



GRUPO SBF

# **2024** **RELATÓRIO DE** **SUSTENTABILIDADE**

# SUMÁRIO

## 01. INTRODUÇÃO

- 04. Sobre o Relatório
- 05. Mensagem da Presidência

## 02. O GRUPO SBF

- 09. Quem somos
- 12. Nossas Unidades de negócio
- 33. Inovação
- 35. Desempenho Financeiro
- 37. Materialidade

## 03. GOVERNANÇA CORPORATIVA

- 39. Estrutura de governança
- 46. Ética e transparência
- 48. Gestão de riscos

## 04. NOSSA GENTE

- 51. Colaboradores
- 54. Cultura Organizacional
- 56. Diversidade e Inclusão
- 59. Carreira
- 69. Saúde e Segurança do Trabalho (SST)
- 72. Cooperativa Ativa SBF

## 05. SOCIEDADE E NOSSAS COMUNIDADES

- 76. Apoio a projetos sociais

## 06. GESTÃO AMBIENTAL

- 85. Emissões atmosféricas
- 87. Gestão de energia
- 89. Gestão de resíduos
- 92. Cadeia logística
- 93. Gestão da cadeia de fornecimento

## 07. JOGANDO PELO FUTURO

- 95. Jogando pelo Futuro

## 08. ANEXOS

- 97. Índice de Conteúdo GRI Standards
- 106. Índice de Conteúdo SASB
- 109. Mapas de Capitais e Mapa de ODS
- 110. Créditos

# #SOMOSSBF

## 01. INTRODUÇÃO



# SOBRE O RELATÓRIO

GRI 2-2 | 2-3 | 2-14

Em nosso compromisso contínuo com a transparência e a responsabilidade corporativa, apresentamos o quinto Relatório de Sustentabilidade do Grupo SBF. Este documento detalha nosso desempenho econômico, social, ambiental e de governança (ESG) ao longo do ano de 2024, abrangendo o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro.

O Relatório de Sustentabilidade de 2024 foi aprovado pela Diretoria da Companhia e publicado em 14 de abril de 2025.

**As informações reportadas consideram todas as nossas operações, incluindo Centauro, FISIA e SBF Ventures.**

➤ Em caso de dúvidas e/ou sugestões sobre este relatório, entre em contato conosco pelo e-mail: [ri@gruposbf.com.br](mailto:ri@gruposbf.com.br)

## ORIENTAÇÕES DE LEITURA

Ao longo da redação usaremos "Grupo SBF" e "Companhia" para nos referir à Controladora, e "colaboradores" no que compete aos nossos funcionários. Na citação de empresas específicas serão utilizados os seus respectivos nomes, sendo eles: Centauro, Fisia e SBF Ventures (NWB, X3M, OneFan, FitDance e Studio 78).



## GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Os indicadores GRI auxiliam empresas ao redor do mundo no reporte de seus impactos, a partir de dados universais e materiais. Neste presente relatório, eles serão apresentados junto aos títulos na forma: GRI xxx-x.



## SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD

Os parâmetros SASB reportados neste documento estão atribuídos ao setor do varejo, do qual a Companhia faz parte. Nos trechos em que são apresentados, sua identificação será: SASB xx-xx-xxx.



## OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O estudo de materialidade realizado pelo Grupo SBF possibilitou a delimitação dos ODS prioritários em sua atuação. Ao longo da redação, eles serão referenciados no início de cada capítulo.



## RELATO INTEGRADO

O Relato Integrado é o documento que apresenta a geração de valor da Companhia com base em capitais essenciais. Saiba mais sobre o mapa dos capitais na [página 109](#).

# MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA

GRI 2-22

O ano de 2024 foi marcado por entregas consistentes e objetivos alcançados com êxito. Com faturamento recorde de R\$ 9,0 bilhões (CAGR de 23,0% de 2019 até 2024), ultrapassamos as metas desenhadas em nosso planejamento estratégico, e expandimos nosso lucro líquido ajustado (ex-IFRS) em 83,3% vs 2023, alcançando o marco histórico de R\$ 417,5 milhões no ano (CAGR de 22,6% de 2019 até 2024).

Além disso, encerramos o ano com margem bruta de 49,2%, crescimento de 2,0 pontos percentuais em relação ao ano anterior, e em linha com 2019 – reforçando nosso compromisso com a recomposição da margem bruta após períodos de remarcações mais agressivas no segundo semestre de 2023.

Em nosso plano estratégico iniciado no 2T23, rapidamente adaptamos a estrutura de custos, e aumentamos nossa eficiência operacional através da diluição de despesas. Mesmo com a superação das metas de 2024 e o consequente provisionamento de remuneração variável condizente com esse desempenho, registramos uma redução de 0,2 pontos percentuais no indicador de SG&A/ROL (ex-IFRS).

Dessa forma, alcançamos um EBITDA ajustado (ex-IFRS) de R\$ 772,4 milhões (margem de 10,8%), crescimento de 27,3% vs 2023, representando um CAGR de 20,0% de 2019 até 2024.

A alavancagem, um dos principais indicadores acompanhados ao longo do ano, recuou de 3,13x no segundo trimestre de 2023 para 1,19x ao final de 2023, atingindo 0,38x em dezembro de 2024 – patamar confortável e seguro, especialmente diante do cenário macroeconômico brasileiro. Dessa forma, reduzimos em 59,0% o endividamento da companhia - a dívida passou de R\$ 721,6 milhões em 2023 para R\$ 295,7 milhões em 2024.

Mantivemos uma gestão eficiente do capital de giro, uma de nossas frentes prioritárias, e registramos uma melhora de 8 dias no ciclo financeiro em relação ao ano anterior (-6,4%). Esse avanço reflete a otimização dos estoques, com destaque para a Fisica (181 dias em 2023 vs 168 dias em 2024), e a normalização da dinâmica de compras, principalmente na Fisica, impactando a linha de contas a pagar.

A Centauro entregou o melhor ano da sua história. Com faturamento recorde de R\$ 4,5 bilhões (+4,4% vs 2023), expandiu sua receita bruta em seus dois canais de atuação – as lojas cresceram 2,7% e o digital cresceu 11,0% vs 2023 – e atingiu sua maior margem bruta em um período de um ano (50,0%).

O ano de 2024 da Centauro foi marcado pela expansão da rentabilidade, com foco na maximização do lucro bruto por m2, e na eficiência operacional. A Centauro aprimorou a precificação dos produtos, ampliou a participação de itens de maior margem nos canais físico e digital, reduziu o aging de seus estoques e implementou iniciativas como a venda de combos e expansão da categoria de vestuário no digital. Além disso, a conversão de lojas para o formato G5, a implementação de um projeto com foco em visual merchandising em parceria com marcas estratégicas, e a realização de eventos esportivos, como o circuito de corridas "Centauro Desbrava", impulsionaram o engajamento dos clientes e o crescimento do lucro bruto.

A Fisia registrou receita bruta de R\$ 5,1 bilhões, crescimento de 0,4% vs 2023 e expansão de 5,6% de lucro bruto, levando sua margem bruta para 43,7% (vs 41,6% no ano anterior). Os canais DTC (Direto ao Consumidor) da Fisia apresentaram crescimento em linha com a expansão de margem, e em comparação com 2023, a receita das lojas (NVS e NDIS) cresceu 7,1% e a receita do canal digital expandiu 3,6%. Já o canal de atacado registrou decréscimo de 7,8% em seu faturamento, refletindo os ajustes na frente de estoques realizados no segundo semestre de 2023, porém com expansão de 0,5 pontos percentuais de margem bruta.

O ano de 2024 da Fisia foi marcado pela recomposição de preços e pela melhoria da rentabilidade em todos os canais, com uma expansão histórica da margem bruta. A Fisia reduziu estoques e markdowns, fortaleceu os canais DTC e aumentou a participação das vendas full price. Como parte do avanço na integração com o Grupo SBF, as lojas NVS passaram a ser abastecidas pelo centro de distribuição próprio, trazendo maior eficiência operacional. Além disso, a realização de ativações e eventos esportivos, como a Nike Run e lançamentos de produtos icônicos, reforçou o posicionamento da marca no mercado brasileiro. Como consequência, a Nike foi novamente reconhecida no prêmio Top of Mind da Folha de São Paulo em 2024, destacando sua relevância entre os consumidores.

A omnicanalidade é um pilar estratégico para a nossa empresa, e em 2024, demos passos importantes para fortalecer a integração entre os canais das nossas unidades de negócios. Através do projeto “Troca Tudo”, a Centauro se tornou 100% omnichannel, viabilizando a troca de todos os produtos comprados e-commerce (inclusive 3P) em todas suas lojas físicas. No quarto trimestre do ano, 50% das trocas de produtos do 3P (marketplace) foram realizadas nas lojas e 78% dos clientes que utilizaram o crédito na loja efetuaram compras com valor superior ao original. Já a Fisia, em dezembro, deu seus primeiros passos em direção à omnicanalidade. Iniciou um projeto piloto que permite a troca de produtos comprados no e-commerce em qualquer loja da Nike (NVS ou NDIS). Mesmo sem divulgação ativa, já no primeiro mês, 8% das trocas foram realizadas em loja, gerando aumento no ticket médio e melhoria no NPS em relação às trocas via Correios.

Em 2025, pretendemos realizar mais avanços na Fisia para que as operações das unidades de negócio do Grupo SBF sejam 100% integradas no futuro, permitindo assim que a Centauro e a Fisia se potencializem através das suas fortalezas.

Encerramos 2024 com avanços significativos em eficiência e rentabilidade, fortalecendo as bases para um crescimento sustentável. Seguimos focados na execução estratégica e na criação de valor para nossos stakeholders, consolidando nossa liderança no mercado esportivo por meio da melhoria contínua de nossa operação e do fortalecimento de parcerias estratégicas. Com disciplina e visão de longo prazo, avançaremos de forma consistente, garantindo uma empresa resiliente e preparada para capturar oportunidades futuras.

**A DIRETORIA**  
Grupo SBF





## 02. O GRUPO SBF

Capitais Relacionados



Objetivos Desenvolvimento Sustentável (ODS)



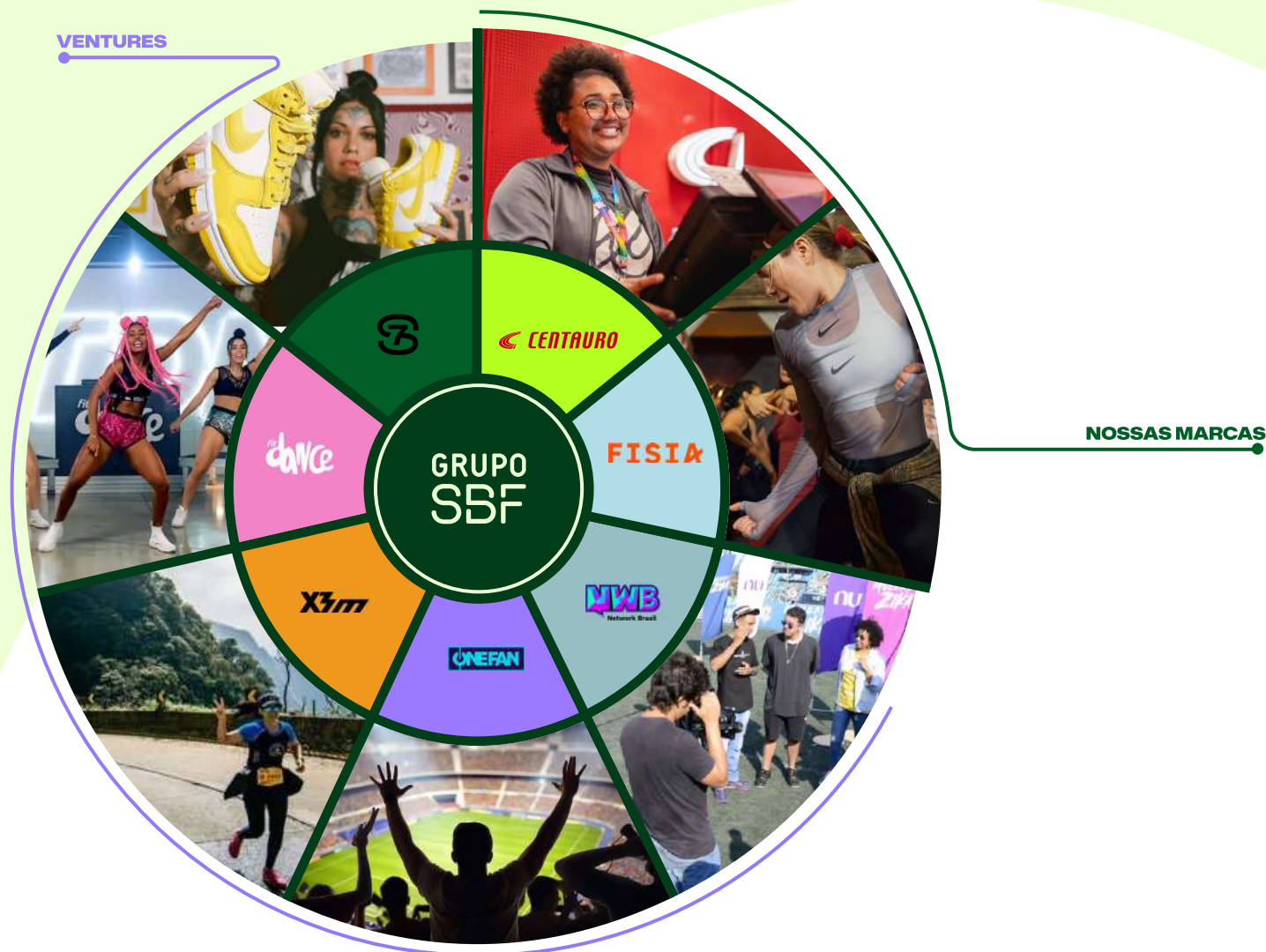


# QUEM SOMOS

GRI 2-1 | 2-6 | SASB CG-MR-000.A

Atualmente, somos compostos por três unidades de negócio: Centauro, Fisia e SBF Ventures - sendo essa última desenvolvida em 2021 para abrigar as frentes: NWB, FitDance, X3M, OneFan e Studio 78.

Oferecemos uma gama de experiências e serviços que acompanham os clientes em toda a sua jornada esportiva. Desde a escolha dos produtos até a prática de atividades físicas, estamos presentes em diversas etapas, garantindo conexão e engajamento.





**FUNDAÇÃO DA CENTAURO EM 1981  
(43 ANOS) E DISTRIBUIDORA OFICIAL  
DA NIKE NO BRASIL EM 2020**



**RESPONSÁVEL PELA VENDA DE  
APROXIMADAMENTE 70% DOS  
PRODUTOS NIKE NO BRASIL**



**273 LOJAS**  
CENTAURO E NIKE,  
TOTALIZANDO 282 M²



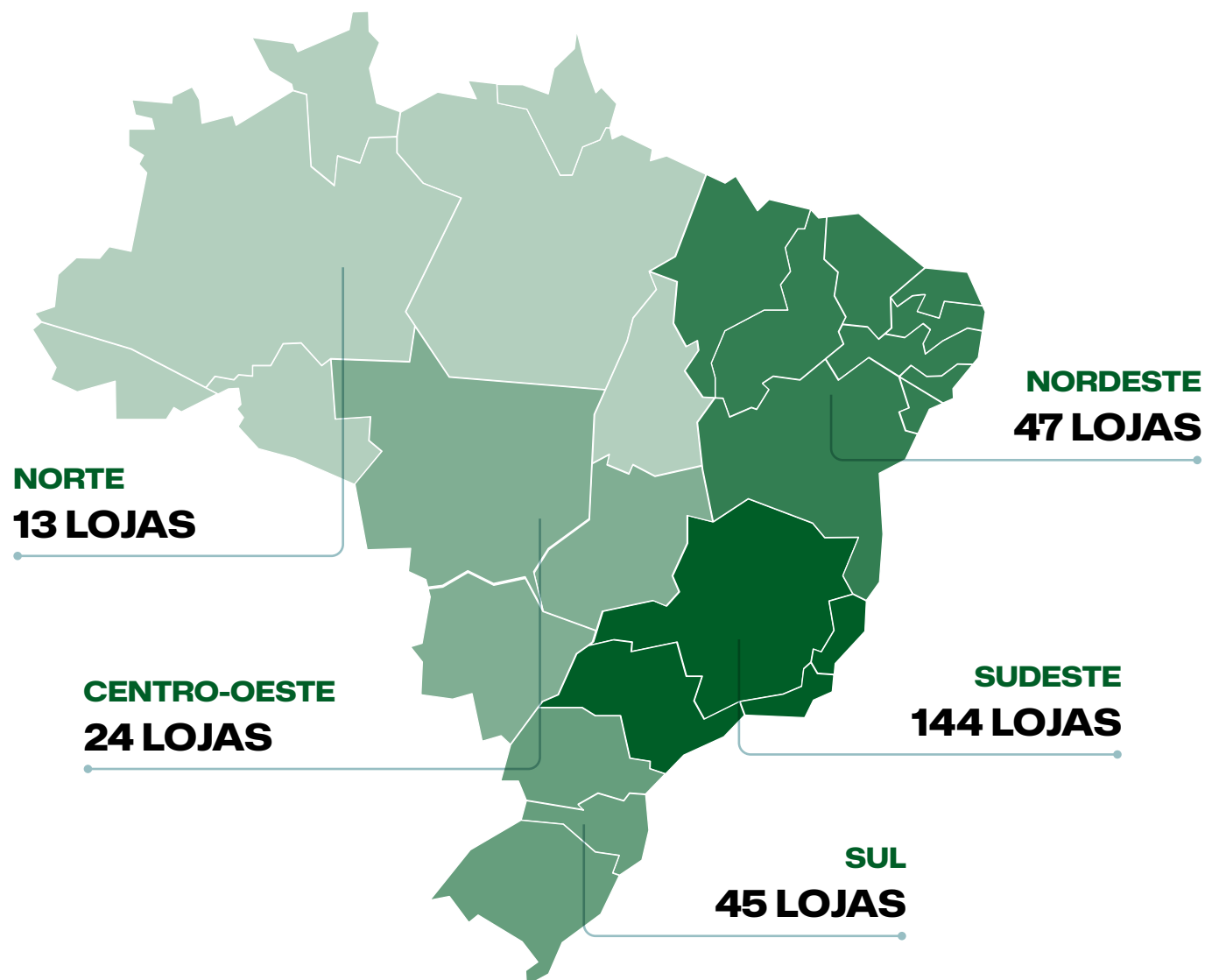
**PRESENTES EM  
25 ESTADOS + DF**



**4 CENTROS  
DE DISTRIBUIÇÃO**



**+ DE 9MIL  
COLABORADORES**



# GERAÇÃO DE VALOR EM 2024



## DESEMPENHO FINANCEIRO

Gestão eficiente dos recursos financeiros, que impulsiona a expansão do Grupo no mercado, contribui para a valorização das ações no período e reforça a geração consistente de valor.

- Receita bruta de **R\$ 9,0 BI** (aumento de 2,6 % vs. 2023)
- EBITDA (ex-IFRS) ajustado de **R\$ 772,4 M** (expansão de 2,1 p.p. vs. 2023 de margem EBITDA, sendo 8,7% em 2023 e 10,8% em 2024)
- Lucro líquido (ex-IFRS) ajustado de **R\$ 417,5 M** (aumento de 83,3% vs. 2023)



## GESTÃO AMBIENTAL

Implementação de práticas sustentáveis na operação para minimizar o impacto ambiental.

- **R\$ 192 MIL** de economia decorrente da **GERAÇÃO COMPARTILHADA DE ENERGIA**
- **+ DE 394 MIL** itens destinadas a logística reversa



## NOSSAS PESSOAS

Desenvolvimento dos colaboradores como um dos principais ativos, promovendo um ambiente de trabalho inclusivo e de alta performance.

- **100%** dos líderes treinados ao longo do ano
- **11 NOVOS TRAINEES** no programa Trainee SBF 2025
- Somos **GPTW PELO 3º ANO** consecutivo e avançamos 3 p.p no índice de favorabilidade



## NOSSA OPERAÇÃO

Otimização das operações, e integração das lojas físicas e plataformas digitais para melhorar a experiência do cliente.

- **1 ANO DA INAUGURAÇÃO** do CD próprio da Fisia em Extrema (MG)
- Abertura de **2 LOJAS NIKE** e **2 LOJAS CENTAURO**



## SOCIEDADE E NOSSAS COMUNIDADES

Participação ativa nas iniciativas sociais e esportivas que promovem o bem-estar, o desenvolvimento das comunidades e a transformação de vidas por meio do esporte.

- **+400** colaboradores envolvidos em ações de voluntariado
- **3.472** horas de voluntariado doadas



## INOVAÇÃO

Busca contínua por inovação que nos permite oferecer experiências diferenciadas aos nossos clientes.

- **7 MILHÕES DE DOWNLOADS** do aplicativo da Nike
- **+ DE 2 MILHÕES** de usuários ativos mensais no aplicativo da Centauro



# NOSSAS UNIDADES DE NEGÓCIO

O Grupo SBF opera por meio de unidades de negócio essenciais para fortalecer e expandir sua atuação no mercado esportivo, atendendo às diversas necessidades de seus públicos. Cada unidade apoia a estratégia corporativa, garantindo uma oferta cada vez mais precisa e relevante de produtos, serviços, conteúdos e experiências.



## CENTAURO

A Centauro mobiliza pessoas e transforma vidas por meio do esporte desde 1981. Atualmente, conta com mais de 227 lojas, sendo duas inauguradas em 2024. Presentes em todas as regiões do Brasil, além de uma forte presença digital, a Centauro oferece um portfólio diversificado de produtos voltados para diferentes modalidades esportivas.

A empresa possui marcas próprias e licenciadas, como Oxe, Nord, Adams e parcerias como a Asics, ampliando seu portfólio para atender diversas necessidades esportivas.

A Centauro teve o melhor desempenho de sua história em 2024, com faturamento recorde de R\$ 4,5 bilhões (+4,4% em relação a 2023). Houve crescimento nos dois canais de atuação: +2,7% nas lojas físicas e +11,0% no digital (em relação a 2023). A empresa também atingiu sua maior margem bruta anual, alcançando 50,0%.



**227 LOJAS**  
espalhadas pelo Brasil



Presente em  
**25 ESTADOS**  
brasileiros +  
Distrito Federal



Expansão dos  
canais digitais  
próprios e da  
**ESTRATÉGIA  
MULTICANAL**



**+ DE 5 MIL**  
colaboradores  
apaixonados pelo esporte

Também contamos com uma Arena Centauro na Avenida Paulista, nossa única loja fora de uma estrutura de shopping, onde os visitantes encontram uma agenda diária de aulas gratuitas de diversas modalidades, além de eventos que conectam as pessoas ao esporte, saiba mais na [página 82](#).

## CLIQUE E RETIRE

Em 2024, as modalidades "Pickup" e "Clique e Retire" continuaram evoluindo como uma parte da estratégia de vendas da Centauro, com um total de 1.325.665 itens retirados em lojas.

Os clientes do "Pickup" compram no site e retiram produtos disponíveis na loja, enquanto no "Clique e Retire" compram no site e recebem produtos enviados do centro de distribuição. A prática não só reduziu custos logísticos, ao diminuir a necessidade de entregas domiciliares, como também contribuiu para a redução das emissões de gases de efeito estufa, alinhando-se aos nossos objetivos de sustentabilidade.

Mantivemos o desconto de 10% para compras realizadas no dia da retirada, incentivando os clientes a adquirirem produtos adicionais nas lojas físicas.

## TROCA TUDO

A Centauro está sempre em busca de aprimorar a experiência do cliente e, em 2024, demos um passo significativo com a implementação do projeto "Troca Tudo" nas lojas.

Especialmente para produtos do marketplace (3P), desenvolvemos uma operação multidisciplinar que permite que os clientes troquem qualquer produto comprado online.

Agora, nossos clientes podem optar por levar um outro produto ou receber créditos para compras futuras no site ou em loja física. Essa iniciativa reduziu a taxa de pedidos de reembolso de produtos de 60% para apenas 3%, demonstrando nosso compromisso em oferecer soluções práticas e eficientes.

## APP CENTAURO

### Principais destaques de 2024:

- Lançamos uma nova página inicial com vitrines de produtos personalizadas e acesso a notificações de promoções exclusivas;
- Implementamos um novo sistema de checkout, proporcionando modernidade e agilidade na conclusão dos pedidos;
- Desenvolvemos um sistema de autenticação com padrões mais rigorosos, garantindo maior segurança para os usuários;
- Registramos um aumento de 56,81% no percentual de vendas do aplicativo em relação ao ano anterior;
- Alcançamos uma média de 2.336.085 usuários ativos mensais no ano.



**POR MEIO DA OMNISCANALIDADE, A CENTAURO PROPORCIONA UMA EXPERIÊNCIA DE COMPRA INTEGRADA E FLUIDA, NA QUAL O CLIENTE PODE COMPRAR DE ONDE ESTIVER E TROCAR ONDE QUISER, RESULTANDO EM MAIOR FIDELIZAÇÃO E CONVERSÃO.**

### **LOJAS FÍSICAS OPERAM COMO HUB PARA VENDAS FEITAS ONLINE**

Clique e Retire.

Envio Direto da Loja.

Encomenda Expressa.

**Trocas de compras online viabilizadas em 100% das lojas.**

### **MELHOR EXPERIÊNCIA DE COMPRA**

Todas as lojas e plataforma digital operando de forma 100% integrada desde 2019.

RFID<sup>1</sup> 100% implementado para abastecimento e inventários das lojas e CDs.

Clientes omnichannel (compram nos dois canais) apresentam maior frequência de compra.

<sup>1</sup> RFID (Radio Frequency Identification), ou Identificação por Radiofrequência, é uma tecnologia que utiliza ondas de rádio para capturar e armazenar dados em um dispositivo chamado de tag ou etiqueta RFID.

<sup>2</sup> 3P, ou Terceira Parte, refere-se à colaboração com parceiros externos para ampliar a oferta de produtos e serviços, como trocas e entregas em lojas físicas, melhorando a conveniência e experiência do cliente em um ambiente omnichannel.





## MELHORIAS DO AMBIENTE DE TRABALHO

Em 2024, iniciamos um processo abrangente de melhorias nas áreas internas das lojas. Identificamos a necessidade de espaços mais confortáveis para nossos colaboradores durante os intervalos e, adquirimos novos equipamentos e móveis para garantir um ambiente de trabalho acolhedor e eficiente.

Disponibilizamos notebooks para 100% dos Gerentes de Loja e adquirimos mais celulares e coletores<sup>1</sup>, além de substituir computadores desktops das lojas. Essas melhorias foram fundamentais para aumentar o nível de engajamento e satisfação do nosso time e agilizar o atendimento aos clientes.

## APRIMORAMENTO DA GESTÃO DO TIME DE VENDAS

Com o objetivo de potencializar a performance de nossos vendedores, introduzimos a ferramenta Vendex em nossas lojas. Esse recurso nos permite monitorar de perto o desempenho de cada vendedor, analisar dados detalhados e fornecer feedbacks mais precisos.

A ferramenta nos oferece informações sobre a conversão por vendedor, ticket médio e em quais etapas das vendas ocorrem as maiores perdas de clientes.

Além disso, implementamos um novo modelo de remuneração que comissiona os vendedores por todas as vendas da loja, desde que incluam um calçado. Como resultado, conseguimos aumentar o número de itens por cliente (IPC) de 2 para 2,2, gerando quase R\$ 100 milhões em receita adicional.

## EXPANSÃO E REFORMAS DE LOJAS

**Neste ano, fortalecemos nossa presença no mercado com a inauguração de duas novas lojas: Shopping Plaza Sul, em São Paulo e Shopping Vale Sul, em São José dos Campos (SP).**

Em paralelo, também realizamos reformas em duas lojas, localizadas no Shopping Higienópolis e no Shopping Morumbi, em São Paulo, modernizando nossas instalações para melhor atender às necessidades dos consumidores e proporcionar um ambiente de compra mais agradável e funcional.

<sup>1</sup> Dispositivos móveis usados para ler códigos de barras, consultar preços e estoques, realizar inventários e controlar movimentações de produtos.



## DOE GOLS

O Doe Gols é uma iniciativa social inspiradora promovida pelo SporTV em colaboração com a Centauro e a organização Play for a Cause. O projeto tem como objetivo converter gols marcados em doações de calçados para projetos sociais, beneficiando diversas comunidades em todo o Brasil.

## Como Funciona?

### Gols Convertidos em Doações:

Para cada gol marcado na Série A dos Campeonatos Brasileiros masculino e feminino, três pares de tênis são doados.

### Contribuição dos Torcedores:

Os torcedores também podem participar realizando doações diretas no [doegols.globo.com](https://doegols.globo.com). A cada R\$ 52,50 arrecadados, um par de tênis é doado.

## Ações em 2024

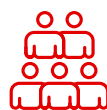
- Doações através dos gols nos Brasileirões Masculino e Feminino;
- Doações através de dois eventos realizados no Shopping Morumbi (SP) e no Barra Shopping Sul (RS);
- Doações através dos gols do Jogo das Estrelas 2024;
- Doações através dos gols da Supercopa Desimpedidos 2024.



Até a 30ª rodada do Brasileirão, foram marcados **690 GOLS** no campeonato masculino e **390** no feminino



Em 2024, **46.088 PARES** de calçados foram doados



**35 ORGANIZAÇÕES** beneficiadas presentes em **13** estados



## CENTAURO DESBRAVA

O circuito de corridas Centauro Desbrava foi um grande destaque de 2024, marcando nosso retorno ao cenário de corridas de rua.

Com dez etapas realizadas em 2024, as corridas percorreram nove cidades do Brasil potencializando a jornada do corredor. O Desbrava é organizado pela X3M (investida do Grupo SBF) e contou com parceria da Nike como a marca oficial da corrida.

A iniciativa é profundamente conectada ao ecossistema da Centauro, com retirada dos kits e treinos pré-corrida realizadas nas lojas, criando uma sinergia entre a experiência de compra e a prática esportiva.

A expansão planejada para 2025 prevê atingir novas localidades, consolidando ainda mais a presença da Centauro no cenário esportivo nacional. Veja mais destaques:

## 10 PROVAS DE CORRIDA DE RUA PELO BRASIL

São José dos Campos, Fortaleza, São Paulo, Recife, Salvador, Belo Horizonte, Balneário, Rio de Janeiro (com duas etapas) e Goiânia.

### 3 PILARES DO PROJETO

- 1. Percursos Inéditos:** Introdução de trajetos únicos para corridas de rua no Brasil;
- 2. Kit Atleta:** Parceria com a Nike para oferecer camisetas exclusivas e diversas opções de kits acessíveis;
- 3. Comunidade e Descontos:** Treinos gratuitos promovidos pela Centauro com desconto em produtos para participantes; 30% OFF em produtos Nike no momento da retirada de kit; Benefícios exclusivos no Spoint que valem pontos convertíveis em compras na Centauro.

### RESULTADOS

**+ DE 49%** de aumento médio na receita de lojas participantes nos dias de retirada de kit;

**+ DE 53%** em incremento na venda nas lojas físicas durante os momentos de retirada de kit, associado ao uso do cupom de 30% OFF Nike.

**O CENTAURO DESBRAVA LEVOU A CORRIDA DE RUA A NOVE CIDADES DO PAÍS E CONTOU COM + 15 MIL PARTICIPANTES**





## FISIA

A Fisia é a distribuidora oficial e exclusiva da Nike no Brasil, responsável por garantir que os consumidores tenham acesso a maior e melhor experiência de compra e uso de produtos esportivos da marca.

Em 2023, a Fisia reforçou sua infraestrutura logística com a inauguração de seu primeiro Centro de Distribuição próprio. Esse movimento estratégico, aliado à implantação do aplicativo Nike, facilitou uma operação mais eficiente e ágil, melhorando significativamente a experiência do consumidor.

Além disso, a expansão da rede de lojas, com a abertura de dois novos pontos de venda em 2024, contribuiu para aumentar a visibilidade e disponibilidade dos produtos Nike pelo país.

Essas ações impulsionaram as vendas, resultando em uma receita líquida de R\$ 4,05 bilhões em 2024, um aumento de 0,4% em relação ao ano anterior.

Um dos avanços da capacidade de omnicanalidade neste ano foi a implementação de um projeto que permite a troca de produtos comprados no e-commerce em qualquer loja da Nike (NVS ou NDIS).

Mesmo sem divulgação ativa, já no primeiro mês, 8% das trocas foram realizadas em loja, gerando aumento no ticket médio e melhoria no NPS em relação às trocas via Correios.

O ano de 2024 da Fisia foi marcado pela recomposição de preços e pela melhoria da rentabilidade em todos os canais, com uma expansão histórica da margem bruta.

### RECONHECIMENTOS FISIA 2024

- Vencedora na categoria “TOP do TOP”, no Top Of Mind da Folha de São Paulo;
- Finalista nas categorias “Marcas Que São a Cara do Rio” e “Artigos Esportivos”, no prêmio Marcas dos Cariocas, do Jornal o Globo;
- Vencedora na categoria “Líder em respeito ao consumidor no segmento ARTIGOS ESPORTIVOS em 2024”, no Prêmio Empresas que Mais Respeitam o Consumidor, do Grupo Padrão;
- Vencedora na categoria “Top do Top”, pelo Anuário do Ceará do Jornal O POVO;
- Vencedora na categoria “Top of Mind”, pela Revista Recall de Marcas A Gazeta 2024.



1 ano do lançamento do  
**APLICATIVO NIKE**



Nike como marca  
**TOP OF MIND**  
no Brasil pela 13ª vez<sup>1</sup>



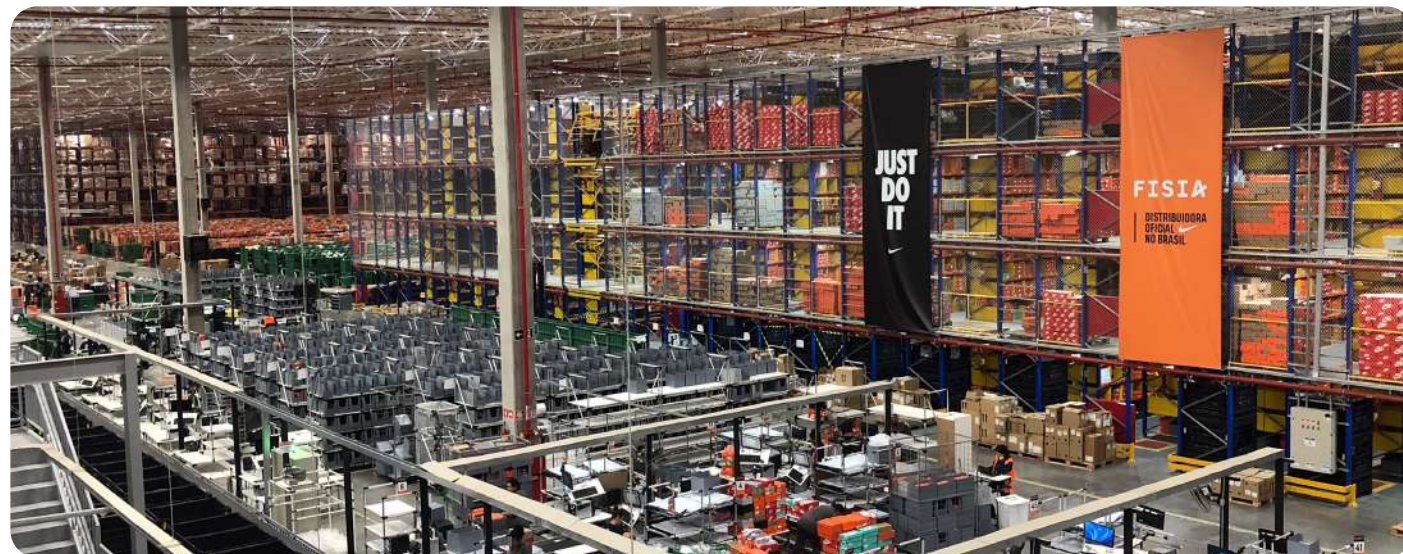
Abertura de  
**2 NOVAS LOJAS**  
Nike no Brasil em 2024

<sup>1</sup> Fonte: Folha de S.Paulo – Top of Mind 2024.

## APLICATIVO NIKE

O aplicativo da Nike, lançado há um ano, é um dos principais canais de vendas, com acesso antecipado aos lançamentos, promoções e conteúdos exclusivos, proporcionando uma experiência de compra superior aos usuários. Os principais destaques de 2024 foram:

- Implantamos um novo sistema de checkout que trouxe modernidade e rapidez ao processo de finalização de compras;
- Criamos a primeira estrutura de jornada personalizada no aplicativo com a Página Inicial Inteligente, organizando o conteúdo da página inicial do usuário conforme suas preferências definidas nas configurações iniciais;
- Aprimoramos o sistema de precificação de produtos para reduzir o tempo de atualização de preços no aplicativo, garantindo uma pesquisa de produtos mais eficiente e confiável;
- Registramos um aumento no percentual de vendas de 52,33% em relação ao ano anterior;
- Mantivemos uma média de 1.467.990 usuários ativos mensais.



## CD FISIA

Em 2024, completamos um ano da inauguração das operações do Centro de Distribuição (CD) da Fisia, em Extrema, Minas Gerais - estrategicamente planejado para otimizar e acelerar a logística de entrega de pedidos da Companhia. Com uma área de 37 mil m².

O foco principal neste ano foi a eficiência operacional e a redução de custos, ao invés do aumento do volume de entregas.

## BLACK FRIDAY 2024

Em preparação para a Black Friday, a Fisia instalou um sistema de classificação automática de pedidos, marcando o início da automação em suas operações. Essa iniciativa além de melhorar a eficiência durante picos de demanda, superou recordes de faturamento, com 106.000 itens processados em um único dia.

## NOVAS LOJAS

Em 2024, a Nike ampliou sua presença no Brasil com a inauguração de duas novas lojas. A nova loja do Shopping Rio Sul, no Rio de Janeiro, marcou a chegada do formato NDIS na zona sul da cidade.

A NDIS (Nike Direct Inline Store) é dedicada à venda de coleções completas e produtos de coleções atuais, reforçando a representatividade da marca no mercado.

A Fisia também inaugurou a NVS Outlet Premium Imigrantes, em São Paulo, ampliando a oferta de produtos em um dos principais outlets do estado.

## ATUAÇÃO NOS ESPORTES

Em 2024, a atuação nos esportes da Fisia focou em três principais frentes de performance, com o objetivo de estreitar a relação com o nosso público: corrida, futebol e fitness, com um foco especial em mulheres.

### CORRIDA: NIKE SÃO PAULO RUN

Com o objetivo de reforçar o pioneirismo da Nike e a conexão da marca com a categoria de corrida, foi realizada em julho a Nike Run em São Paulo,



um evento inovador que transformou o mercado de corrida. Com quatro percursos saindo de diferentes zonas da cidade de São Paulo e com distâncias variadas (5 km, 10 km, 15 km e 21 km), a corrida finalizou em uma única linha de chegada na Praça Charles Miller, em frente ao Estádio do Pacaembu.

Além da prova, organizamos na Bienal do Parque Ibirapuera um evento especial para a retirada dos

kits, oferecendo uma série de experiências imersivas, palestras inspiradoras e ativações de parceiros para os mais de 13 mil inscritos.

Para que todos pudessem se preparar da melhor maneira para o dia da prova, também oferecemos, semanalmente, sessões de treinos de corrida gratuitas para os corredores, realizadas em diferentes pontos da cidade, inclusive saindo de lojas da Nike e da Centauro.



## FUTEBOL: CORINTHIANS E A JORNADA DE COMBATE AO RACISMO

Ao longo do ano, nos unimos ao Sport Club Corinthians Paulista para promover iniciativas de combate ao racismo a partir do lançamento das novas camisas da temporada. A iniciativa contou com a parceria do Observatório da Discriminação Racial do Futebol (ODRF), que liderou sessões de letramento racial para funcionários e atletas das categorias de base e profissional.

Também em parceria com o ODRF, foi criada a cartilha “Combatendo o Racismo no Futebol” que visa sensibilizar os torcedores sobre o impacto do racismo no esporte.

Outra iniciativa de impacto, potencializada pela campanha com o Corinthians, foi a ampliação do nosso programa de bolsas de estudo universitário, realizado em parceria com o CIEE (Centro de Integração Empresa-Escola).

Já no final de agosto, lançamos a terceira camisa do time inspirada nas mulheres negras do Corinthians, reforçando o compromisso do clube e da marca com a luta antirracista, dentro e fora de campo.

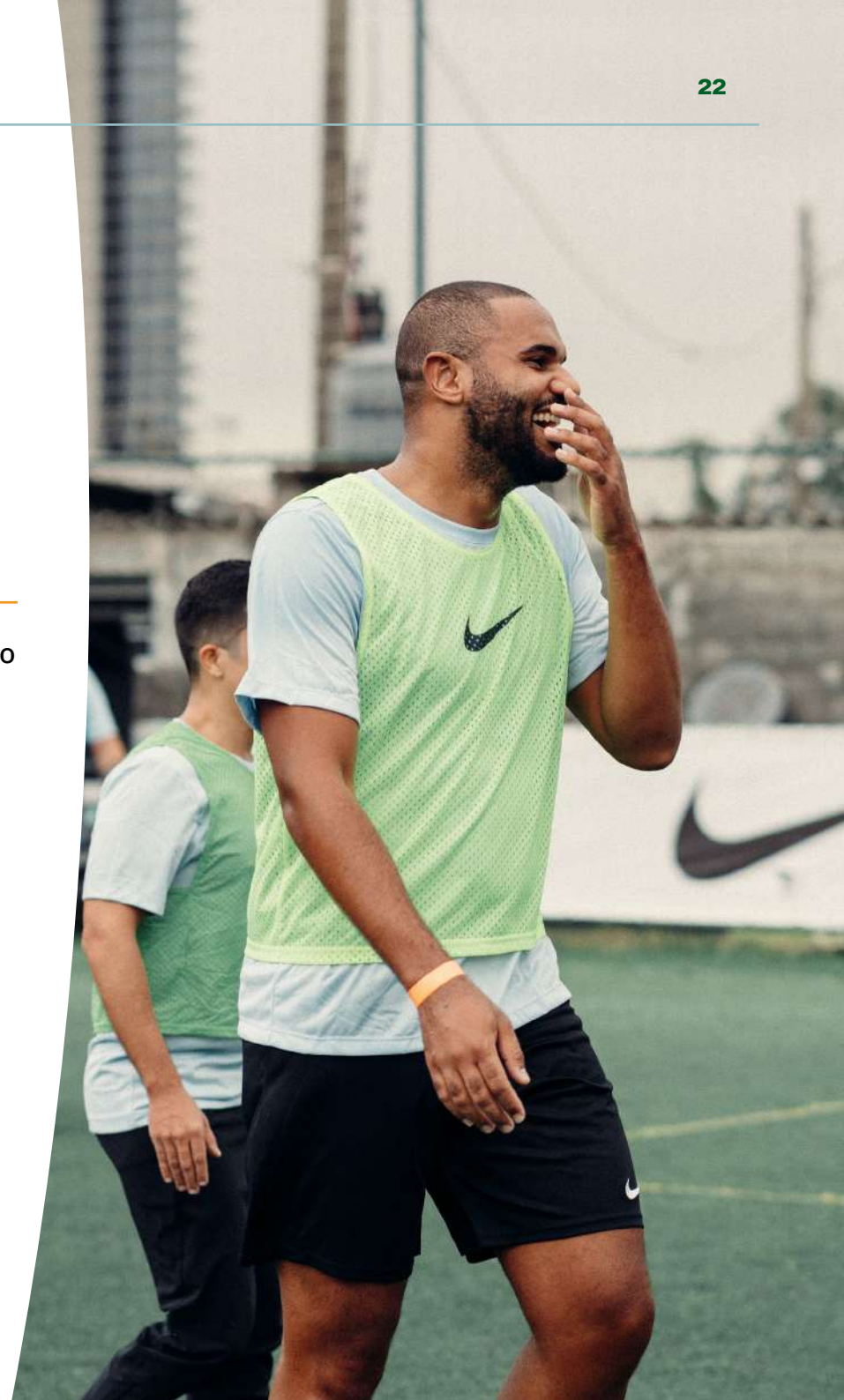
**40 mil** cartilhas antirracistas distribuídas para os torcedores em jogos do time masculino e feminino do Corinthians

**21** novas bolsas de estudo universitário destinadas a jovens negros

➤ Saiba mais na seção de "Apoio a Projetos Sociais na [página 76](#).

## FUTEBOL: NOVOS UNIFORMES DA SELEÇÃO BRASILEIRA

Esse ano também lançamos os novos uniformes da Seleção Brasileira, inspirados na rica cultura e na natureza do país. Essas camisas foram utilizadas tanto pelas equipes masculina quanto feminina ao longo do ano, destacando nossa busca constante pela inovação.



## SBF VENTURES

Acreditamos no poder transformador do esporte e na capacidade de conectar pessoas a essa paixão universal. Foi com esse espírito que, em 2021, lançamos a SBF Ventures, uma unidade de negócios dedicada a reunir empresas de variados segmentos do mundo esportivo.

Com a SBF Ventures, integramos criação, produção e distribuição, sempre focados nas jornadas do consumidor no universo esportivo. Nossa abordagem permite que marcas e consumidores se conectem de forma autêntica, criando experiências significativas que vão além do produto.

Estamos comprometidos em promover a inovação contínua dentro do Grupo SBF. Ao integrar essas empresas em um ecossistema coeso, garantimos

que estamos sempre na vanguarda das tendências esportivas, prontos para atender e superar as expectativas de milhões de consumidores.

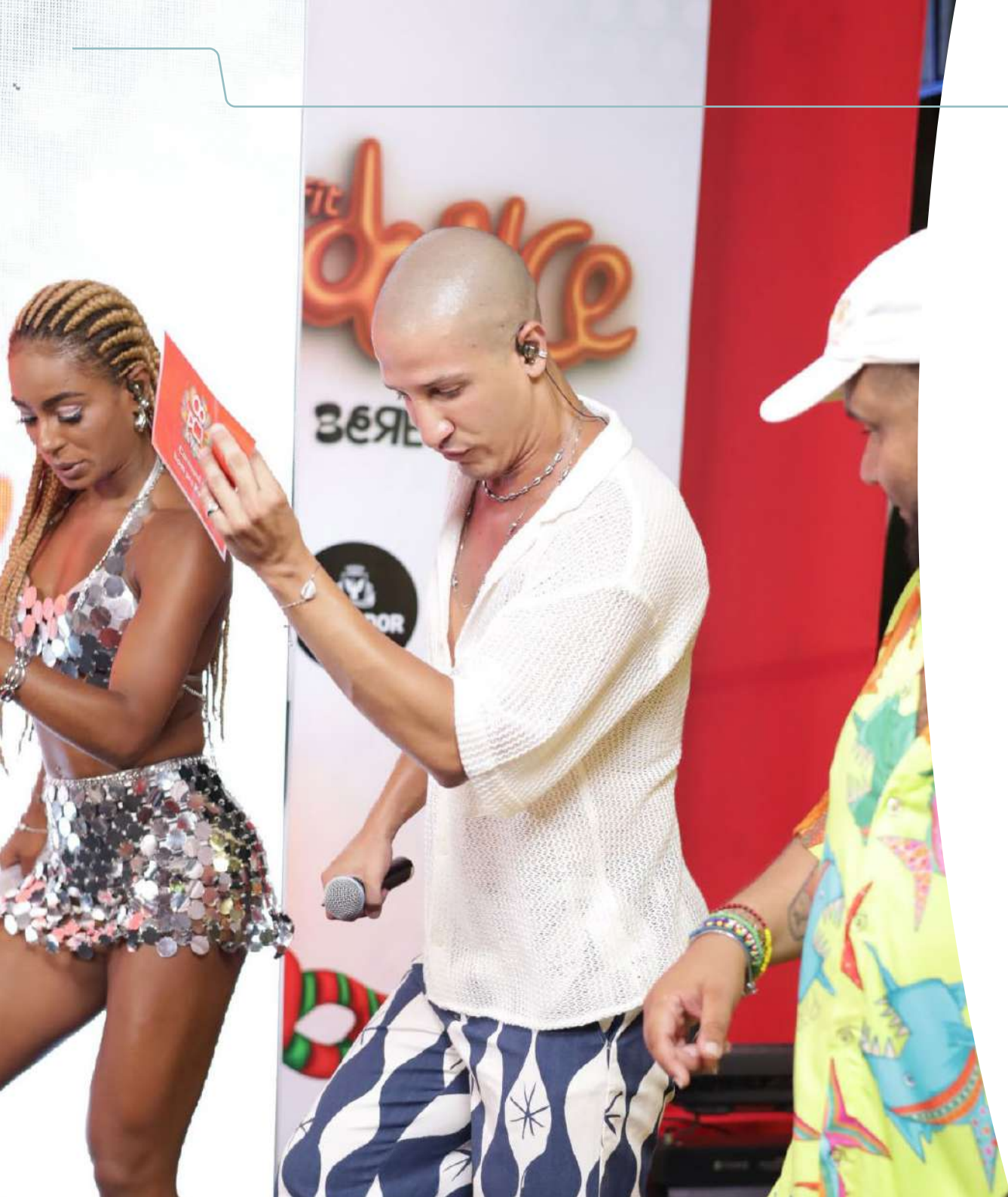
A SBF Ventures é composta por cinco empresas que, juntas, alcançam uma audiência plural e diversificada. Cada uma delas traz uma conexão única com o esporte, abrangendo várias modalidades e interesses.

Veja detalhes sobre as empresas que compõem a SBF Ventures a seguir:



**SBF VENTURES:  
INOVAÇÃO E  
CONEXÃO NO  
MUNDO DO ESPORTE**





## **FITDANCE**

Há dez anos no mercado e integrante do Grupo SBF desde 2022, a FitDance se destaca como uma marca inovadora e vibrante no mundo da dança. Com o objetivo de conectar pessoas através do movimento, a FitDance oferece uma experiência única e completa para amantes da dança, instrutores e marcas parceiras.

### **AS QUATRO VERTENTES DA FITDANCE**

#### **FITDANCE ACADEMY**

Responsável por oferecer aulas e cursos de formação para profissionais da dança que desejam fazer parte da equipe de instrutores licenciados da marca, bem como fazer a gestão dessa comunidade que está espalhada pelo Brasil e em mais quatro outros países.

#### **FITDANCE PLUS**

O FitDance Plus é a experiência digital da marca, disponível via aplicativo que traz a emoção das aulas presenciais para a casa dos entusiastas e instrutores, permitindo que a dança seja acessível a qualquer hora e lugar.

#### **FITDANCE STYLE**

Oferece uma linha de roupas e acessórios projetados para garantir conforto e estilo a todos os amantes da dança. Disponível no site da Centauro e no próprio site da FitDance, esta coleção reflete a energia e o dinamismo da marca.

#### **FITDANCE NETWORK**

Possui o escopo de expandir o alcance da marca por meio de parcerias com empresas, contratos de publicidade e projetos especiais. Além disso, gerencia as principais redes sociais e canais de comunicação, conectando milhões de fãs ao redor do mundo.



## CRESCIMENTO E CONEXÃO COM A COMUNIDADE

Em 2024, a FitDance consolidou sua presença no Brasil com aproximadamente 30 mil academias oferecendo cerca de meio milhão de aulas anuais. Além disso, cerca de 6 mil instrutores estão matriculados na FitDance Academy, buscando aperfeiçoamento em suas carreiras. Essas conquistas resultaram num aumento de 60% da receita em relação ao ano anterior.



**223 MIL** downloads do FitDance Plus

**6 MIL** instrutores ativos

**38,4 MILHÕES** de inscritos  
no FitDance Plus

**1 BILHÃO** de visualizações únicas

**5.441** conteúdos gerados

**12** coleções lançadas no  
FitDance Style

**26 MIL** peças vendidas

Em 2024, a FitDance participou do desfile de carnaval Furdunço em Salvador (BA), realizando três apresentações com o Pranchão FitDance – um trio elétrico em que os artistas se apresentam no meio do carro, quase no mesmo nível do público.

➤ Veja mais no vídeo do [Pranchão FitDance](#)

## STUDIO 78

O Studio 78 tem como proposta oferecer uma experiência de compra completa com uma identidade cultural voltada para o estilo "street". Inspirada pela dança e o movimento, a marca integra moda atemporal, atendendo a diferentes gostos, identidades de gênero e tipos de corpo.

Além de sua presença online, o Studio 78 conta com um espaço físico temporário na Avenida Paulista, em São Paulo.

Em seu segundo ano de operação, a marca conseguiu parcerias importantes e eventos de sucesso, fortalecendo sua confiança e posicionamento no mercado.

O canal de vendas Social Commerce foi um pilar de crescimento tanto em receita quanto em reconhecimento de marca.

Outra alavanca importante foi a venda via WhatsApp, representando 6,5% da receita anual. As vendas por meio desse canal demonstram a confiança de nossos consumidores.

**241** eventos  
realizados

---

**1,3 MILHÕES**  
inscritos no canal  
do YouTube

---

**+22 MIL** clientes  
ativos, representando  
um crescimento de  
4,2 vezes na base  
ativa de clientes

---

**+200 MIL**  
seguidores no  
Instagram e  
**+58 MIL** no TikTok





## EVENTOS E ATIVAÇÕES

Em 2024, o Studio 78 teve sucesso em eventos e ativações voltados para a comunidade do basquete, dança e amantes da moda, além de promover uma grande ação para celebrar o mês do Orgulho LGBTQIAPN+ em junho. Essas iniciativas fortaleceram a confiança do consumidor e o posicionamento da marca.

## PARCERIAS E EXPANSÃO

O Studio 78 conseguiu estabelecer parcerias com marcas relevantes, incluindo o lançamento de uma coleção com a influenciadora Jade Picon, que soma mais de 21 milhões de seguidores em suas redes sociais. Isso não só expandiu a comunicação esportiva do Studio 78 para novos públicos, mas também aumentou sua visibilidade no mercado.

Em parceria com o Projeto Olha Pra Mim, executamos uma campanha institucional focada no olhar das pessoas inseridas na comunidade LGBTQ+, por meio de uma mostra fotográfica executada em nosso Experience Point.

➤ [Clique aqui](#) para saber mais.

Sua vibe  
Seu ritmo  
Seu flow

beat





## NWB

A NWB se posiciona como uma content tech inovadora, agregando seis canais próprios: Desimpedidos, André Herman, Camisa 21, Corrida na Veia, Acelerados e Paulo Vita Show.

Também desempenha um papel como agência de talentos, gerindo influenciadores esportivos e produtores através da Teia de Creators. Essa rede fortalece a presença de novos talentos e diversifica as vozes no cenário esportivo digital, ampliando o alcance e o impacto das mensagens compartilhadas.

Através da Teia de Creators, a NWB coordena uma comunidade de 270 criadores e gerencia 179 canais afiliados no YouTube. Além disso, transmitiu diversos campeonatos regionais de futebol e o campeonato internacional Kings World Cup, acumulando mais de 72,8 milhões de visualizações.

Os conteúdos da NWB transcendem o entretenimento, criando um espaço para diálogos sobre temas sociais importantes, como racismo e equidade de gênero no futebol.

### TRANSMISSÕES DO FUT7

Ocupamos espaço no cenário da modalidade, começando pela criação do Desimpedidos Esporte Clube transmitido em nossos canais.

O Desimpedidos Esporte Clube (DEC) é o time da modalidade de futebol fut7 da NWB, criado para explorar o potencial de geração de conteúdo por meio do esporte.

Além disso, o Campeonato Kings League alcançou grande popularidade em todo o mundo e o Desimpedidos teve sua própria cabine de transmissão para o campeonato. Foram mais de 72,8 milhões de visualizações ao longo das transmissões.

## NOVOS PROGRAMAS E CONTRATAÇÕES

A NWB reformulou a grade de conteúdo de seus canais no YouTube, agora com frequência bem definida. O Camisa 21 introduziu três novos quadros focados em gastronomia de estádio, camisas históricas e bastidores do esporte. O Desimpedidos, próximo de alcançar 10 milhões de seguidores, ampliou sua programação para quatro conteúdos originais semanais, incluindo novos quadros e apresentadores.

Além disso, foram contratados Walter Casagrande, Bruno Ryan (O Árbitro) e Kelvin, o melhor jogador de fut7 (modalidade de futebol) do mundo, como apresentadores do Desafio Desimpedidos. Essas novas adições visam agregar ainda mais conteúdos diversificados e de qualidade ao canal.

## PAULO VITA SHOW

O novo canal, voltado para entretenimento geral, alcançou 100 mil inscritos em apenas três meses. Hoje, prestes a completar um ano, conta com mais de 880 mil inscritos. No total, o canal soma mais de 108 milhões de visualizações.

## 10 ANOS DE ACELERADOS

Em 2024, o canal completou uma década com um ano cheio de conteúdos e grandes parcerias com marcas protagonistas do cenário. Ao lado de Mobil 1, o Acelerados bateu o recorde do Volta Rápida, quadro clássico do canal. O aniversário foi comemorado com uma corrida cheia de lendas do automobilismo em um vídeo especial. Além disso, neste ano foi lançado um canal FAST, nas TVs Samsung, criando mais uma oportunidade de distribuição dos conteúdos produzidos.

## SUPERCOPA DESIMPEDIDOS

Esse ano, a Supercopa ganhou um novo formato, adaptado para as tendências de consumo esportivo da Geração Z. Foram três dias de *lives* com torcida no emblemático estádio do Pacaembu, reunindo algumas das principais marcas de conteúdo da internet e resultando em mais de 305 milhões de impactos multiplataforma.

## LIGA DAS MINAS

Em 2024, a NWB reuniu coletivos de futebol amador espalhados por São Paulo para um dia inteiro de prática esportiva, com final ao vivo durante o evento da Supercopa Desimpedidos, direto do Pacaembu. O evento foi realizado em parceria com a Nike, que colaborou com os uniformes de grandes seleções e também com materiais esportivos.

Em 2024, a NWB realizou projetos marcantes, reforçando sua presença em grandes eventos e parcerias estratégicas:

- Olimpíadas em Paris – Petrobras: Cobertura exclusiva dos jogos, levando conteúdo de qualidade ao público.
- Liga Nescau + TEIA: Parceria que uniu o elenco NWB ao projeto TEIA, promovendo o esporte entre jovens.



## ONEFAN

Fundada em 2022, a OneFan é uma sportstech dedicada a revolucionar o engajamento digital dos torcedores no setor esportivo. Através de sua estrutura operacional, promove uma nova cultura de fan engagement no Brasil, oferecendo aos clubes, ligas e federações uma verdadeira transformação digital.

Por meio de análises de dados e comportamentos dos usuários, a empresa permite que essas entidades entreguem produtos, serviços, experiências e conteúdos exclusivos para seus fãs, escalação dos times e soluções para a venda de produtos e ingressos.

Todo esse processo de interação e comunicação é facilitado por um aplicativo desenvolvido exclusivamente pela OneFan.

Em 2024, a OneFan teve um ano de sucesso, batendo recordes de receita e de membros no programa Fiel Torcedor do Corinthians, que registrou mais de 1,5 milhão de cadastros no ano.

Em 2024, foram:

**+ DE 4,6 MILHÕES**  
de usuários cadastrados

**+ DE 120,3 MILHÕES**  
de visualizações dos conteúdos

**+ DE 1,2 MIL**  
conteúdos produzidos

**+ DE 7 MILHÕES**  
de visualizações mensais



## X3M

Com uma forte presença no mercado de live marketing e reconhecida como referência em sportainment (esporte e entretenimento), a X3M se destaca ao oferecer planejamento, criação e produção de soluções inovadoras para engajamento por meio do esporte e da emoção do movimento.

## XTERRA

Presente em mais de 42 países, o XTerra é o maior evento outdoor do mundo e, há 17 anos no Brasil, promove a prática de esportes ao ar livre para atletas profissionais e amadores em locais inusitados em meio à natureza.

Mais do que uma competição, o XTerra representa um estilo de vida comprometido com a preservação ambiental, a realização de um circuito com zero emissão de carbono e a limpeza e conservação das trilhas onde ocorrem as etapas.

Além disso, o desenvolvimento das comunidades locais é o principal compromisso do XTerra, que envolve a contratação de colaboradores residentes das áreas próximas para participar da organização do evento. Em 2024, foram realizadas seis etapas em três estados do Brasil (São Paulo, Rio de Janeiro e Amazonas), sendo a etapa de Manaus realizada pela primeira vez na floresta Amazônica.





## DE BRAÇOS ABERTOS

O Projeto de Braços Abertos visa ampliar a democratização do esporte nas comunidades cariocas, promovendo o acesso a diversas práticas esportivas.

Em 2024, o evento foi realizado em quatro etapas, abrangendo modalidades como corrida, ciclismo, natação e outras. Realizado duas vezes em Itaboraí, além de São Gonçalo e Magé, o projeto reuniu mais de 8 mil participantes no entorno do evento e aproximou mais de 5 mil pessoas da prática esportiva dentro das comunidades.

Em cada etapa, os primeiros colocados receberam kits com artigos esportivos para apoiar a continuidade de suas atividades esportivas, além de acompanhamento especializado para aprimorar seu desempenho.

## UPHILL

Pioneiro no Brasil em circuitos de subida, o Uphill oferece uma combinação única de cenários deslumbrantes e o desafio de competições que variam de 5 km a 21 km, sempre em trajetos de subida.

Em 2024, o evento contou com três etapas, realizadas em Cubatão (Serra do Mar), Rio do Rastro e no Rio de Janeiro (Corcovado). Independente do nível da prova, os atletas são levados ao limite de suas habilidades, força e determinação ao enfrentar as montanhas.

Com 11 anos de história no Brasil, o Uphill conta com mais de 2 mil atletas, que se destacam como verdadeiros guerreiros das corridas.





# INOVAÇÃO

Temos um compromisso contínuo com a inovação e ao adotar novas tecnologias e práticas eficientes, otimizamos nossas operações internas, e aprimoramos a experiência do cliente, garantindo um crescimento sustentável e competitivo. Veja mais detalhes a seguir:

## PLATAFORMA UNIFICADA

Uma das maiores conquistas tecnológicas em 2024 foi a criação de uma plataforma base de e-commerce que unifica as operações da Centauro e da Nike. Dessa forma, migramos nossas antigas plataformas para essa estrutura, que melhora a eficiência operacional e abre caminho para integrar futuras unidades de negócio, suportando expansões e adaptações rápidas às mudanças do mercado.

## SOCIAL COMMERCE

Investimos em uma plataforma de Social Commerce, aproveitando a influência de personalidades digitais para expandir nosso alcance e engajamento.

Atualmente, o programa atende três grandes unidades de negócio: Centauro, Fisia e Studio 78. Entre 2022 e 2024, o número de influenciadores participantes dobrou, chegando a cerca de 500 nomes – incluindo os embaixadores, que representam as marcas – de diferentes nichos esportivos, como basquete, futebol, corrida, treino, academia e athleisure (estilo de moda que combina roupas esportivas com peças casuais).

## MELHORIAS DA EXPERIÊNCIA DE COMPRA DO SITE E DO APLICATIVO

### 3 FRENTES DE ATUAÇÃO:

**1**

Migração para nova plataforma digital unificada da Centauro e da Fisia;

**2**

Experiência de compra aperfeiçoada para produtos esportivos;

**3**

Omnicanalidade.





### **DIGITALIZAÇÃO DE LOJAS**

A digitalização das lojas é uma das frentes de inovação e eficiência do Grupo, conectando operações físicas e digitais para aprimorar a experiência do cliente e torná-la mais fluida e alinhada aos canais digitais. Dentre outras, uma das iniciativas implementadas no ano foi o Provador Inteligente, saiba mais a seguir:

### **PROVADOR INTELIGENTE**

Em 2024, implementamos um provador inteligente na loja da Nike no Shopping Ibirapuera, em São Paulo, que utiliza inteligência artificial (IA) para sugerir formas de vestir que expressam o estilo individual dos nossos clientes. Essa iniciativa é um exemplo de como a tecnologia está sendo usada para melhorar a experiência do cliente e já trouxe resultados positivos ao final do ano. Os participantes da experiência demonstraram uma conversão 18 p.p. superior ao fluxo geral, com incremento de fluxo de 0,41%, além de um ticket médio 66% maior, considerando o período de dezembro de 2024.

Também estamos realizando testes para novas formas de enriquecer nosso catálogo de produtos e melhorar o atendimento ao cliente por meio de IA.

# DESEMPENHO FINANCEIRO

GRI 201-1

Ao longo do ano de 2024, seguimos fortalecendo a sustentabilidade do nosso negócio, com entregas consistentes e metas alcançadas. Priorizamos estratégias de venda mais rentáveis, alcançando um faturamento recorde de R\$ 9,0 bilhões, um aumento de 2,6% em relação a 2023.

Em 2024, o Grupo SBF gerou R\$ 949,9 milhões de caixa operacional, expansão de 86% em relação a 2023.

Finalizamos o ano com um EBITDA ajustado (ex-IFRS) de R\$ 772,4 milhões, aumento de 27,3%, com margem de 10,8%, um incremento de 2,1 p.p. no período e um lucro líquido ajustado (ex-IFRS) de R\$ 417,5 milhões, representando um avanço de 83,3%.

Encerramos o ano de 2024 com uma redução de 59,0% da dívida líquida, reforçando o compromisso estratégico da Companhia com a redução da dívida através da geração de caixa e da otimização do Capital de Giro Líquido.

Com esses resultados, reforçamos a confiança em nossa estratégia e seguimos comprometidos em expandir de forma sustentável e consistente, garantindo solidez para os próximos ciclos.

Veja os resultados financeiros do Grupo SBF a seguir:

➤ [Acesse nossa Central de Resultados para conhecer em detalhes o desempenho do Grupo SBF em 2024.](#)

# 2022

# 2023

# 2024

RECEITA BRUTA (R\$ MIL)

**R\$ 7.855.839****+11,8%**

EBITDA (EX- IFRS) AJUSTADO (R\$ MIL)

**R\$ 468.936****+29,4%**

MARGEM EBITDA (EX-IFRS) AJUSTADA

**7,5%****+ 1,2 p.p.**

LUCRO LÍQUIDO (EX-IFRS) AJUSTADO (R\$ MIL)

**R\$ 206.493****+10,3%**

RECEITA BRUTA (R\$ MIL)

**R\$ 8.784.749****+2,6%**

EBITDA (EX- IFRS) AJUSTADO (R\$ MIL)

**R\$ 606.944****+27,3%**

MARGEM EBITDA (EX-IFRS) AJUSTADA

**8,7%****+2,1 p.p.**

LUCRO LÍQUIDO (EX-IFRS) AJUSTADO (R\$ MIL)

**R\$ 227.770****+83,3%**

RECEITA BRUTA (R\$ MIL)

**R\$ 9.009.577**

EBITDA (EX- IFRS) AJUSTADO (R\$ MIL)

**R\$ 772.358**

MARGEM EBITDA (EX-IFRS) AJUSTADA

**10,8%**

LUCRO LÍQUIDO (EX-IFRS) AJUSTADO (R\$ MIL)

**R\$ 417.544**



# MATERIALIDADE

GRI 2-29 | 3-1 | 3-2

Com o objetivo de identificar os temas ambientais, sociais e de governança prioritários e estratégicos para as operações do Grupo SBF, realizamos, em 2021, o nosso estudo de materialidade. Com o auxílio de uma empresa independente especializada, o processo seguiu uma metodologia específica, que contou com as seguintes etapas:

- Consulta às principais partes interessadas internas e externas da Companhia;
- Mapeamento dos temas de maior impacto para o setor, com base nos principais índices e metas globais de sustentabilidade;
- Levantamento dos tópicos mais relevantes para os nossos pares globais, líderes em sustentabilidade, de acordo com o Yearbook do Dow Jones Sustainability Index (DJSI) de 2021.

O cruzamento e a análise desses dados permitiram definir os cinco temas materiais prioritários para a atuação do negócio, que têm sido considerados no desenvolvimento das diretrizes de sustentabilidade do Grupo SBF desde 2022, com o objetivo de avançar na geração de valor.

**No final de 2024, iniciamos o processo de um novo estudo de materialidade que ainda passará por aprovação, garantindo o alinhamento com as melhores práticas e demandas do mercado.**

## TEMAS MATERIAIS

1

**DESENVOLVIMENTO DE COLABORADORES**

2

**DIVERSIDADE E INCLUSÃO**

3

**ENGAJAMENTO SOCIAL COM AS COMUNIDADES LOCAIS**

4

**GESTÃO SOCIOAMBIENTAL DA CADEIA DE FORNECEDORES**

5

**EMISSIONES ATMOSFÉRICAS**



## 03. GOVERNANÇA CORPORATIVA

Capitais Relacionados



Objetivos Desenvolvimento Sustentável (ODS)



# ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

GRI 2-23

O Grupo SBF, como uma companhia de capital aberto listada no Novo Mercado da B3, segue as melhores práticas de governança corporativa, conforme orientado pelo Código Brasileiro de Governança Corporativa do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

As decisões estratégicas são baseadas em diretrizes sólidas de governança, gestão de riscos e padrões éticos.

A estrutura de governança inclui Estatuto Social, políticas, códigos e regimentos bem definidos, garantindo que todos os stakeholders estejam alinhados e comprometidos com essas práticas, promovendo um ambiente de negócios ético e sustentável.

## ESTATUTO, CÓDIGOS, POLÍTICAS E REGIMENTOS

➤ Para saber mais sobre os nossos documentos oficiais, [clique aqui](#).

## COMPOSIÇÃO DA ALTA LIDERANÇA

GRI 2-9 | 2-10 | 2-11 | 2-12 | 2-13 | 405-1

Nossa alta liderança é formada pelo Conselho de Administração, Diretoria Executiva e Comitês de Assessoramento, todos compostos por membros especializados e altamente capacitados em suas áreas de atuação e expertise de negócio.

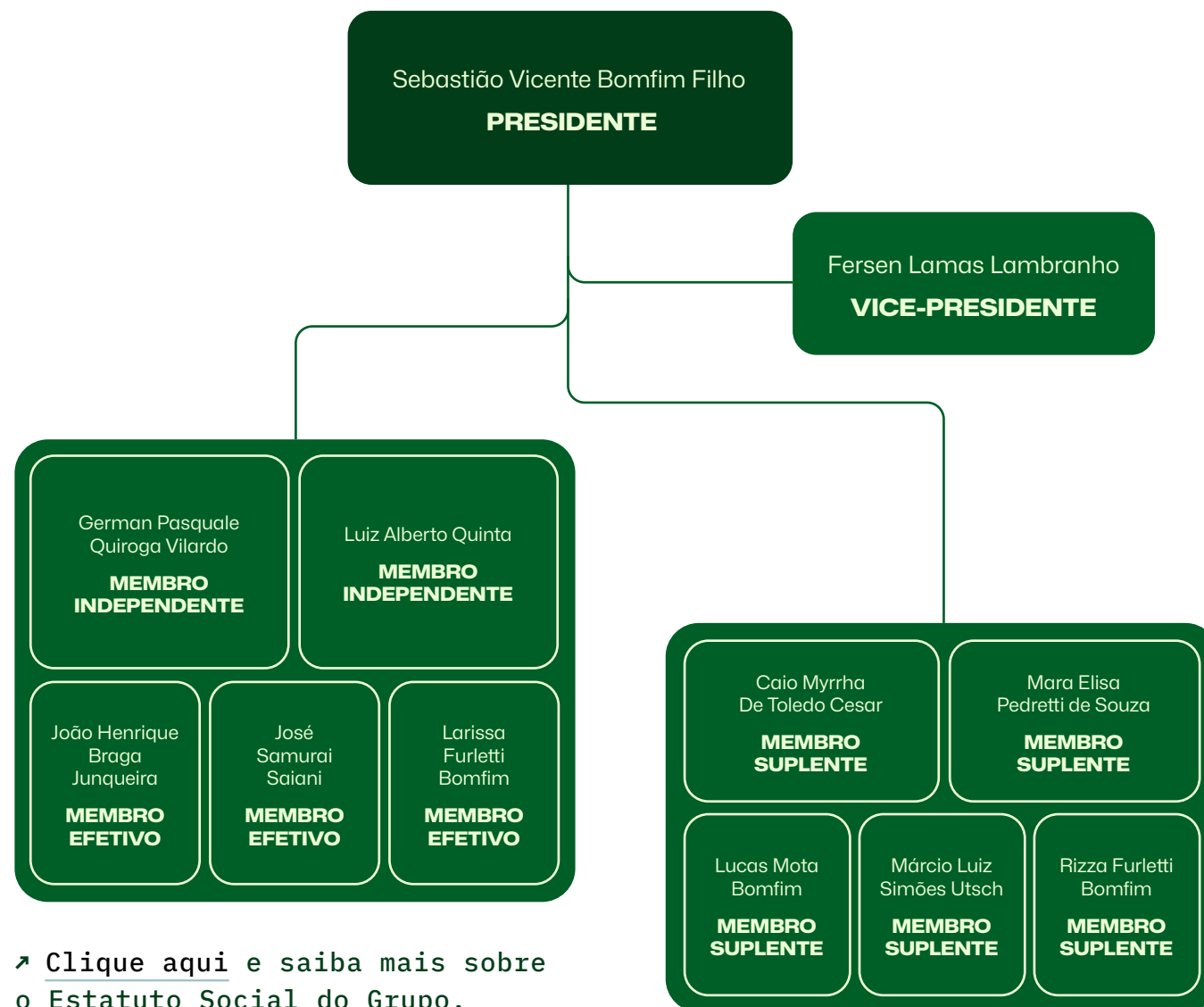


## CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O Conselho de Administração é composto por sete membros efetivos e até sete suplentes, todos eleitos em Assembleia Geral para um mandato unificado de dois anos, com possibilidade de reeleição. É composto por 81,25% de homens e 18,75% de mulheres. Em relação à faixa etária, 18,75% tinham até 30 anos, 37,50% estavam entre 30 e 50 anos, e 43,75% tinham mais de 50 anos.

As reuniões do Conselho de Administração ocorrem trimestralmente, mas podem ser ajustadas conforme as demandas. As principais responsabilidades do Conselho incluem supervisionar os Diretores, aprovar e revisar o plano de negócios da Companhia, e deliberar sobre a criação e composição dos Comitês de Assessoramento, conforme detalhado no Estatuto Social.

Em maio de 2023, um novo mandato do Conselho de Administração teve início após deliberação da Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária.



## DIRETORIA EXECUTIVA

A Diretoria Executiva do Grupo SBF é formada por sete Diretores, que podem acumular cargos, com exceção do Diretor-Presidente (CEO).

Os Diretores são eleitos e podem ser destituídos pelo Conselho de Administração, com mandatos de dois anos e possibilidade de reeleição. Eles são responsáveis pela gestão dos negócios sob sua competência, enquanto o Conselho de Administração é encarregado de avaliar o desempenho deste órgão.

Veja mais detalhes sobre sua composição:

### PEDRO DE SOUZA ZEMEL

Diretor-Presidente

### JOSÉ LUÍS MAGALHÃES SALAZAR

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

### DANIEL CORTES SIQUEIRA

Diretor Jurídico e Compliance

### ARIOVALDO CARMONA JUNIOR

Diretor Geral de Inovação e Tecnologia

### DIEGO DE FREITAS RODRIGUES

Diretor Geral de Supply Chain

### MELISSA DIAS GUIMARÃES

Diretora Geral de People

### GUSTAVO DE LIMA FURTADO

Diretor Geral - Centauro

### HANS KARSTEN KOEHLER

Diretor Geral - Fisica

## REPRESENTATIVIDADE DA DIRETORIA EXECUTIVA POR GÊNERO

GRI 405-1



## REPRESENTATIVIDADE DA DIRETORIA EXECUTIVA POR FAIXA ETÁRIA



## COMITÊS DE ASSESSORAMENTO

Contamos com quatro Comitês de Assessoramento que auxiliam o Conselho de Administração na tomada de decisões e na gestão de várias áreas. Cada um possui, no mínimo, três integrantes, com mandatos de dois anos e possibilidade de reeleição.

As reuniões de comunicação e alinhamento entre os órgãos ocorrem pelo menos quatro vezes ao ano, conforme os regimentos internos, e de forma extraordinária sempre que necessário. Com o objetivo de aprimorar continuamente nossos processos de governança, realizamos anualmente uma autoavaliação das atividades e uma avaliação individual do desempenho dos seus membros.

### COMITÊ DE EXPANSÃO, REFORMAS E INOVAÇÃO DE LOJAS (CERIL)

O CERIL, é responsável por assessorar o Conselho de Administração e apoiar o CEO no acompanhamento, definição, supervisão e implementação de estudos, análises, estratégias e projetos relacionados à expansão, reformas e inovação das lojas físicas da Companhia e suas unidades de negócio.



### **COMITÊ DE AUDITORIA (COAUD)**

O COAUD tem como missão auxiliar o Conselho de Administração, focando nas atividades de Compliance e nas áreas de Auditoria Interna, Controles Internos e Riscos da Companhia. Responsável por avaliar continuamente a integridade dos relatórios financeiros do Grupo, acompanhar o aprimoramento das políticas internas e gerir o recebimento, avaliação e resposta a denúncias internas e externas.

**Em 2024, seguimos buscando o aprimoramento e a evolução da área de Controles Internos, visando a transparência nas divulgações de resultado, bem como, com a atualização do Regimento Interno do COAUD.**

➤ [Clique aqui](#) para acessar o Regimemnto Interno do COAUD.

### **COMITÊ DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL, PRODUTOS E SERVIÇOS (CODIG)**

O CODIG avalia projetos, iniciativas e propostas relacionadas às diversas áreas de atuação, garantindo que estejam alinhadas com a visão de negócio da Companhia.

### **COMITÊ DE PESSOAS, AMBIENTE E REMUNERAÇÃO (COPAR)**

O COPAR assessora o Conselho de Administração no monitoramento dos sistemas de gestão de pessoas, do ambiente de trabalho, sucessão e remuneração dos colaboradores da Companhia e suas unidades de negócio.

## MELHORES PRÁTICAS

GRI 2-18 | 2-19 | 2-20

### SELEÇÃO E INDICAÇÃO

Desde 2021, o Grupo SBF conta com uma Política de Indicação, aprovada pelo Conselho de Administração. Essa política orienta a seleção de membros para o Conselho de Administração, a Diretoria Executiva, os Comitês de Assessoramento e os órgãos de administração estatutária ou funções similares em sociedades controladas pela Companhia.

Essa política estabelece critérios claros e acessíveis para garantir imparcialidade na escolha dos candidatos. Valorizamos a diversidade em todas as posições, buscando perfis variados em termos de conhecimento, experiência, comportamento, cultura, idade e gênero.

### AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Anualmente, como parte do desenvolvimento e aprimoramento de nossas práticas de governança, o Conselho de Administração conduz uma avaliação formal de seu desempenho, incluindo a análise do desempenho individual de seus membros e da Diretoria Executiva.

Esse processo considera a atuação das lideranças, a participação em reuniões e outros critérios definidos em nossas políticas. Os Comitês de Assessoramento também realizam uma autoavaliação anual de seus processos e funcionamento, além de avaliar individualmente seus membros.

Os mecanismos de avaliação de desempenho são definidos pelas políticas de governança corporativa e pelos regimentos internos dos órgãos de administração e assessoramento.

➤ [Clique aqui](#) para conhecer a Política de Indicação.

### REMUNERAÇÃO

No Grupo SBF, temos uma Política de Remuneração direcionada aos membros do Conselho de Administração, Diretoria Executiva, Comitês de Assessoramento e membros de órgãos de administração estatutária ou funções similares em sociedades controladas pela Companhia.

O documento estabelece que a remuneração fixa deve ser definida com base nas responsabilidades do cargo e nas experiências individuais, sendo revisada anualmente pelo Conselho de Administração para alinhar-se às melhores práticas de mercado. Quando necessário, consultamos informações externas de remuneração por meio de consultorias especializadas.

Em casos específicos, como para Diretores Executivos, utilizamos a remuneração como uma ferramenta de atração e retenção, considerando na remuneração total: remuneração fixa, benefícios e incentivos de curto e longo prazo.

## POLÍTICAS CONDUTORAS

GRI 2-23 | 2-24 | 2-25 | 205-2 | SASB CG-MR-230a.1

Por meio de nossas políticas internas, formalizamos os principais comportamentos e procedimentos esperados dos nossos públicos de relacionamento para cada tópico, consolidando nossa busca por uma condução assertiva e ética dos negócios. Entre as principais políticas e documentos, destacam-se:

### **POLÍTICA DE PRIVACIDADE:**

Instituída para assegurar a segurança e confidencialidade dos dados fornecidos por públicos internos e externos. Funciona como um manual para o tratamento de dados pessoais em nossas atividades.

### **POLÍTICA DE BRINDES, PRESENTES, HOSPITALIDADE E ENTRETENIMENTO:**

Destinada a todos os colaboradores do Grupo SBF e suas controladas, orienta sobre os padrões de conduta para a oferta ou recebimento de brindes, presentes, hospedagem e entretenimento por colaboradores, terceiros, representantes, consultores, ou qualquer pessoa atuando em nome da Companhia.

### **POLÍTICA DE PREVENÇÃO À LAVAGEM DE DINHEIRO:**

Oferece diretrizes para garantir que as atividades da Companhia estejam livres de envolvimento em lavagem de dinheiro, em conformidade com a Lei nº 12.683/2012. O documento visa assegurar a integridade das atividades contra a lavagem de dinheiro e condutas criminosas.

### **POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO:**

Comprometida com a ética e a transparência, esta política define diretrizes para prevenir práticas e condutas que violem a Legislação Anticorrupção nº 12.846/2013.

### **POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM AGENTES PÚBLICOS:**

Apresenta orientações quanto ao padrão de conduta que deve ser seguido nas interações com agentes públicos brasileiros e estrangeiros.

### **POLÍTICA DE CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS E PREVENÇÃO AO CONFLITO DE INTERESSES:**

Tem como principal finalidade prevenir riscos potenciais na contratação de terceiros, visando impedir condutas ilícitas ou práticas prejudiciais à Companhia em situações de conflito de interesses.

➤ Saiba mais sobre as políticas do Grupo [clcando aqui](#)



# ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

GRI 2-15 | 2-23 | 2-24 | 2-25 | 2-26

A continuidade e sustentabilidade do nosso negócio dependem de uma sólida estrutura de governança, guiada pela ética e transparência em nossas práticas e interações diárias. Por isso, buscamos integrar esses princípios de forma intrínseca em todas as áreas e níveis da Companhia e suas unidades de negócio.

**Nosso objetivo é assegurar a confiança mútua entre todos os públicos de relacionamento do Grupo SBF, por meio de uma atuação íntegra e responsável.**

Com esse propósito, além das políticas e regimentos já estabelecidos e difundidos internamente, avançamos continuamente em nossa jornada anual de comunicação e treinamento de todos os colaboradores, abrangendo a alta liderança e todas as empresas do nosso ecossistema. Os principais temas abordados incluem: ética e transparência, combate à corrupção, gestão de conflitos de interesse, assédio moral/sexual e importunação, desenvolvimento pessoal, e diversidade e inclusão.

## CÓDIGO DE ÉTICA

O Código de Ética do Grupo SBF é o principal documento que orienta a condução dos relacionamentos internos e externos da Companhia. Ele estabelece os princípios e valores que devem ser seguidos nas ações e decisões que envolvem nossos clientes, parceiros, fornecedores, acionistas e outros públicos.

➤ [Clique aqui](#) para acessar o documento completo

# CANAL CONFIDENCIAL

GRI 2-25 | 2-26

Em conformidade com nossos padrões de ética e transparência, o Grupo SBF disponibiliza um Canal Confidencial como um meio seguro de comunicação para relatar, administrar e resolver casos de violações das políticas internas, legislação ou do Código de Ética. Esse sistema é gerido por uma empresa terceirizada, a Aliant – ICTS, que assegura total sigilo e supervisão responsável em cada situação.

As denúncias, uma vez registradas, são compiladas e transmitidas pela Aliant– ICTS para a área de Compliance, que realiza uma apuração e análise detalhada dos relatos. Posteriormente, o time propõe as ações cabíveis, que devem ser aprovadas pela liderança e consideradas pelos responsáveis ou setores envolvidos para resolução e encerramento da denúncia.

Após análise, cada caso recebe medidas corretivas proporcionais, que podem incluir medidas disciplinares como feedbacks, advertências, transferências,

desligamento do colaborador ou acompanhamento junto às autoridades competentes. Em situações extremas, um comitê avaliador é responsável por examinar e decidir sobre as ações necessárias.

Além de investigar violações, buscamos continuamente aprimorar nossos processos, promovendo um ambiente de trabalho respeitoso e saudável. Com esse objetivo, realizamos avaliações internas das principais causas de não conformidade e oferecemos treinamentos para prevenir e mitigar ocorrências futuras.

## AS DENÚNCIAS PODEM SER REALIZADAS PELOS SEGUINTE CANAIS:



[www.canalconfidencial.com.br/gruposbf](http://www.canalconfidencial.com.br/gruposbf)



0800 721 0761 (de segunda a sábado, das 09h às 21h)

## PRINCIPAIS DENÚNCIAS RECEBIDAS<sup>1</sup> EM 2024

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Casos de tratamento considerado inadequado                    | 326 |
| Casos de não conformidade com as normas internas da Companhia | 76  |
| Casos de conflito de interesse                                | 63  |
| Casos relacionados às condições de trabalho impostas          | 32  |
| Importunação                                                  | 4   |
| Casos de desvio de produtos e ativos                          | 3   |

<sup>1</sup> Constatamos a avaliação adequada de todos os casos e, aqueles que tiveram sua procedência comprovada foram reportados e remediados pelas áreas responsáveis.

# GESTÃO DE RISCOS

GRI 2-23 | 2-24 | 2-25 | 205-2 | SASB CG-MR-230a.1

O Grupo SBF dedica-se continuamente à implementação de ações preventivas para mitigar riscos futuros. A gestão de riscos da Companhia visa reduzir a exposição a eventos que possam causar danos processuais, reputacionais e de imagem.

Como principal medida de proteção, temos a Política de Gestão de Riscos, vigente desde 2019, que define as diretrizes para assegurar a identificação, avaliação, tratamento, monitoramento e comunicação de riscos potenciais.

A área de Gestão de Riscos é responsável por implementar, manter e disseminar a gestão de riscos em toda a Companhia, sob a supervisão da Auditoria Interna, que realiza auditorias e monitora as ações. A área de Negócios gerencia os riscos periodicamente, e todas as ações são relatadas trimestralmente ao Comitê de Auditoria.

Além disso, os treinamentos oferecidos pela área de Compliance desempenham um papel fundamental na prevenção de riscos, preparando nosso público interno e fornecendo ferramentas para a identificação e tratamento das principais ocorrências.



## LGPD

Comprometido com a segurança dos dados e informações pessoais de clientes, colaboradores, fornecedores, parceiros e demais stakeholders, o Grupo SBF alinha-se à Lei Federal nº 13.709/2018 (LGPD).

Mantemos um rigoroso programa de capacitação em LGPD e segurança de dados, com a exigência de que todos os colaboradores renovem anualmente seus conhecimentos por meio de treinamentos na plataforma interna Gymnasium. Além disso, oferecemos formações periódicas para todos que, direta ou indiretamente, lidam com dados coletados e armazenados pela Companhia. Os treinamentos abrangem todos os níveis hierárquicos e incluem exemplos práticos de conduta em diferentes situações.

Dentro das diretrizes corporativas, a norma de riscos tecnológicos assegura a gestão dos riscos de segurança da informação, incluindo a identificação, registro, classificação e acompanhamento. Entre os processos-chave, destacam-se o teste de penetração

(Pentest) para identificar vulnerabilidades, a Gestão de Patches para garantir atualizações de segurança, o Processo de Resposta a Incidentes envolvendo dados pessoais identificáveis (PII) e a integração dos princípios de Privacy by Design e Security by Design nas iniciativas da empresa.

Em 2024, houveram duas queixas de violação que, após estudo e averiguação, não foram confirmadas.

## CERTIFICAÇÃO DE SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO PCI

Em 2024, recebemos a certificação de Segurança da Informação Payment Card Industry – Data Security Standard (PCI), refletindo nosso compromisso com a segurança das transações financeiras. Essa certificação é crucial para operações que lidam com grandes volumes de transações de cartão de crédito, garantindo que as práticas de segurança atendam aos padrões internacionais.





## 04. NOSSA GENTE

Capitais Relacionados



Objetivos Desenvolvimento Sustentável (ODS)



# COLABORADORES

GRI 2-4 | 2-7 | 3-3 | 401-1 | 405-1

Valorizamos nossos mais de nove mil colaboradores, que são fundamentais para atingir nosso objetivo de transformar vidas por meio do esporte. Com dedicação diária, eles impulsionam a criação de valor ao longo de toda a cadeia de negócios, guiados por alta performance, resiliência e inovação.

Comprometidos com o crescimento profissional da nossa equipe, nos empenhamos em oferecer um ambiente de trabalho seguro, inclusivo e diverso. Nossos programas e iniciativas internas são realizados para engajar, capacitar e valorizar nossos colaboradores, reforçando seu papel essencial na Companhia.



9.862  
COLABORADORES



4.370  
mulheres (44,31%)



12  
não-binários (0,12%)



3.981  
homens (40,36%)



27  
outros (0,27%)

| COLABORADORES POR TIPO DE EMPREGO E POR REGIÃO | CENTRO-OESTE | NORDESTE | NORTE | SUDESTE | SUL   |
|------------------------------------------------|--------------|----------|-------|---------|-------|
| Integral                                       | 588          | 1.181    | 323   | 6.317   | 1.084 |
| Meio Período                                   | 26           | 54       | 8     | 237     | 44    |
| Total                                          | 614          | 1.235    | 331   | 6.554   | 1.128 |

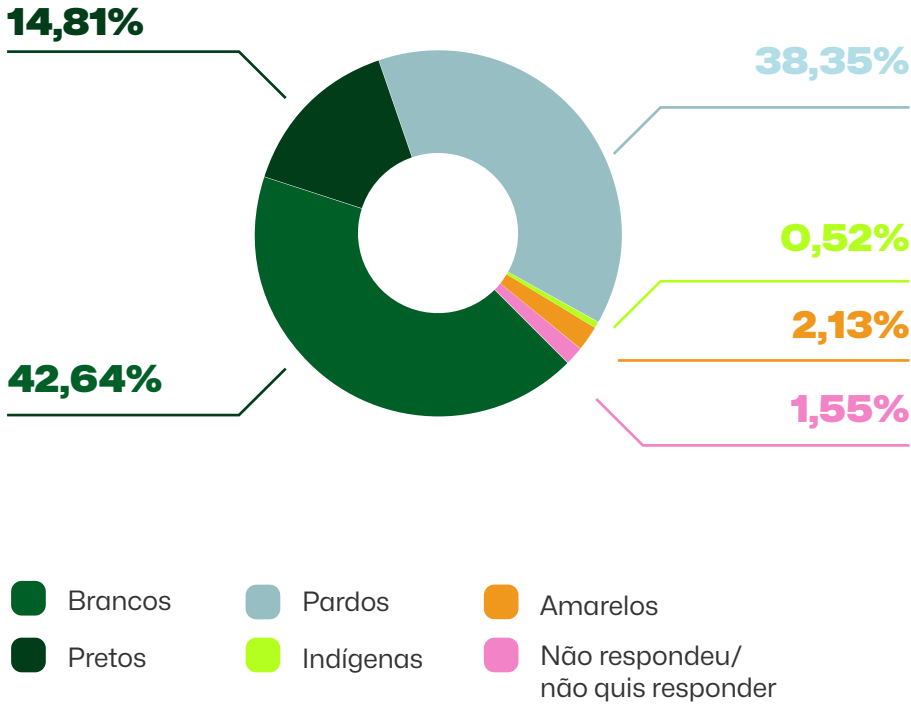
Nota: 1.456 colaboradores não responderam a pesquisa de gênero.



COLABORADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL

| CARGO             | MULHERES | HOMENS | MENOS DE 30 ANOS | ENTRE 30 E 50 ANOS | MAIS DE 50 ANOS |
|-------------------|----------|--------|------------------|--------------------|-----------------|
| CEO               | 0,0%     | 100,0% | 0,0%             | 100,0%             | 0,0%            |
| Vice-Presidência  | 14,3%    | 85,7%  | 0,0%             | 71,4%              | 28,6%           |
| Diretor           | 37,5%    | 62,5%  | 0,0%             | 100,0%             | 0,0%            |
| Gerente Executivo | 47,1%    | 52,9%  | 2,9%             | 97,1%              | 0,0%            |
| Gerente Senior    | 41,8%    | 58,2%  | 3,6%             | 96,4%              | 0,0%            |
| Gerente           | 42,7%    | 57,3%  | 14,7%            | 85,3%              | 1,1%            |
| Coordenador       | 49,7%    | 50,3%  | 19,4%            | 79,7%              | 1,6%            |
| Supervisor        | 56,9%    | 43,1%  | 49,5%            | 50,6%              | 0,2%            |
| Gerente de Loja   | 44,5%    | 55,5%  | 20,6%            | 77,3%              | 2,1%            |
| Operação          | 51,7%    | 48,3%  | 70,1%            | 26,4%              | 3,5%            |
| Consultor         | 12,9%    | 87,1%  | 22,4%            | 77,6%              | 0,0%            |
| Especialista      | 35,6%    | 64,4%  | 32,4%            | 65,5%              | 2,8%            |
| Analista          | 50,5%    | 49,5%  | 52,8%            | 47,2%              | 0,6%            |
| Assistente        | 66,5%    | 33,5%  | 74,7%            | 20,3%              | 2,8%            |
| Estagiário        | 85,7%    | 14,3%  | 100,0%           | 0,0%               | 0,0%            |
| Aprendiz          | 62,7%    | 37,3%  | 100,0%           | 0,0%               | 0,0%            |

COLABORADORES POR REPRESENTATIVIDADE RACIAL



NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE DE COLABORADORES

|                    | NÚMERO DE CONTRATAÇÕES |       |       | NÚMERO DE DESLIGAMENTOS |       |       | TAXA DE CONTRATAÇÕES |      |      | TAXA DE ROTATIVIDADE |      |      |
|--------------------|------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|-------|----------------------|------|------|----------------------|------|------|
|                    | 2022                   | 2023  | 2024  | 2022                    | 2023  | 2024  | 2022                 | 2023 | 2024 | 2022                 | 2023 | 2024 |
| POR REGIÃO         |                        |       |       |                         |       |       |                      |      |      |                      |      |      |
| Centro-Oeste       | 234                    | 355   | 366   | 371                     | 422   | 331   | 38%                  | 60%  | 60%  | 60%                  | 71%  | 54%  |
| Nordeste           | 384                    | 410   | 556   | 625                     | 508   | 481   | 31%                  | 35%  | 45%  | 50%                  | 43%  | 39%  |
| Norte              | 128                    | 138   | 150   | 217                     | 163   | 137   | 39%                  | 44%  | 45%  | 65%                  | 52%  | 41%  |
| Sudeste            | 2.553                  | 2.792 | 3.682 | 3.221                   | 3.275 | 3.196 | 39%                  | 44%  | 56%  | 49%                  | 51%  | 49%  |
| Sul                | 497                    | 774   | 834   | 855                     | 782   | 807   | 48%                  | 69%  | 74%  | 83%                  | 70%  | 72%  |
| POR GÊNERO         |                        |       |       |                         |       |       |                      |      |      |                      |      |      |
| Mulheres           | 2.023                  | 2.344 | 2.785 | 2.712                   | 2.698 | 2.473 | 40%                  | 55%  | 55%  | 53%                  | 64%  | 49%  |
| Homens             | 1.773                  | 2.125 | 2.803 | 2.577                   | 2.452 | 2.479 | 38%                  | 57%  | 59%  | 55%                  | 66%  | 52%  |
| POR FAIXA ETÁRIA   |                        |       |       |                         |       |       |                      |      |      |                      |      |      |
| Menos de 30 anos   | 2.746                  | 3.421 | 4.345 | 3.716                   | 3.501 | 3.533 | 44%                  | 38%  | 68%  | 60%                  | 55%  | 55%  |
| Entre 30 e 50 anos | 1.019                  | 998   | 1.169 | 1.532                   | 1.586 | 1.352 | 29%                  | 32%  | 36%  | 44%                  | 52%  | 41%  |
| Mais de 50 anos    | 31                     | 50    | 74    | 41                      | 63    | 67    | 26%                  | 37%  | 44%  | 34%                  | 47%  | 39%  |

# CULTURA ORGANIZACIONAL

GRI 2-25 | 2-29

Nossa cultura organizacional é o fio condutor que une nossas diversas unidades de negócio sob um propósito comum: transformar a vida das pessoas por meio do esporte. Acreditamos que um negócio diverso é essencial para alcançar esse objetivo e, por isso, investimos continuamente na disseminação de uma cultura forte, que integra todas as nossas atividades baseadas em direcionadores e valores únicos.

Em 2023, redefinimos nossos direcionais estratégicos para criar longevidade para nossos colaboradores, implantar uma gestão por eficiência, desenvolver a liderança e evoluir nossa agenda de diversidade e inclusão. Em 2024, continuamos a trabalhar para fortalecer esses pilares. Nossas iniciativas incluem programas de liderança robustos, que promovem a alta performance, a colaboração entre diferentes níveis da organização e a implementação de ferramentas de monitoramento de clima e engajamento, que asseguram um ambiente de trabalho saudável e produtivo.





**EM 2024, FOMOS NOVAMENTE CERTIFICADOS PELO GREAT PLACE TO WORK (GPTW), COM AUMENTO DA PONTUAÇÃO NOS CINCO PILARES DA CERTIFICAÇÃO, ESPECIALMENTE NO PILAR DE CREDIBILIDADE.**

Uma iniciativa importante em 2024 foi a implementação do Radar, uma ferramenta de monitoramento semanal de clima e engajamento. O Radar trouxe maior transparência e anonimato às avaliações, proporcionando uma experiência mais eficaz para os colaboradores. Com isso, os líderes podem criar planos de ação mais assertivos, alinhados às necessidades de suas equipes.

## **NOSSOS VALORES**

- **JOGAMOS ENTROSADOS**
- **COMPETIMOS COM PAIXÃO**
- **MIRAMOS O TOPO**
- **CORREMOS COM OS CLIENTES**
- **ARRISCAMOS NOVAS MANOBRAS**
- **JOGAMOS LIMPO**



# DIVERSIDADE E INCLUSÃO

GRI 3-3 | CG-MR-330a.1

Avançamos em nossa agenda de Diversidade e Inclusão, com essa área posicionada de forma estratégica dentro da Vice-Presidência de People.

Em 2023, desenvolvemos e publicamos a Política de Diversidade e Inclusão, um documento interno que orienta os colaboradores sobre as condutas e comportamentos aceitáveis nos relacionamentos internos e externos.

Durante o ano de 2024, demos continuidade ao letramento, com iniciativas de educação e celebração de quatro temas considerados estratégicos em nossa frente de atuação: Pessoas com Deficiência, Gênero, Étnico-racial, e LGBTQIAPN+.

Dessa forma, em janeiro, lançamos grupos de afinidade para dar voz aos colaboradores e fomentar um senso de pertencimento. Cada grupo possui uma liderança própria e realiza reuniões mensais para dialogar e promover ações afirmativas.

**O Grupo SBF acredita no valor de um ambiente diverso, inclusivo e respeitoso, onde as características individuais de cada pessoa são consideradas como diferenciais essenciais para o sucesso do negócio.**



## PLURAL LGBTQIAPN+

Em 2023, o Grupo SBF lançou o Projeto Transidentidade para apoiar colaboradores trans na retificação de seus registros civis. O programa ofereceu assistência jurídica gratuita para a retificação do nome civil nas certidões de nascimento dos colaboradores trans. Como resultado, mais de 30 colaboradores se inscreveram e até agora, 10 processos de retificação foram concluídos. Em 2024, o Transidentidade foi definido como um benefício corporativo.

Em 2024, lançamos o programa Papo de Carreira para pessoas LGBTQIAPN+ na companhia, contando com 33 pessoas trans participando de conversas de carreira.

Neste ano também avançamos em ações de letramento para os nossos colaboradores, para isso, desenvolvemos cartilhas de conscientização e orientações de convivência com pessoas pertencentes a grupos minorizados:

- Painel: "O Papel da Pessoa Aliada LGBTQIAPN+";
- Guia de engajamento para as lojas: material com orientações práticas para os times celebrarem as datas de diversidade nas lojas.

## ELAS MOVEM ELAS Gênero

O programa de mentoria afirmativa para mulheres em posição de liderança visa aumentar a presença feminina em cargos estratégicos. Com resultados significativos em promoções e reconhecimento, em 2024 o programa mentorou 25 mulheres da Companhia.

O grupo de afinidade organizou um Clube do Livro afirmativo para mulheres, com o tema "Dinheiro e Vida em Equilíbrio", de Lúcia Stradiotti, focando no empoderamento financeiro para mulheres. Ao todo, 25 colaboradoras participaram.

Em 2024, o Grupo SBF manteve a adesão ao Movimento Mulher 360, uma associação independente e sem fins lucrativos que reúne organizações empenhadas em promover a equidade de gênero, reforçando nosso compromisso com a pauta.

Além disso, neste ano demos mais um passo na luta por equidade de gênero aderindo à Coalizão Empresarial pelo Fim da Violência Contrás as Mulheres e Meninas.

➤ Saiba mais sobre a iniciativa [clcando aqui](#).



## **SEM LIMITES**

### Pessoas com Deficiência

Em 2024, organizamos palestras de sensibilização sobre o papel do aliado na inclusão da pessoa com deficiência e realizamos outras ações afirmativas:

- Café Sensorial: experiência inclusiva e interativa.
- Painel "De que Somos Capazes?": Com a participação de especialistas na inclusão de pessoas com deficiência como a Verônica Hipólito, atleta medalhista paraolímpica e fundadora do NAURÚ.
- Ação voluntária: interação esportiva com as pessoas atendidas pela ONG NASCE.
- Ação Arena Centauro: atividades físicas específicas para pessoas com deficiência promovendo a inclusão no esporte.

Em conexão com a nossa agenda ambiental, participamos da campanha "Lacre do Bem" para arrecadação de lacres de alumínio que são revertidos em doações de cadeiras de roda. Saiba mais na [página 90](#).

## **BLACK IN**

### Étnico-racial

Em 2024, realizamos palestras e distribuímos cartilhas de letramento de combate ao racismo:

- Live Antirracista: ação de conscientização para todos os colaboradores e terceiros que prestam serviços para o Grupo SBF.
- Painel sobre representatividade de pessoas negras em cargos de liderança para todos os colaboradores.
- Lançamento da Trilha e Cartilha Antirracista com orientações e práticas antirracistas para todos os nossos colaboradores.
- Ação na Arena Centauro: corrida com o coletivo Corre Kilombo e palestras educativas.



# CARREIRA

Alinhado aos pilares estratégicos e valores do negócio, o Grupo SBF prioriza a capacitação, o desenvolvimento e a qualidade de vida de seus colaboradores.

Comprometidos em garantir um ambiente de aprimoramento contínuo, implementamos ações e projetos focados na gestão de carreira e fortalecendo a perenidade do negócio.

## DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

GRI 3-3 | 205-2 | 404-1 | 404-2 | 404-3

Oferecemos diversas ferramentas que suportam o desenvolvimento profissional de nossos colaboradores, garantindo que todos tenham oportunidades de crescimento.

Orientados pela cultura da alta performance, em 2024, a área de People da Companhia atuou orientada por dados, com uma ferramenta estruturada para visualizar os indicadores de colaboradores, o que facilita a comunicação com a liderança e embasa decisões estratégicas com mais precisão.

Saiba mais detalhes a seguir:

## CICLO DE DESEMPENHO

GRI 404-3

Temos um compromisso com o desenvolvimento contínuo de nossos colaboradores por meio do ciclo de avaliação denominado Placar.

Esse processo anual é fundamental para avaliar o desempenho dos colaboradores e contribuir para o sucesso de suas carreiras. Ao longo do ano, realizamos revisões regulares para monitorar e aprimorar os tópicos identificados como áreas de desenvolvimento individuais.

Ao final do ciclo de avaliação, cada colaborador recebe um mapeamento de desempenho, que inclui feedbacks formais sobre sua trajetória até o momento, além

de um Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) a ser trabalhado até a próxima avaliação. Para apoiar esse progresso, mantemos um diálogo aberto e contínuo entre líderes e colaboradores, assegurando que todos tenham acesso a uma série de ações e iniciativas focadas em seu desenvolvimento.

**Promovemos um ambiente de trabalho onde todos os colaboradores possam atingir seu potencial máximo.**

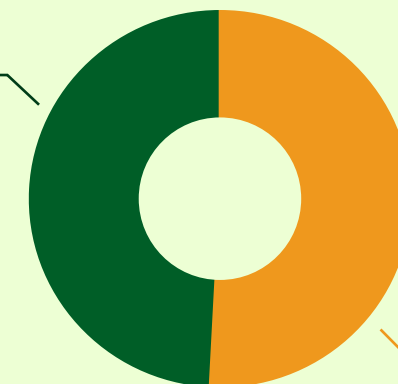
Em 2024, o processo de avaliação contemplou 2.100 colaboradores (100% dos elegíveis).



**2.100**  
colaboradores  
elegíveis<sup>1</sup>

### REPRESENTATIVIDADE DE COLABORADORES AVALIADOS POR GÊNERO

**1.021**  
HOMENS



**1.079**  
MULHERES

<sup>1</sup> São elegíveis todos os cargos administrativos e lideranças operacionais.



## GYMNASIUM SBF

GRI 404-2

Em 2024, consolidamos um avanço na área de Treinamento e Desenvolvimento: a unificação de todas as nossas plataformas de treinamento em um único ambiente, o Gymnasium. Mais do que uma plataforma, passou a representar a nossa Universidade Corporativa, um espaço integrado e estratégico para o aprendizado em nossa organização.

Com essa transformação, o Gymnasium se tornou uma plataforma que promove o desenvolvimento contínuo, alinhado à nossa cultura de aprendizagem. Oferece soluções acessíveis, inovadoras e personalizadas para nossos colaboradores, fomentando a busca por conhecimento e a conexão entre aprendizado e os desafios do negócio.

### ACADEMIA SUPPLY

Por meio da nossa plataforma, oferecemos a Academia Supply, um programa dedicado a fornecer conteúdos para colaboradores que operam nos Centros de Distribuição (CDs) e Centros de Transporte (CTs), visando aprimorar suas habilidades e conhecimento técnico.

### HACKER RANGERS

Para aumentar a conscientização sobre Segurança da Informação entre nossos públicos, lançamos o programa Hacker Rangers, desenvolvido para educar e informar sobre as melhores práticas de segurança digital, ajudando a proteger dados sensíveis e a garantir a segurança cibernética em nossas operações.

### CONTEÚDOS PERSONALIZADOS

Oferecemos materiais personalizados para nossos líderes, incluindo o lançamento do Playbook da Liderança, dedicado ao desenvolvimento de habilidades de gestão.

### PODJOGAR

Gravamos episódios do podcast corporativo, abordando temas diversos e promovendo conscientização sobre equidade de gênero, autossabotagem e síndrome da impostora, com a participação de especialistas nos respectivos temas.

### CLUBE DO LIVRO

Organizamos duas edições do Clube do Livro durante o ano, com destaque para a leitura do livro "A Coragem de Ser Imperfeito", de Brené Brown, abordou soft skills e saúde mental.

### TRILHAS DE CONTEÚDOS

Em 2024, desenvolvemos trilhas de aprendizado específicas:

#### BORA RESSIGNIFICAR SUA VIDA FINANCEIRA

Focada em planejamento financeiro, com participação de especialistas como Lúcia Stradiotti e Janaine Pimentel.

#### CAPACITAÇÃO PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Trilha de desenvolvimento em habilidades técnicas e comportamentais para os nossos colaboradores com deficiência.

## PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO

GRI 404-1

Em 2024, promovemos três grandes programas de mentoria voltados para públicos específicos do Grupo SBF, com base na identificação de oportunidades de desenvolvimento de cada um. Veja mais detalhes:

### PROGRAMA DE EXECUTIVOS

O programa selecionou lideranças em posições executivas para realizar conversas de mentoria com a Diretoria Executiva da Companhia. Em diálogos sobre carreira, gestão de pessoas e desafios de negócio, os líderes traçaram planos de desenvolvimento para alavancar o processo sucessório da Companhia.

### SBF MOVE

O programa preparou e desenvolveu analistas e especialistas com intenção de ocupar posições de liderança. Nesta primeira edição, tivemos a participação de 30 Supervisores de Lojas e 14 Analistas.

### ELAS MOVEM

Conforme detalhado na [página 57](#), o grupo de afinidade Elas Movem Elas realizou um programa de mentoria afirmativo com o objetivo de alavancar mulheres em posições de liderança na Companhia.

## SBF LID

O SBF LID (Liderar, Inspirar e Desenvolver) é um programa dedicado à capacitação e formação de líderes, fundamentado na cultura e nos valores do Grupo SBF.

Em 2024, avançamos significativamente no programa de liderança, com base em critérios claros de alta performance. O envolvimento dos Diretores Executivos e de suas equipes foi fundamental para promover diálogos consistentes sobre o tema e garantir a continuidade da iniciativa. Como resultado, 100% da liderança, incluindo todos os nossos líderes operacionais e administrativos, foram capacitados com os conceitos do SBF LID.

Em 2023, nós descrevemos a "Persona" do líder SBF, que determina os comportamentos esperados para os líderes. Entre os principais posicionamentos decorrentes estão: "somos inconformados", "buscamos realizar" e "fazemos um time". O SBF LID evoluiu da Persona Líder SBF para LID Alta Performance, elevando a busca por eficiência e resultados.

Oferecemos uma série de treinamentos na Academia de Liderança, focados nas estratégias do Grupo SBF. Durante esses encontros, criamos um ambiente aberto para a troca de experiências e ideias, incentivando os participantes a explorarem seu perfil de liderança e a maximizarem seu impacto, concentrando-se nas oportunidades de desenvolvimento. Saiba mais sobre as diferentes frentes do SBF LID:



### LID ALTA PERFORMANCE

Disseminamos a cultura de alta performance entre os líderes SBF com capacitações presenciais personalizadas.



84 horas de capacitação em 2024

### LID OPERAÇÕES

Desenvolvemos habilidades de gestão para 780 líderes através de 7 masterclasses online.

70 horas de capacitação em 2024

### LID FOR ALL

Capacitamos 42 Head Coaches (Gerentes de Lojas Física) com 7 encontros online para reduzir o turnover.

70 horas de capacitação em 2024

### LID TALKS (CULTURA & LÍDER SBF/LIDERANÇA INCLUSIVA)

Preparamos a liderança para os desafios do cenário corporativo e os aspectos da liderança inclusiva.

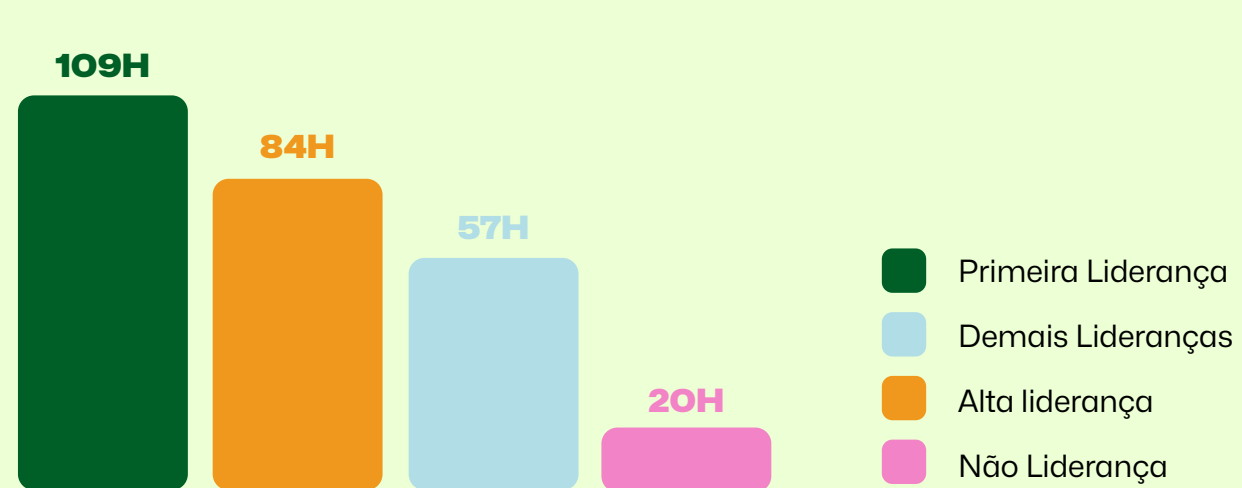
18 horas de capacitação em 2024



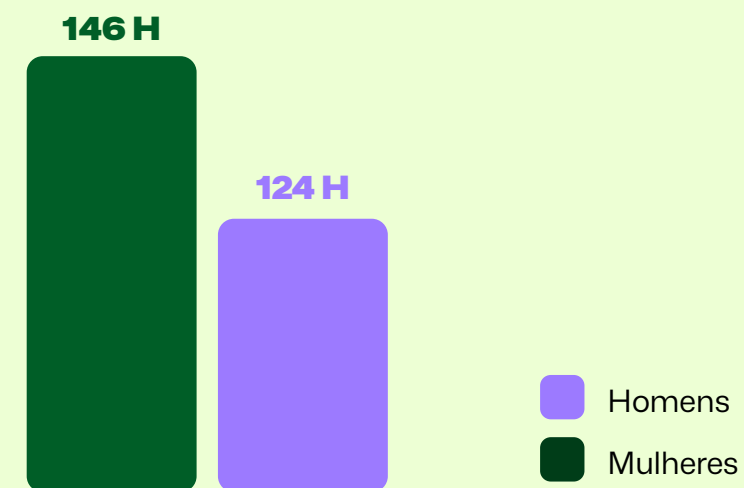
## TREINAMENTO E CAPACITAÇÃO

GRI 404-1

### MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR CARGO



### MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR GÊNERO





## ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE TALENTOS

GRI 401-2

Estamos sempre em busca dos melhores talentos para fazer parte do nosso time.

### PROJETO ESCALAÇÃO DE TALENTOS

Iniciado em 2022, este projeto capacita Gerentes e Supervisores de Loja na condução de entrevistas, promovendo mais autonomia nas contratações.

Com essa iniciativa, buscamos reduzir o SLA<sup>1</sup> do processo seletivo e aceleramos a admissão de talentos. Além disso, garantimos a seleção de profissionais mais alinhados à nossa cultura e valores, fortalecendo nossas equipes e melhorando a experiência dos candidatos.

### PROGRAMA DE INDICAÇÃO

Incentivamos nossos colaboradores a indicarem profissionais para preencherem as novas vagas disponíveis. Como reconhecimento, oferecemos uma bonificação aos colaboradores cujas indicações resultem em contratações que permaneçam na Companhia por pelo menos seis meses. Acreditamos que esse processo não só agiliza o recrutamento, mas também assegura que os novos colaboradores estejam mais alinhados com a cultura e os valores da Companhia.

<sup>1</sup> SLA significa "Service Level Agreement" (Acordo de Nível de Serviço, em português).

REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS

GRI 401-2 | 401-3

Adotamos políticas de remuneração e benefícios que estão alinhadas com as melhores práticas de mercado, proporcionando uma base sólida para decisões internas relacionadas à administração de remuneração e participação nos resultados.

Nossa Política de Remuneração é revisada e atualizada anualmente com base em pesquisas salariais, garantindo que estejamos sempre competitivos e justos.

➤ [Clique aqui e conheça nossa Política de Remuneração](#)

Valorizamos nossos profissionais por meio de ciclos de reconhecimento, celebrando aqueles que se destacaram ao longo do ano. A remuneração total oferecida aos nossos colaboradores é composta por remuneração fixa, benefícios, remuneração variável (bônus/PPR) e comissões para determinados cargos nas lojas.

Os benefícios incluem assistência médica, vale-refeição, seguro de vida e opções de deslocamento, como vale transporte, fretado ou auxílio mobilidade. Também oferecemos assistência odontológica, acesso a planos de bem-estar e programas de acolhimento ao colaborador.

Em 2024, a troca do parceiro de vale-refeição trouxe mais flexibilidade e facilidade para os colaboradores, permitindo que usem o benefício da forma que preferirem.

Além disso, adicionamos um mês extra ao benefício de vale-refeição durante o período de férias, algo que não era oferecido anteriormente.

Essas melhorias refletem nosso compromisso contínuo em proporcionar uma experiência de trabalho positiva para todos os nossos colaboradores.

Ao final de 2024, tínhamos 4.641 colaboradores com direito a licença-maternidade/paternidade.

| LICENÇA PARENTAL 2024                                                   | MULHERES | HOMENS |
|-------------------------------------------------------------------------|----------|--------|
| Colaboradores que tiraram licença-maternidade/paternidade               | 281      | 150    |
| Colaboradores que retornaram de licença-maternidade/paternidade em 2024 | 108      | 150    |
| Taxa de retorno ao trabalho <sup>1</sup>                                | 81,49%   | 100%   |
| Taxa de retenção dos colaboradores com licença parental                 | 60,48%   | 34,79% |

<sup>1</sup> Taxa de retorno = (Número total de empregados que retornaram ao trabalho após a licença / Número total de empregados que deveriam retornar ao trabalho após a licença) x 100. Essa taxa não considera os colaboradores desligados.



### RECONHECIMENTO POR TEMPO DE CASA

Para fortalecer o sentimento de pertencimento e engajamento, reconhecemos os profissionais das lojas Centauro e Fisia pelo seu tempo de casa. Essa celebração é conduzida pelos Gerentes Regionais, que entregam um broche (pin) e cartas de agradecimento, como reconhecimento público pela parceria e dedicação.

### ONBOARDING

O Aquecimento SBF é o nosso programa de integração para novos colaboradores, proporcionando um primeiro contato com nossas operações e atividades internas. Essa interação inicial permite que os novos colaboradores conheçam o negócio e as operações de logística e vendas, garantindo uma recepção acolhedora para facilitar sua adaptação à nova rotina de trabalho e proporcionar uma imersão no nosso negócio.



## PROGRAMA DE TRAINEE

O programa de Trainee 2025 foi reformulado para ter um formato mais ágil, passando de 18 meses para 12 meses, com o objetivo de acelerar o desenvolvimento dos participantes.

O programa inclui mentorias, treinamentos práticos e o desenvolvimento de projetos relevantes, fortalecendo a linha de sucessão do Grupo SBF. O processo seletivo é composto por múltiplas etapas, desde inscrição e fit cultural até dinâmicas de grupo e um painel final com Executivos da Companhia.

Durante o onboarding, eles vivenciarão experiências imersivas, com diálogos e atividades que proporcionam um entendimento mais profundo das nossas áreas de negócio.

O programa acontecerá em 2025, com uma estrutura de suporte abrangente e foco no desenvolvimento contínuo. Os Trainees serão desenvolvidos por meio da construção e solução de projetos em diferentes áreas da Companhia.





# SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO (SST)

GRI 401-3 | 403-1 | 403-2 | 403-3 | 403-4 | 403-5 | 403-6 | 403-7 | 403-9 | 403-10

A segurança, a prevenção e o bem-estar dos colaboradores são prioridades no Grupo SBF. Por isso, investimos continuamente em iniciativas que vão além do cumprimento das normas de Saúde e Segurança do Trabalho (SST), elevando nossos padrões de cuidado e responsabilidade.

Nosso compromisso ultrapassa a conformidade legal: buscamos construir uma cultura de segurança robusta e participativa, na qual cada colaborador tem um papel essencial na prevenção de riscos e na promoção de um ambiente de trabalho seguro, saudável e sustentável.

## EXPANSÃO DE TREINAMENTOS

Em 2024, avançamos em nossas iniciativas de capacitação, promovendo diversas integrações de segurança, com foco principal nas funções de maior risco. Veja sobre as iniciativas a seguir:

- Programa Pare e Conecte: criamos uma ação para conscientizar sobre os riscos do uso inadequado de celulares em situações indevidas, reforçando a atenção plena e prevenindo acidentes.
- Gestão de Resíduos: aproximadamente 400 colaboradores participaram de treinamentos sobre descarte correto e práticas seguras, alinhadas ao nosso compromisso com a sustentabilidade.
- Fiscalizações e Auditorias Contínuas: mantemos um rigoroso programa de avaliação de processos para garantir a aderência total às normas de segurança.

## COMPROMISSO COM A SEGURANÇA NO TRÂNSITO

Aderimos ao Movimento Laço Amarelo, uma iniciativa nacional que fortalece a conscientização para a segurança no trânsito.

Nosso objetivo é reduzir acidentes e incentivar comportamentos mais seguros entre motoristas, pedestres e ciclistas. Por meio de ações educativas e de engajamento, promovemos práticas responsáveis, contribuindo para um ambiente mais seguro dentro e fora do trabalho.



### **PLANO DE AUXÍLIO MÚTUO (PAM): RESPOSTA EFICIENTE A EMERGÊNCIAS**

Para fortalecer nossa capacidade de resposta em situações críticas, implementamos o Plano de Auxílio Mútuo (PAM), em parceria com o Corpo de Bombeiros de Extrema (MG).

Com treinamentos conjuntos, simulados e compartilhamento de conhecimento, garantimos uma atuação rápida e eficaz, protegendo vidas e patrimônios.

### **PROCESSOS ESTRUTURADOS DE SST**

Nosso Sistema de Gestão de SST é estruturado para identificar, prevenir e mitigar riscos, tanto em situações rotineiras quanto não rotineiras:

- Canais internos de relato de perigos, incentivando a comunicação ativa de situações de risco.
- Monitoramento contínuo de incidentes e acidentes, com respostas rápidas e ações corretivas eficazes.
- Engajamento da liderança na disseminação da cultura de segurança.
- Transparência e comunicação ativa sobre medidas preventivas e boas práticas.

Além disso, as CIPAs (Comissões Internas de Prevenção de Acidentes) e os brigadistas desempenham um papel fundamental na prevenção e resposta a emergências, assegurando um ambiente de trabalho cada vez mais seguro.

A prevenção é o pilar central das nossas ações, fortalecida pela atuação da liderança, pelo sistema de gestão de incidentes e acidentes e pelo engajamento ativo de todos os colaboradores.

Seguimos investindo em práticas que contribuam para um ambiente de trabalho cada vez mais protegido, saudável e sustentável.

## **CAPACITAÇÃO: FORMAÇÃO DE OPERADORES DE EMPILHADEIRA**

A formação de Operador de Empilhadeira exige, no mínimo, 16 horas de carga horária, conforme as Normas Regulamentadoras NR 11 e NR 12. O Grupo SBF se destaca ao oferecer um curso completo de 120 horas, garantindo uma qualificação diferenciada e alinhada aos mais altos padrões de segurança e eficiência operacional.

Além da excelência técnica, a iniciativa fortalece nosso compromisso com a diversidade e inclusão:

- 40% dos formados são mulheres, incentivando a representatividade feminina.

## **BEM-ESTAR E SAÚDE MENTAL**

A segurança também passa pelo cuidado com a saúde mental e física dos nossos colaboradores.

- 7.000 colaboradores participaram de programas voltados para saúde mental, refletindo um aumento expressivo de engajamento.
- Implementamos ações preventivas para lesões por esforço repetitivo (LER/DORT), garantindo maior ergonomia e qualidade de vida no trabalho.

Nosso compromisso é proporcionar um ambiente saudável, seguro e acolhedor, onde cada colaborador tenha suporte para desempenhar suas funções com bem-estar e motivação.

## **COMPROMISSO COM A PREVENÇÃO E A SEGURANÇA**

A segurança é um valor essencial e um compromisso compartilhado. Todas as equipes, especialmente aquelas em funções de maior risco, são monitoradas, capacitadas e incentivadas a manter um ambiente seguro.

Nossa abordagem envolve monitoramento contínuo da saúde ocupacional, avaliação de riscos e treinamentos constantes.

# COOPERATIVA ATIVA SBF

GRI 2-29 | 401-2 | 413-1

Atuamos em colaboração com a Ativa, uma cooperativa financeira criada e administrada por nossos próprios colaboradores.

Há 27 anos, a Ativa estrutura seus projetos em torno de quatro pilares principais: Educação, Família, Finanças e Esporte. Com o objetivo de promover uma economia colaborativa, a Cooperativa permite que todos os associados invistam e tenham acesso a crédito de maneira acessível.

Esse serviço é disponibilizado aos colaboradores assim que ingressam na Companhia, oferecendo-lhes a oportunidade de associação.

**Em 2024, tivemos um aumento de colaboradores associados, passando de 53,8% em 2023, para 65%.**

**EM 2024, DIRECIONAMOS VERBAS DE ASSISTÊNCIA SOCIAL PARA O RIO GRANDE DO SUL, OFERECENDO UM AUXÍLIO IMEDIATO E, POSTERIORMENTE, UMA LINHA DE CRÉDITO SUBSIDIADA DE 1% AO MÊS, ALÉM DE UMA AJUDA DE CUSTO DE R\$ 3.000 PARA ACOLHIMENTO AOS COLABORADORES QUE ESTAVAM EM SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE.**

É importante destacar que a Cooperativa Ativa possui uma estrutura de governança corporativa própria. Essa estrutura possui três principais aspectos: é regulada pelo Banco Central do Brasil; possui um Conselho de Administração com representação de colaboradores do Grupo SBF; e passa por três auditorias diferentes - Auditoria do Banco Central, auditoria de balanço e auditoria interna.



## PILARES ATIVA

### PILAR EDUCAÇÃO

- Estabelecemos parcerias com mais de 20 instituições de ensino e escolas de idiomas, além de oferecer acesso ao sistema SESCOOP<sup>1</sup>. A Ativa emite uma carta que comprova o vínculo do colaborador como associado, permitindo a matrícula com desconto.
- Em 2024, nosso projeto de reembolso para despesas de educação ganhou destaque com uma ação afirmativa para mulheres, que receberam um reembolso 10% maior.
- Atendemos 100% dos pedidos de reembolso para estudos, e os benefícios da educação também se estenderam às famílias dos colaboradores.

### PILAR FAMÍLIA

- Reconhecemos a importância da família dos nossos colaboradores com um Clube de Vantagens que oferece até 80% de desconto em lojas parceiras.
- Os filhos de colaboradores, de 4 a 17 anos e 11 meses, receberam um kit escolar completo, juntamente com um kit de educação financeira para a família, beneficiando 1.600 pessoas.
- Presenteamos nossos associados com um kit bebê para celebrar a chegada de seus filhos.
- Estabelecemos parcerias de entretenimento com os principais parques e redes de cinema do Brasil, como forma de proporcionar acesso ao lazer e aos cuidados com a saúde mental.

### PILAR FINANÇAS

- Nosso compromisso sempre foi com o bem-estar financeiro dos nossos associados. Acreditamos no crédito consciente e, por isso, oferecemos ações e ferramentas de educação financeira e consumo responsável.
- Oferecemos um programa de consultoria financeira e um portal de educação financeira, com conteúdos e dicas.
- Destacamos a trilha de educação financeira na nossa plataforma de treinamento, que incluiu palestras, vídeos, podcast e e-books sobre educação financeira.

### PILAR ESPORTE

- Associados da Ativa têm acesso a um plano de saúde e bem-estar e a um benefício de academia exclusivo dos associados.
- Apoiamos a prática de esportes com o reembolso de incentivo para provas de corridas de rua.
- Promovemos ginástica laboral em nossos escritórios, visando a redução do estresse e o bem-estar físico dos nossos colaboradores.

<sup>1</sup> Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo.

## NÚMEROS COOPERATIVA ATIVA SBF 2024



Kit Bebê:

**147 KITS ENTREGUES  
NO ANO**



Cinema:

**3.030 INGRESSOS  
DISPONIBILIZADOS**



Ações de Educação  
Financeira:

**20 CONSULTORIAS  
INDIVIDUAIS REALIZADAS**



Kit Escolar:

**1.628 KITS  
DISTRIBUÍDOS**



TotalPass:

**979 ASSOCIADOS  
E DEPENDENTES  
BENEFICIADOS**



Ações de Assistência Social:

**23 ASSISTIDOS DURANTE  
AS ENCHENTES NO RIO  
GRANDE DO SUL**



Parcerias Educacionais  
(entre graduação, pós-  
graduação, MBA, cursos  
livres e idiomas):

**22 INSTITUIÇÕES**



Ginástica Laboral:

**MAIS DE 100 AULAS  
REALIZADAS**



Vacina da Gripe:

**818 ASSOCIADOS  
VACINADOS**



Cartas de  
encaminhamento emitidas:

**290 CARTAS, SENDO 197  
PARA GRADUAÇÃO E  
PÓS-GRADUAÇÃO E  
93 PARA CURSOS DE  
IDIOMAS**



Reembolso Corrida de Rua:

**29 REEMBOLSOS  
CONCEDIDOS**



## 05. SOCIEDADE E NOSSAS COMUNIDADES

Capitais Relacionados



Objetivos Desenvolvimento Sustentável (ODS)





# APOIO A PROJETOS SOCIAIS

## SOMOS GUIADOS PELO MOVIMENTO

GRI 2-29 | 3-3 | 203-1 | 413-1

Acreditamos no poder da transformação de vidas por meio do esporte e na oportunidade de desenvolvimento socioeconômico para além das fronteiras do Grupo SBF, a partir de projetos e ações sociais que permeiam o mundo do esporte.

Nossa abordagem inclui duas principais formas de apoio: investimento direto e Lei de Incentivo, em projetos que ampliam a visibilidade e incentivam a prática esportiva em diversas modalidades.

Nosso foco principal são as Organizações da Sociedade Civil (OSCs), que recebem apoio por meio dos programas Transforma e da estratégia de investimento social da Fisio.

Nossos colaboradores também participam de ações de voluntariado mensais, nas quais têm a oportunidade de contribuir com seu tempo e habilidades para diferentes causas. Essas atividades, além de beneficiar as instituições apoiadas, também fortalecem o espírito de equipe e solidariedade entre o time.

Por fim, realizamos ações sazonais, adaptando nosso apoio às necessidades específicas de cada período do ano, seja através de campanhas de doação ou eventos especiais.

O investimento social privado nas comunidades, através da área de Propósito da Fisio e do programa Transforma, superou R\$ 3 milhões quando somados todas as OCS parceiras.



## TRANSFORMA

GRI 2-29 | 203-1 | 413-1

Transforma é o programa de responsabilidade social do Grupo SBF. Formado por colaboradores voluntários de todas as áreas da Companhia, mobiliza uns aos outros, impulsionando o esporte e transformando vidas.

Selecionamos diversas instituições parceiras em todo o Brasil para receber apoio e investimento financeiro, com base na apresentação de seus projetos e na avaliação de sua aderência à nossa visão de negócios e atuação social. Nas instituições escolhidas, promovemos capacitações focadas em temas como gestão, tecnologia e liderança.

Em 2024, apoiamos 18 organizações, impactando cerca de 10.823 pessoas diretamente e 32.469 indiretamente.

## 18 OSCS APOIADAS EM 2024

**15** por investimento direto

**3** por Lei de Incentivo  
(Esporte, FUMCAD, Fundo do idoso)

## 10 ESTADOS

(SP, RJ, PR, MG, RS, DF,  
GO, RN, PB, MA)

## + DE 30 MIL PESSOAS

impactadas indiretamente

## DOAÇÃO DE 16.546 MIL

Produtos esportivos para  
OSCs do Rio Grande do Sul

## VOLUNTARIADO

GRI 2-29 | 413-1

No Grupo SBF, o voluntariado é uma força motriz que impulsiona nossas iniciativas de transformação social. Nossos voluntários são verdadeiros agentes de mudança, colocando seu apoio em campo sempre que participam de uma ação de voluntariado. Seja atuando presencialmente ou dedicando seu tempo para compartilhar conhecimento.



**508**  
colaboradores  
voluntários  
em todas as  
atividades



**16**  
ações voluntárias



**3.472**  
horas doadas

## PILARES DO VOLUNTARIADO SBF



Oferecemos ações de capacitação para ajudar na gestão das OSCs apoiadas pelos programas de investimento social do Grupo SBF.



Promovemos consultorias em gestão e, por meio do programa Capacita, oferecemos suporte e compartilhamento de informações para apoiar as OSCs.



Participamos de atividades presenciais nas OSCs para promover a prática esportiva ou apoiar em melhorias na infraestrutura.



Participamos do Transforma Tech para integrar a tecnologia no cotidiano das OSCs, aumentando a eficiência dos processos internos e melhorando a infraestrutura tecnológica.



Encorajamos nossos colaboradores a participarem das nossas ações de voluntariado. Dessa forma, em 2024 realizamos mais um Mutirão do Esporte, no Dia Nacional do Voluntariado, que impactou aproximadamente 3.000 pessoas. Ampliamos a ação para algumas lojas e o evento aconteceu em 12 localizações, com a participação de aproximadamente 300 voluntários.

Seguimos apoiando as iniciativas dos anos anteriores, como a Campanha do Agasalho, que arrecadou 432 kg de roupas e 1.323 itens para doação em 2024, demonstrando nosso compromisso em atender às necessidades das comunidades.

Neste ano, nosso programa de voluntariado desenvolveu uma Campanha de Doação de Sangue, estendida para os colaboradores administrativos e do CD em Extrema (MG).

### CAMPANHA DO AGASALHO

**1.323**

itens arrecadados

### APOIE UM CAMPEÃO

**170**

crianças apoiadas

### DOAÇÃO DE MECHAS DE CABELO

**1KG** de mechas de cabelo doados que serão transformados em 2 perucas

### DOAÇÃO DE SANGUE

**55**

pessoas doadoras



### OUTRAS AÇÕES EM 2024

#### Patrocínio à Corrida Paranoel no Rio de Janeiro:

- Contribuiu com a arrecadação de 35 toneladas de alimentos.

#### Campanha de Dia das Crianças com o Santa Fé Hunters:

- Doação de 250 bolas de basquete.

#### Apoio à viagem de jovens atendidos pelas OSCs para o Festival DansLavile na França:

- Seis jovens participaram do festival paralelo às Olimpíadas.

## INVESTIMENTO SOCIAL FISIA

O propósito da Nike é impulsionar o mundo por meio do poder transformador do esporte – promovendo comunidades mais inclusivas, ampliando o acesso à prática esportiva e fazendo a sua parte para cuidar do planeta da melhor forma possível.

Em conexão com as diretrizes globais da marca, os compromissos locais da Fisia estão pautados na integração de três pilares:

- Diversidade, Equidade e Inclusão;
- Proteção ao Planeta;
- Futuro do Esporte para as Novas Gerações.

➤ [Clique aqui para mais informações sobre a plataforma de investimento social da Fisia](#)

## DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

Estabelecemos parcerias com o CIEE (Centro de Integração Empresa – Escola) para facilitar o acesso de jovens ao mercado de trabalho e à educação superior, integrando esporte, educação e empregabilidade.

Em 2022, lançamos um edital que concedeu 21 bolsas integrais para jovens negros na Grande São Paulo, oferecendo suporte financeiro e apoio psicossocial ao longo de seus estudos em administração, tecnologia e educação física.

No ano de 2024, ampliamos nossa atuação para mais 21 jovens que tiveram a oportunidade de ingressar no ensino superior com o mesmo suporte. Nesse segundo edital, todas as bolsas foram destinadas para o curso de administração da FESPSP - Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo.

## PROTEÇÃO AO PLANETA

Com uma abordagem integrada, em que ações de conservação ambiental são realizadas a partir da valorização e do fortalecimento comunitário, buscamos também potencializar iniciativas ao utilizar o esporte como plataforma de conscientização e amplificação.

Em 2024, seguimos com a nossa jornada em parceria com três organizações: SOS Amazônia, Associação Onçafari e Instituto Esporte & Educação (IEE):

- **SOS Amazônia:** um dos objetivos é restaurar 200 hectares (uma área equivalente a 200 campos de futebol) por meio do plantio de 400 mil árvores até 2025. Em 2024, alcançamos 59% dessa meta, um avanço significativo em relação ao plano estabelecido. Além dessas ações, a iniciativa que destina 2% dos valores comprados com Cartão Presente Nike no site e nas lojas para a SOS Amazônia.
- **Associação Onçafari:** viabilizamos iniciativas que visam à proteção da onça-pintada por meio da intensificação de pesquisas e do monitoramento da espécie em quatro diferentes biomas, em especial na Amazônia.
- **Instituto Esporte & Educação:** fomentamos a conexão com as comunidades amazônicas por meio de programas esportivos na cidade de Lábrea, no sul do estado do Amazonas, impactando diretamente mais de 500 crianças de cinco escolas públicas.

## FUTURO DO ESPORTE PARA AS NOVAS GERAÇÕES

Seguimos em nosso compromisso de promover o esporte para as novas gerações, por meio de parcerias com organizações comunitárias, como Vida Corrida, Bola Pra Frente, Instituto JB12, Social Skate, Instituto Janeth Arcain, Naurú e a Rede Esporte pela Mudança Social (REMS), visando incentivar um estilo de vida mais ativo e saudável para a atual geração.

Com o Vida Corrida, celebramos um marco especial em 2024: 25 anos de história do projeto e 15 anos de parceria contínua com a Nike.

Ainda dentro desse pilar, a iniciativa mais recente é o programa Skate pela Mudança Social, realizado em parceria com a atleta Rayssa Leal, a Rede Esporte pela Mudança Social (REMS) e a Laureus Sport for Good, que visa promover o skate no Nordeste do Brasil, com foco na inclusão de meninas. O programa selecionou três organizações que beneficiam diretamente mais de 180 crianças, reforçando o papel do esporte como agente de impacto social.



## ATIVIDADES FÍSICAS PARA TODAS AS PESSOAS

GRI 2-29 | 3-3 | 203-1 | 413-1

### ARENA CENTAURO

Temos o compromisso de tornar o esporte uma prática mais democrática e acessível para todas as pessoas, e a Centauro tem o espaço Arena Centauro como materialização desse compromisso.

Em funcionamento desde maio de 2023, a Arena Centauro no Parque do Ibirapuera (SP) - nono maior ambiente de área verde do mundo, que recebe cerca de 18 milhões de visitantes por ano - é um polo esportivo de aproximadamente 1.000 m² que proporciona uma série de experiências e serviços aos seus visitantes.

Consolidado não apenas entre os amantes do esporte, o espaço foi eleito o número 1 em “Inovação para uma Experiência Aprimorada” no ranking de 50 marcas mais inovadoras do mundo em 2024 (Relatório Ebeltoft Group).

Com essa estrutura oferecemos também aulas gratuitas nas mais variadas modalidades do esporte. Em média, são ministradas três aulas por semana, ampliando o acesso à prática esportiva. A Arena Centauro Ibirapuera conta também com uma estrutura externa pensada para promover momentos ao ar livre e contato direto com a natureza por meio do esporte.

A arena tem sido utilizada também como um canal de potencialização de temas e mensagens, como diversidade, equidade e inclusão, possuindo em sua programação eventos que abordam a luta de pessoas com deficiência, o Outubro Rosa, o Novembro Azul e a Consciência Negra.

Em 2024, foram mais de **221 AULAS** e **67 EVENTOS** (proprietários e em parceria com marcas)

**+ DE 300H**  
de aulas e treinos oferecidos

**+ DE 260**  
inserções na mídia

**+8 MIL** empréstimos  
para a prática de esportes

Fluxo estimado de mais de **350 MIL**  
pessoas passando por nossas Arenas

Eleita a **Nº 1 EM INOVAÇÃO**  
para uma Experiência Aprimorada  
no ranking das 50 marcas mais  
inovadoras do mundo em 2024

### TREINO PARA MULHERES: NIKE WELL COLLECTIVE

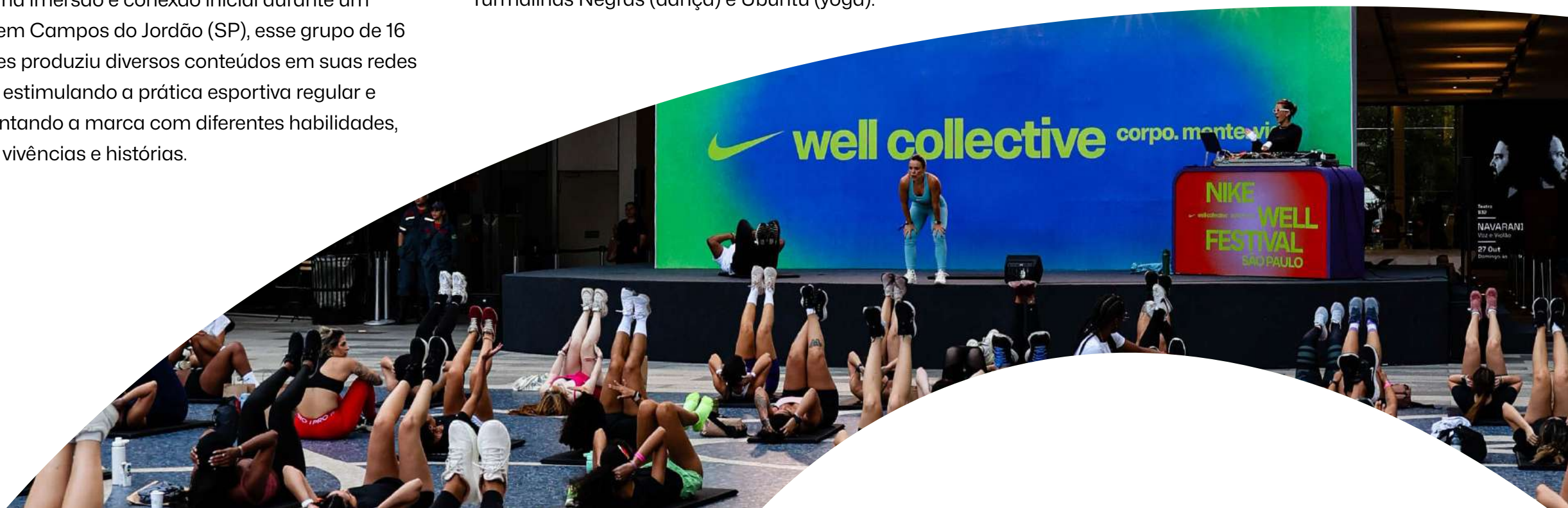
Um dos objetivos da Nike como marca é seguir incentivando a prática esportiva entre as mulheres, visando ao seu bem-estar físico. Para isso, realizamos diversas ações a partir do conceito de bem-estar holístico e do fortalecimento de comunidades femininas.

Como forma de apresentar o conceito Nike Well Collective, criamos uma equipe composta por atletas, treinadoras, jornalistas e influenciadoras. Após uma imersão e conexão inicial durante um evento em Campos do Jordão (SP), esse grupo de 16 mulheres produziu diversos conteúdos em suas redes sociais, estimulando a prática esportiva regular e representando a marca com diferentes habilidades, corpos, vivências e histórias.

Em paralelo, com a intenção de oferecer um espaço seguro para que as mulheres possam criar comunidades e se exercitar com tranquilidade, sob os cuidados de uma profissional, promovemos treinos quinzenais gratuitos para o público feminino no espaço fitness no Parque Ibirapuera.

Além desses treinos, apoiamos durante o ano quatro coletivos que também ofereceram sessões gratuitas para nossas consumidoras em São Paulo. São eles: Buchinho Suado e Big Girls (treino funcional), Turmalinas Negras (dança) e Ubuntu (yoga).

Realizamos, em outubro, em São Paulo, o Nike Well Festival – um dia repleto de treinos e conversas inspiradoras para mulheres. O evento reuniu as participantes da equipe inicial, convidadas e consumidoras. Com ações conectadas com a loja Nike Well Collective no Shopping Iguatemi Faria Lima, em São Paulo, promovemos uma experiência esportiva e oferta dos produtos para nossas consumidoras.





# 06. GESTÃO AMBIENTAL

Capitais Relacionados



Objetivos Desenvolvimento Sustentável (ODS)





# EMISSIONES ATMOSFÉRICAS

GRI 2-4 | 3-3 | 305-1 | 305-2 | 305-3 | 305-4 | 305-5

Em 2024, o Grupo SBF continuou sua jornada para colaborar no combate às mudanças climáticas e mitigar os impactos de suas operações.

Dando sequência ao trabalho iniciado em 2022, mantivemos o uso do software Climas, desenvolvido em parceria com a WayCarbon, para o monitoramento das emissões de gases de efeito estufa (GEE). Essa ferramenta nos permitiu atingir precisão na rastreabilidade e coleta de dados em nossas unidades de negócio, estabelecendo indicadores ambientais confiáveis e planejando ações para reduzir as emissões.



Neste ano, conquistamos pela segunda vez o Selo Ouro do GHG Protocol, reafirmando o compromisso com a sustentabilidade. Esse reconhecimento foi atribuído aos nossos padrões, à transparência e à confiabilidade no Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa referente a 2023.

Nota: Até a data de publicação desse relatório, o Inventário de Gases de Efeito Estufa ainda está passando pelo processo de auditoria.



| TOTAL DE EMISSÕES CO <sub>2</sub> (T)                                             |           |                         |              |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------|--------------|
|                                                                                   | 2022      | 2023                    | 2024         |
| Escopo 1                                                                          |           |                         |              |
| Combustão estacionária <sup>1</sup>                                               | 2.784,79  | 1.438,75                | 43,05        |
| Combustão móvel <sup>1</sup>                                                      | 677,0     | 65,96                   | 2.164,54     |
| Emissões Fugitivas                                                                | 3.152,59  | 2.116,78                | 4.505,86     |
| Escopo 2                                                                          |           |                         |              |
| Aquisição de energia elétrica                                                     | 2.054,71  | 3.650,11                | 3.406,73     |
| Escopo 3                                                                          |           |                         |              |
| Atividades relacionadas com combustível e energia, não inclusas nos Escopos 1 e 2 | 13,94     | 17,98                   | 13,00        |
| Bens e serviços comprados                                                         | 11.381,35 | 15.948,37               | 18.372,72    |
| Deslocamento de colaboradores (casa-trabalho)                                     | 33,94     | 2.532,38 <sup>2</sup>   | 2.128,90     |
| Resíduos gerados nas operações                                                    | 4.515,46  | 5.914,85                | 5.556,51     |
| Transporte e distribuição (upstream)                                              | 5.520,50  | 364.966,41 <sup>3</sup> | 1.726.950,45 |
| Viagens a negócios                                                                | 607,90    | 775,18                  | 603,17       |

<sup>1</sup> Os dados de 2022 foram atualizados de acordo com as categorias corretas (Escopo 1 - Combustão estacionária e Combustão móvel).

<sup>2</sup> Em 2022, reduzimos o nosso quadro de funcionários, o que foi revertido em 2023, com novas contratações CLT que impactaram nas emissões causadas pelo deslocamento casa-trabalho.

<sup>3</sup> Em 2023, tivemos um aumento na rota logística. Antes contemplávamos um raio de 40 km e, a partir de 2023, expandimos a rota para 800 km.

Nota: Os valores de combustão estacionária apresentaram variação em 2024, tendo relação com as ações de limpeza dos tanques de diesel que abastecem os geradores nos Centros de Distribuição, realizadas em 2022 e 2023.



# GESTÃO DE ENERGIA

GRI 302-1 | 302-2 | 302-3 | 302-4 | SASB CG-MR-130a.1

Em função do modelo de negócio do Grupo SBF, o consumo de energia é majoritariamente composto pela eletricidade utilizada nas operações e nas lojas físicas. Por meio de levantamentos internos periódicos, buscamos reduzir nosso impacto ambiental, decorrente do consumo energético, implementando práticas de conscientização e aumentando o uso de fontes renováveis para atender às nossas demandas.

Em 2024, mantivemos o fornecimento de energia para as lojas por meio do Mercado Livre de Energia, o que nos permitiu escolher fornecedores mais sustentáveis, tanto do ponto de vista econômico quanto ambiental. Durante o ano, realizamos as migrações das unidades Nike Shopping Barra Sul, no Rio Grande do Sul e Nike Shopping Barra Salvador para o Ambiente de Contratação Livre (ACL), juntamente com as 77 lojas já operando neste modelo, o projeto resultou em uma economia estimada de R\$ 4,8 milhões ao longo de 2024, o que representou uma redução de 24% nos custos totais de energia elétrica das lojas no ACL.

Desde o início da iniciativa, o projeto gerou uma economia total de R\$ 12,4 milhões, resultando em uma redução acumulada de 19% nos custos de energia.

Mantivemos as boas práticas iniciadas em 2022, garantindo a certificação I-REC, concedida pela ENEL Green Power São Gonçalo em 2024. Esse projeto contribui para a neutralização das emissões de Escopo 2 por meio da compra de energia proveniente de fontes solares.

Todos os projetos de melhoria e infraestrutura da Companhia incorporam conceitos de sustentabilidade, como automação e monitoramento.



## GERAÇÃO COMPARTILHADA

Para consolidar a transição do Grupo SBF para o consumo de fontes renováveis em suas unidades de negócio, participamos do projeto de geração compartilhada.

Utilizando energia proveniente de uma unidade solar geradora, que alimenta a rede de distribuição da concessionária local, conseguimos suprir parcialmente nossa demanda de consumo de energia.

A energia recebida é contabilizada e os valores são descontados na fatura da concessionária, gerando créditos. Esse mecanismo contribui para a economia de recursos e otimiza os custos operacionais.

O projeto já evitou um custo total de R\$ 192 mil, além de promover a redução de 67 toneladas de emissões de CO<sub>2</sub>. Destacam-se a assinatura de de quatro novos contratos para as lojas Centauro Centervale Shopping, Centauro Shopping Jequitibá, Nike Continente e Nike Flamboyant, e a reestruturação do consórcio das lojas Centauro Shopping Estação e Nike Curitiba.

## CONSUMO ENERGÉTICO



**63,52%<sup>1</sup>**  
energia renovável  
utilizada

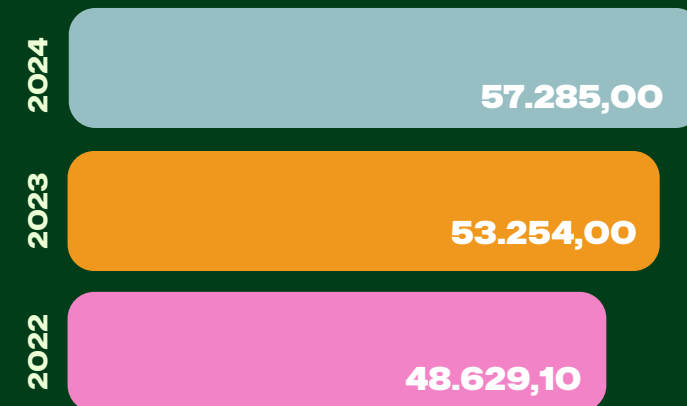


**62,43%<sup>1</sup>**  
energia obtida em  
mercado livre

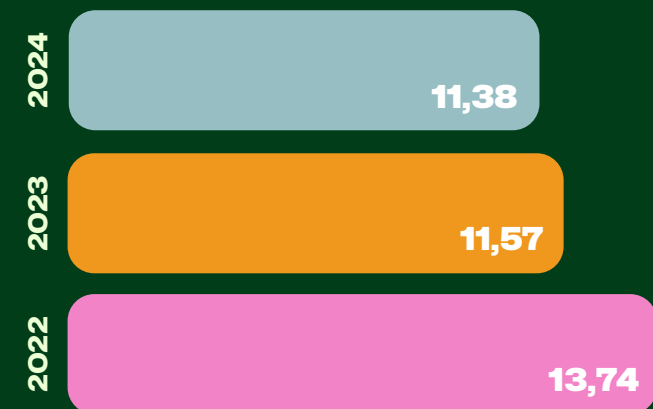
<sup>1</sup> Em 2024, tivemos uma diminuição na porcentagem de consumo de energia renovável e de energia obtida no mercado livre, devido à abertura de novas unidades não elegíveis para o mercado livre de energia.

<sup>2</sup> Identificamos um aumento no consumo devido à elevação da temperatura média anual e à inauguração de novas unidades.

## ENERGIA TOTAL CONSUMIDA<sup>2</sup> (MWH)



## INTENSIDADE ENERGÉTICA (KWH/M²)



# GESTÃO DE RESÍDUOS

GRI 301-1 | 301-2 | 301-3 | 306-2 | 306-3 | 306-4 | 306-5 | SASB CG-MR-410a.3

Os resíduos gerados em nossa operação são principalmente oriundos das embalagens utilizadas no transporte e venda de mercadorias, além dos produtos de marca própria remanescentes após a troca de coleções.

Para gerir esses resíduos de forma eficaz e garantir um descarte adequado, implementamos ações focadas em reciclagem, reaproveitamento e substituição em nossas operações.

Desde outubro de 2024, cessamos o descarte de resíduos orgânicos em aterros no Centro de Distribuição da Centauro em Extrema (Minas Gerais), com a instalação de um biodigestor. Agora, todo resíduo orgânico passa por esse sistema, com o chorume sendo descartado na rede de esgoto (ETE).

## RESÍDUOS GERADOS NAS OPERAÇÕES

| ESCOPO/DESCRIÇÃO                                             | DESTINAÇÃO                     | PESO (T) |        |        |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------|--------|--------|
|                                                              |                                | 2022     | 2023   | 2024   |
| Resíduos perigosos (madeira, EPI e materiais do ambulatório) | Incineração e cooprocessamento | 0,6      | 5,83   | 36,12  |
| Resíduos não perigosos                                       | Aterro                         | 192,3    | 415,44 | 285,65 |
| Plástico, papel, papelão e tubetes                           | Reciclagem                     | 207,0    | 239,05 | 273,24 |

**LOGÍSTICA REVERSA**

Em 2024, por meio da logística reversa destinamos corretamente 394.648 itens da seguinte forma:



**PARCERIA COM A COOPERMITI**

Mantemos uma parceria ativa com a Coopermiti, uma cooperativa dedicada ao descarte de resíduos eletrônicos. Em 2024, por meio de uma ação de letramento ambiental dos colaboradores, coletamos um total de 16,39 kg de resíduos eletrônicos e realizamos o descarte correto.

**ARRECADAÇÃO DE ALUMÍNIO**

A empresa iniciou uma campanha interna de arrecadação de lacres de alumínio, que ainda está em andamento e terá a duração de um ano. O objetivo é doar os materiais coletados para a instituição Lacre do Bem, que utiliza os recursos para adquirir cadeiras de rodas para pessoas com deficiência, além de promover a conscientização ambiental para os colaboradores.





**RETALHAR**

Garantimos a destinação correta e segura de peças de roupas e produtos têxteis por meio da parceria com o projeto Retalhar, firmada em 2023.

A iniciativa conta com ações de letramento, engajamento e a coleta de peças dos próprios colaboradores. Além da diminuição dos impactos gerados no meio ambiente, agregamos benefícios sociais com ações de inclusão de mão de obra de pessoas em situação de vulnerabilidade social em toda a cadeia produtiva.

Em 2024, doamos 153 kg de resíduos têxteis, promovendo o descarte ambientalmente correto para esses materiais.

**REDUÇÃO DE EMBALAGENS**

Em 2023, o projeto BIG BAG foi implementado, substituindo caixas de papelão por sacos de rafia com lacre duplo nas rotas Norte e Nordeste. Esse projeto também inclui logística reversa, permitindo a reutilização dos sacos em até dois ciclos, o que evita o uso de aproximadamente 69 mil caixas, equivalente a cerca de 42 toneladas de papelão.

A instalação da máquina automática de envolvimento (stretchadeira) para o uso de filme stretch em paletes, entre os CDs de Jarinu e Extrema, está projetada para reduzir em até 65% o consumo de filme, evitando cerca de 18 toneladas de plástico em 2024.

Continuamos a reutilizar caixas de fornecedores em processos de separação, prevendo a reutilização de 72% das caixas, o que evitará a fabricação de aproximadamente 658 mil caixas, ou cerca de 101 toneladas de papelão.

| TIPO DE EMBALAGEM <sup>1</sup> | TOTAL REAPROVEITADOS (TONELADAS) |
|--------------------------------|----------------------------------|
| Caixa de Papelão               | 645,7                            |
| Stretch                        | 9,5                              |
| BigBag                         | 56,7                             |

<sup>1</sup> Para calcular o volume, utilizou-se a base de planejamento logístico da operação outbound para lojas físicas e digitais, considerando o estado de destino. A média do peso das caixas foi calculada com base nos tipos de caixas usadas (caixa de calçado, sorter, fast). O uso de stretch foi quantificado de acordo com a pesagem do descarte realizada no CD Jarinu, cujos dados são compilados em uma planilha. Já o consumo de sacolas plásticas nas lojas foi calculado a partir da baixa diária registrada no SAP, multiplicada pelo peso médio das sacolas.

# CADEIA LOGÍSTICA

Em 2023, otimizamos nossa malha logística com a migração do nosso Centro de Distribuição da Fisia para um espaço próprio, o que fortaleceu nossas operações logísticas ao atender melhor as demandas das lojas. Essa mudança resultou em eficiência, redução de custos e controle operacional aprimorado.

Além disso, investimos em tecnologia, aprimorando o sistema de gestão de entregas em nossos CDs e otimizando o recebimento, a armazenagem e a expedição dos produtos. A gestão de transporte é realizada por meio de leilões com transportadoras cadastradas, permitindo-nos selecionar a melhor opção a cada nova compra com base em custo e prazo de entrega.

Em 2024, continuamos com iniciativas voltadas à eficiência e à redução de custos, com foco na otimização dos recursos existentes e na melhoria da experiência do cliente.

No segundo semestre, concluímos a internalização do abastecimento de lojas físicas da Nike. Essa mudança resultou na redução do tempo de processamento dos pedidos e de abastecimento das lojas, melhorando assim a experiência de nossos clientes e reduzindo impactos ambientais da cadeia logística.

## INFLEET

O Infelet, implementado em 2023, é um software acoplado nos veículos da Companhia que monitora informações do percurso, como telemetria, distância percorrida, velocidade média, consumo de combustível e tempo de uso. Esses dados são usados para otimizar o uso de rotas e veículos. Os principais objetivos da utilização do software são:

- Reduzir o consumo de combustível da nossa frota;
- Reduzir as emissões de GEE;
- Reduzir o desgaste dos pneus, freios e demais itens dos veículos;
- Reduzir o consumo de óleos lubrificantes e insumos;
- Melhorar os níveis de segurança no trânsito.

# GESTÃO DA CADEIA DE FORNECIMENTO

GRI 2-6 | 2-23 | 2-24 | 2-25 | 3-3 | 204-1 | 308-1 | 308-2 | 414-1 | 414-2

O Grupo SBF implementou um rigoroso processo de verificação de todos os seus fornecedores diretos, que inclui a análise de atuação, certificações adquiridas e o cumprimento das melhores práticas trabalhistas, direitos humanos e legislações ambientais.

Esses temas estão detalhadamente inscritos nos contratos de prestação de serviços, junto a cláusulas socioambientais que asseguram plena conformidade com nossas diretrizes internas.

Durante a seleção de novos fornecedores, realizamos digitalmente uma pesquisa para identificar possíveis inconformidades na cadeia de suprimentos e consultamos órgãos públicos, como o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA).

Na Centauro, a gestão de marcas próprias, como Ozer e Nord, e produtos licenciados é mantida com a mesma rede de fornecedores. Exigimos que os fornecedores nacionais passem por auditorias da Associação Brasileira de Varejo Têxtil (ABVTEX), recebendo certificações ouro, prata ou bronze.

Durante o ano de 2024, o Grupo SBF investiu R\$ 183 milhões em fornecedores nacionais e R\$ 167 milhões em fornecedores internacionais de Marcas Próprias e Licenças. Esse investimento promove a circulação de capital, fortalecendo o desenvolvimento socioeconômico local e criando oportunidades tanto diretas quanto indiretas.

Atualmente, 100% dos fornecedores nacionais de marca própria são certificados pela ABVTEX, sendo 72% com selo ouro, 12% prata e 16% bronze.

Para fornecedores internacionais, é mandatória a obtenção de certificações SEDEX ou BSCI, garantindo nossa conformidade com os principais critérios ambientais, sociais e de governança.





## **07. JOGANDO PELO FUTURO**



# JOGANDO PELO FUTURO

Acreditamos que o esporte transforma vidas, e é com essa convicção que seguimos para impulsionar nossa missão.

Continuaremos a aprimorar a experiência de compra dos nossos clientes e a fortalecer nossa saúde financeira, com ações alinhadas ao nosso planejamento estratégico.

Em 2025, pretendemos realizar mais avanços para que as operações das unidades de negócio do Grupo SBF sejam 100% integradas, permitindo assim que a Centauro e a Fisia se potencializem através das suas fortalezas.

Mantemos o foco na execução estratégica e na geração de valor, fortalecendo nossa liderança no mercado esportivo. Com disciplina e visão de longo prazo, seguimos avançando de forma consistente e preparada para o futuro.





## 08. ANEXOS



# ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI STANDARDS

| NORMAS UNIVERSAIS                       |                                                                       | REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CONTEÚDOS GERAIS                        |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| A organização e suas práticas de relato |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2-1                                     | Detalhes da organização                                               | Pág. 9.                                                                                                                                                                                                                                              |
| 2-2                                     | Entidades incluídas nos relatórios de sustentabilidade da organização | Pág. 4.                                                                                                                                                                                                                                              |
| 2-3                                     | Período de relato, frequência e ponto de contato                      | Págs. 4 e 110.                                                                                                                                                                                                                                       |
| 2-4                                     | Reformulações de informações                                          | Não houve.                                                                                                                                                                                                                                           |
| 2-5                                     | Verificação externa                                                   | Esse relatório não passou por verificação externa, mas considerou a avaliação minuciosa de todos os envolvidos em sua produção, assim como a aprovação final da Diretoria Executiva, a fim de garantir a veracidade e assertividade das informações. |
| Atividades e empregados                 |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2-6                                     | Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais              | O Grupo SBF S.A.atua no setor de Consumer Goods e no subsetor de Multiline and Specialty Retailers, conforme o padrão global SICS da SASB. Saiba mais sobre nossas atividades nas págs. 9 e 93.                                                      |
| 2-7                                     | Empregados                                                            | 2022: 9.782<br>2023: 9.572<br>2024: 9.862<br>Saiba mais na pág. 51.                                                                                                                                                                                  |
| 2-8                                     | Trabalhadores que não são empregados                                  | A Companhia contou com 422 trabalhadores terceirizados em 2024, considerando colaboradores dos setores de limpeza, mensageria e motoboy sob contrato.                                                                                                |
| Governança                              |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2-9                                     | Estrutura de governança e composição                                  | Pág 39.                                                                                                                                                                                                                                              |

| NORMAS UNIVERSAIS                |                                                                                     | REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2-10                             | Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança                                 | Pág. 39.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2-11                             | Presidente do mais alto órgão de governança                                         | Pág. 39.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2-12                             | Papel do mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos         | Pág. 39.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2-13                             | Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos                               | Pág. 39.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2-14                             | Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade | Pág. 4.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 2-15                             | Conflitos de interesse                                                              | Pág. 46.<br>Disponibilizamos publicamente, por meio de política de prevenção a conflitos de interesses, orientações destinadas a todos os colaboradores a fim de mitigar possíveis ocorrências dentro da Companhia.                                                                                      |
| 2-16                             | Comunicação de preocupações críticas                                                | O Conselho pode ser envolvido em denúncias que sejam relacionadas à alta administração da Companhia. Não existiram relatos no último ano que fossem direcionados ao Conselho. Em relação ao Comitê de Auditoria, trimestralmente há uma apresentação com as informações relativas ao Canal Confidencial. |
| 2-17                             | Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança                              | Comprometidos com ações de desenvolvimento sustentável, estamos trabalhando internamente para em breve relatarmos de forma clara e estruturada as medidas para desenvolver o conhecimento coletivo do CA.                                                                                                |
| 2-18                             | Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança                            | Pág. 44.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2-19                             | Políticas de remuneração                                                            | Pág. 44.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2-20                             | Processo para determinação da remuneração                                           | Pág. 44.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2-21                             | Proporção da remuneração total anual                                                | A relação entre a maior remuneração e a média recebida pelos funcionários é de 55,05.                                                                                                                                                                                                                    |
| Estratégia, políticas e práticas |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 2-22                             | Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável                        | Pág. 5.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 2-23                             | Políticas de compromissos                                                           | Págs. 39, 45, 46, 48 e 93.                                                                                                                                                                                                                                                                               |

**NORMAS UNIVERSAIS****REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA**

|      |                                                        |                                                                                                                                                                      |
|------|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2-24 | Incorporando as políticas de compromissos              | Págs. 45, 46, 48 e 93.                                                                                                                                               |
| 2-25 | Processos para remediar impactos negativos             | Págs. 45, 46, 47, 48, 54 e 93.                                                                                                                                       |
| 2-26 | Mecanismos para buscar orientação e expor preocupações | Págs. 46 e 47.                                                                                                                                                       |
| 2-27 | Conformidade com leis e regulamentos                   | Não tivemos casos significativos de não conformidade que resultaram em sanções ou multas administrativas ou judiciais objeto de recurso durante o período de relato. |
| 2-28 | Participação em associações                            | - Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX);<br>- Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV);<br>- Associação pela Indústria e Comércio Esportivo (ÁPICE). |

**Engajamento de Stakeholders**

|      |                                              |                                                                                 |
|------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 2-29 | Abordagem para o engajamento de stakeholders | Págs. 37, 54, 72, 76, 77 e 78.                                                  |
| 2-30 | Acordos de negociação coletiva               | 100% dos colaboradores são contemplados por instrumento de negociação coletiva. |

**Tópicos materiais**

|     |                                               |                                                                                                                                                                                                  |
|-----|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3-1 | Processo para determinar os tópicos materiais | Pág. 37.                                                                                                                                                                                         |
| 3-2 | Lista de tópicos materiais                    | - Desenvolvimento de Colaboradores<br>- Diversidade e Inclusão<br>- Engajamento Social com as Comunidades Locais<br>- Gestão Socioambiental da Cadeia de Fornecedores<br>- Emissões Atmosféricas |



NORMAS UNIVERSAIS

REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA

3-3                  Gestão de tópicos materiais

- Desenvolvimento de Colaboradores, págs. 51 e 59;
- Diversidade e Inclusão, pág. 56;
- Engajamento Social com as Comunidades Locais, págs. 76 e 82;
- Gestão Socioambiental da Cadeia de Fornecedores, pág. 93;
- Emissões Atmosféricas, pág. 85.

CONTEÚDOS ECONÔMICOS

Desempenho Econômico

201-1                  Valor econômico direto gerado e distribuído                  Pág. 35.

Impactos Econômicos Indiretos

202-1                  Proporção entre salário mais baixo e o salário mínimo local, com n                  O salário mais baixo pago aos colaboradores da Companhia de todos os gêneros e regiões equivale ao salário  
discriminação por gênero                  mínimo brasileiro, que foi de R\$ 1.412,00 em 2024.

203-1                  Investimento em infraestrutura e apoio a serviços                  Pág. 76, 77 e 82.

Práticas de Compra

204-1                  Proporção de gastos com fornecedores locais                  Pág. 93.

Combate à Corrupção

205-2                  Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de                  Págs. 45, 48 e 59.  
combate à corrupção                  Disponibilizamos a nossa Política Anticorrupção a todos os colaboradores por meio de ferramenta de  
comunicação interna. Além disso, oferecemos treinamento sobre o tema nas ferramentas de desenvolvimento:  
Trilhas e Gymnasium.

205-3                  Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas                  Em 2024 não tivemos casos de corrupção reportados e/ou confirmados.

NORMAS UNIVERSAIS

REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA

CONTEÚDOS AMBIENTAIS

|           |                                                                                                    |          |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Materiais |                                                                                                    |          |
| 301-1     | Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume                                             | Pág. 89. |
| 301-2     | Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados                                                 | Pág. 89. |
| 301-3     | Produtos e suas embalagens recuperados                                                             | Pág. 89. |
| Energia   |                                                                                                    |          |
| 302-1     | Consumo de energia dentro da organização                                                           | Pág. 87. |
| 302-2     | Consumo de energia fora da organização                                                             | Pág. 87. |
| 302-3     | Intensidade energética                                                                             | Pág. 87. |
| 302-4     | Redução do consumo de energia                                                                      | Pág. 87. |
| Emissões  |                                                                                                    |          |
| 305-1     | Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)                                        | Pág. 85. |
| 305-2     | Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia | Pág. 85. |
| 305-3     | Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)                               | Pág. 85. |
| 305-4     | Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)                                            | Pág. 85. |
| 305-5     | Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)                                                | Pág. 85. |

NORMAS UNIVERSAIS

REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA

|          |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Resíduos |                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 306-1    | Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos | Desde 14/10/2024, não realizamos mais o descarte de resíduos orgânico em aterros. Instalamos um biodigestor na unidade do CD Centauro Extrema e, desde então, todo o resíduo orgânico gerado passa por essa máquina, sendo o chorume descartado na rede de esgoto (ETE). Outras operações, como o CD Centauro Jarinu, o CD Física e o restaurante são de uso compartilhado com outros clientes do condomínio onde estão localizados, motivo pelo qual não temos acesso aos dados específicos de descarte de alimentos nessas unidades. Em 2024, foram gerados aproximadamente 78,8 toneladas de resíduos orgânicos. |
| 306-2    | Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos             | Pág. 89.<br>Para garantir que as práticas de gerenciamento, coleta e monitoramento dos resíduos gerados nas operações estejam em conformidade com as boas práticas exigidas pelo setor, emitimos o registro MTR (Manifesto de Transporte de Resíduos) e o CDF (Certificado de Destinação Final).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 306-3    | Resíduos gerados                                                      | Pág. 89.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 306-4    | Resíduos não destinados para disposição final                         | Pág. 89.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 306-5    | Resíduos destinados para disposição final                             | Pág. 89.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

Avaliação Ambiental de Fornecedores

|       |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 308-1 | Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais          | Pág. 93.<br>Internamente, não realizamos a seleção de fornecedores com base em critérios ambientais, porém exigimos certificações que garantam o alinhamento de nossos parceiros a compromissos ambientais e sociais bem definidos, como é o caso da ABVTEX para fornecedores nacionais, e SEDEX ou BSCI para fornecedores internacionais. |
| 308-2 | Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas | Pág. 93.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

CONTEÚDOS SOCIAIS

Emprego

|       |                                                 |          |
|-------|-------------------------------------------------|----------|
| 401-1 | Novas contratações e rotatividade de empregados | Pág. 51. |
|-------|-------------------------------------------------|----------|



| NORMAS UNIVERSAIS             |                                                                                                                            | REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 401-2                         | Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial | Págs. 65, 66 e 72.                                                                                                                                                                                                                |
| 401-3                         | Licença maternidade/paternidade                                                                                            | Págs. 66 e 69.                                                                                                                                                                                                                    |
| 402-1                         | Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais                                                                          | A comunicação de mudanças operacionais ou de estrutura que geram grandes impactos na Companhia são analisadas e comunicadas de acordo com este impacto, visando à proteção do negócio e de suas pessoas.                          |
| Saúde e Segurança do Trabalho |                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                   |
| 403-1                         | Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho                                                                         | Pág. 69.                                                                                                                                                                                                                          |
| 403-2                         | Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes                                          | Pág. 69.                                                                                                                                                                                                                          |
| 403-3                         | Serviços de saúde do trabalho                                                                                              | Pág. 69.                                                                                                                                                                                                                          |
| 403-4                         | Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho        | Pág. 69.                                                                                                                                                                                                                          |
| 403-5                         | Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho                                                              | Pág. 69.                                                                                                                                                                                                                          |
| 403-6                         | Promoção da saúde do trabalhador                                                                                           | Pág. 69.                                                                                                                                                                                                                          |
| 403-7                         | Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios         | Pág. 69.                                                                                                                                                                                                                          |
| 403-8                         | Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho                                           | 100% dos colaboradores são cobertos pelo sistema de gestão de Saúde e Segurança do Trabalho.                                                                                                                                      |
| 403-9                         | Acidentes de trabalho                                                                                                      | Em 2024, não houve acidentes classificados como graves relacionados ao trabalho (excluindo mortes) e não houve acidentes com comunicação obrigatória.<br>Não houve registros de acidentes envolvendo trabalhadores terceirizados. |
| 403-10                        | Doenças profissionais                                                                                                      | Não temos resgistro de comunicação de doenças profissionais. Saiba mais na pág. 69.                                                                                                                                               |

NORMAS UNIVERSAIS

REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA

Capacitação e Educação

|       |                                                                                                             |                   |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 404-1 | Média de horas de capacitação por ano, por empregado                                                        | Págs. 59,62 e 64. |
| 404-2 | Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira | Págs. 59 e 61.    |
| 404-3 | Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira    | Págs. 59 e 60.    |

Diversidade e Igualdade de Oportunidades

|       |                                                                                                          |                                                                                                                                                            |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 405-1 | Diversidade em órgãos de governança e empregados                                                         | Págs. 39, 41 e 51.                                                                                                                                         |
| 405-2 | Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens | Relação do salário recebido entre mulheres e homens (somente salário base):<br>- Nível executivo: 0,83<br>- Nível gerencial: 0,83<br>- Não liderança: 0,75 |

Não Discriminação

|       |                                                     |                                                                                                                         |
|-------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 406-1 | Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas | Em 2024, foram confirmados sete casos de discriminação, sendo analisados e aplicadas as medidas corretivas necessárias. |
|-------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Trabalho Infantil

|       |                                                                                |                                                                       |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 408-1 | Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil | Em 2024, não recebemos nenhuma denúncia relativa a trabalho infantil. |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|

Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo

|       |                                                                                                     |                                                                                                     |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 409-1 | Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo | Em 2024, não tivemos nenhuma denúncia relativa a casos de trabalho forçado ou análogo a escravidão. |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|

| NORMAS UNIVERSAIS                |                                                                                                             | REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Comunidades Locais               |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 413-1                            | Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local | Págs. 72, 76, 77, 78 e 82.                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Avaliação Social de Fornecedores |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 414-1                            | Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais                                               | Pág. 93.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 414-2                            | Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas                                      | Pág. 93.<br>Internamente, não realizamos a seleção de fornecedores com base em critérios sociais, porém exigimos certificações que garantam o alinhamento de nossos parceiros a compromissos ambientais e sociais bem definidos, como é o caso da ABVTEX para fornecedores nacionais, e SEDEX ou BSCI para fornecedores internacionais. |
| Privacidade do Cliente           |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 418-1                            | Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes                        | Em 2024, registramos um total de nove queixas de titulares, com sete referentes à Centauro e duas à Fisia, além de uma queixa encaminhada e satisfatoriamente resolvida via ANPD.                                                                                                                                                       |



# ÍNDICE DE CONTEÚDO SASB

| NORMAS UNIVERSAIS                                 |                                                                                                                                          | REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GERENCIAMENTO DE ENERGIA NO VAREJO & DISTRIBUIÇÃO |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| CG-MR-130a.1                                      | (1) Energia total consumida, (2) porcentagem de eletricidade do mercado livre, (3) porcentagem de energia renovável                      | Pág. 87.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Segurança de dados                                |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| CG-MR-230a.1                                      | Descrição da abordagem para identificar e lidar com riscos de segurança de dados                                                         | Págs.45 e 48.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| CG-MR-230a.2                                      | (1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados | Em 2024, ocorreram 11 violações de dados, todas envolvendo informações de identificação pessoal (PII), afetando oito titulares que receberam reparação financeira e tiveram acesso aos dados liberados pela Controladora.                                                                                                                     |
| Práticas de trabalho                              |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| CG-MR-310a.1                                      | (1) Salário médio por hora e (2) porcentagem de empregados nas lojas que recebem salário mínimo, por região                              | Centro-Oeste: (1) 8,81; (2) 13,33%<br>Nordeste: (1) 8,53; (2) 11,60%<br>Norte: (1) 9,07; (2) 11,08%<br>Sudeste: (1) 9,73; (2) 6,15%<br>Sul: (1) 10,21; (2) 6,07%<br><br>Os colaboradores têm salários médios por hora, e a porcentagem do salário mínimo varia por região, indicando que muitos recebem acima do salário mínimo estabelecido. |
| CG-MR-310a.2                                      | (1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para associados da loja e para todos os associados                                | Taxa de rotatividade voluntária: 32,37%<br>Taxa de rotatividade involuntária: 26,02%                                                                                                                                                                                                                                                          |
| CG-MR-310a.3                                      | Valor total de perdas monetárias resultantes de processos judiciais associados a violações da lei trabalhista                            | O Grupo SBF está se estruturando para reportar com assertividade tais dados ao longo dos próximos ciclos.                                                                                                                                                                                                                                     |

NORMAS UNIVERSAIS

REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA

Diversidade e Inclusão dos associados

|              |                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CG-MR-330a.1 | Porcentagem de representação de gênero e grupo étnico/ racial para (1) gestão e (2) todos os outros associados | Diversidade e Inclusão da Força de Trabalho                                                                                                                                                                                                                                                        |
|              |                                                                                                                | Gestores:<br>Amarela: 3,30%<br>Branca: 57,03%<br>Indígena: 0,35%<br>Mulato: 0,09%<br>Parda: 27,95%<br>Preta: 9,20%<br>Não responderam: 2,08%<br>Colaboradores:<br>Amarela: 1,98%<br>Branca: 40,73%<br>Indígena: 0,54%<br>Mulato: 0,00%<br>Parda: 39,72%<br>Preta: 15,55%<br>Não responderam: 1,48% |
| CG-MR-330a.2 | Perdas monetárias resultantes de procedimentos legais associados a discriminação de colaboradores              | O Grupo SBF está se estruturando para reportar com assertividade tais dados ao longo dos próximos ciclos.                                                                                                                                                                                          |

Abastecimento de produtos, embalagens e marketing

|              |                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CG-MR-410a.1 | Receita de produtos de terceiros certificados com padrões de sustentabilidade ambiental e/ou social | Valor de compra de mercadorias para marcas próprias e licenciadas: R\$ 348,7 milhões (55% de mercadoria importada e 45% de mercadoria nacional).<br>Cabe destacar que esses valores estão relacionados exclusivamente a produtos de marcas próprias e licenças vendidos na Centauro e representam 20% do total do negócio da Centauro. |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

NORMAS UNIVERSAIS

REFERÊNCIA/RESPOSTA DIRETA

|              |                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CG-MR-410a.2 | Discussão de processos para avaliar e gerir riscos e/ou perigos associados a produtos químicos | Os itens mapeados, que fazem parte da nossa matriz de riscos, são:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|              |                                                                                                | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Substâncias restritas listadas na AFIRM Restricted Substances List (AFIRM RSL);</li><li>2. Polyvinyl chloride (PVC);</li><li>3. PER-and polyfluoroalkyl (PFCs/PFAS).</li></ol> <p>Todos os fornecedores da licença Asics assinaram um termo de compromisso se disponibilizando a mapearem suas operações e não utilizarem, ou utilizarem dentro dos limites, as substâncias descritas, conforme as diretrizes fornecidas.</p> |
| CG-MR-410a.3 | Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental das embalagens                       | Pág. 89.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

Métricas de atividade

|             |                                                        |                                                                  |
|-------------|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| CG-MR-000.A | Número de: (1) lojas e (2) centros de distribuição     | - 227 lojas Centauro                                             |
|             |                                                        | - 46 lojas Fisia (8 NDIS e 36 NVS)                               |
| CG-MR-000.B | Área total de: (1) lojas e (2) centros de distribuição | - Quatro Centros de Distribuição                                 |
|             |                                                        | - Três Centros de Transferência                                  |
|             |                                                        | - Três Service Center                                            |
|             |                                                        | - 234.268 m² de lojas Centauro                                   |
|             |                                                        | - 46.277 m² de lojas Fisia (4.944 m² de NDIS e 38.695 m² de NVS) |
|             |                                                        | - 106.902 m² de Centros de Distribuição                          |
|             |                                                        | - 4.042 m² de Centro de Transferência                            |
|             |                                                        | - 17.831 m² de Service Center                                    |

# MAPA DE CAPITAIS E MAPA DE ODS



## FINANCEIRO

Páginas 8



## MANUFATURA

Páginas 8



## SOCIAL E RELACIONAMENTO

Páginas 8, 38,  
50 e 75



## NATURAL

Páginas 8, 84



## HUMANO

Páginas 8, 38,  
50 e 75



## INTELECTUAL

Páginas 8, 38,  
50 e 75.



Páginas  
8, 38 e 50



Páginas  
38, 50 e 75



Páginas  
8, 38 e 50



Páginas  
8, 38 e 84



Páginas  
75 e 80



# CRÉDITOS

GRI 2-3

## COORDENAÇÃO

### GRUPO SBF

Diretoria de People

Diretoria de Relações  
com Investidores

### CONTATO

ri@gruposbf.com.br

### PROJETO EDITORIAL: CONSULTORIA, REDAÇÃO E TRADUÇÃO

Ricca Sustentabilidade

### PROJETO GRÁFICO: LAYOUT, DIAGRAMAÇÃO E TRADUÇÃO

Ricca Sustentabilidade

### FOTOS E ILUSTRAÇÕES

Banco de Imagens Grupo SBF

Unsplash

GRUPO SBF