



Track & Field

**RELATÓRIO**  
**ANUAL**  
**2022**  
*VERSÃO RESUMIDA*



# A Track&Field

Nossa história começou, em 1988, como uma empresa voltada ao vestuário esportivo. E, desde então, percorremos uma trajetória consistente de crescimento ao longo de mais de 30 anos. Atualmente, contamos com uma sede administrativa e uma unidade de produção em São Paulo (SP); um centro de distribuição (CD) em Osasco (SP); uma unidade de produção em Joinville (SC) e uma rede de 331 lojas em 24 estados e no Distrito Federal, entre estabelecimentos próprios e de franqueados, e fortemente inserida no processo de transformação digital, com um sólido modelo de *e-commerce* e de omnicanalidade. Somos hoje um ecossistema completo de bem-estar, e uma marca reconhecida pela inovação e alta qualidade dos produtos, além do pioneirismo em eventos e experiências esportivas.

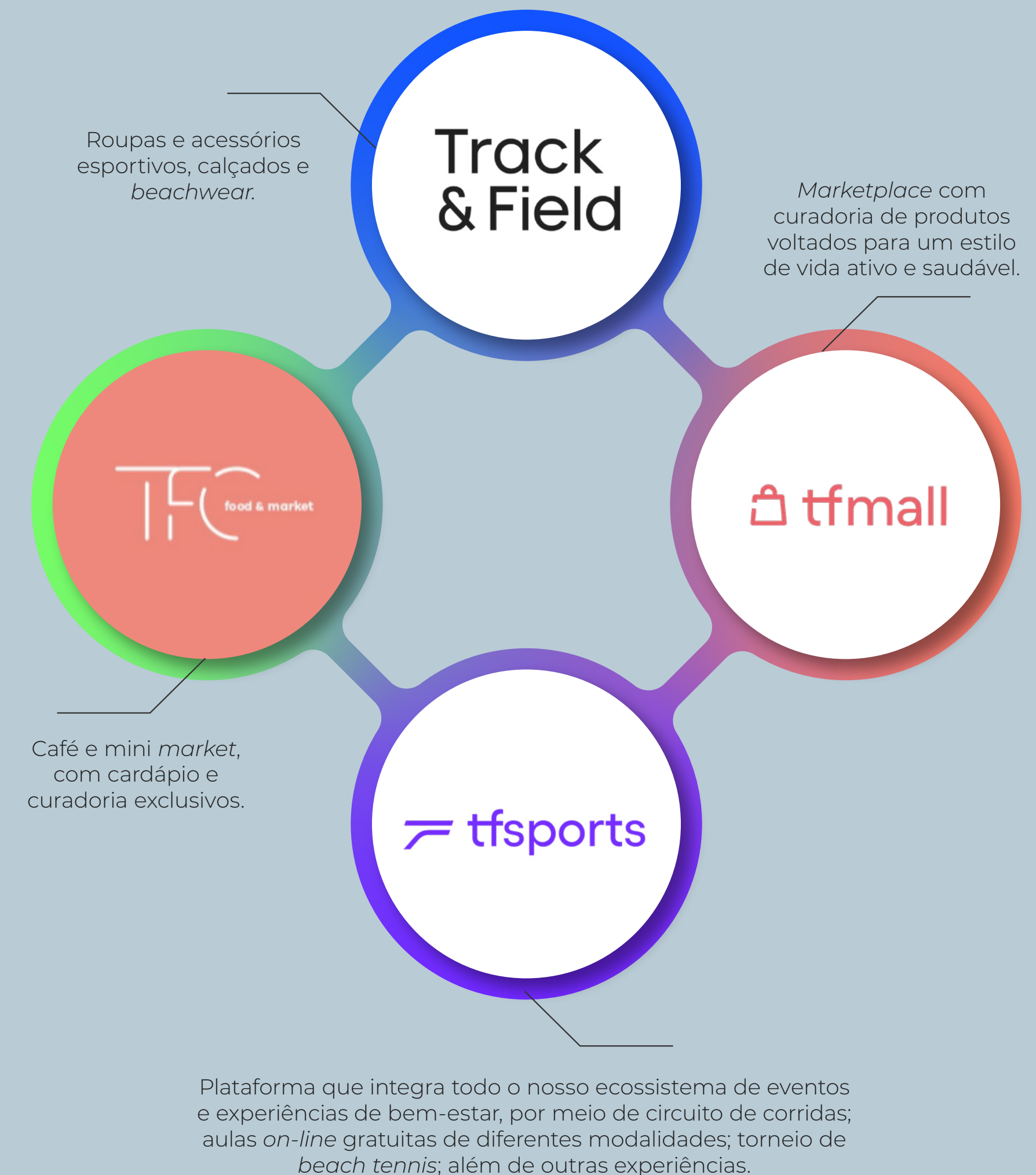
Recentemente, ingressamos no universo da alimentação saudável, por meio do TFC Food&Market – *mini market* projetado para

o público que busca opções para uma alimentação mais saudável e equilibrada, além de ser um hub para a promoção de encontros com treinadores e profissionais do segmento *wellness*.

Já a TFSports é nossa plataforma que integra os eventos esportivos que promovemos e as experiências que proporcionamos, entre os quais o Santander Track&Field Run Series, nosso circuito de corridas; o Track&Field Open de Beach Tennis; o Track&Field Experience, eventos promovidos em parceria com nossa rede de franqueados; e o Continue em Movimento, programa que oferece aulas gratuitas em diversas modalidades.

E para ampliar o portfólio oferecido aos nossos clientes, lançamos o tfmall, nosso *marketplace*, disponível no *e-commerce* e em algumas lojas físicas com uma curadoria criteriosa de produtos *premium* do segmento *wellness*.

## ECOSSISTEMA T&F



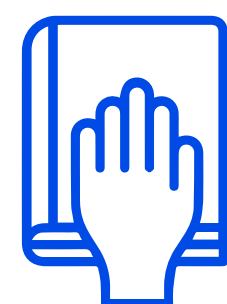
# NOSSA MISSÃO

Conectar pessoas a um estilo de vida ativo e saudável.

# NOSSA VISÃO

Criar produtos e experiências que superem as expectativas dos clientes, ampliando de forma eficiente a nossa presença no mercado brasileiro.

# NOSSOS VALORES



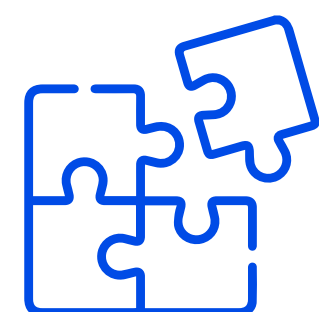
## Integridade

- Senso ético
- Honestidade
- Transparência
- Coerência
- Justiça



## Respeito

- Empatia
- Humildade
- Ouvir sem julgamentos
- Comunicação respeitosa
- Cumprir regras e combinados



## Colaboração

- Senso de coletividade
- Trabalho em time
- Foco na solução e no cliente
- Compartilhar ideias e objetivos
- Aprender juntos
- Pedir e dar *feedbacks*



## Cuidado com o negócio

- Mentalidade de crescimento
- Decisões embasadas
- Melhorar e inovar
- Assumir riscos com responsabilidade
- Eficiência
- Sustentabilidade



## Sucesso do cliente

- Cliente no centro das nossas decisões
- Agregar valor aos produtos e experiências
- Atender e superar as expectativas dos clientes
- Desenvolver nossos franqueados
- Espírito de servir
- Ouvir e ser embaixador do nosso cliente

# PROPÓSITO

Uma vida saudável pede equilíbrio.

O papel da marca Track&Field é tornar o equilíbrio possível, sabendo que ele é único e diferente para cada pessoa.

É inspirar, por meio do esporte, a busca pelo bem-estar e mostrar que, para acelerar, respirar é fundamental.

Essa convicção deve estar presente em tudo que entregamos: do produto à loja, do conteúdo à experiência. Sempre em busca de superar expectativas.

Vamos, sim, incentivar uma vida saudável e mais natural, respeitando o meio ambiente, sem nunca esquecer que a busca pela saúde é constante e envolve o cuidado do corpo e da mente.



# Destaque de 2022

## Grandes conquistas



LUCRO LÍQUIDO  
AJUSTADO DE  
**R\$ 100  
MILHÕES**

(crescimento de 32%  
em relação a 2021)

O ano foi marcado pela maturação de nossa estratégia de transformação digital, aprimoramento da experiência de bem-estar dos clientes e expansão dos negócios e serviços. A seguir, os destaques do ano:

### REDE DE **331 LOJAS**

em 145 cidades de 24 estados  
e do Distrito Federal

**44 lojas**  
próprias,  
sendo 10 *outlets*

**35 lojas**  
inauguradas

**287 lojas**  
franqueadas

**11 unidades**  
Experience  
Store

### 50 LOJAS DA REDE COM VITRINE INFINITA

**1.467**  
COLABORADORES  
DIRETOS

**5.538.214**  
PEÇAS  
COMERCIALIZADAS

SELL OUT DA REDE  
SUPERIOR A

**R\$ 1  
BILHÃO**

### OMNICALIDADE **293 LOJAS FÍSICAS**

No 4º trimestre de 2022, 38,2%  
do *sell out* foi impactado pelo  
*social selling*

66,4% das vendas capturadas  
pelo *e-commerce* são entregues  
por lojas

### Reconhecimentos

Em 2022, fomos reconhecidos com dois prêmios pela inovação das embalagens de nosso *e-commerce*: o **Troféu de Ouro no Prêmio ABRE 2022**, na categoria soluções para varejo e *e-commerce*; e o prêmio **Grandes Cases de Embalagem**, da revista Embalagem Marca. Também fomos considerados por nossos colaboradores como a marca mais admirada no segmento artigos esportivos em pesquisa realizada pelo **Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo (IBEVAR)**.

**Roll-out das novas embalagens de papel** para todas as lojas da rede

**Net Promoter Score (NPS) de 83,2 pontos**, referente ao 4º trimestre de 2022



# tf sports

A TFSports é a plataforma de bem-estar que integra os eventos esportivos que promovemos. Ela complementa o nosso ecossistema de bem-estar e contribui para que possamos levar adiante a missão de conectar pessoas a um estilo de vida ativo e saudável.

Ao longo do ano, promovemos mais de 1,6 mil eventos esportivos, que reuniram mais de 180 mil participantes. A plataforma conta com mais de 387 mil usuários cadastrados e 3.579 treinadores de 40 modalidades.



Santander Track & Field

## RUNSERIES

*O maior circuito de corridas da América Latina em número de provas*

**88 etapas**

**MAIS DE 150 MIL INSCRITOS**

**40 cidades** de 17 estados e do Distrito Federal

**13 meias-maratonas** e uma maratona

## CONTINUE EM MOVIMENTO

*Incentivo à prática esportiva*

**1.468 aulas** gratuitas

**MAIS DE 31,9 MIL INSCRITOS**

## Track & Field OPEN BEACH TENNIS

*Lançado em 2022, reuniu mais de 3,7 mil inscritos*

**16 etapas** por todo o Brasil

**15 cidades** de 13 estados

## Track & Field EXPERIENCE

*Aulas e eventos presenciais em parceria com a rede de franqueados*

**37 experiences**

**MAIS DE 1,3 MIL PARTICIPANTES**





## Estratégia

A nossa missão de conectar as pessoas a um estilo de vida ativo e saudável é amparada por nosso modelo de negócios, composto por diversos canais de comercialização, por meio dos quais buscamos aprimorar a experiência dos nossos clientes.

Além de uma rede de lojas próprias e da venda por plataformas de *e-commerce*, desde 2011, também contamos com lojas franqueadas – que, no fim de 2022, representavam 86,71% do número total de estabelecimentos, tendo captado um *sell out* de R\$ 596,8 milhões.

Buscamos sempre ampliar essa rede, garantindo agilidade na entrega aos clientes. E vamos além, ao propiciar uma série de eventos esportivos via plataforma TFSports e oferecermos opções para uma alimentação mais saudável e equilibrada com a presença do TFC Food&Market.

## Modelo de negócios

Consideramos os clientes no centro do negócio, por isso, sempre buscamos oferecer produtos de qualidade, que usam a mais alta tecnologia, conforto e que apresentam um tempo de vida útil maior. Esse nível de excelência é garantido pela eficácia de nossa cadeia produtiva desde a compra de materiais, desenvolvimento de peças, controle de qualidade até visitas técnicas.

Adotamos a estratégia de oferecer duas coleções principais por ano e lançamos “minicoleções” para que o cliente sempre possa encontrar novidades nas nossas lojas.

Em 2022, demos um passo significativo no processo de produção com a inauguração de uma fábrica em Joinville (SC), onde também estão instaladas células de costura. Essa iniciativa, em conjunto com demais células de costura de nossa unidade do bairro do Ipiranga, em São Paulo (SP), nos possibilita dispor de um modelo híbrido de produção e, ao mesmo tempo, continuarmos a parceria com nossos fornecedores.



## Gestão de Ética

Adotamos em nossos relacionamentos os mais estritos padrões de conduta e princípios éticos, que devem ser seguidos por todos os administradores, colaboradores, franqueados, parceiros, fornecedores e terceirizados – independentemente de sua posição hierárquica. Contamos com um Código de Ética e Conduta, que esclarece nossa missão, visão, nossos princípios, valores e nossas crenças, além de detalhar como devem se pautar os relacionamentos éticos que esperamos em todas as relações interpessoais.

Contamos com um Comitê de Ética e Conduta e um canal de denúncias independente, aberto a colaboradores, franqueados, clientes, parceiros, fornecedores ou quaisquer outros públicos com os quais nos relacionamos, de modo que possam reportar, sem a necessidade de se identificar, situações que envolvam suspeitas de fraudes, corrupção, desvios éticos de condutas, atos ilícitos, entre outros.

O canal está disponível por:  
[www.canaldeetica.com.br/trackefield](http://www.canaldeetica.com.br/trackefield)  
Telefone: 0800 591 7159

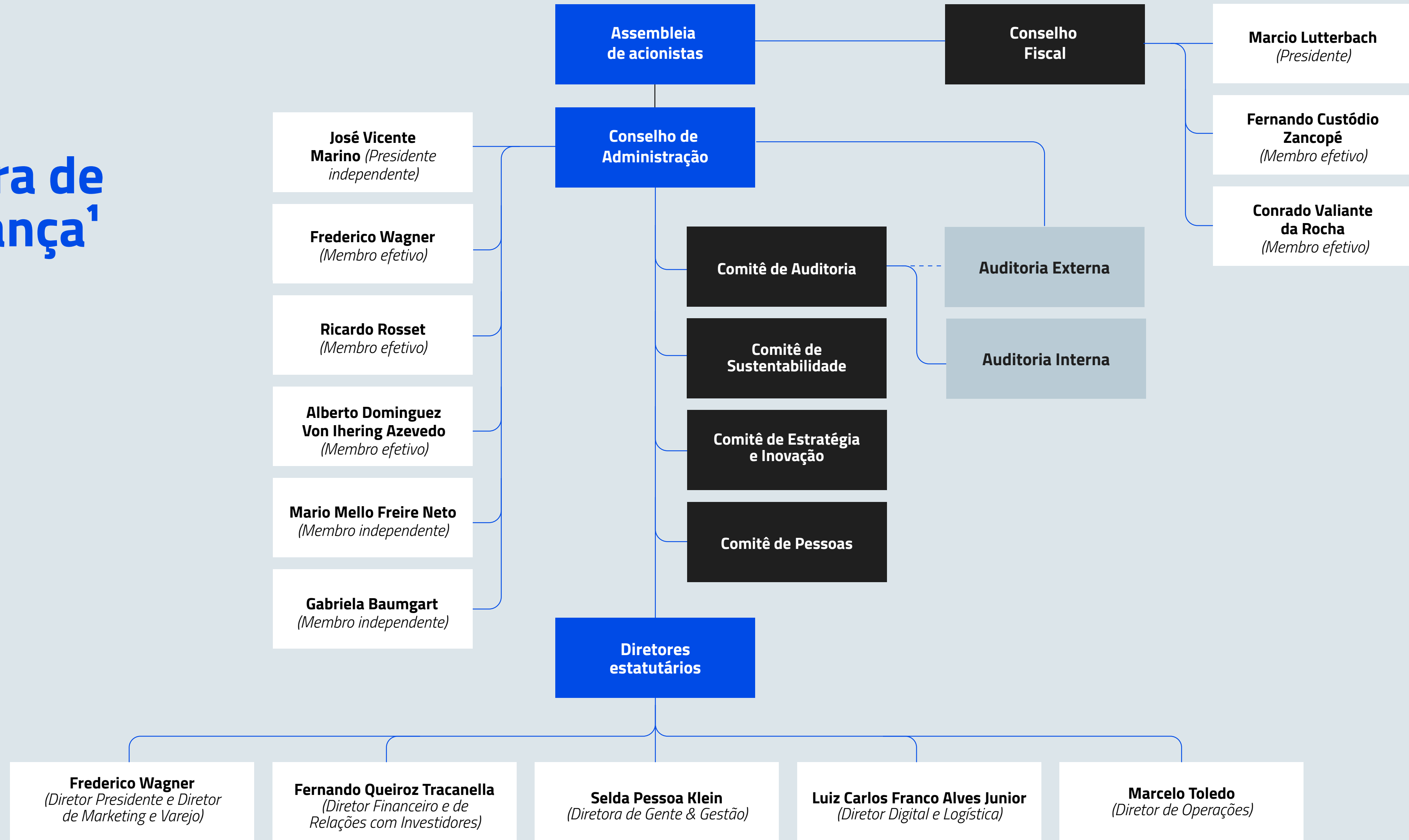
## Governança Corporativa

Nossa governança se caracteriza por seguir as boas práticas de transparência e integridade, compartilhando informações relevantes com os públicos de interesse, garantindo a presença de integrantes independentes no Conselho de Administração, e aplicando rigorosos mecanismos de compliance, a fim de assegurar a disseminação de preceitos éticos entre os colaboradores e demais *stakeholders*.

A Assembleia Geral de Acionistas se reúne, ordinariamente, uma vez por ano, e, extraordinariamente, sempre que for necessário – ou que os interesses sociais exigirem o pronunciamento dos acionistas.

Nossa administração é realizada por um Conselho de Administração, que estabelece a orientação de negócios e traça as nossas políticas gerais; por uma Diretoria Executiva, responsável pela execução da estratégia, do fortalecimento do negócio e da gestão da empresa; e por um Conselho Fiscal, que fiscaliza os atos dos administradores, entre outras atribuições. Dispomos ainda de comitês de assessoramento, que fornecem dados que nos permitem dispor de um processo de tomada de decisões mais assertivo.

# Nossa estrutura de governança<sup>1</sup>





# Plano ESG 2025

Demos início à estruturação da nossa agenda ESG em 2018 com o pilar de governança. No ano seguinte, criamos o Comitê de Sustentabilidade, e em 2021 desenvolvemos nossa matriz de materialidade e divulgamos nossas iniciativas no documento Nossa Trajetória ESG. Em 2022, conduzimos um estudo para compreender nossos impactos ambientais, em relação a consumo de água, energia, geração de resíduos e emissões de gases de efeito estufa.

A partir desses processos de diagnóstico, construímos e validamos, com os times internos, Diretoria Executiva, Comitê de Sustentabilidade e Conselho de Administração, nosso Plano ESG, que abrange compromissos voluntários e qualitativos que nortearão a nossa agenda socioambiental até o final de 2025, em complemento à agenda de governança. A partir de 2023, a Diretoria Estatutária terá metas ESG atreladas à remuneração variável.

## PESSOAS

Envolver principais *stakeholders* em nossa jornada ESG:

- ✓ Promover e fomentar iniciativas que conectem a sociedade a um estilo de vida ativo e saudável.
- ✓ Incentivar nossos colaboradores a terem um estilo de vida mais ativo e saudável; promover uma cultura de sustentabilidade e um ambiente de trabalho mais diverso e inclusivo.
- ✓ Reestruturar e ampliar nosso programa de avaliação socioambiental para a rede de fornecimento têxtil nacional.
- ✓ Dar mais transparência às nossas iniciativas ESG para nossos investidores e clientes.



## PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS

Oferecer produtos e experiências que possibilitem um estilo de vida mais ativo, saudável e sustentável:

- ✓ Buscar alternativas e soluções com atributos socioambientais para produtos e experiências.
- ✓ Pilotar iniciativas que contribuam para o aumento do ciclo de uso de produtos e materiais.



## MEIO AMBIENTE

Compreender e reduzir o impacto ambiental de nossas operações:

- ✓ Monitorar, reduzir e neutralizar<sup>1</sup> as emissões de gases de efeito estufa dos escopos 1, 2 e 3.
- ✓ Criar Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos das operações próprias, bem como estabelecer metas de redução de resíduos.



1. Escopos 1 e 2.



## Resultados financeiros

Mantivemos a tendência de crescimento em nossos resultados, apesar do desafiador cenário macroeconômico brasileiro em 2022. O volume de lojas abertas continuou em expansão, de acordo com a estratégia traçada. A realização de eventos esportivos também seguiu essa linha.

Registraramos, mais uma vez, um crescimento relevante em comparação ao ano anterior, tanto em receita líquida (+30,6%), chegando a R\$ 567,4 milhões, quanto em rentabilidade, medida pelo EBITDA ajustado ou Lucro Líquido ajustado – respectivamente +37,5% e +32,0%.

Um dos destaques do ano foi a alavancagem operacional, com queda de 3,5p.p. das despesas

sobre vendas líquidas, o que confirma as teses de que, a partir do crescimento, temos a oportunidade de diluir custos fixos; e de que, com a maior representatividade do canal de franquias, temos um peso cada vez menor de despesas relacionados às lojas próprias em relação ao total das vendas líquidas.

Nosso resultado financeiro ajustado também vem apresentando uma melhora consistente, finalizando 2022 em R\$ 3,4 milhões (~14% YoY). Vale ressaltar que mantivemos, ao longo do ano, a nossa posição de dívida zero, sem desconto de recebíveis ou operações financeiras para alongar o prazo de pagamento de fornecedores.





## Foco no cliente

Um dos nossos grandes focos é melhorar a experiência dos nossos clientes. Por isso, investimos continuamente em iniciativas que contribuam para atingirmos esse objetivo.

No digital, nossa estratégia de omnicanalidade se destaca como um importante avanço para otimizar o processo de compra on-line e a entrega dos produtos com agilidade e segurança.

Nas lojas físicas, treinamos continuamente todos os colaboradores da rede própria e das franquias. Nossas lojas-conceito, as Experience Stores, materializam todo o ecossistema da nossa marca, proporcionando aos nossos

clientes vivências únicas ligadas ao bem-estar e à vida saudável, em um ambiente clean e intuitivo, e contam ainda com o TFC Food&Market.

## Franqueados

A parceria com os franqueados é de grande valor para nós, pois reconhecemos o seu empreendedorismo, essencial para a solidez do negócio. Essa conexão tem como base principal a sinergia com nossa estratégia, que é a de sermos uma marca que vai além da oferta de produtos, garantindo novas experiências aos clientes.

Nossa estratégia é sempre oferecer às franquias instrumentos que possam potencializar suas atividades.

Em 2022, mantivemos o desenvolvimento e implementação de ferramentas digitais de comunicação e geração de *leads* de vendas entre franqueados e seus

clientes. Além de centralizarmos as criações das campanhas publicitárias, coordenando o *marketing* regional das franquias.

Outro importante resultado obtido a partir do relacionamento com os franqueados é o fato de que eles atuam como nossos “embaixadores” em diversas regiões do Brasil – utilizando seus relacionamentos e adaptando o modelo de operação às peculiaridades locais. Isso permite a ampliação sustentável da marca e nos proporciona um valioso aprendizado sobre as diferentes características regionais do Brasil.





## Cuidado com o time

Visamos garantir, à nossa equipe de colaboradores, um ambiente de trabalho harmonioso e eficiente; e, ao mesmo tempo, possibilitar a cada integrante de nosso time oportunidades de desenvolvimento profissional. Buscamos o aprimoramento constante das questões ligadas à área de Gente&Gestão, incluindo a implementação da meta por desempenho na qual são avaliados os resultados e os aspectos comportamentais (baseados em nossos valores) de cada colaborador.

1.467

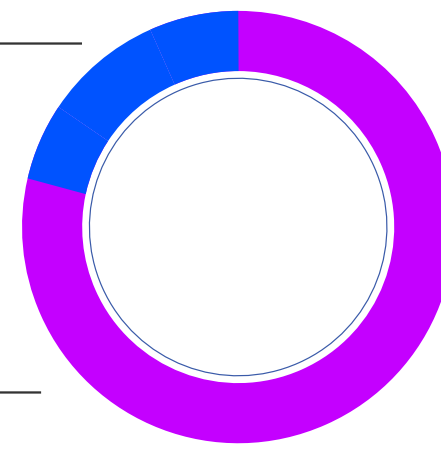
Colaboradores

21,5%

homens

78,5%

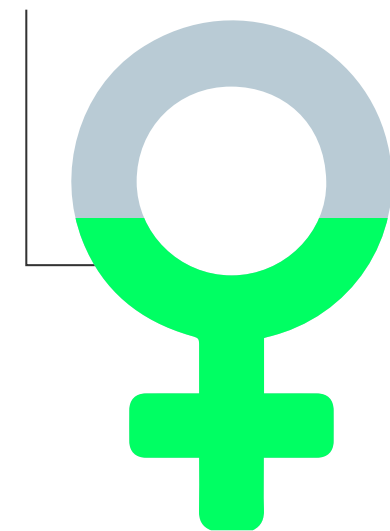
mulheres



### REPRESENTATIVIDADE FEMININA

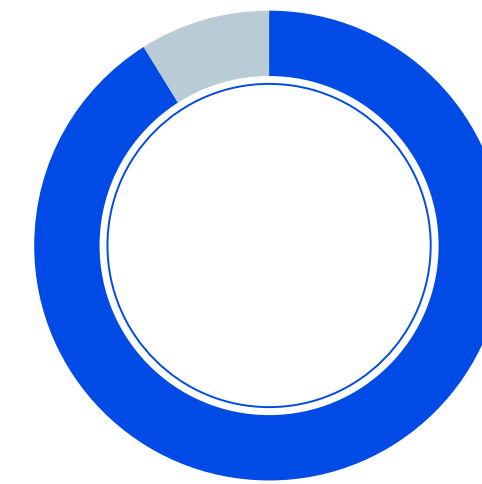
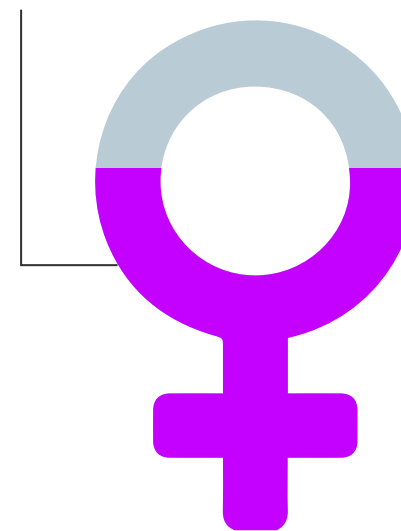
61%

da liderança



71%

da alta liderança



9,1

Nota de Embaixadorismo (orgulho em pertencer)



### EMPREGADOS POR REGIÃO EM 2022<sup>1</sup>

	Homens	Mulheres
Sudeste	283	990
Sul	20	115
Centro-Oeste	8	27
Norte	0	0
Nordeste	4	20
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>1.152</b>

1. Dados extraídos da folha de pagamento.



Queremos avançar na agenda de diversidade e inclusão e, para isso, em 2023, criaremos nosso Programa de Diversidade, em que definiremos os públicos prioritários para atuação, e também os indicadores para mensurar nossas iniciativas. Em 2022, pensando em iniciar um processo de entendimento interno, realizamos o Censo, que contou com a adesão de cerca de 84% dos colaboradores na época em que foi aplicado. Com esse levantamento com base em autodeclaração, pudemos ter acesso a importantes informações sobre o perfil de nosso time.

Estamos no caminho certo para garantir um ambiente de trabalho harmonioso e eficiente. Em 2022, em parceria com a consultoria Pulses, realizamos pesquisa de engajamento que contou com a adesão de 84% dos nossos colaboradores.

A adoção da plataforma Pulses é um exemplo da nossa preocupação em adotar ferramentas focadas na eficiência da gestão de nosso capital humano e de sua valorização.

## COLABORADORES POR CARGO E ETNIA<sup>2</sup>

### Alta Liderança



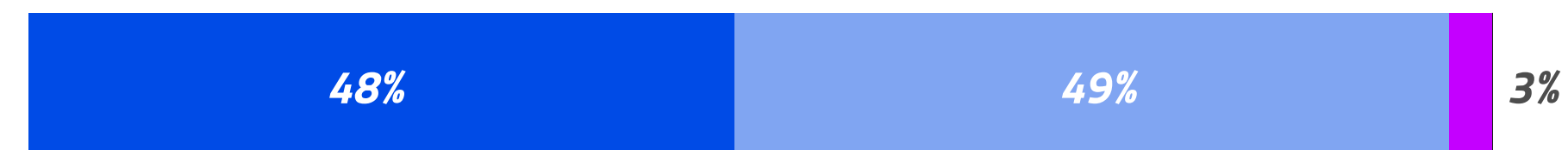
### Liderança



### Profissionais



### Cargos de Varejo



● Branco ● Pretos/Pardos ● Amarelo ● Indígenas

1. Dados extraídos do censo realizado em fevereiro de 2022.



## Fornecedores

Nosso relacionamento com os fornecedores é pautado pelo respeito e pela cooperação. Desde o início das nossas operações, eles têm contribuído de forma importante para que pudéssemos ter diferenciais competitivos no mercado. A nossa cadeia de fornecimento inclui uma gama ampla e diversificada de parceiros, que abrange fornecedores de insumos, matérias-primas e de produtos acabados nacionais e importados.

Apesar de produzirmos tecido na unidade de Joinville (SC), também compramos esse material e aviamentos de fornecedores especializados, para a produção interna ou em facções de costura terceirizadas, que são

pequenas empresas que realizam a confecção das peças (corte, costura, acabamentos, entre outros). Também adquirimos produtos acabados de diversos fornecedores nacionais ou internacionais, que fabricam os itens após nossa aprovação.

Prezamos pelo respeito aos direitos humanos a todos os indivíduos e, portanto, não toleramos qualquer tipo de mão de obra infantil, forçada ou análoga à escrava, tampouco permitimos que nossos fornecedores e parceiros façam uso dessas práticas. No caso das facções de costura, fazemos avaliações periódicas, *in loco*, em que monitoramos se essas empresas seguem práticas trabalhistas e tributárias

alinhadas com a legislação e com nosso Código de Conduta (que elas aderem no momento da assinatura de contrato). Também verificamos as instalações e condições de trabalho. Em 2022, realizamos 55 visitas presenciais nas 18 facções de costura terceirizadas pelo Brasil.





## Relacionamento com investidores

Nos relacionamos ainda com analistas do mercado financeiro, fundos de investimento, investidores pessoa física e órgãos reguladores do mercado de valores mobiliários, que buscam informações sobre os nossos negócios em diferentes aspectos, como resultados financeiros, visão da administração, estratégia e perspectivas de nossos negócios para a tomada de decisão de investimento em nossas ações.

Para o relacionamento com esses públicos, a área de Relações com Investidores mantém um *website* ([www.tfco.com.br/ri](http://www.tfco.com.br/ri)) e realiza eventos e videoconferências para apresentação periódica de resultados.

Também disponibiliza o *e-mail* [ri@tf.com.br](mailto:ri@tf.com.br) para recebermos solicitações de dúvidas ou reuniões com as partes interessadas, mantendo um contato próximo e contínuo para melhor divulgação das informações.

## Engajamento comunitário

Mantivemos em 2022 o apoio a projetos conectados à nossa missão, com ênfase em iniciativas voltadas para a prática de esportes. Entre as iniciativas das quais participamos estão: Educação pelo esporte – Escola de Atletismo de Paraty – Parceria desde 2021; 22ª Olimpíada Estadual das Associações de Pais e Amigos dos Excepcionais (Apaes) de Santa Catarina; Instituto Guga Kuerten; Instituto Esporte & Educação; Hospital de Amor; Associação Santo Agostinho (ASA), parceria desde 2020. Todas são reconhecidas pela idônea atuação social, envolvendo pessoas de diferentes faixas etárias e que contribuíram para a melhoria da qualidade de vida dos públicos-alvo.





## Meio Ambiente

Em 2022, fizemos um estudo de mapeamento de impactos ambientais para entender o consumo de água e a geração de resíduos em nossas operações próprias, referentes aos anos de 2020 e 2021. A partir dele, compreendemos que temos oportunidade de avançar na frente ambiental.

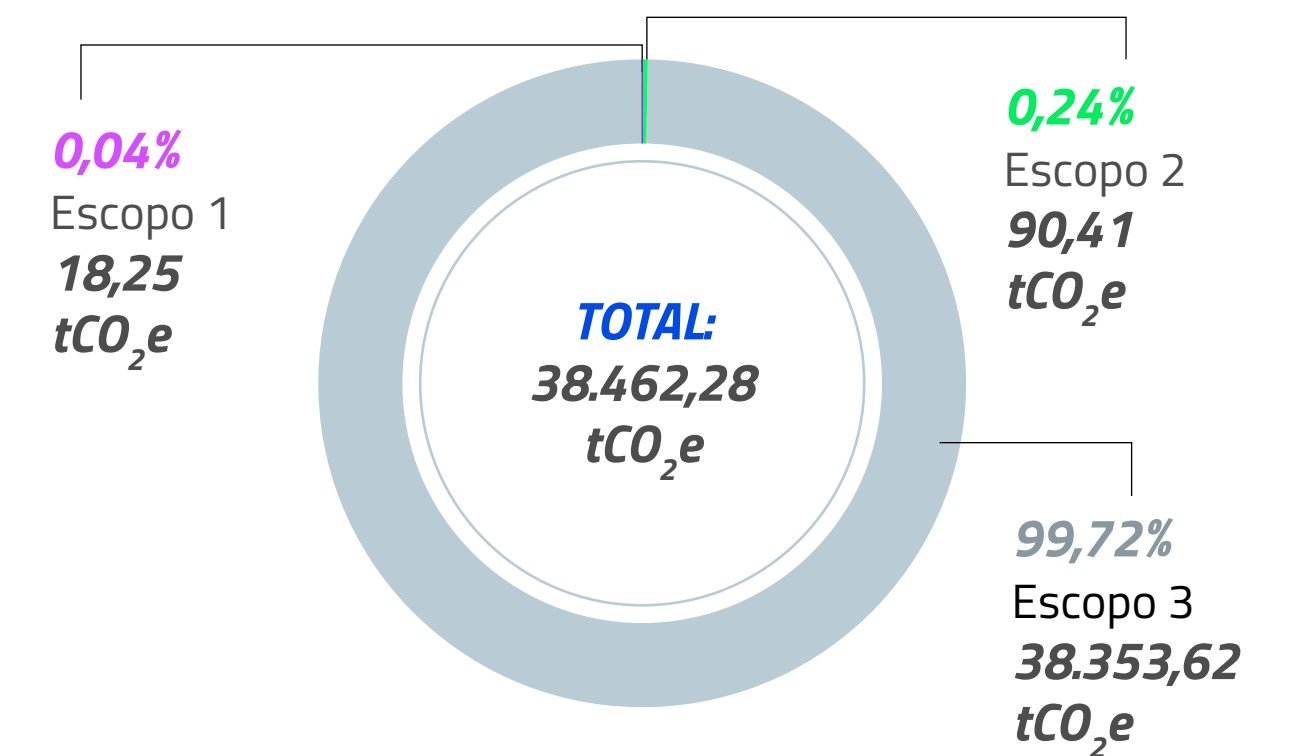
Elaboramos também o nosso inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE), que seguiu os princípios de contabilização do GHG Protocol Corporate Standard, categorizando as emissões de gás do efeito estufa em emissões diretas (Escopo 1), indiretas por aquisição de energia (Escopo 2) e outras emissões indiretas (Escopo 3) e da norma ISO 14064-1.

Em 2022, o circuito de corridas Santander Track&Field Run Series inovou e passou a oferecer aos corredores a hidratação com água em lata de alumínio, dispensando o uso de copo plástico, cujo consumo era de cinco a sete unidades por inscrito.

### EMISSÕES DE GEE POR ESCOPO (EM tCO<sub>2</sub>e) EM 2022

Escopo 1	18,25
Combustão móvel	6,10
Combustão estacionária	1,15
Emissões fugitivas	11,00
Escopo 2	90,41
Aquisição de energia elétrica	90,41
Escopo 3	38.353,62
1. Bens e serviços comprados	33.017,16
2. Bens de capital	1.456,03
3. Atividades relacionadas com combustíveis e energia não inclusas nos Escopos 1 e 2	48,24
4. Transporte e distribuição ( <i>upstream</i> )	148,63
5. Resíduos gerados nas operações	81,98
6. Viagens a negócios	269,48
7. Deslocamento de funcionários (casa-trabalho)	1.685,88
9. Transporte e distribuição ( <i>downstream</i> )	223,52
11. Uso de bens e serviços vendidos	852,93
12. Tratamento de fim de vida dos produtos vendidos	371,81
14. Franquias	197,96

### EMISSÕES DE GEE POR ESCOPO



### EMISSÕES BIOGÊNICAS DE GEE POR ESCOPO (EM tCO<sub>2</sub>e) EM 2022

Escopo 1	2,48
Combustão móvel	2,36
Combustão estacionária	0,12
Escopo 3	232,81
1. Bens e serviços comprados	5,17
4. Transporte e distribuição ( <i>upstream</i> )	13,86
6. Viagens a negócios	3,91
7. Deslocamento de funcionários (casa-trabalho)	191,80
8. Transporte e distribuição ( <i>downstream</i> )	18,07



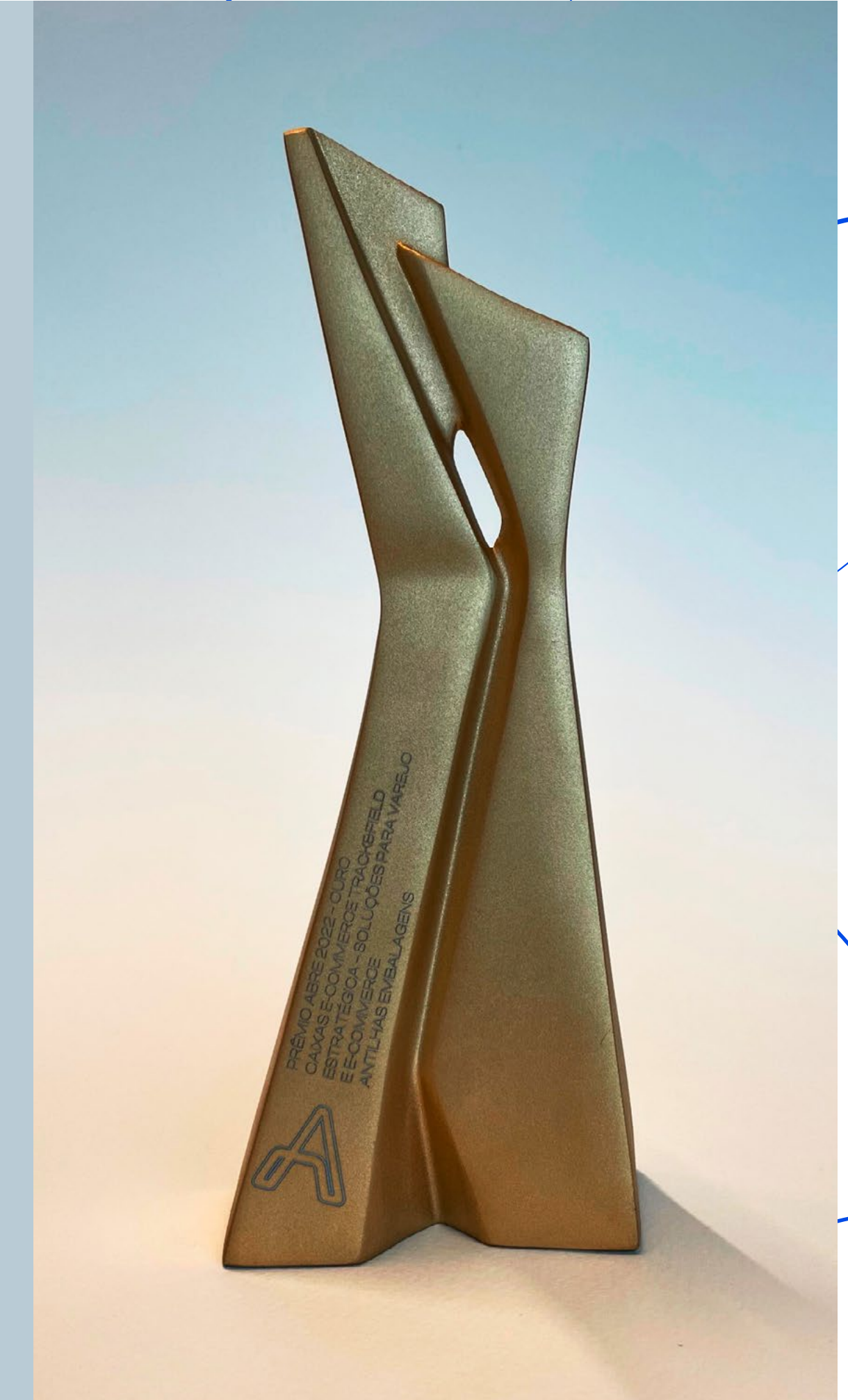


## Embalagens

Sabemos que o tema embalagens é relevante para o varejo. Pensando nisso e na busca pela redução do nosso impacto ambiental, desde 2021, trabalhamos na revisão de alguns modelos de embalagens que oferecemos aos nossos clientes.

Em nossas lojas, a partir do segundo semestre de 2022, fizemos o *roll out* das embalagens de papel para toda a rede, incluindo lojas próprias e franquias.

Já as embalagens do *e-commerce* foram repaginadas, considerando sua funcionalidade, resistência e redução da geração de resíduos. O novo modelo, inclusive, recebeu dois prêmios em 2022: o troféu Ouro do Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira, reconhecimento da Associação Brasileira de Embalagem (ABRE), considerada a maior premiação do setor no Brasil; e o Prêmio Grandes Cases de Embalagem 2022, na categoria Inovação.





# Track & Field

## Créditos

A colaboração e a parceria dos times da Track&Field foram essenciais para a elaboração deste primeiro Relatório Anual. Graças à dedicação de cada um dos colaboradores, pudemos compartilhar nossas conquistas, evoluções e desafios ao longo do ano de 2022. Muito obrigado!

### Coordenação

Time ESG T&F

### Conteúdo, design e consultoria

Walk4Good

### Fotografia

Acervo interno

### Asseguração limitada

Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes Ltda.

## Informações corporativas

Rua Dr. Eduardo Souza Aranha,  
nº 387 – 8º e 9º andares, Edifício  
Juscelino Plaza, Itaim Bibi, São Paulo  
(SP), CEP 04543-121

### Contato

[esg@tf.com.br](mailto:esg@tf.com.br)