MC-01

2-2

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas

Av. Treze de Maio, 13 – 28º Andar – Centro – Rio de Janeiro – RJ – CEP 20031-901  
Rua Conselheiro Nebras, 1.131 – Campos Eliseos – São Paulo – SP – CEP 01203-002



# CRÉDITOS

## COORDENAÇÃO GERAL

Bianca Daroz Freitas Marques Caldeira

Juana Melo Pimentel dos Santos

Marina de Souza Eicardi

## PROJETO EDITORIAL

Grupo Report – rpt sustentabilidade

[www.gruporeport.com.br](http://www.gruporeport.com.br)

## GESTÃO

Beatriz Miranda

## CONSULTORIA GRI E SASB

Bruno Melo, Nikelly Sousa e Tatiana Lopes

## REDAÇÃO E EDIÇÃO

Léa Santiago, Graciana Feitosa e

Jaqueline Luz

## PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Bruna Finkennauer, Ully Cabral,

Vanessa Plassas e Rubem Hojo

## REVISÃO

Alícia Toffani

## PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA

Acervo Grupo Smart Fit

## INFORMAÇÕES ADICIONAIS

[www.investor.smartfit.com.br](http://www.investor.smartfit.com.br)

Para dúvidas, elogios ou sugestões,  
entre em contato via *e-mail*:

[esg@smartfit.com](mailto:esg@smartfit.com)

GRUPO  
smart fit

