



TRACK & FIELD®

Nossa trajetória ESG

APRESENTAÇÃO

Conectar as pessoas a um estilo de vida ativo e saudável. Essa frase, que sintetiza o propósito da Track&Field, ultrapassa a fronteira dos negócios e revela o impacto social que almejamos: uma população cada vez mais dinâmica, que tenha no movimento do corpo uma fonte de bem-estar. É para isso que trabalhamos todos os dias. Mas sabemos que os desafios de nossa sociedade exigem ir além.

À melhoria da qualidade de vida, precisamos agregar a conservação do planeta – sem o qual não há vida possível – e a construção de uma sociedade mais ética e igualitária, em que a prosperidade seja compartilhada por todas as pessoas. Embora desafiador, acreditamos que o desenvolvimento sustentável é possível, desde que haja engajamento e colaboração efetiva tanto de indivíduos quanto de organizações, como a nossa Companhia.

A partir dessa premissa, apresentamos, nas páginas a seguir, alguns destaques de nossa trajetória, desde a fundação da marca, em 1988, até os marcos

mais recentes, como a abertura de capital realizada em 2020. O objetivo é oferecer um retrato breve de nossas atividades, conquistas e desafios, especialmente sob a ótica da sustentabilidade, envolvendo aspectos relativos a governança, meio ambiente, responsabilidade social e desempenho operacional e financeiro.

Compartilhar essas informações com nossos stakeholders representa mais um passo importante na jornada transformacional vivenciada pela Track&Field, marcada por um aprendizado constante quanto às práticas que contribuem não apenas para que o negócio seja cada vez mais sustentável, mas especialmente para que a nossa marca contribua, de forma decisiva, para a construção de um futuro melhor. Inspirados em nossas crenças e valores, aceitamos o desafio de acelerar esse movimento, na certeza de que podemos nos superar, dia após dia. Vamos juntos, em frente.

Boa leitura!



FRED WAGNER
DIRETOR-PRESIDENTE

SUMÁRIO

**1. NOSSA
COMPANHIA**

4

**2. FOCO
NAS PESSOAS**

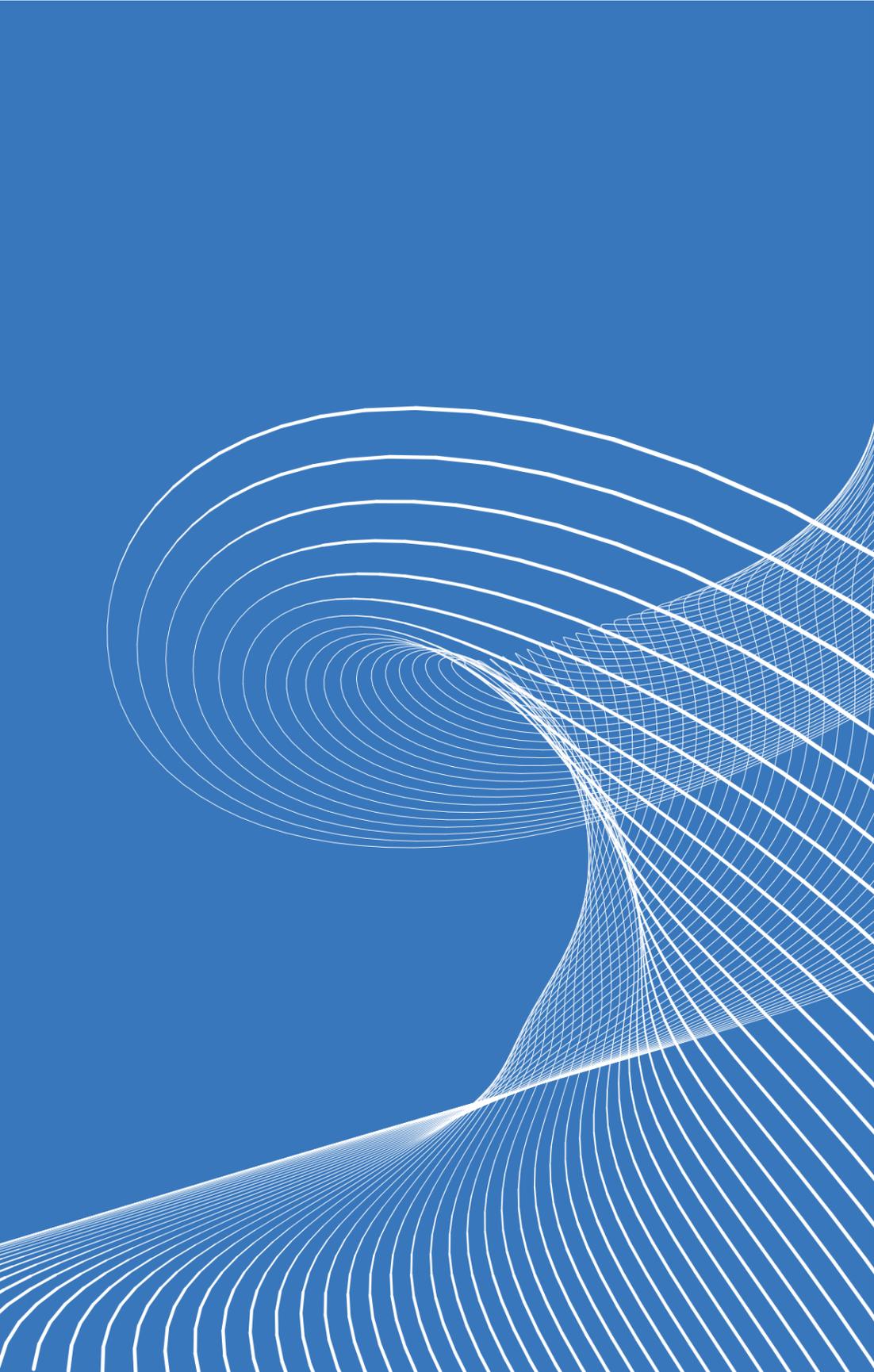
17

**3. RESPEITO AO
MEIO AMBIENTE**

32

**4. OLHAR
NO FUTURO**

34



NOSSA COMPANHIA

Criada em 1988, a Track&Field tem sede em São Paulo (SP) e figura como uma das companhias líderes no segmento de *wellness* (bem-estar) e de vestuário esportivo do Brasil. Com o propósito de conectar pessoas a um estilo de vida ativo e saudável, a marca mantém um portfólio de produtos que reúne moda esportiva e praia, coleções de fitness e *lifestyle*, além de calçados e acessórios, que têm na tecnologia e na qualidade seus principais diferenciais – mais de 80% do mix é composto por tecidos, estampas e cores exclusivas.

Presente em 25 estados do país, possui 2 Centros de Distribuição e 268 lojas – 31¹ próprias, 9 outlets e 228 franquias, distribuídas entre shoppings, lojas de rua, outlets, academias e aeroportos. A Companhia consolidou, ao longo de sua trajetória, um modelo de negócios altamente competitivo no varejo, combinando lojas próprias e franquias, além de uma operação e-commerce robusta e multicanal, que atende a todo o território nacional e reflete o acelerado processo de digitalização da marca – dedicado a ampliar, de forma relevante, seu mercado endereçável.

¹ E-commerce é considerado como uma loja própria.



Outro diferencial está no ecossistema de experiências da Track&Field, composto por eventos presenciais – como o maior circuito de corridas do continente – e aulas online, no âmbito do programa “Continue em Movimento”, de diversas modalidades como ginástica funcional, yoga, artes marciais, pilates e ballet fitness, entre outras. Ao final de junho de 2021, a plataforma TFSports, que concentra essas atividades, tinha cerca de 227,6 mil usuários cadastrados e 512 aulas realizadas.

O impacto positivo sobre os clientes reflete relações de valor construídas ao longo de toda a cadeia produtiva. Dos fornecedores aos franqueados, passando por 779 colaboradores diretos², compartilhamos do compromisso de oferecer produtos que se destaquem não somente pelo design diferenciado, mas também pelos atributos de qualidade, inovação, tecnologia e sustentabilidade que agregam. Esse compromisso orienta a busca por matérias-primas e processos produtivos com menor impacto ambiental, práticas sociais responsáveis e governança ancorada na ética e na integridade.

As lojas distribuídas por todo Brasil por meio de um eficiente sistema de franquias, tem na omnicanalidade uma grande força estratégica. Como suporte, o novo Centro de Distribuição da rede, mais tecnológico e com maior capacidade de armazenagem e logística, garante agilidade nas entregas das vendas online, que triplicaram desde 2020.

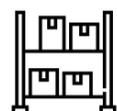
² Dado de 30.06.2021.



A T&F HOJE



1
SEDE ADMINISTRATIVA



2
CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO



268
LOJAS

228
FRANQUEADAS
31
PRÓPRIAS¹
9
OUTLETS



779
COLABORADORES DIRETOS

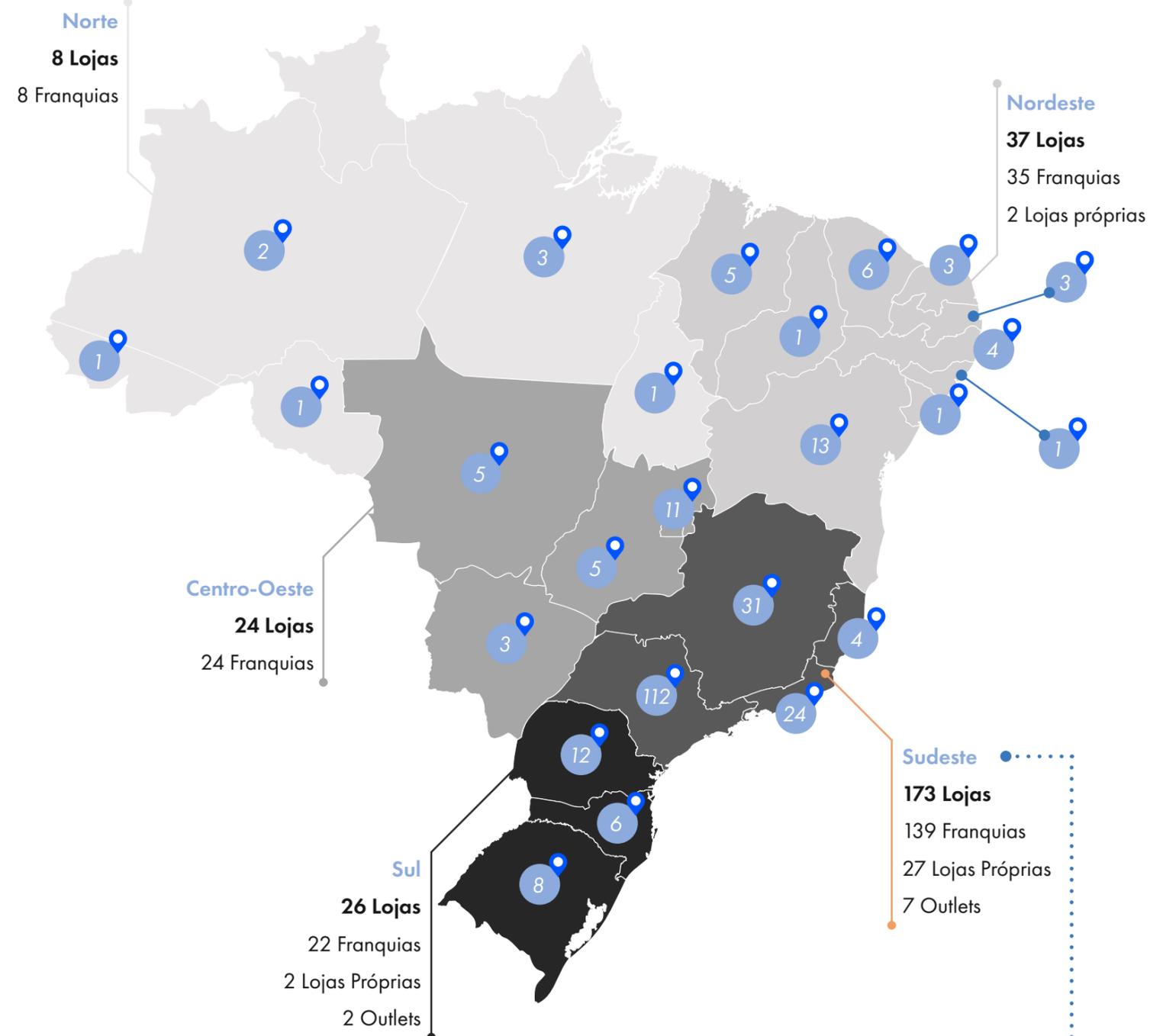


98
FORNECEDORES DIRETOS



R\$ 94,4
MILHÕES EM RECEITA LÍQUIDA NO 2T21

DISTRIBUIÇÃO DAS LOJAS PELO BRASIL



¹ E-commerce é considerado como uma loja própria.



NOSSA MISSÃO

O que queremos?

Conectar pessoas a um estilo de vida ativo e saudável.

NOSSA VISÃO

Por que existimos?

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

NOSSOS VALORES

Como fazemos?

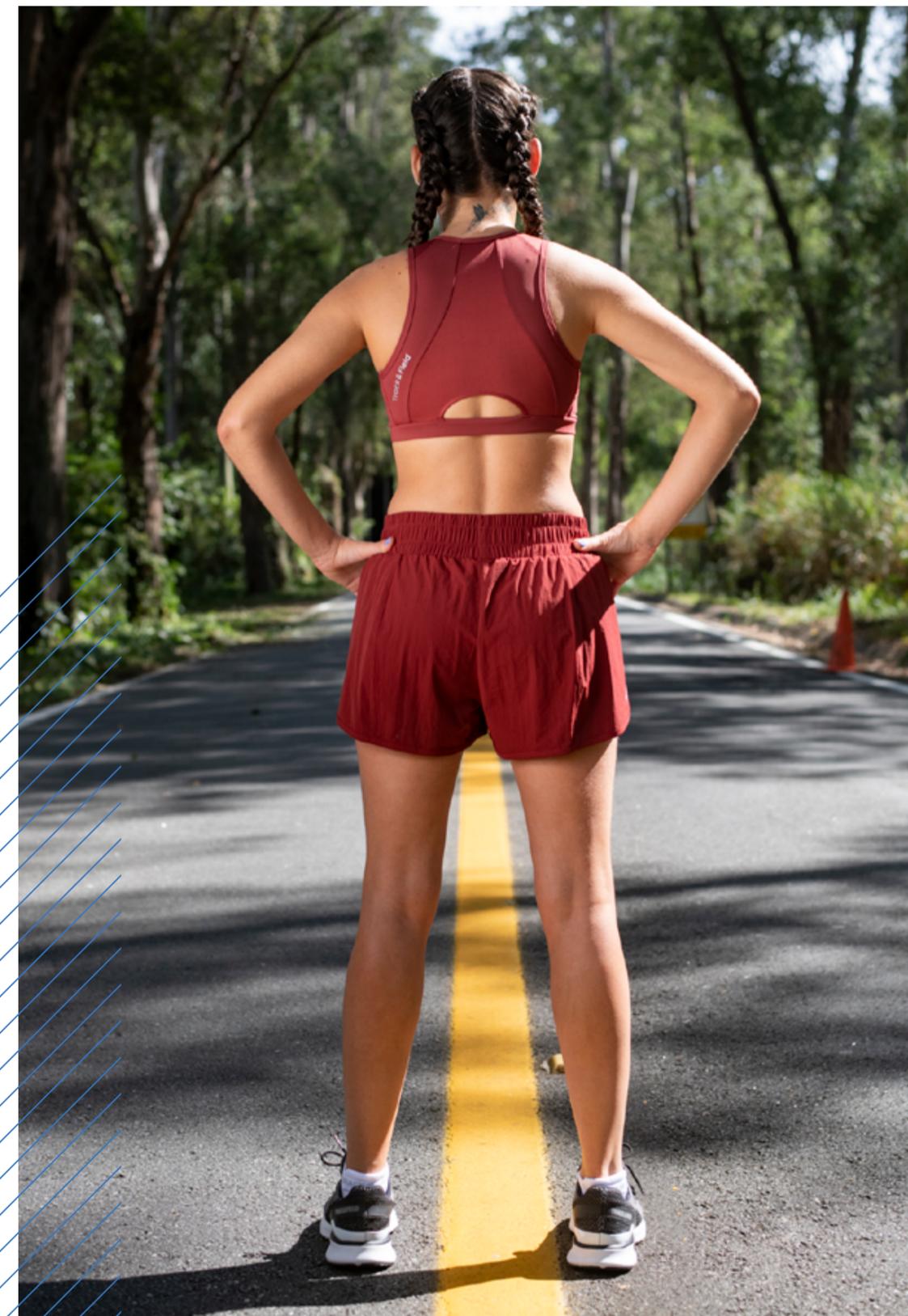
Com integridade, respeito, colaboração e cuidado com o negócio – tudo isso culmina em nosso sucesso com os clientes.

NOSSA TRAJETÓRIA

Era final dos anos 1980. Remodelado com o fim da Guerra Fria, o mundo caminhava a passos largos para a globalização, em um movimento que impactaria, nas décadas seguintes, a cultura e o modo de produção da sociedade – especialmente na cadeia de moda e vestuário. No Brasil, a indústria local buscava alternativas para resistir à instabilidade econômica, criando bases competitivas fundamentais ao período seguinte, marcado pela abertura comercial do país. A digitalização ainda tinha ares de tendência e redes sociais compunham o desenho de um futuro distante.

Em meio a esse cenário, nascia em São Paulo, no ano de 1988, a Track&Field, a partir do desejo de três amigos – Fred Wagner, Alberto Azevedo e Ricardo Rosset – de criar uma marca diferenciada

para atender o segmento esportivo. Uma proposta ousada diante de um mercado dominado por grandes empresas americanas e europeias, consolidadas internacionalmente. Ainda assim, viável, no entendimento dos empreendedores, especialmente por estar ancorada na brasilidade e na preocupação genuína com dois movimentos crescentes no mundo à época: o cuidado com o meio ambiente e o incentivo à prática esportiva – fundamental à promoção de uma vida saudável para as pessoas.



Com foco nessas duas frentes, os fundadores deram início à jornada da Companhia, firmando parcerias importantes com grandes players do setor têxtil – reconhecidos pela tecnologia empregada em seus materiais, que serviriam de base para os produtos inovadores da marca. Assim, a primeira loja da Track&Field foi inaugurada em 1990, na Zona Sul da capital paulista, representando a largada para uma trajetória vitoriosa no varejo, que contaria, nos anos seguintes, com a ampliação do portfólio de produtos – passando a incluir moda praia e *lifestyle* – e a expansão acelerada de filiais.

Após uma década dedicada à consolidação do negócio, com estratégia calcada na diferenciação dos

produtos pela qualidade e durabilidade – a Companhia intensificou, nos anos 2000, iniciativas que reforçavam seu compromisso ambiental, engajando-se em ações de conservação lideradas pela WWF-Brasil – organização sem fins lucrativos que já desenvolvia dezenas de projetos de preservação dos recursos naturais no país. A parceria resultou no lançamento da linha Ecosystem, em 2002, que tinha parte da receita de vendas revertida para causas ambientais. Inspirada nos esportes de aventura – como rafting, rapel e trilhas – a linha fez sucesso com camisetas de fios sintéticos e naturais, em cores diversas. Em outra frente, a Track&Field começava a explorar alternativas sustentáveis de matérias-primas, como PET reciclado agregado ao algodão.

AÇÃO SOCIAL

Além das causas relacionadas ao meio ambiente, a Track&Field se engajou em ações sociais importantes na virada do milênio. Em 1998, por exemplo, foi uma das pioneiras no apoio à campanha “O Câncer de Mama no Alvo da Moda”, lançada por Ralph Lauren nos Estados Unidos e trazida ao Brasil pelo Instituto Brasileiro de Combate ao Câncer (IBCC).

A Companhia lançou uma linha de produtos da campanha, para venda em suas lojas, com o objetivo de promover a conscientização e também arrecadar recursos para instituições que atendiam pacientes em tratamento.

Entre os eventos realizados para aumentar a visibilidade da causa, a Corrida e Caminhada Contra o Câncer de Mama, teve a Track&Field como parceira das primeiras edições.

Outro marco veio em 2004, quando foi lançada a T&F Run Series, que se tornaria um dos maiores eventos esportivos e colaborativos da América Latina. O sucesso das primeiras edições não deixou dúvida: ao proporcionar essa experiência, a Track&Field potencializava o incentivo à atividade física e, assim, impulsionava uma relação saudável e enriquecedora entre as pessoas e o esporte – premissa que norteia a realização dos eventos da marca até hoje. Ao final da década, essa relação ganhou um reforço de peso: a plataforma de e-commerce, que junto ao projeto de expansão das franquias – iniciado em 2011 – permitiria um salto em capilaridade e escala, atendendo a um número cada vez maior de clientes.

O crescimento é acompanhado pelo apoio contínuo aos eixos social e ambiental. No lado da produção, intensifica-se a busca por atributos ambientais dos produtos como o uso de estampa silk screen



sem água. Já no social, a Track&Field firma novas parcerias com organizações de terceiro setor, a exemplo do Instituto Guga Kuerten, Equilíbrio Social e Lar das Crianças.

Em 2018, tem início um novo ciclo transformacional, marcado pela transição dos fundadores – passando da Diretoria Executiva para o Conselho de Administração – e por projetos estruturantes de cultura, governança e estratégia corporativa. Esse movimento culminaria na abertura de capital da Companhia na B3, em 26 de outubro de 2020, tendo como principal objetivo captar recursos para investir em inovação e tecnologia, especialmente no aprimoramento da sua plataforma de *wellness* e na expansão física e digital do negócio.

Assim, a Track&Field chegou a 2021 fortalecida, atestando a solidez e a resiliência de seu modelo de negócios, apesar do contexto de incerteza vivenciado pela sociedade global em virtude da pandemia de Covid-19. O enfrentamento a esse cenário acelerou a busca da Companhia por soluções ágeis para manter a excelência no atendimento e a proximidade com os clientes, com destaque para o reforço da estratégia *omnichannel*. Como resultado, a convergência entre experiência virtual e física também tem permitido beneficiar franqueados, compartilhando a geração de valor.

TIMELINE

A empresa nasce em São Paulo (SP), a partir da iniciativa dos sócios de produzir camisetas, por encomenda, para algumas marcas de surfwear que operavam na época.

A inauguração de uma loja no Shopping Iguatemi, zona nobre da capital paulista, traz enorme visibilidade à marca, que começa a conquistar um público cativo. Com a projeção, outra loja é aberta, no Shopping Morumbi.

Novas unidades são abertas nos Shoppings Center Norte e Paulista, em São Paulo (SP).

A Companhia abraça a causa da WWF-Brasil e lança a linha Ecosystem, com parte da receita de vendas revertida para projetos de conservação ambiental.

Realizadas as primeiras edições da T&F Run Series e do Iron Man Brasil, dois dos maiores eventos esportivos e colaborativos da América Latina.



A abertura da primeira loja, no Shopping Jardim Sul – em São Paulo – faz com que o negócio se volte ao varejo, na área esportiva – segmento bastante conhecido dos fundadores, que praticavam corrida e triathlon.

A marca chega a outras regiões, com lojas inauguradas em Recife (PE), Curitiba (PR) e Campinas (SP).

A Track&Field inaugura duas lojas no Rio de Janeiro. A marca se engaja na campanha “O Câncer de Mama no Alvo da Moda”, promovido pelo Instituto Brasileiro de Combate ao Câncer (IBCC), lançando uma linha especial dedicada à sensibilização dos clientes e arrecadação de recursos para instituições que atendiam pacientes em tratamento.

Apoio ao Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias,, idealizado pelo apresentador Luciano Huck e dedicado a capacitar jovens de baixa renda em produção audiovisual. Uma linha de produtos relativa à ação é criada, com receita revertida para a instituição.



Lançamento da nova plataforma de e-commerce, expandindo a capilaridade da marca.

Track&Field atinge 100 lojas nos formatos rua, academia, aeroporto e shopping. No âmbito social inicia parceria com a ONG Arredondar, convidando os clientes a arredondarem o valor total da compra, doando os centavos do troco para o projeto.

Abertura da loja de número 200 e início da implementação da estrutura de governança e do novo planejamento estratégico. Parceria com a empresa Kornit digital, de Israel, para implementação de estampa digital em camisetas, sem utilização de água, contribuindo para a redução do consumo e poluição de corpos hídricos.

A Track&Field realizou com sucesso sua Oferta Pública Inicial de Ações (IPO), passando a ter suas ações negociadas na B3.

Em uma parceria com o eco resort Txai Itacaré, a Track&Field se engaja na proteção de tartarugas marinhas que desovam na Bahia.

Começa o projeto de franquias da Track&Field, com a seleção de franqueados experientes que se identificavam com a marca e a visão do negócio.

Criada a TF Sports, plataforma de inscrições e informações dos eventos esportivos e de experiências da Track&Field.

Início da jornada de transformação cultural da Companhia e criação do Comitê de Sustentabilidade, com o objetivo de avançar na agenda ESG.

A Companhia intensifica a multicanalidade de atendimento, investindo na digitalização, inaugura seu novo Centro de Distribuição (CD) em São Paulo (SP) e dá início à elaboração de sua materialidade, para definir os temas mais relevantes à sustentabilidade do negócio.

EVOLUÇÃO DA GOVERNANÇA

Ética e integridade fundamentam a conduta da Track&Field em relação à governança corporativa, fortalecida pelo processo de abertura de capital, ocorrido em 2020 (vide box). Comprometida com a evolução contínua de suas práticas nesse sentido, a Companhia tem orientado sua estrutura e diretrizes de gestão com foco na transparência da tomada de decisões. Ainda que esteja inserida no nível 2 da B3, em virtude da estrutura acionária, a Track&Field adota as práticas do Novo Mercado – segmento de listagem composto por companhias com regras societárias mais rigorosas, que ampliam os direitos de investidores minoritários.

Entre essas práticas, destacam-se:

- A disponibilidade de canais de comunicação variados, de modo a oferecer informações relevantes e atualizadas aos acionistas e ao mercado em geral;
- O acesso dos acionistas à Administração, seja por meio das Assembleias Gerais, de reuniões públicas ou da interação com a equipe de Relações com Investidores;
- A presença de membros independentes no Conselho de Administração;
- A atuação de órgãos deliberativos e de assessoramento, como o Comitê de Auditoria e os Comitês Temáticos – Estratégia e Inovação, Pessoas, Varejo e Sustentabilidade; e
- A aplicação de mecanismos de compliance rigorosos, a fim de assegurar a disseminação de preceitos éticos entre os colaboradores e demais stakeholders.

ABERTURA DE CAPITAL

Fundada como uma empresa de capital fechado, a Track&Field decidiu, estrategicamente, mudar sua estrutura societária em 2020, a fim de acelerar seu plano de investimentos – que inclui a expansão das lojas físicas e modernização das plataformas digitais de relacionamento com clientes.

O dia 26 de outubro de 2020 representou um marco na história da Companhia, com a abertura de capital na B3 - Brasil, Bolsa, Balcão. Atendendo a todos os requisitos técnicos, a estreia se deu no segmento de listagem classificado como Nível 2, oferecendo dois tipos de ações, ordinária e preferencial, inspirada no modelo do “supervoting stock”, bastante comum no mercado de capitais norte-americano.

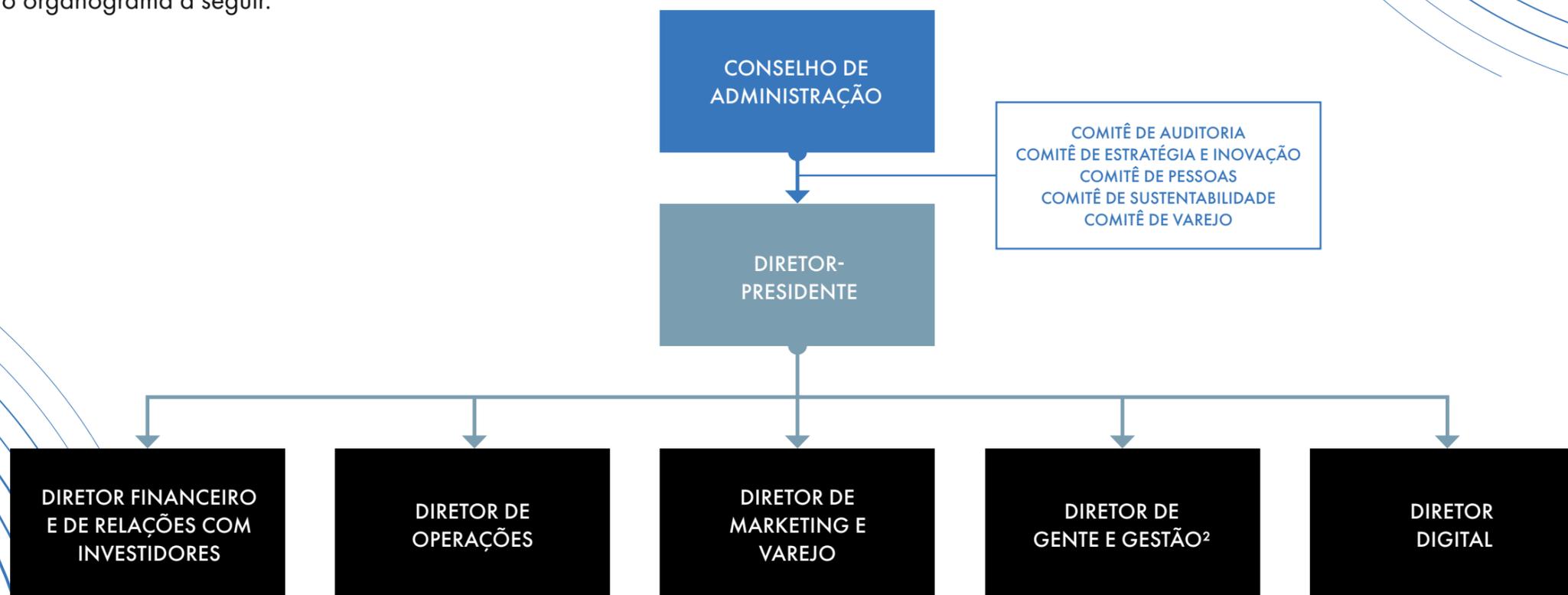
Assim, o Estatuto Social prevê que cada ação, ordinária ou preferencial, detém um voto em todas as deliberações da Assembleia Geral, porém as ações preferenciais detêm direito econômico 10 vezes maior que o concedido às ações ordinárias da Companhia.

A partir de 22 de fevereiro de 2020 a Companhia adotou a forma de Sociedade Anônima, de modo que a Assembleia Geral Ordinária (AGO) passou a representar a instância máxima decisória. Em caráter ordinário e obrigatório, a Assembleia Geral é realizada anualmente e permite a participação de todos os acionistas¹. A estrutura de governança se completa pela atuação do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva – conforme detalha o organograma a seguir.

¹ A primeira AGO foi realizada em 30.04.2021.

ESTRUTURA DA ADMINISTRAÇÃO

(EM 31.07.2021)



² Cargo acumulado pelo Diretor-Presidente a partir de maio de 2021.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O Conselho de Administração da Companhia é composto por, no mínimo cinco e, no máximo, sete membros efetivos – acionistas ou não – todos eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral. Os conselheiros são responsáveis por definir estratégias de longo prazo, avaliando os riscos e oportunidades envolvidos – o que inclui aspectos econômicos, sociais e ambientais. É também o órgão responsável pela eleição e destituição dos diretores, bem como por estabelecer as atribuições dos executivos. As reuniões ordinárias do Conselho são realizadas seis vezes por ano e, extraordinariamente, sempre que necessário.

Alinhada às melhores práticas de governança, a Track&Field contava, ao final de julho, com três conselheiros independentes – 50% do total. Em agosto de 2020, o Conselho de Administração passou a contar com o apoio do Comitê de Auditoria Estatutário, que tem por finalidade assessorar os conselheiros no monitoramento e controle das demonstrações financeiras, bem como no gerenciamento de riscos e no fortalecimento dos mecanismos de compliance.

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

(em 31.07.2021)

José Vicente Marino	Presidente (Independente)
Frederico Wagner	Conselheiro (Fundador)
Ricardo Rosset	Conselheiro (Fundador)
Alberto Dominguez Von Ihering Azevedo	Conselheiro (Fundador)
Gabriela Baumgart	Conselheira Independente
Mario Mello Freire Neto	Conselheiro Independente

DIRETORIA EXECUTIVA

A Diretoria Executiva da Track&Field é responsável por executar a estratégia da Companhia, orientada pelo Conselho de Administração, além de zelar pelo cumprimento das políticas e diretrizes organizacionais, em especial às voltadas para sustentabilidade e integridade, assim como resguardar o Estatuto Social e as disposições legais aplicáveis ao negócio.

Tanto a Diretoria Executiva quanto o Conselho de Administração podem ser apoiados por Comitês Temáticos, em caráter permanente ou temporário. Esses Comitês são formados por colaboradores de diferentes áreas e categorias funcionais, incluindo lideranças, que se dedicam à análise e à proposição de encaminhamentos para assuntos estratégicos. Ao final de junho de 2021, estavam consolidados os Comitês de Estratégia e Inovação, Sustentabilidade, Pessoas e Varejo.

COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA

(em 31.07.2021)

Membro	Cargo
Frederico Wagner	Diretor-Presidente e de Gente e Gestão
Fernando Queiroz Tracanella	Diretor Financeiro e de Relações com Investidores
	Diretor Interino de Operações
Cristiano Poloniato Pereira	Diretor de Marketing e Varejo
Luiz Carlos Franco Alves Junior	Diretor Digital



DIRETRIZES COMPARTILHADAS

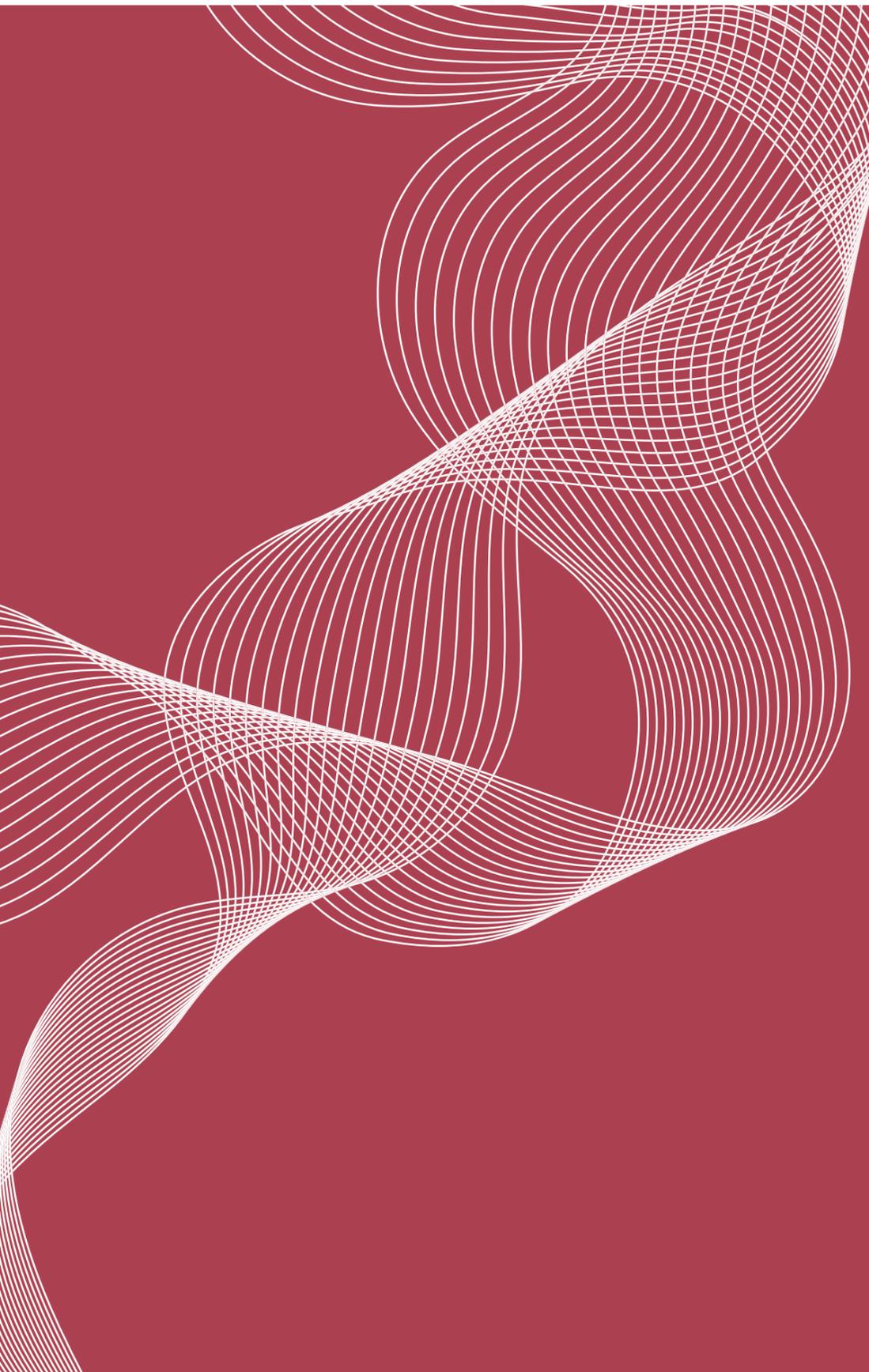
O compartilhamento de valores corporativos, bem como das premissas de ética e conduta, são compromissos assumidos pela Track&Field junto aos diferentes públicos com os quais se relaciona. Assim, a Companhia publica em seu website políticas e diretrizes, além do próprio Estatuto Social e de regimentos internos, que considera relevantes ao conhecimento de seus stakeholders.

Entre as principais diretrizes destaca-se o Código de Ética e Conduta, documento que reúne os fundamentos para orientar o comportamento corporativo e individual, especialmente de colaboradores próprios e terceiros, em relação ao tema.

GESTÃO DE RISCOS

Aspectos macroeconômicos, financeiros, operacionais, comerciais, sociais e ambientais integram o monitoramento de riscos e oportunidades da Track&Field, do qual derivam planos de ação específicos, focados em eliminar ou mitigar riscos e capturar oportunidades. Desde 2020, esse trabalho tem sido executado por diferentes áreas - como parte das atividades estruturantes - e os planos sugeridos, analisados e avaliados regularmente pelo Conselho de Administração.





FOCO NAS PESSOAS

Dedicada ao propósito de conectar as pessoas a um estilo de vida ativo e saudável, a Track&Field desenvolveu, ao longo de sua história, o que chamamos de ecossistema da marca, integrando dois eixos fundamentais: produtos e experiências. Assim, toda produção é orientada à oferta de artigos reconhecidos pela alta qualidade, caracterizada por durabilidade, conforto, design e tecnologia embarcada. As experiências, por sua vez, potencializam o relacionamento da marca junto a clientes e outros públicos, ao criar oportunidades de interação mais intensa e fomento de uma comunidade que inspira bons hábitos para promoção da saúde e do bem-estar.



IMPULSO AO BEM-ESTAR

Essa inspiração se mostra cada vez mais necessária à melhoria da qualidade de vida da sociedade. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), até 5 milhões de mortes poderiam ser evitadas, a cada ano, se a população em todo o mundo fosse mais ativa. Ao divulgar suas diretrizes mais recentes sobre o tema, em 2020, a OMS destacou estatísticas preocupantes: um em cada quatro adultos e quatro em cada cinco adolescentes não praticam atividade física suficiente para manutenção da saúde. Globalmente, estima-se que isso custe US\$ 54 bilhões em assistência médica direta e outros US\$ 14 bilhões em perda de produtividade. Ainda de acordo com a Organização, a atividade física regular é fundamental para prevenir e controlar doenças cardíacas, diabetes tipo 2 e câncer, bem como para reduzir os sintomas de depressão e ansiedade, reduzir o declínio cognitivo, melhorar a memória e exercitar a saúde do cérebro.

Na busca por contribuir com a melhoria desse cenário no Brasil, a Track&Field desenvolve uma série de produtos e experiências focados em estimular a prática de atividades que promovam a saúde física e mental.



CUIDADO COM O TIME

Paixão pelo que fazem e orgulho da marca são sentimentos comuns entre as pessoas que trabalham na Track&Field, empenhadas em multiplicar o impacto positivo da Companhia, por meio de produtos, processos e experiências que geram valor para todos os envolvidos. Por isso, assegurar que o time se mantenha saudável e satisfeito no trabalho constitui um compromisso essencial à sustentabilidade do negócio. Como reflexo desse compromisso, a Track&Field adotou medidas adicionais de ergonomia e segurança para os colaboradores alocados em seu novo Centro de Distribuição (TF LOG), que conta com:



Tapetes ergonômicos antifadiga nas etapas de check-in, check-out e controle de qualidade dos itens, como forma de auxiliar os colaboradores que trabalham muitas horas em pé;



Mesas de check-in e check-out e a instalação de prateleiras elétricas, de forma a evitar que os colaboradores carreguem peso, facilitando as movimentações e o acesso às ferramentas;



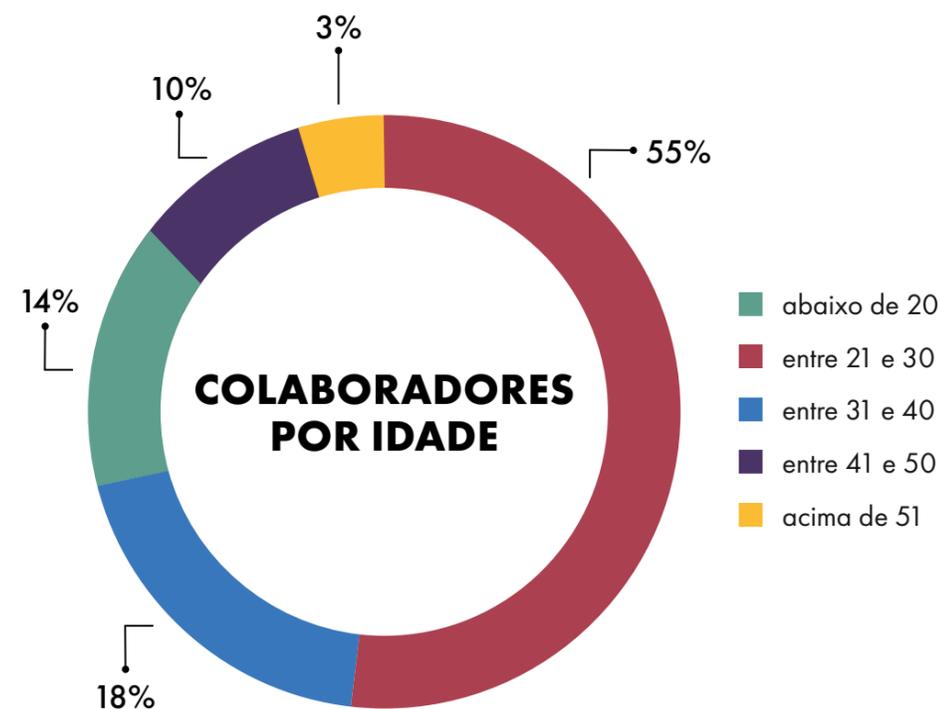
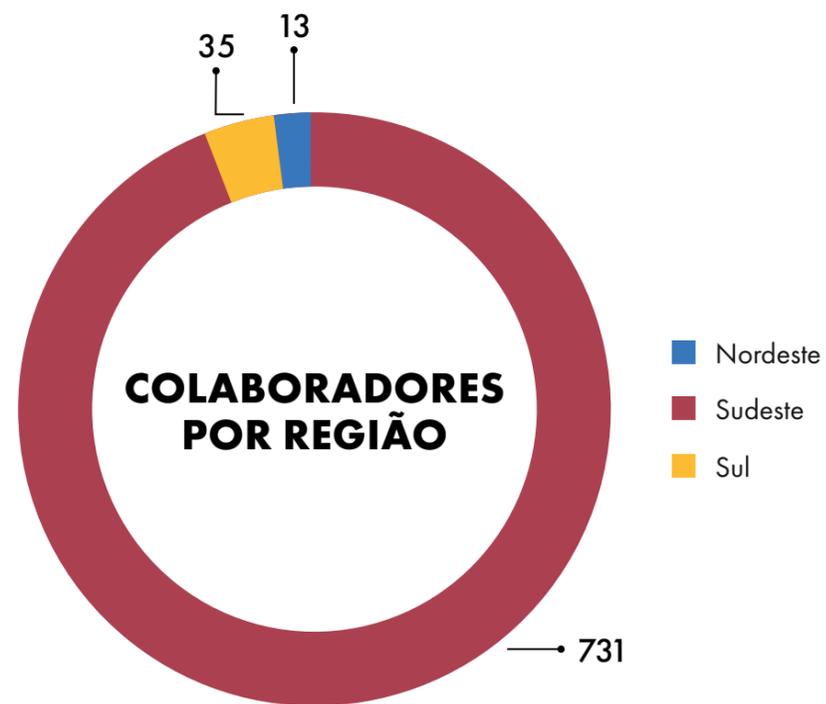
Sala de decompressão como um espaço para realização de pausas e lanches rápidos durante a jornada de trabalho.

PERFIL DOS COLABORADORES

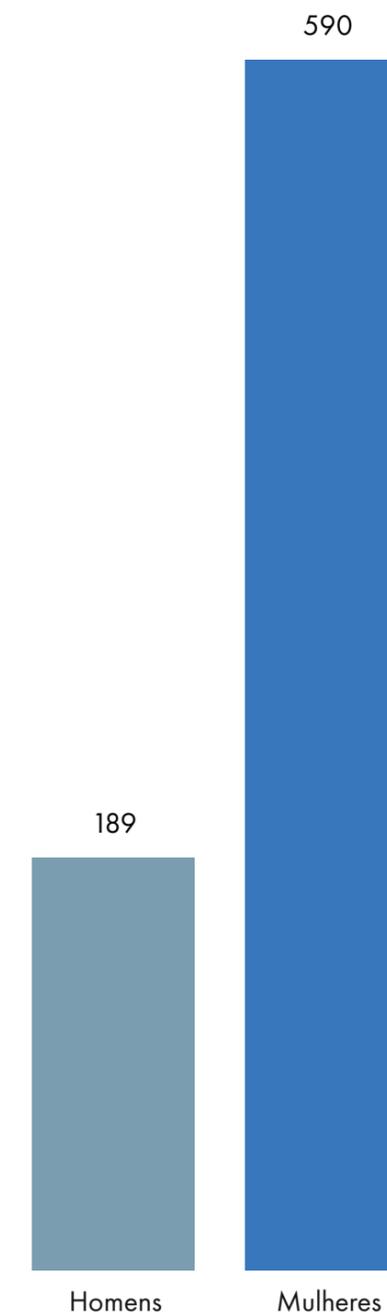
Ao final de junho de 2021, o quadro funcional da Track&Field era formado por 779 profissionais, que compartilham, no dia a dia, de uma cultura que preza pelo respeito, a colaboração e o cuidado em todas as atividades, a fim de superar as expectativas dos clientes.

COLABORADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL

Gerente	60
Supervisor	40
Especialista	19
Técnico	20
Administrativo	109
Operacional	499
Estagiário	16
Jovem Aprendiz	16
Total	779



COLABORADORES POR GÊNERO





T&F TRANSFORMA: UMA CULTURA EM TRANSIÇÃO

Como parte da jornada de transição vivenciada pela Companhia nos últimos anos, foi iniciado, em 2019, o Projeto T&F Transforma, que tem por objetivo apoiar a gestão da mudança, oferecendo ao time – especialmente às lideranças – as ferramentas necessárias para fortalecer a cultura corporativa e cocriar o futuro. Após uma primeira etapa dedicada à escuta dos colaboradores, por meio de uma pesquisa de clima, e à elaboração de diagnósticos, a Track&Field avançou para a Jornada de Transição efetiva, na qual vem sendo trabalhados temas estratégicos, com base no aprendizado coletivo. A expectativa é que, ao final do projeto, a Companhia tenha novos processos estruturados, atingindo a maturidade das práticas de gestão, bem como de rituais de cultura corporativa, para assegurar a sustentação dos resultados no longo prazo.

MODELO DE COMPETÊNCIAS

Anualmente os colaboradores passam por um ciclo de avaliação, baseado em competências conectadas aos valores da marca, como forma de apoiar o desenvolvimento de carreira e promover o alinhamento com a cultura da Companhia. São seis competências gerais para todos os níveis, somadas a duas competências específicas quando se trata da avaliação de liderança:

- **Praticar Nossa Cultura:** acreditar, praticar e disseminar os valores corporativos e princípios éticos da Track&Field, incorporando nossa cultura à ação/decisão;
- **Analisar Criticamente:** emitir opiniões baseadas em análises prévias, fundamentadas em fatos e dados, mantendo uma visão crítica, coerente e relevante;
- **Colaborar para o Resultado:** trabalhar junto com todos os stakeholders internos e externos, potencializando e reconhecendo as competências individuais e coletivas que viabilizam os resultados;

- **Atender Nosso Cliente:** compreender e atender as necessidades dos nossos clientes internos e externos, agregando com benefícios e soluções e, principalmente, praticando o espírito em servir;
- **Dialogar Constantemente:** comunicar em todos os níveis, facilitando a informação, o aprendizado e o feedback individual, estando acessível e escutando ativamente as pessoas;
- **Melhorar e Inovar:** melhorar e inovar em produtos, serviços, processos e práticas, desafiando o *status quo* da Organização para garantir a máxima qualidade em tudo que fazemos;
- **Liderar Pessoas (gestores):** atuar e compreender seu papel como um líder que desenvolve competências, influenciando pessoas e gerindo os processos de negócio;
- **Executar a Estratégia (gestores):** ter uma visão futura do negócio, inovando e entregando soluções alinhadas com a estratégia, ao mesmo tempo que a decodifica em todos os níveis.



PROGRAMA DE ESTÁGIO

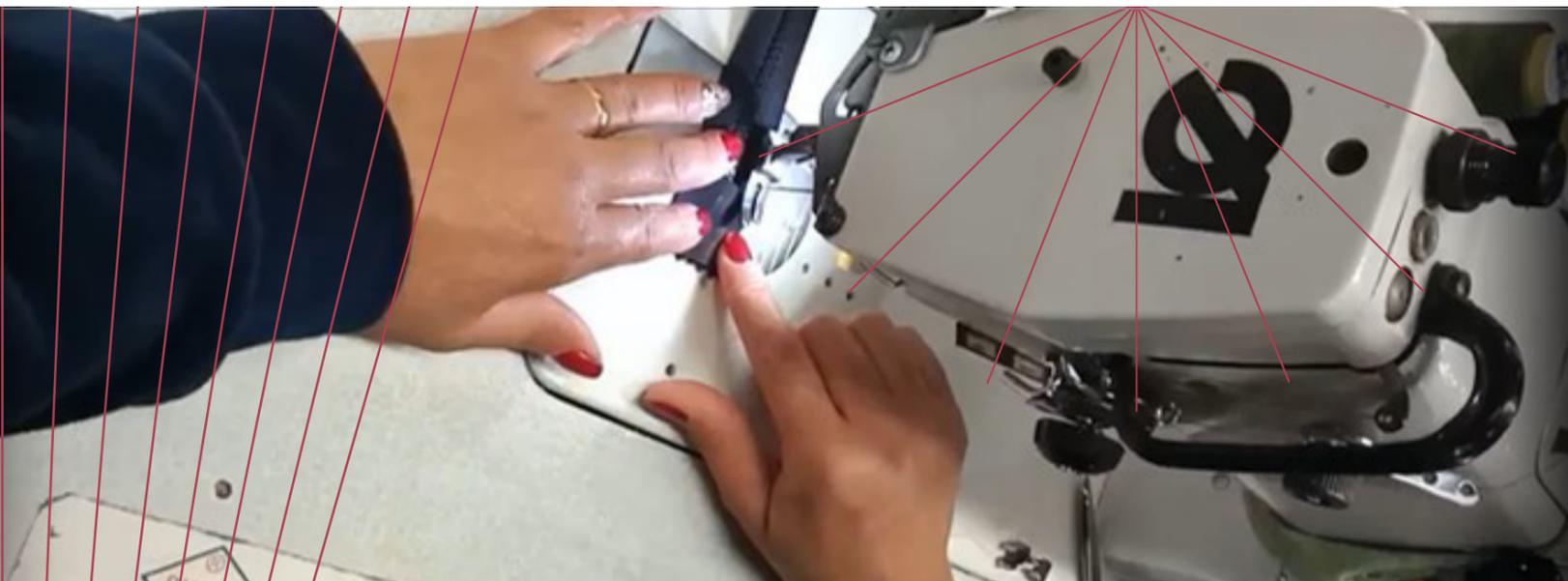
Um marco importante de 2021 foi o lançamento do primeiro Programa de Estágio da Track&Field, com o objetivo de atrair e desenvolver novos talentos e oferecer oportunidades de trabalho a estudantes – cursando a partir do 4º semestre de graduação. Ao todo, foram 5.980 inscritos no processo seletivo, no qual foram aprovados 14 candidatos para compor o time de estagiários da Companhia, que oferece uma trilha de desenvolvimento com conversas de acompanhamento, reuniões trimestrais sobre os aprendizados de cada período e apresentações de painéis temáticos. O Programa pode ter duração de até dois anos, com possibilidade de efetivação ao final, e busca contribuir para a formação de um profissional com perfil digital, empreendedor, criativo e de empoderamento.

COMUNICAÇÃO INTERNA

Como parte do cuidado com o nosso time, a Track&Field mantém diversos canais de comunicação com os colaboradores, lojas próprias e franqueados. Entre os destaques estão a intranet específica para cada público, com informações, novidades, diretrizes e documentos; a newsletter digital para comunicar fatos corporativos, parcerias, aniversários e dicas para colaboradores; comunicados sobre campanhas de maior impacto (prevenção à Covid-19, pesquisas internas, mudanças organizacionais, eventos internos); e grupos de WhatsApp para reforçar as comunicações com as lideranças de lojas e do corporativo. Todos esses canais aproximam e facilitam o diálogo da Track&Field com seus públicos.

DIVERSIDADE

Ciente de que a diversidade no ambiente de trabalho colabora para uma visão mais abrangente de riscos e oportunidades, gerando soluções inovadoras, a Track&Field vem se empenhando em cultivar uma cultura cada vez mais inclusiva. Conforme prevê seu Código de Ética e Conduta, não é admitido qualquer tipo de prática discriminatória em relação a origem, raça, crença, classe, gênero, cor, entre outras características. O respeito aos direitos humanos é assegurado a todos os indivíduos e a Companhia também está comprometida com a igualdade de oportunidades e o tratamento justo para todos.



UMA CADEIA VALOROSA

Cooperação e respeito mútuo formam a base do relacionamento da Track&Field com seus fornecedores. Desde o início de sua história, as parcerias firmadas ao longo da cadeia de suprimentos, com foco no desenvolvimento conjunto, têm se revelado um importante diferencial competitivo, na mesma medida em que reduz riscos operacionais, financeiros e socioambientais do negócio.

De forma geral, a cadeia da Track&Field envolve empresas produtoras de bens e prestadoras de serviço de diferentes regiões do país e, em alguns casos, do exterior. Comprometida com o desenvolvimento local, a Companhia busca contratar empresas brasileiras, preferencialmente próximas às suas unidades operacionais, sempre que possível.

Atenção especial é dispensada às facções de corte e costura – empresas do segmento industrial contratadas para produzir as peças das coleções da marca. Ao final do 1º semestre de 2021, integravam esse grupo de parceiros 16 empresas – algumas delas com os primeiros contratos firmados há mais de uma década. Nos últimos anos, a Track&Field tem se dedicado a aperfeiçoar a análise dessas prestadoras de serviço, investindo nos requisitos de contratação e no monitoramento quanto às práticas tributárias e trabalhistas das facções de corte e costura, oferecendo remuneração justa e compatível com os compromissos compartilhados.

De forma geral, antes de firmar contrato, as facções devem apresentar à Track&Field documentos que atestem o cumprimento de suas obrigações legais. Todos os documentos de apresentação obrigatória para a prestação ou fornecimento são descritos tanto no processo de negociação quanto nos contratos entre as partes, que também incluem cláusulas proibindo a utilização de trabalho infantil, forçado ou análogo ao escravo, bem como de práticas que caracterizem corrupção.

Durante o período do contrato, são realizadas avaliações periódicas, no formato de auditoria in loco, que consideram diversos parâmetros de conformidade, com especial atenção à regularidade da contratação de funcionários e às condições de trabalho oferecidas nas instalações – incluindo a análise de atendimento às normas de saúde e segurança. Ao longo de 2020, foram realizadas 40 visitas presenciais nos 13 fornecedores citados acima, em seis cidades do Brasil, que juntos somavam 410 empregados. Em 2021, o número de fornecedores das facções de costura aumentou para 16, somando aproximadamente 525 funcionários, e até o final do mês de junho, foram concluídas 28 visitas de auditoria. Como resultado desse trabalho, são emitidos relatórios de avaliação das contratadas e, caso o desempenho não apresente níveis satisfatórios em algum dos quesitos analisados, planos de ação são acordados com os fornecedores para ajustes. Quando não há evolução comprovada, o contrato pode ser rescindido.

FRANQUEADOS: AGENTES DA EXPANSÃO SUSTENTÁVEL

Para a Track&Field, os franqueados representam um eixo essencial à sustentabilidade do negócio, ao assumirem a missão de levar os produtos e experiências a um número cada vez maior de pessoas, zelando pelo atendimento especial aos clientes – que fortalece a reputação da marca. Por isso, o rigor na seleção desses parceiros está no centro da estratégia de expansão da Companhia, a fim de assegurar a identificação com o propósito e prover todo o suporte necessário à prosperidade da loja. Assim, cada franquia é concedida individualmente, com base em um longo processo de avaliação. No final do primeiro semestre de 2021, 85% das lojas da Track&Field eram franquias.



REQUISITOS DO FRANQUEADO



Comprometimento



Dedicação à operação T&F



Lidar e gerenciar pessoas



Identificação com esporte e bem-estar



Estabilidade financeira



Disponibilidade para investimento inicial

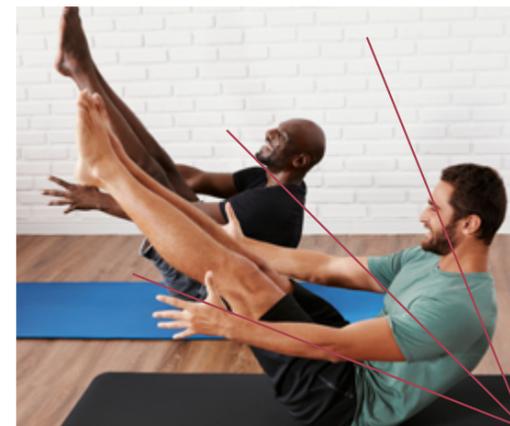
RELACIONAMENTO COM CLIENTES

Foco de todas as atividades da Track&Field, o relacionamento com clientes se estende do desenvolvimento de produtos – criados para demandas e preferências de grupos diversos – ao pós-venda, sempre orientado a proporcionar a melhor experiência possível na interação com a marca. Para isso, a Companhia vem investindo no modelo *omnichannel*, marcado pela convergência entre a experiência física – vivenciada nas lojas – e digital, com o reforço de seus canais de venda e atendimento em diferentes plataformas.

No contexto da pandemia, dada a redução de fluxo nas lojas, o processo de digitalização foi acelerado, a fim de fortalecer a estrutura de estoque e a inteligência da distribuição, ao mesmo tempo em que envolve e beneficia

os franqueados. Assim, foram desenvolvidos mecanismos que permitem o gerenciamento do estoque a partir não apenas dos Centros de Distribuição, mas também de centenas de lojas (tanto próprias quanto franquias) conectadas à plataforma de e-commerce. Além de assegurar a entrega dos produtos no menor tempo possível – visto que preferencialmente saem do estoque da loja mais próxima ao cliente – esse modelo garante aos franqueados expandir suas operações, ampliando a capilaridade da marca.

A digitalização inclui, ainda, a plataforma T&F Sports, que oferece aulas online de diferentes modalidades esportivas, conduzidas por profissionais especializados – tais como educadores físicos e fisioterapeutas.



ENGAJAMENTO COMUNITÁRIO

O engajamento social marca a trajetória da Track&Field, que desde sua fundação já apoiou dezenas de instituições, por meio de recursos próprios e incentivos fiscais. Os projetos e ações apoiados são dedicados a saúde, esportes, educação e inclusão social, entre outras causas. Desenvolvidos por parceiros com ampla experiência na condução de iniciativas sociais, os projetos apoiados beneficiaram milhares de pessoas, em diferentes regiões do país. A seguir, destacamos alguns dos mais recentes.



Educação pelo esporte – Escola de Atletismo de Paraty: Desenvolvido em Paraty (RJ), o projeto tem por objetivo democratizar o acesso à prática do atletismo, como mecanismo de inclusão social e educação de crianças e adolescentes matriculados em escolas públicas da região. Com foco em diferentes modalidades, são oferecidas atividades que colaboram para o desenvolvimento humano de forma integral – físico, psicológico e emocional.

Os treinos são realizados no contraturno escolar, duas vezes por semana, envolvendo turmas de até 50 alunos. A proposta de transformar vidas por meio da prática esportiva se conecta ao propósito da Track&Field, que passou a apoiar a Escola de Atletismo em 2021, por meio de investimento social privado.

Gerando Falcões: Organização social que atua dentro da estratégia de rede em periferias e favelas, com projetos focados em esporte e cultura para crianças e adolescentes, e em qualificação profissional para jovens e adultos. Além desses projetos, a organização desenvolve desde o início da pandemia, a campanha #CORONANOPARE-DÃO, que visa a arrecadação financeira para compra e distribuição de cestas básicas digitais, por meio de um cartão alimentação, às famílias em situação de vulnerabilidade social. A Track&Field apoiou a campanha no segundo trimestre de 2021, gerando resultados expressivos.

_Resultados da contribuição da Track&Field:

- 3 mil cestas básicas
- 500 famílias beneficiadas
- 2,5 mil pessoas atendidas



Hospital de Amor: Com mais de 58 anos de história, conta com dezenas de unidades de tratamento, prevenção, reabilitação e pesquisa, relacionadas à área oncológica, espalhadas pelo Brasil. A instituição recebe doações, especialmente, por meio de recursos incentivados a partir de mecanismos como Lei do Idoso, Fundo da Infância e da Adolescência e Lei de Incentivo à Cultura.

Grandes números (2019):

_Idosos:

- 22.573 pacientes acima de 60 anos atendidos
- 1.422.645 procedimentos
- 1.559 atendimentos no CIAP - Centro Integrado de Atendimento Psicológico
- 84.548 sessões de radioterapia
- 51.469 sessões de quimioterapia

_Crianças e adolescentes :

- 2.579 pacientes
- 28 transplantes de células hematopoiéticas
- 12.775 sessões de quimioterapia
- 63.512 atendimentos
- 29.200 consultas

_Desenvolvimento cultural:

- 178.512 beneficiários



LAR da Benção Divina: Uma instituição filantrópica que, desde 1956, atua nas comunidades em situação de vulnerabilidade ao entorno do Aeroporto de Congonhas, entre elas, a Coreia, Vila Inglesa, Buraco Quente e Vila Santa Catarina, beneficiando centenas de famílias. As atividades têm foco em educação, cultura e esportes.

_Impacto histórico:

- 2.060 crianças de 9 meses a 4 anos atendidas desde 1980.
- 1.500 crianças e adolescentes atendidos, desde 2003.
- 4.223.520 refeições servidas desde 1980.

Projeto Histórias que Contam Histórias: Tem como objetivo trabalhar a potencialidade das narrativas de literatura oral como uma ferramenta de aproximação, comunicação e expressão e sua relevância para o autoconhecimento e o desenvolvimento de competências e habilidades. É direcionado ao público em geral em espaços culturais e a profissionais da saúde em hospitais públicos e/ou filantrópicos.

_Números em destaque:

- 14 turmas: 10 em espaços culturais e quatro em hospitais
- 400 matriculados
- 767 inscritos
- 366 participantes
- 307 concluintes

Instituto Guga Kuerten: Criado pela família Kuerten em agosto de 2000, desenvolve projetos para atender anualmente crianças, adolescentes e pessoas com deficiência, em Santa Catarina. O Instituto mobiliza esforços para oferecer oportunidades educacionais, sociais e esportivas, além de apoiar, financeiramente e tecnicamente, projetos de organizações sociais que desenvolvem ações para a integração da pessoa com deficiência.

_Principais resultados:

- 100 mil pessoas atendidas desde o início das atividades
- 515 projetos desenvolvidos
- 190 municípios apoiados

Lar das Crianças da CIP: O Lar está situado na região sul de São Paulo há aproximadamente 67 anos e tornou-se parte da comunidade local, referência de assistência e educação no contraturno escolar. A atuação se dá junto às populações que habitam os bairros de Santo Amaro, Capão Redondo, Jardim Ângela, Parelheiros, Grajaú, Paraisópolis, Jardim São Luiz, entre outros. A Track&Field investe e apoia o desenvolvimento de atividades culturais para as crianças e jovens que frequentam o Lar como as oficinas de musicalização, ensino de violão, ateliê de artes plásticas, oficinas de corpo e movimento, além da mostra cultural, onde os beneficiários expõem os conteúdos aprendidos ao longo do ano.

_Principais números do Lar:

- 430 crianças e adolescentes atendidos
- 298.000 refeições servidas por ano
- 1.417 atendimentos psicológicos por ano
- 500 participantes em ações sociais



JORNADA DA EMPATIA

Em 2021 a Track&Field também apoiou a Jornada da Empatia, uma iniciativa que combina experiências de escuta, reflexão e atividades colaborativas e criativas. Com programação online, o evento tem como objetivo sensibilizar o público para o exercício da empatia como uma habilidade fundamental à vida social contemporânea. Um dos destaques, nesse sentido, será o Museu da Empatia, que apresentará 35 histórias sobre o tema, as quais poderão ser acessadas gratuitamente pelo público até o final de 2021.



ASA - Associação Santo Agostinho: Organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, que há 79 anos atende mais de 1,4 mil crianças, adolescentes e idosos em situação de vulnerabilidade social, na cidade de São Paulo (SP). A instituição tem como missão transformar ao educar e cuidar de crianças e adolescentes, acolher e promover o bem-estar de idosos, oferecendo oportunidades de desenvolvimento pessoal, com respeito e dignidade.

_Estrutura de atendimento:

- 5 Centros de Educação Infantil
- 5 Centros para crianças e adolescentes
- 1 Centro Dia de Convivência para Idosos



Instituto Esporte & Educação: Criado em março de 2001, desde o início se caracterizou por atuar em duas frentes: atendimento direto a crianças e adolescentes, em atividades esportivas e socioeducativas, e formação de professores e estagiários, com desenvolvimento de uma metodologia de esporte educacional. Com esse foco, o IEE implantou e coordena uma série de Núcleos em parceria com diversas entidades – escolas, associações comunitárias, prefeituras, Sesi e Sesc –, e inseridos em regiões e comunidades que apresentam baixo nível socioeconômico e alto índice de vulnerabilidade e falta de estrutura.

_Histórico de beneficiados:

- 717 mil crianças atendidas
- 48 mil professores formados
- 748 municípios atendidos



RESPEITO AO MEIO AMBIENTE

Como outros segmentos industriais, o setor têxtil tem evoluído na identificação e mitigação dos impactos causados por suas atividades ao meio ambiente, tais como o consumo de recursos naturais – especialmente água e energia –, a geração de resíduos e a emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE), entre outros aspectos. Comprometida com a conservação ambiental desde sua fundação, a Track&Field faz parte desse movimento e busca agregar, cada vez mais, atributos sustentáveis a seus produtos e processos, de forma preventiva e integrada.

Em relação à matéria-prima, a Companhia se empenha em assegurar a máxima rastreabilidade dos tecidos que utiliza. Destacam-se, nesse sentido, algumas linhas específicas, como as que utilizam poliamida antiviral e biodegradável, as quais possuem certificações de origem, atestadas pelo fornecedor. É o caso da maior parte das peças da linha praia, que utilizam o Amni Soul Eco®, primeiro fio de poliamida 6.6 totalmente biodegradável, o que permite que peças se decomponham rapidamente após o descarte em aterros sanitários, reduzindo o impacto ambiental – enquanto o fio é eliminado da natureza em cerca de três anos, em vez de décadas necessárias a outras fibras.

A sustentabilidade está no foco das inovações tecnológicas adotadas pela Track&Field. Exemplo disso é a estamperia digital, aplicada para reduzir o consumo de água envolvido na serigrafia. Assim, as camisetas utilizadas em alguns eventos são estampadas por meio de uma impressora digital, em um processo que dispensa totalmente o uso de água – sem necessidade de pré-tratamento, vapor ou lavagem.

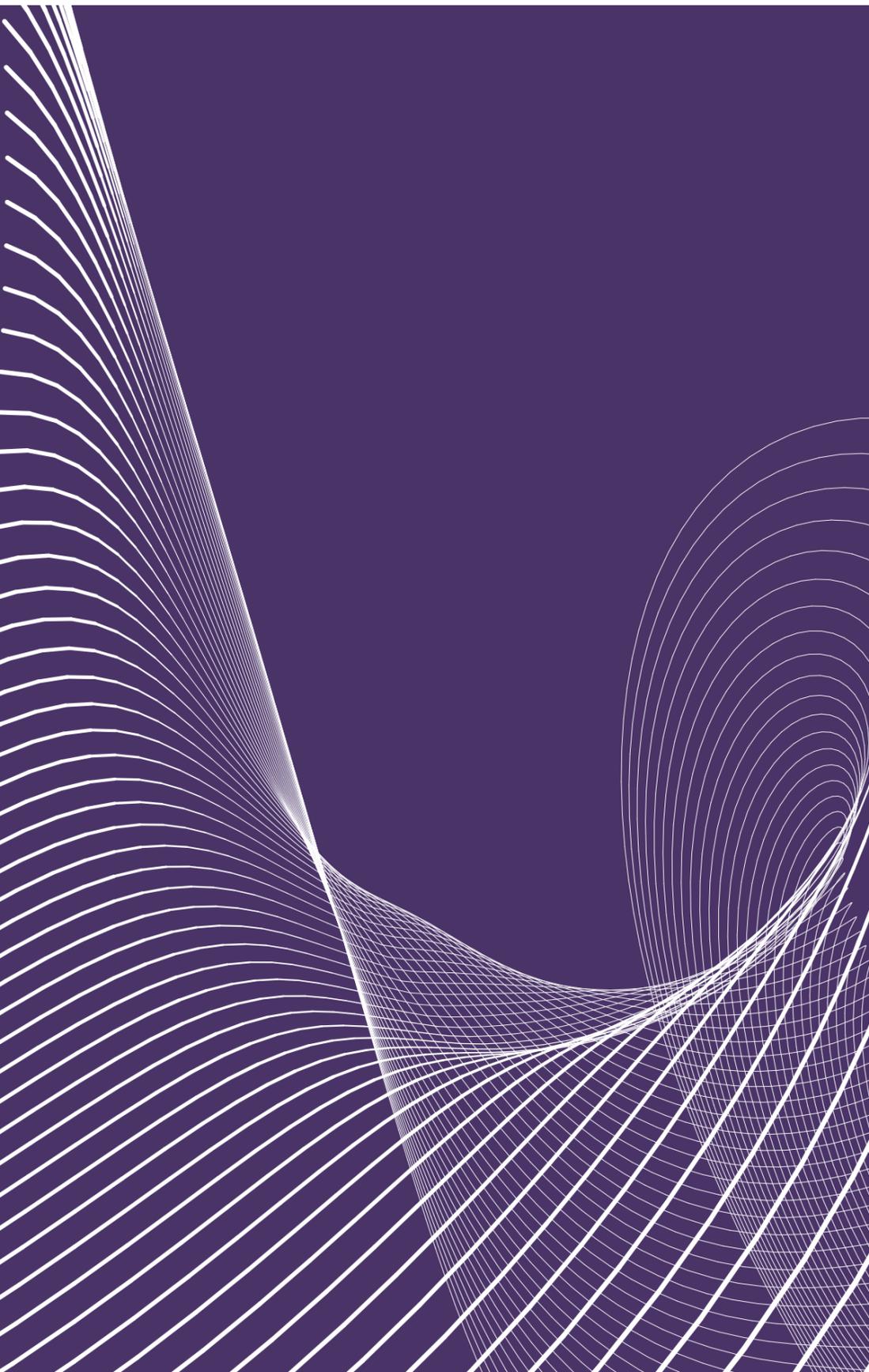
ALÉM DAS AÇÕES PARA REDUZIR O CONSUMO, A TRACK&FIELD SE ESFORÇA PARA ASSEGURAR A COLETA E DESTINAÇÃO ADEQUADA DOS RESÍDUOS RESULTANTES DAS PROVAS, COM A SEGREGAÇÃO DE ORGÂNICOS E RECICLÁVEIS.



EXPERIÊNCIAS MAIS SUSTENTÁVEIS

Além de agregar sustentabilidade a seus produtos e processos, a Track&Field também se preocupa em assegurar boas práticas ambientais nas experiências que promove em diferentes regiões do país. Exemplo disso está na busca contínua pela redução de resíduos gerados durante a realização de corridas de rua. Nos últimos anos, a Companhia intensificou o reuso de materiais de sinalização utilizados nas provas (como faixas, banners e lonas) e reduziu significativamente o uso de copos descartáveis. Além disso, redimensionou a oferta de água e alimentação aos participantes – visando evitar desperdício.

Como resultado, entre 2017 a 2020, foi conquistada uma redução significativa em diversos itens ofertados nas corridas. O uso de copos biodegradáveis de papel, por exemplo, adotados em corridas realizadas em 2019 e 2020 evitou a utilização de 2,8 toneladas de copos plásticos. Com o redimensionamento, a redução alcançada foi de 47% de bananas; 50% de maçã; 54% de copos de água; e 45% de lona (em m²).



OLHAR NO FUTURO

A Track&Field reconhece o valor da sustentabilidade para o fortalecimento de sua estratégia competitiva, que busca gerar valor compartilhado. Por isso, a Companhia possui uma área dedicada a ESG e deu início, em 2021, a um projeto que tem por objetivo identificar os aspectos socioambientais e de governança a serem priorizados no curto, médio e longo prazos. Esse processo passa por um estudo aprofundado do contexto no qual o negócio está inserido, incluindo a avaliação de referências globais e locais em sustentabilidade, bem como pela consulta a stakeholders para captar sua percepção acerca dos impactos, políticas e práticas da Track&Field.

Assim, a partir do cruzamento entre a perspectiva do negócio, o contexto de mercado e a expectativa dos públicos com os quais nos relacionamos, definiremos os temas materiais para a Companhia, ou seja, mais relevantes em ESG – sigla para o termo em inglês *Environmental, Social and Governance*. Esse processo também permitirá definir compromissos ESG para os próximos anos, bem como aprofundar na gestão e governança de indicadores, fortalecendo a atuação do Comitê de Sustentabilidade já existente. Também será possível conectar o potencial de contribuição da Track&Field aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Agenda 2030 proposta pela Organização das Nações Unidas (ONU).





TRACK & FIELD