

RELATÓRIO DE
**SUSTEN
TABILI
DADE**

2021

GRUPO **SBF**



SUMÁRIO

03

CAPÍTULO 01
Introdução

09

CAPÍTULO 02
Sobre o Grupo SBF

18

CAPÍTULO 03
Governança corporativa

29

CAPÍTULO 04
Desempenho financeiro

32

CAPÍTULO 05
Nosso time

47

CAPÍTULO 06
Geração de valor
para a sociedade

57

CAPÍTULO 07
Gestão ambiental

64

CAPÍTULO 08
Anexos

01

INTRODUÇÃO





Sobre o relatório

GRI 2-3

Nosso Relatório Anual de Sustentabilidade, que está em sua segunda edição e tem frequência anual, é a nossa primeira versão elaborada de acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) e do Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

Adotamos critérios reconhecidos pelo mercado e seguimos as melhores práticas internacionais de reporte da sustentabilidade corporativa, fortalecendo nosso compromisso com a transparência, que inclusive é um dos valores da nossa cultura (Jogamos Limpo).

Nas páginas seguintes, você encontrará um relato da história do ano da Companhia, com informações relevantes sobre as nossas práticas nos aspectos **Ambiental**, **Social** e de **Governança Corporativa** (ESG).

Na narrativa, detalhamos também as iniciativas e os resultados que fizeram parte da nossa geração de valor entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2021.

O Relatório Anual de Sustentabilidade 2021 do Grupo SBF foi aprovado pela Diretoria e publicado no dia 10 de Maio de 2022. Em caso de dúvidas, sugestões ou contribuições, entre em contato pelo e-mail:

ri@gruposbf.com.br

FIQUE LIGADO!

Ao longo do Relatório, sempre que usamos o termo “**Grupo SBF**” ou “**Companhia**”, estamos falando da Controladora e de todas as empresas do Grupo.

Já para contar sobre cada uma das empresas, usamos os seus nomes: **Centauro**, **Fisia** e **SBF Ventures**, composta por **NWB**, **OneFan** e **X3M**.

PARA TE ORIENTAR na leitura deste relatório

GRI E SASB

Este é o nosso primeiro ano reportando de acordo com as diretrizes da GRI e do SASB e, para facilitar sua leitura, referenciamos os indicadores ao longo de todo o conteúdo.

Agora, sempre que encontrar os símbolos **GRI XXX-X** e **SASB XX-XX-XXX**, você saberá que as informações desses indicadores estarão no texto a seguir.

Caso precise acessá-las com mais agilidade, ou esteja buscando um conteúdo específico, também é possível consultar respostas diretamente nas páginas em que estão a partir do índice de conteúdo GRI e SASB nas páginas 65 e 71, respectivamente.

RELATO INTEGRADO

Para apresentar a nossa geração de valor, abordamos os diferentes capitais, que compõem e sustentam nossos negócios. Ao longo dos capítulos, você encontrará os ícones abaixo para sinalizar qual capital faz parte do conteúdo desta seção.

-  Financeiro
-  Manufaturado
-  Humano
-  Intelectual
-  Natural
-  Social e de relacionamento

O **MAPA DE CAPITAIS**, na página 73, apresenta os trechos em que cada capital é mencionado no Relatório.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

Ao longo do conteúdo, referenciamos também os ODS prioritários da Companhia, no início de cada capítulo. O **MAPA DE ODS** completo está na página 73.



DIRETRIZES DE SUSTENTABILIDADE

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

Em 2021, realizamos um **estudo de materialidade** para identificar nossas prioridades para o crescimento sustentável do Grupo a partir de 2022, mas que já direcionou nossa atenção no desenvolvimento deste Relatório. O processo resultou na definição de cinco temas materiais, descritos ao longo desta publicação.

Para começar, priorizamos os *stakeholders* internos e externos do Grupo, que são os públicos com os quais nos relacionamos com maior proximidade. Em seguida, elaboramos um estudo amplo sobre os requisitos e informações relevantes para o nosso setor, de acordo com os principais mecanismos de mercado da sustentabilidade, envolvendo índices e normas nacionais e globais: Índice de Sustentabilidade

Empresarial (ISE), Dow Jones Sustainability Index (DJSI), SASB, GRI, Financial Times Stock Exchange (FTSE), Morgan Stanley Capital International (MSCI) e Vigeo Eiris.

Em uma terceira etapa, identificamos os temas de maior relevância para as cinco empresas com maior pontuação no *Yearbook* do DJSI 2021 – os campeões do ano em sustentabilidade, nos setores de varejo e mídia.

Esse levantamento resultou em uma lista de temas. A partir dela, realizamos uma consulta online com os públicos de relacionamento da Companhia – que foram identificados na primeira etapa do processo – para conhecer os temas prioritários a partir do olhar desses *stakeholders*. Ao final, cruzamos as informações coletadas em todas as

etapas da pesquisa e chegamos à lista dos temas materiais para o direcionamento de sustentabilidade do Grupo:



Desenvolvimento dos Colaboradores



Diversidade e Inclusão



Engajamento Social com as Comunidades Locais



Gestão Socioambiental da Cadeia de Fornecedores



Emissões Atmosféricas

Esses temas são a base da construção das nossas diretrizes de sustentabilidade, um processo que começou em 2021 e que continuará o seu desenvolvimento em 2022.

Com essas definições, poderemos determinar, com mais precisão, os processos de acompanhamento de cada um dos nossos temas materiais, compromissos e objetivos para os quais precisamos olhar nos próximos anos. É assim que buscamos os melhores resultados e entendemos cada movimento que precisamos fazer para nos superarmos.

Além disso, os temas também nortearam a construção deste Relatório. Nas páginas seguintes, você encontrará mais informações sobre como gerimos e evoluímos em cada um deles.

Boa leitura!

Mensagem da Presidência

GRI 2-22

O ano de 2021 foi, sobretudo, um período de grande aprendizado. Frente aos desafios da pandemia, continuamos atentos aos acontecimentos ao nosso redor e redobramos nosso foco na conexão genuína com os nossos clientes e colaboradores.

Como sempre, nos mantivemos em movimento, o que foi necessário para enfrentar o desafio da recuperação após dois anos de pandemia.

Ao mesmo tempo, iniciamos um amplo processo de escuta aos nossos *stakeholders*, os quais tiveram papel fundamental na construção de uma Companhia cada vez mais resiliente. Quando jogamos entrosados, somos capazes de ir ainda mais longe.

Em 2021, também avançamos no processo de integração com a Fisia e fizemos a aquisição da NWB, um importante *player* do universo de

conteúdos online sobre esporte. Após quatro décadas de experiência e liderança no varejo esportivo da Centauro, nos tornamos ainda mais digitais.

Com a integração *omnichannel* da Centauro completamente concluída em 2019 e quase dez anos de canal online, enfrentamos os períodos de distanciamento social com maior resiliência, porque contávamos com um canal digital já bastante robusto e que representava 20% da nossa receita no momento pré-pandêmico. Assim, estávamos mais preparados para receber demandas por esse meio, que foi adaptado e fortalecido ao longo de 2020 e 2021.

Demos passos concretos também com a estruturação da SBF Ventures, que dá suporte para a gestão das empresas investidas e busca de novas oportunidades na criação do ecossistema do esporte. Além da aquisição da NWB no início de 2021, que agrega ao grupo expertise de conteúdo, realizamos também o investimento na OneFan (concluído em Janeiro de 2022) – uma empresa focada na relação digital dos clubes de futebol com seus torcedores – e na X3M (concluído em Fevereiro

Quando jogamos entrosados, somos capazes de ir ainda mais longe.

de 2022) – uma empresa especializada na organização de corridas e eventos esportivos que tem, em seu portfólio, marcas importantes como a XTerra e a Uphill.

A SBF Ventures seguirá testando novas hipóteses e explorando as possibilidades que nossas unidades de negócio podem nos proporcionar, para estarmos cada vez mais presentes na jornada de esporte do brasileiro.

Com isso, a Companhia se prepara para chegar a um maior nível de profundidade e horizontalidade ao se relacionar com as pessoas, uma vez que passa a captar melhor os desejos e comportamentos dos consumidores para além dos canais e produtos que já oferecemos. Isso nos dá maior complexidade e abrangência, além de gerar ainda mais encantamento e engajamento de

audiências com interesses e perfis diversos, porém com uma paixão comum: o esporte.

Manter os ouvidos à disposição e o coração aberto ao novo nos levou a tomar a iniciativa de mergulhar na aceleração digital. Com a reabertura de nossas lojas físicas, voltamos a operar com todo o potencial de nossos canais integrados, explorando as vantagens da nossa plataforma *omnichannel*, que, além de ter permitido que chegássemos até aqui com resiliência, pode nos levar ainda mais longe.

Como resultado do que a Companhia atravessou em 2021, atualmente a tecnologia permeia tudo o que o Grupo SBF faz e planeja. Exemplo disso foi a elaboração de um projeto para tornar nossa malha logística ainda mais digital, o que possibilitará entregas mais rápidas e eficientes, além de gerar alta escala.



O ano de 2021 também foi de construção. Por isso, jogamos com humildade e consciência de que não existe vitória antes do tempo. Engajamos nossos *stakeholders* no desenho de nossos planos, e realizamos um trabalho de definição da nossa identidade cultural, antecedido por uma pesquisa com todo o time. Essas iniciativas nos mantiveram coesos e prontos para sustentar o crescimento do Grupo nos próximos anos.

Nos orgulhamos de termos nos tornado ainda mais transparentes e sustentáveis, desta vez adotando em nosso Relatório os índices da Global Reporting Initiative (GRI) e do Sustainability Accounting Standards Board (SASB), padrões altamente reconhecidos pelo mercado e pelas instituições que se debruçam sobre o tema.

Além disso, iniciamos o processo de definição das diretrizes de sustentabilidade para os próximos cinco anos da Companhia, visando torná-la um robusto ecossistema do esporte. Dessa maneira, trazemos para o centro de nossas ações os aspectos Ambiental, Social e de Governança Corporativa (ESG), pilares que tornam nossa expansão mais sustentável.

Nesse último ano, além de termos possibilitado, por meio do varejo, o acesso de nossos clientes a um variado portfólio de marcas em todas as regiões do país, estivemos presentes no Campeonato Brasileiro de Futebol Feminino, patrocinado pela Centauro, por meio de transmissões ao vivo pelo canal Desimpedidos, da NWB; nos parques da cidade de São Paulo, por meio da revitalização de espaços e da realização

de atividades de fomento à prática esportiva; em campanhas de sensibilização para a necessidade de construirmos um esporte mais inclusivo e diverso, ao homenagear e dar visibilidade às atletas do passado, como a Aída dos Santos, que não obteve o apoio que merecia; e na sociedade como um todo, com nossas iniciativas e investimento em projetos que transformam para melhor a vida de milhares de pessoas.

Essas ações contribuíram para convergir nossos negócios em torno de nosso propósito: fomentar a atividade física esportiva impulsiona o desenvolvimento humano e econômico. Apesar das dificuldades que ficarão para a história no ano de 2021, concluímos o período com uma receita bruta recorde de R\$ 6,4 bilhões.

Ao nos aproximarmos do consumidor, queremos dar ainda mais flexibilidade para a Companhia, tornando-a adaptável e fortemente inovadora, em direção a um robusto Ecossistema do Esporte que continuará impactando positivamente a vida dos brasileiros.

Esse horizonte de expansão não seria possível sem as pessoas que acreditam no Grupo SBF. Aos nossos clientes, colaboradores, acionistas, lideranças e parceiros:

muito obrigado!



Pedro Zemel
CEO

02

SOBRE O GRUPO SBF

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

CAPITAIS



GRUPO SBF



Quem Somos

GRI 2-1 | 2-2 | 2-6

O Grupo SBF é uma Companhia composta pela Centauro, Fisia e SBF Ventures – que engloba a NWB, integrada em 2021, e a OneFan e X3M, empresas nas quais investimos durante o primeiro trimestre de 2022 – e tem buscado avançar na sua consolidação como um ecossistema.

Somos apaixonados pelo que fazemos e queremos transformar a vida das pessoas por meio do esporte

e trabalhamos para isso, percorrendo diferentes trilhas para conectar as pessoas.



Hoje, oferecemos produtos em canais variados, promovemos o acesso a diversas marcas do varejo esportivo e produzimos conteúdo especializado para quem é apaixonado por esporte. Somos endorfinados e fazemos tudo com muita garra, energia e brilho nos olhos.

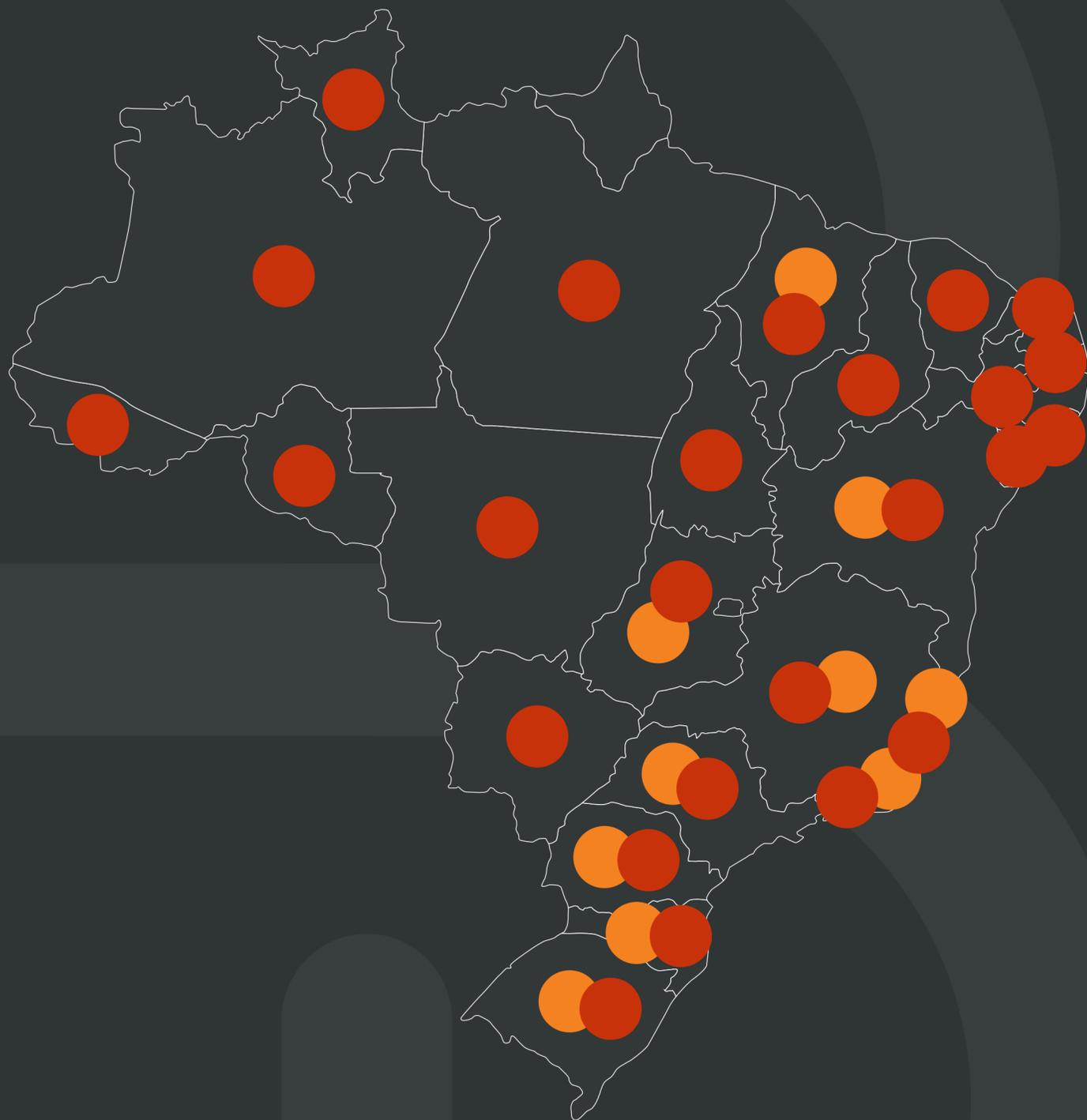
Com atuação exclusiva no setor privado do Brasil e presença em 25 estados do país, além do Distrito Federal, a

capilaridade e o alcance que temos contribuem para o engajamento e empoderamento dos nossos públicos.

Em 2021, entramos em campo com conquistas importantes: avançamos na integração com a Fisia, distribuidora oficial da Nike no Brasil, e na assinatura da transação com a NWB, plataforma digital que acumula mais de 83 milhões de inscritos em canais no YouTube e

que chegou para potencializar a jornada dos nossos públicos com o esporte.

Também evoluímos com nossos investimentos em diversos projetos que atuam no fomento do esporte a nível social e de capacitação em gestão de agentes transformadores que promovem o desenvolvimento social, o que deve contribuir para maximizar a geração de valor da Companhia.



CENTAURO

227

Lojas

25

Estados + DF

2

Centros de Distribuição (CDs)

R\$ 1 bi

de vendas digitais

FISIA

Representante e distribuidora exclusiva da Nike no Brasil

R\$ 724

milhões de vendas na plataforma digital

21

Nike Factory Stores (Outlets)

SBF Ventures



Foco em Produção de conteúdo

+83

milhões de inscritos acumulados no YouTube



Foco em Experiências inovadoras em corridas e eventos esportivos, fundada em 2005.



Foco em Relacionamento dos clubes de futebol com seus torcedores

+850

mil usuários ativos no SuperApp



NOSSA TRANSFORMAÇÃO

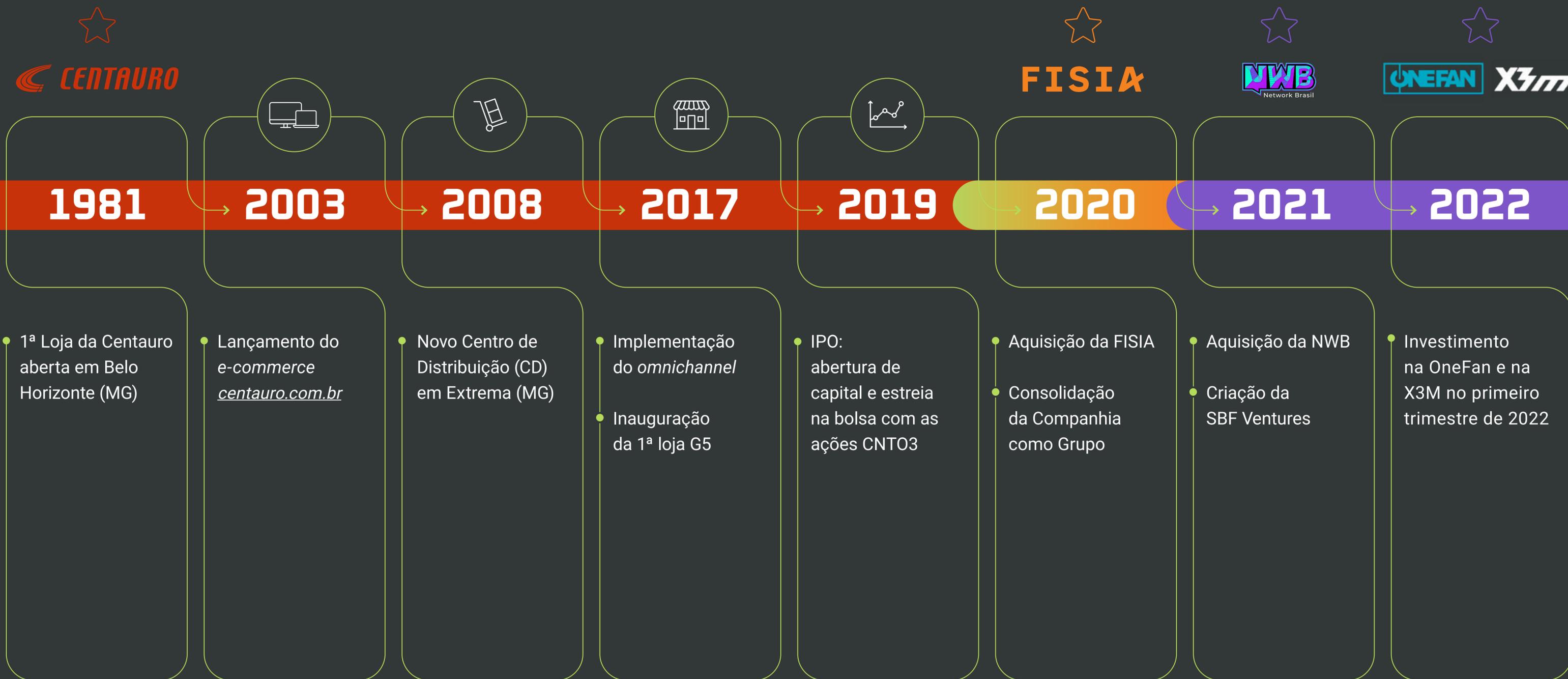
Ao longo dos últimos 41 anos, desde que a Centauro foi inaugurada, nosso objetivo é estimular a paixão pelo esporte no país.

Ao longo dessas quatro décadas, consolidamos a Centauro como a maior varejista esportiva da América Latina, avançamos na estruturação do nosso modelo de negócio multicanal, com o lançamento de nossas plataformas digitais, fizemos nossa Oferta Pública Inicial (IPO) na Bolsa de Valores do Brasil e nos tornamos a 1ª companhia nacional 100% *omnichannel*.

Com a conclusão da transação com a Nike do Brasil, uma das maiores marcas esportivas do mundo, e com a NWB, passamos a nos organizar como Grupo SBF e dobramos de tamanho.

Em 2021, estruturamos a SBF Ventures, uma unidade de negócio concebida para acelerar a inovação no interior da Companhia. A partir dela, consolidamos, no primeiro trimestre de 2022, o investimento na OneFan e na X3M, o que tornou nossa atuação mais diversificada e abrangente.

Depois de passar por todas essas transformações, seguimos desbravando novas trilhas, para continuar crescendo e aumentando a nossa participação no Ecossistema do Esporte.



Destaques 2021

Gestão Ambiental

50% da energia consumida de fontes alternativas



80% do papelão utilizado destinado à reciclagem



15 lojas migradas para o Mercado Livre de Energia



Nossa Geração de Valor

Criação do Hub
Logístico de Extrema – MG



1.000
dias sem acidentes



MAIS DE R\$ 3,7mi em produtos doados.



1.649 horas de trabalho doadas por meio de nosso Voluntariado

Investimento social **1 mi**
DE MAIS DE R\$

Nosso Time

MAIS DE 100 Comitês de Carreira estruturados para apoiar nossos colaboradores, totalizando cerca de 400 horas de conversas sobre desenvolvimento.



Projeto de Cultura e definição dos nossos oito novos valores.



91% de adesão no Joga Junto – nossa pesquisa de clima anual, com 79% de favorabilidade.

Academia de Liderança com 100 horas de treinamento para as lideranças de nossos Centros de Distribuição.

Governança Corporativa

SBF Ventures

Criação da frente de inovação da Companhia, para dar suporte ao desenvolvimento do Ecossistema do Esporte.



Melhores Práticas

Revisão e aperfeiçoamento de nosso Código de Conduta e Ética e da nossa Política de Compliance.

Proteção de Dados

Realização de **13** treinamentos com nossos colaboradores sobre segurança da informação, aumentando nosso nível de aderência à LGPD.



Desempenho Financeiro *

R\$ **5,1 bi** em receita líquida consolidada (+100% vs. 2019)



EBITDA Consolidado de R\$ 709,3 mm (+54% vs. 2019)

R\$ **426,5 MM** de lucro líquido (+251% vs. 2019)

46% de margem bruta

*Esses resultados são ajustados por não recorrentes.

Ecossistema do Esporte

GRI 2-1 | 2-6

O ano de 2021 foi importante na nossa jornada de construção do Ecossistema do Esporte. Depois da aquisição da Fisia, em dezembro de 2020, foi a vez da transação da NWB, uma produtora de conteúdo que tem alcançado grande audiência no mundo digital.

A NWB faz parte da *Creators Economy*, e atrai, de maneira orgânica, uma demanda que cresce no esporte. Pretendemos dar continuidade a essa trajetória, por meio de novos canais, estratégias para estimular a chegada de novos afiliados, ações de *social commerce* e projetos de criação de conteúdo original.

Levando esse horizonte em consideração, começamos a testar soluções criativas para gerar maior sintonia entre nossas unidades de negócio. Uma delas é o Appanela FC – *Fantasy Game* do Canal Desimpedidos – que foi lançado em parceria com a Centauro.

Você sabe o que é *CREATORS ECONOMY*?

Composta por inúmeros criadores de conteúdo nas mídias digitais, a *Creators Economy* tem transformado o mercado de trabalho. Nesse tipo de atividade econômica, a monetização costuma ocorrer por meio da realização de parcerias entre influencers e marcas, e do aluguel de audiências. Estima-se que o setor transaciona cerca de US\$ 108 bilhões por ano (de acordo com reportagem publicada pela Exame em 2021), gerando riqueza e possibilitando o surgimento de profissões até então inexistentes.

No Grupo SBF, esse é o grande foco da NWB. Com o maior canal de futebol do mundo, a produtora contribui com a oxigenação de todo o Ecossistema da Companhia e tem caminhado para se tornar uma escola de talentos dedicados à criação de conteúdo digital.



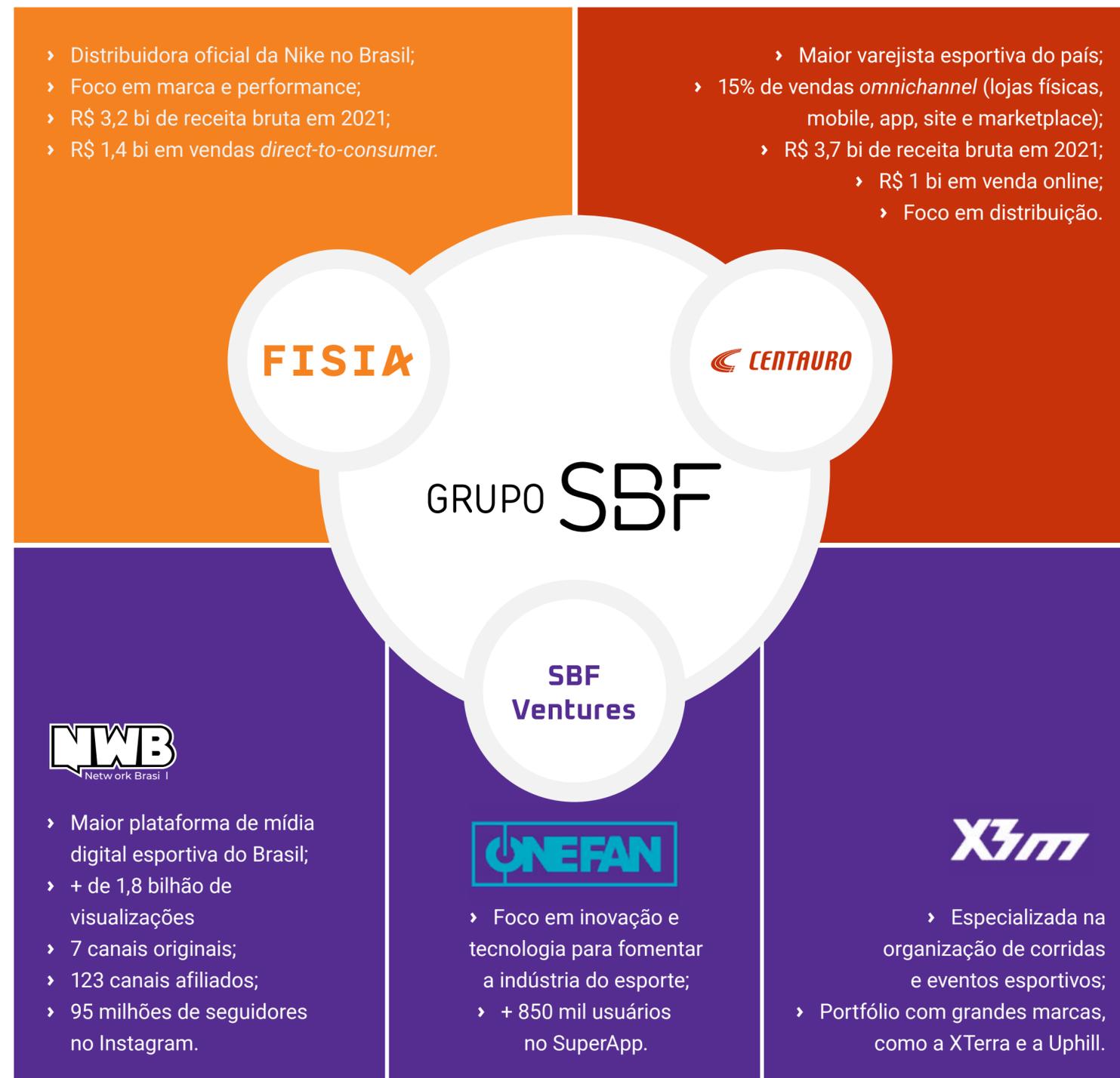
No Appanela FC, é possível montar times com jogadores de futebol e participar de duelos que acontecem todas as semanas em ligas gratuitas e pagas. Ao mesclar conteúdo e tecnologia, além de se viabilizar como produto, o *game* contribui para aproximar a produtora de sua audiência.

Também oferecemos acesso a um portfólio variado por meio da Centauro, e um maior contato dos brasileiros com a Nike, por meio de Fisia. Com esses braços de atuação, formamos um só time, potencializando a capacidade de geração de valor de nossos negócios para buscar conquistas coletivas.

Com essa configuração enfrentamos novos desafios e, por isso, contamos com a SBF

Ventures, voltada para a aceleração de inovações (saiba mais na página seguinte). Além disso, avançamos, ao longo de 2021, na integração com a Fisia, nas áreas de *omnichannel*, estoques, migração de sistemas, condução de estudos e otimização de nossa malha logística para diminuir o tempo de entrega da mercadoria.

Assim seguimos na construção de uma plataforma de sustentação de negócios que estimula a expansão, a eficiência operacional, a captura de sinergias e, principalmente, um espaço para fomentar iniciativas que nos permite estar presentes ao longo de toda a jornada do esporte: pontos essenciais para o futuro próspero para nós e todos os nossos *stakeholders*.



SBF Ventures

GRI 2-1

A **SBF Ventures** é uma frente que chegou para contribuir para a geração máxima de valor e ser um dos elos do nosso ecossistema. Ao criar maior interação entre os negócios da Companhia, a unidade de negócio atua para fomentar a inovação interna, ao mesmo tempo que investe e impulsiona *startups* que desenvolvem soluções para clientes e audiências. Tudo isso contribui para potencializar nossas sinergias por meio dos pilares da Integração, Estratégia, *New Ventures* e *Corporate Venture Capital*.

Dessa forma, a SBF Ventures estimula o aumento do ponto de contato com diferentes polos consumidores, indo além do varejo e distribuição. Desde sua criação, em junho

de 2021, a frente de inovação se dedicou à NWB, por meio do impulsionamento de sua área de tecnologia; ao Afiliados, uma nova iniciativa da Companhia focada na gestão dos produtores de conteúdo e influenciadores dentro da NWB; à OneFan, *startup* especializada em engajamento e gestão digital dos clubes de futebol e ao Appanela FC.

O objetivo é fomentar o desenvolvimento sustentável da Companhia por meio da inovação, ao atender cada empresa com a sua particularidade, para que elas possam ganhar autonomia, mapear e desenvolver novos modelos de negócio, além de incentivar o relacionamento da sociedade como um todo com o esporte.



03

GOVERNANÇA CORPORATIVA

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL (ODS)

CAPITAIS





Ética e Transparência

GRI 2-16 | 2-23 | 2-24 | 2-25 | 2-26 | 205-1

Nós acreditamos que jogar limpo é inegociável e só entramos em quadra com respeito e ética.

Somos listados no Novo Mercado, um segmento especial da Bolsa de Valores para as organizações com práticas de gestão corporativa que vão além das exigências legais. Buscamos as melhores iniciativas, engajando também os nossos clientes, colaboradores, fornecedores e acionistas em uma atuação ética e pautada pela transparência.

Em março de 2021, atualizamos o nosso Código de Conduta Ética. O documento, que traz os princípios e normas para a condução de um negócio responsável, além de orientações sobre situações de conflito, foi revisado para se manter em linha com todas as nossas frentes de trabalho.

Além do Código de Conduta Ética, no início de 2021, também revisitamos as Políticas de *Compliance*, que incluem tópicos de Anticorrupção, Relacionamento com Agentes Públicos, Prevenção à Lavagem de Dinheiro, Brindes, Presentes e Hospitalidade, Relacionamento com Terceiros e Prevenção ao Conflito de Interesses.

Todas as políticas se aplicam ao conjunto de nossos colaboradores, independentemente de nível hierárquico, cargos ou funções exercidas no Grupo SBF ou em qualquer uma de nossas unidades de negócio. O Código e as Políticas são divulgados com frequência mínima mensal para todos os colaboradores, via e-mail e em outros canais, como publicação de banners e entrega de cartilhas ao público de loja e centros de distribuição.



O Grupo SBF **não realiza contribuições financeiras a campanhas eleitorais** e não mantém participação acionária de qualquer órgão do governo.

Confira as políticas e nosso Código em: <https://bit.ly/3qYeML6>



Canal CONFIDENCIAL

Nosso Canal Confidencial tem como objetivo estabelecer e preservar a confiança e a transparência em nossas relações de trabalho.

Gerido por uma consultoria independente especializada, o canal é exclusivo para colaboradores, e é dedicado a receber denúncias sobre violações das regras do Código de Ética e da legislação vigente, com sigilo garantido para os relatos, sejam eles anônimos ou identificados.

O relato é coletado com informações iniciais pela consultoria. O Grupo SBF recebe e analisa as informações do relato e, havendo dados suficientes, prossegue com a apuração.

As tratativas seguem via Comitê, que analisa o contexto e recomenda ações a serem adotadas pela liderança e pela área de *People*.

Eventuais infrações podem resultar em medidas disciplinares, treinamentos, transferências, desligamento do colaborador, encerramento do contrato vigente ou encaminhamento junto às autoridades competentes, quando cabível, entre outras sanções que o Comitê julgar necessário.

Telefone: 0800 721 0761
de segunda a sábado, das 9h às 21h.
Site: canalconfidencial.com.br/gruposbf



TREINAMENTOS
relacionados aos tópicos incluídos no documento.



SIGILO
de denúncias.



TRABALHO INFANTIL
Sem denúncias reportadas que indicassem risco de casos.



Gestão de Riscos

GRI 2-25 | 205-2

Desde 2019, contamos com uma Política de Gerenciamento de Riscos, que padroniza o sistema de avaliação e aperfeiçoamento de controles internos, e com critérios de certificações de referência que sedimentam os processos ideais de avaliação, análise e tratamento de risco.

A gestão desse sistema, que engloba as áreas de *Compliance*, Auditoria Interna e Negócios, é feita pelo Comitê de Auditoria do Grupo SBF, que recebe e acompanha os reportes trimestrais da área de *Compliance* e das áreas de controles internos e riscos, referentes ao descumprimento da legislação, regulação ou políticas internas da nossa Companhia. Adicionalmente, o órgão

também apura e mitiga eventuais riscos à reputação ou aos resultados do Grupo.

Em 2021, treinamos nossa alta liderança e colaboradores em tópicos do nosso Código de Conduta Ética e de nossa política de *Compliance*, para que sejam parte ativa no processo de prevenção de riscos à Companhia.

Dos colaboradores elegíveis, 93% foram treinados em nossas políticas e procedimentos de combate à corrupção.

Além disso, todos os membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva também passaram por treinamento.

Com a aquisição da Fisia, tornou-se necessário estabelecermos também uma Política de Risco Cambial, aprovada em 2020, que avalia o impacto da moeda estrangeira em nossas operações, para implementar estratégias de proteção por meio de instrumentos validados (*hedge*).



Para saber mais sobre nosso Código de Conduta e Política de Gerenciamento de Riscos, acesse: <https://bit.ly/310ZxuJ>



SEGURANÇA DE DADOS

SASB CG-MR-230a.1 | CG-MR-230a.2

Para garantir nossa aderência às boas práticas de governança, sempre em uma relação de confiança com os nossos clientes, a sociedade e os principais *stakeholders*, adotamos sistemas e políticas atualizadas de acordo com as determinações da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Também realizamos 13 treinamentos envolvendo 568 colaboradores, nos quais foram abordados os temas de Engenharia Social, Navegação, Web, *Phishing*, *Smishing*, *Vishing* e, também, a introdução a Conhecimentos Gerais sobre Segurança da Informação.

Focados no bom funcionamento e no aperfeiçoamento do nosso sistema, contamos com o suporte de especialistas e utilizamos ferramentas, como a *Threat Intelligence*, para identificar vulnerabilidades que colocam em risco a privacidade de nossos clientes.

Comunicamos, também, por meio de nosso Código de Conduta Ética, princípios e comportamentos aos nossos colaboradores, para que eles sejam parte fundamental na construção de um ambiente informacional

seguro. Atualmente, além de contar com softwares em estações e servidores que monitoram e protegem contra vírus e ataques, demos início a varreduras, em busca de falhas de segurança. Assim, estabelecemos um processo de governança dessas vulnerabilidades, para que sejam remediadas ou mitigadas junto a seus responsáveis, o mais rápido possível. Também fazemos questionários de *due diligence* com nossos parceiros e fornecedores para maior controle dos dados compartilhados.

Em 2022, pretendemos implementar estratégias para impedir a alteração não autorizada de nossas cópias de segurança e adotar mecanismos que gerem uma camada adicional de proteção aos dados, atendendo aos requisitos da LGPD.



Mantemos um canal para receber solicitações de dados, cadastros e dúvidas via e-mail, disponível em: privacidade@gruposbf.com.br

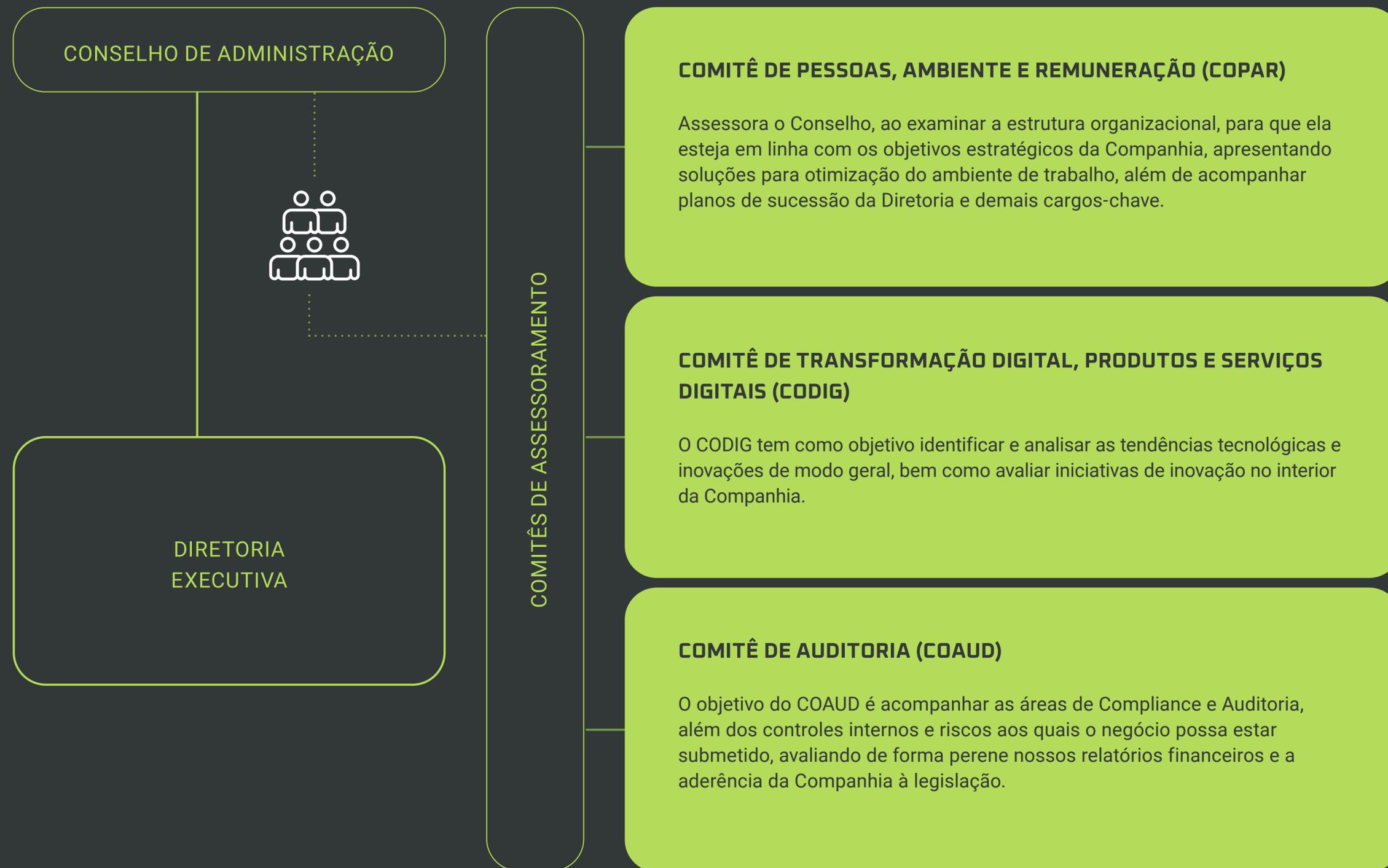
Estrutura de Governança

GRI 2-9 | 2-12 | 2-13

Somos comprometidos com as melhores práticas de governança corporativa. Por esse motivo, estamos listados como uma Companhia do Novo Mercado da B3 e seguimos os padrões do Código Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

Todos os cargos elegíveis aos órgãos de governança devem atender aos critérios da política de gestão da Companhia, baseada em boas práticas internacionalmente reconhecidas para o setor e no nosso Estatuto Social e Código de Ética.

Nossos comitês têm a função de auxiliar os nossos espaços de tomada de decisão com análises e informações de alta qualidade. Assim, a Companhia tem mais chance de acertar em suas escolhas.



COMPOSIÇÃO DA ALTA LIDERANÇA

GRI 2-9 | 2-11 | 405-1

Conselho de Administração (CA)

O CA é responsável por promover debates sobre os objetivos da Companhia para dar suporte à tomada de decisão e pela elaboração de diretrizes a serem validadas junto aos diretores da empresa.

Conforme orienta nosso Estatuto Social, o CA é composto por sete membros efetivos e até sete suplentes, todos eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral.

Os mandatos são de dois anos e a reeleição é permitida. De todos os membros que compõem o CA, dois são independentes, em acordo com os padrões de governança do Novo Mercado.

Ao final de cada mandato, a composição do Conselho é avaliada com base no desempenho de nossas lideranças, na participação em reuniões e nos demais critérios já determinados nas nossas políticas.

Os cargos de Presidente do Conselho e Diretor-Presidente da Companhia não podem ser acumulados pela mesma pessoa.

- › **SEBASTIÃO VICENTE BOMFIM FILHO**
Presidente
- › **FERSEN LAMAS LAMBRANHO**
Vice-Presidente
- › **GERMAN PASQUALE QUIROGA VILARDO**
Membro independente
- › **LUIZ ALBERTO QUINTA**
Membro independente
- › **JOÃO HENRIQUE BRAGA JUNQUEIRA**
Membro efetivo
- › **LARISSA FURLETTI BOMFIM**
Membro efetivo
- › **MÁRCIO LUIZ SIMÕES UTSCH**
Membro efetivo
- › **CAIO MYRRHA DE TOLEDO CESAR**
Membro suplente
- › **LUCAS MOTA DE OLIVEIRA EBAID**
Membro suplente
- › **RIZZA FURLETTI BOMFIM**
Membro suplente
- › **TIAGO PEDRO CORDEIRO DE ANDRADE**
Membro suplente

Diretoria Executiva

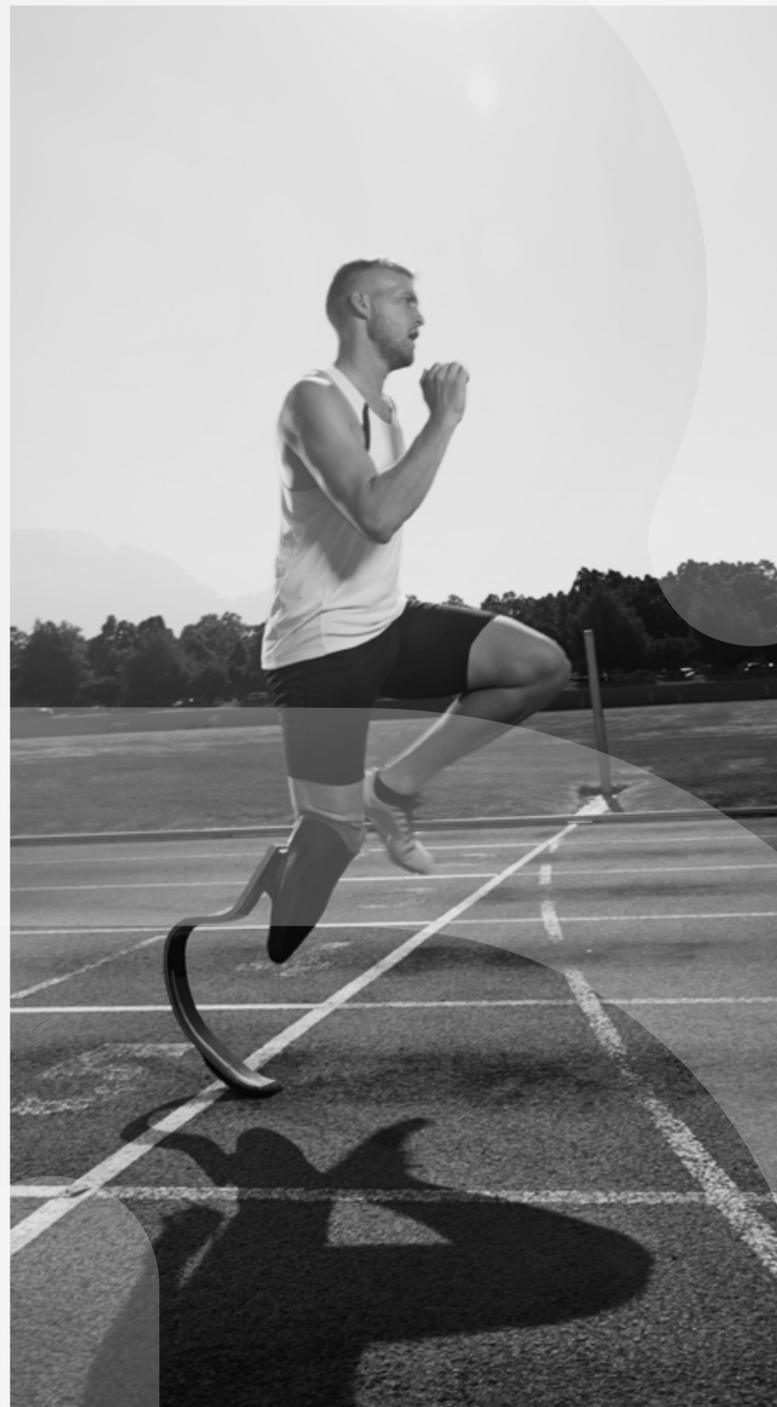
A Diretoria é eleita pelo CA e, atualmente, é composta por sete membros residentes no Brasil – acionistas ou não – com mandato de dois anos, podendo ser reeleitos. Os membros da diretoria são responsáveis pelas atividades executivas e a administração dos negócios.

- › **PEDRO ZEMEL**
Diretor-Presidente
- › **JOSÉ LUÍS MAGALHÃES SALAZAR**
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores
- › **GUSTAVO DE LIMA FURTADO**
Diretor de Clientes
- › **MARCEL DE ARAÚJO VIANA**
Diretor de Inovação e Tecnologia
- › **MAURICIO NOGUEIRA**
Diretor de *Supply Chain*
- › **OLIVIA GRYSHECK**
Diretora de People
- › **PAULA NADER**
Diretora de Marketing
- › **THIAGO REBELO**
Diretor de Operações
- › **CLAUDIO DE ASSIS ABREU**
Diretor Geral – Centauro
- › **KARSTEN KOEHLER**
Diretor Geral – Fisia

Comitês

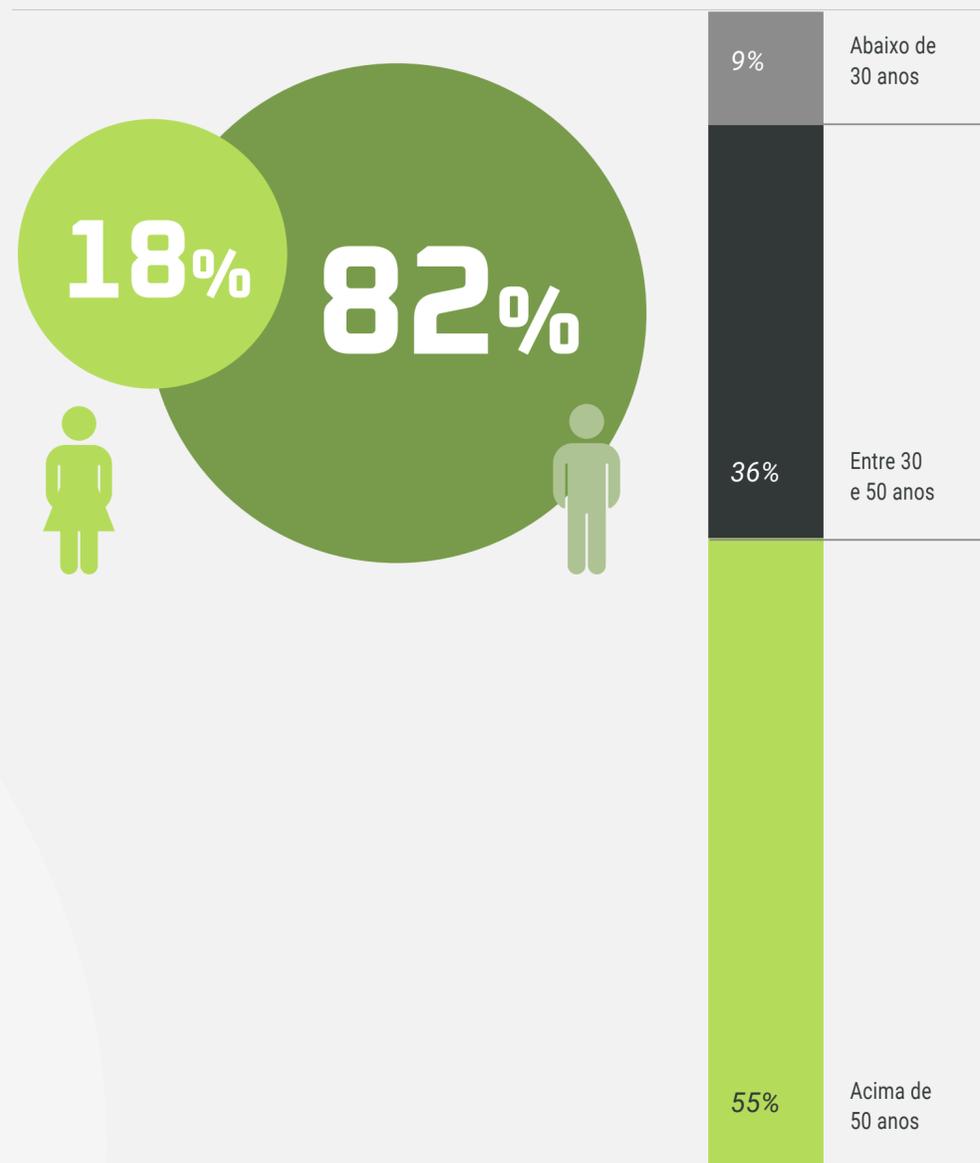
Nossos Comitês de Assessoramento atuam com independência em relação à Diretoria e foram criados para atender aos critérios formalizados no Estatuto Social que, por sua vez, estão de acordo com o Regulamento do Novo Mercado e a Legislação.

Esses órgãos são formados por Conselheiros e Vice-Presidentes da Companhia com expertise nos assuntos em que devem se debruçar. Nossos comitês não são espaços de tomada de decisão, mas cumprem um papel fundamental: são eles que dão suporte ao CA ao apresentarem propostas de políticas e de medidas de aperfeiçoamento. Além disso, os Comitês reportam orientações a serem examinadas. As reuniões acontecem, em média, quatro vezes ao ano, ou sempre que necessário.

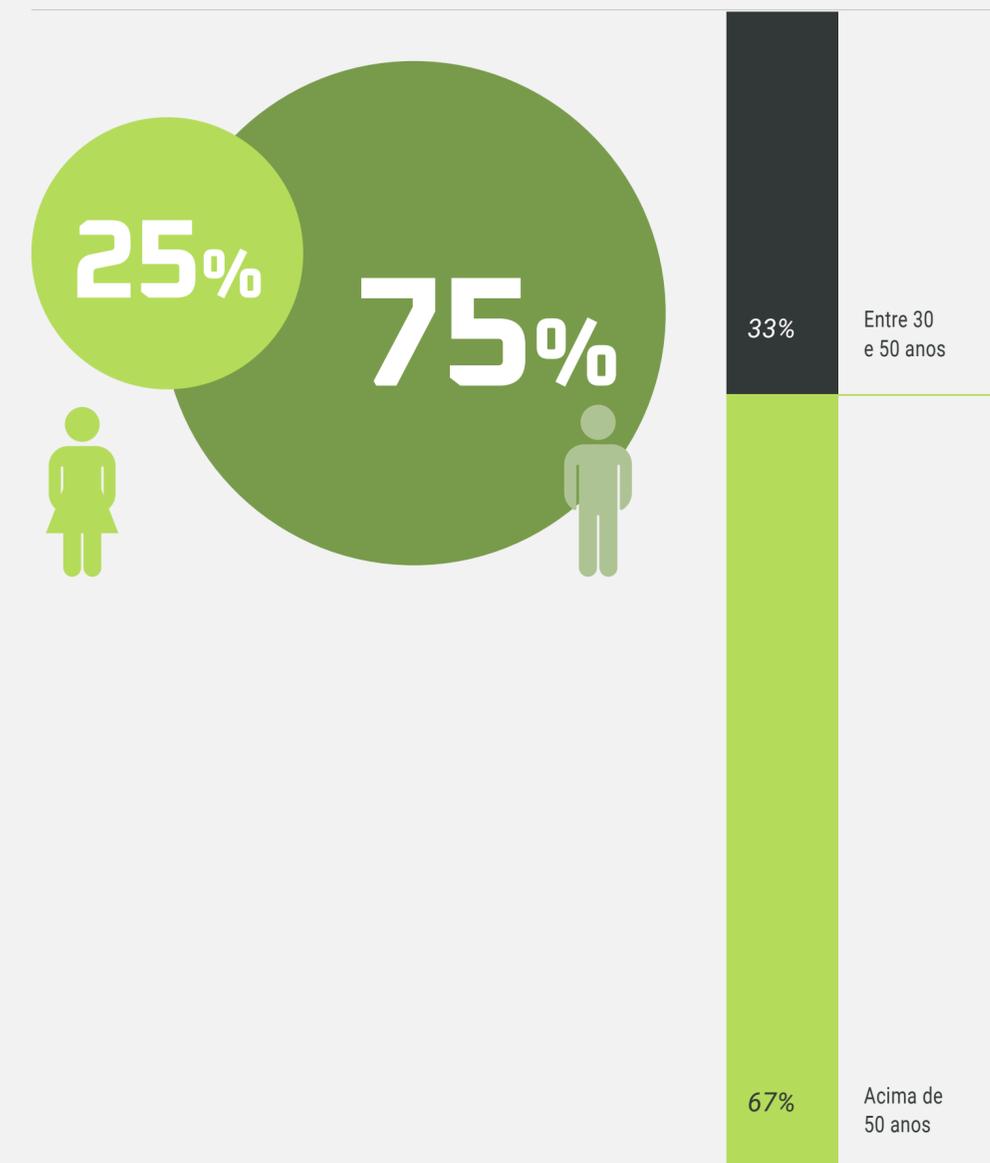


*Diversidade nos
ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA*

CONSELHO



DIRETORIA



MELHORES PRÁTICAS

GRI 2-10



Seleção & INDICAÇÃO

Temos uma Política de Indicação, aprovada pelo Conselho de Administração, cujo intuito é estabelecer as diretrizes, critérios e procedimentos para a indicação de membros do Conselho de Administração, de seus comitês de assessoramento, da Diretoria Estatutária e de órgãos da administração estatutária ou com função similar de sociedade controlada pela Companhia.

O processo de indicação de candidatos determina que cargos elegíveis sejam preenchidos por membros de perfil diversificado, levando em conta conhecimentos, experiências, comportamentos, aspectos culturais, faixa etária e gênero.

Nesse sentido, a composição do Conselho de Administração é avaliada ao final de cada mandato, para buscar o atendimento aos critérios da Política de Indicação.

Para mais informações, confira nossa Política de Indicação na íntegra:

<https://bit.ly/3qYeML6>



MELHORES PRÁTICAS

GRI 2-18



Avaliação de DESEMPENHO

Buscando aprimorar continuamente a sua efetividade, o nosso Conselho de Administração realiza, pelo menos uma vez por ano, a avaliação formal de seu próprio desempenho, do desempenho da Diretoria e dos seus membros. Além disso, o Comitê de Auditoria e os outros comitês de assessoramento do CA (CODIG e COPAR), que têm reporte direto ao CA, realizam uma autoavaliação e a avaliação individual dos seus membros, com frequência mínima anual.

O processo de autoavaliação considera os temas tratados nas reuniões, além de parâmetros com questões de demonstrações financeiras, gerenciamento de riscos e controles internos, responsabilidades, treinamentos e desenvolvimento profissional dos membros.

Os mecanismos de avaliação de desempenho dos órgãos e comitês de governança são estabelecidos pelas nossas políticas de governança corporativa e pelos regimentos internos dos órgãos.

A Política de Indicação também determina que a reeleição dos membros do Conselho de Administração e dos comitês leve em consideração o resultado das avaliações, incluindo o desempenho durante o período, sua experiência e a assiduidade nas reuniões.

Os resultados das avaliações são utilizados para estabelecer planos de ação para a evolução dos órgãos e comitês, além de contribuir para a definição de metas para o ano seguinte.



MELHORES PRÁTICAS

GRI 2-19 | 2-20



Remuneração

Este ano, nosso Conselho de Administração aprovou uma nova Política de Remuneração. A remuneração global dos membros do Conselho é fixada pela Assembleia Geral, em procedimento formal e transparente, seguindo os padrões de mercado e em linha com interesses da Companhia a longo prazo.

Os membros do CA têm direito à remuneração fixa, que é determinada pelos padrões praticados no mercado, sendo também proporcional às atribuições respectivas, dedicação e conhecimentos sobre as atividades desenvolvidas pelo Grupo SBF.

Os integrantes do Conselho também são elegíveis à remuneração variável ou baseada em ações e podem participar de comitês com remuneração a um ou

mais cargos que ocupem, respeitados os limites estabelecidos pela Companhia.

A remuneração da Diretoria é aprovada pelo CA e funciona como uma ferramenta de atração, motivação e retenção de diretores, além de ser estruturada de forma compatível com as funções e os riscos inerentes ao cargo. Assim como ocorre no CA, a remuneração fixa da diretoria é definida de acordo com a média do mercado, em processo realizado pela área de Recursos Humanos da Companhia. Os membros da diretoria são elegíveis à remuneração baseada em ações.



Saiba mais sobre nossa política de remuneração aqui: <https://bit.ly/3mpZWLd>



04

DESEMPENHO FINANCEIRO

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL (ODS)

CAPITAIS



Cenário

Em 2021, tivemos os primeiros sinais de recuperação econômica após os efeitos da pandemia, que afetou o mundo todo.

Com o avanço da vacinação, o setor de varejo fechou o ano com acréscimo de 1,4% em volume de vendas, segundo levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Enquanto o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro teve um aumento de 4,7%, pela expansão dos principais setores de atividade econômica, a inflação, por sua vez, chegou ao patamar de 10,06% – o maior percentual em seis anos -, conforme apontam os dados do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

Apesar dos desafios impostos pela pandemia, entregamos resultados no curto prazo e demos passos importantes para os próximos anos da Companhia sem deixar de preservar a saúde de nossos colaboradores, evoluir na estruturação de nossa cultura interna e fortalecer nossas áreas de *Supply Chain*, Marketing e Tecnologia.



Resultados Consolidados

GRI 201-1

Em 2021, focamos na expansão do Ecossistema do Esporte e em colocar nossas pessoas em primeiro lugar, sempre trabalhando pautados pela alta performance – também um dos valores da nossa cultura (Miramos o Topo). Os resultados positivos de 2021 nos trouxeram a tranquilidade de estarmos seguindo no caminho certo.

No último trimestre, com o maior retorno das atividades presenciais e permanência de nossas lojas abertas, registramos um aumento de 110% em nosso volume de vendas, comparado ao ano anterior. Ao mesmo tempo, nossos canais digitais também apresentaram crescimento de 73%. Tais resultados comprovaram a capacidade de resiliência de nosso negócio e de nosso sistema *omnichannel*.

Outro destaque foi o crescimento da nossa Receita Bruta e nosso Lucro Líquido, que chegaram em R\$ 6,4 bilhões e R\$ 426,5 milhões, respectivamente.

2020	2021
R\$ 3.050.556 Receita Bruta	R\$ 6.389.593 Receita Bruta
R\$ 217.184 EBITDA ajustado	R\$ 709.203 EBITDA ajustado
9,1% Margem EBTIDA ajustada	13,9% Margem EBTIDA ajustada
R\$ -74.010 Prejuízo Líquido ajustado	R\$ 426.483 Lucro Líquido ajustado

*Os resultados de Fisia foram inseridos em dezembro de 2020. Sendo assim, os números daquele ano consideram, em sua grande maioria, apenas os resultados da Centauro.



Saiba mais sobre o desempenho da Companhia em 2021 na nossa Central de Resultados: <https://bit.ly/3LAKCFx>

05

NOSSO TIME

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL (ODS)

CAPITAIS





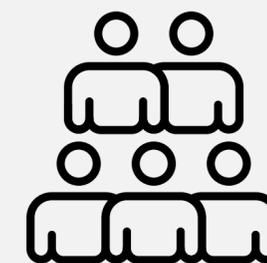
NOSSO TIME

Colaboradores

GRI 2-7 | 2-8 | 405-1

A resiliência com a qual atravessamos mais um ano de pandemia é resultado direto do comprometimento do nosso time. Compartilhamos as responsabilidades e apoiamos uns aos outros, porque acreditamos que a vitória de cada um é a vitória de todos e que as conquistas coletivas têm muito mais valor. No período, também contamos com 755 trabalhadores terceirizados, que atuaram na prestação de serviços para a Companhia.

- NORTE
- CENTRO-OESTE
- NORDESTE
- SUDESTE
- SUL



10.406*

Colaboradores

♀ 5.286 (51%)

♂ 5.120 (49%)

378

Colaboradores

♀ 207 | ♂ 171

- › 372 em tempo integral
- › 6 em meio período.

6.687

Colaboradores

♀ 3.493 | ♂ 3.194

- › 6.590 em tempo integral
- › 97 em meio período.

1.511

Colaboradores

♀ 731 | ♂ 780

- › 1.493 em tempo integral
- › 18 em meio período.

756

Colaboradores

♀ 346 | ♂ 410

- › 746 em tempo integral
- › 10 em meio período.

1.074

Colaboradores

♀ 509 | ♂ 565

- › 1.072 em tempo integral
- › 2 em meio período.

*Todos os colaboradores do Grupo SBF são permanentes.



COLABORADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL

	FEMININO	MASCULINO	ABAIXO DE 30 ANOS	ENTRE 30 E 50 ANOS	ACIMA DE 50 ANOS
CEO	0%	100%	0%	100%	0%
VP	20%	80%	0%	70%	30%
Diretor	28%	72%	0%	100%	0%
Gerente	41%	59%	9%	88%	3%
Coordenador	44%	56%	20%	77%	3%
Supervisor	52%	48%	50%	49%	1%
Gerente Loja	44%	56%	22%	76%	2%
Operação	52%	48%	73%	26%	1%
Consultor	16%	84%	26%	74%	0%
Especialista	42%	58%	39%	60%	1%
Analista	44%	56%	54%	45%	1%
Assistente	67%	33%	70%	28%	2%
Aprendiz	53%	47%	99%	1%	0%

Cultura e Valores

Impulsionados pela estruturação da nossa área de *People*, demos passos firmes na construção de um ambiente com uma cultura que representa o nosso time e o esporte, nosso território de atuação. Tudo isso permitiu que tivéssemos criatividade para construir soluções para os obstáculos e que mantivéssemos o olhar voltado para o topo do pódio.

O processo de construção de uma cultura única com todas as unidades de negócio do Grupo SBF envolveu pessoas em diferentes níveis da estrutura de governança e das nossas operações. Em todo esporte em equipe, é importante respeitar individualidades, ao mesmo tempo em que se busca um objetivo comum – e foi essa construção coletiva que pautou o projeto de definição da nossa identidade cultural.

Em janeiro de 2021, lançamos uma pesquisa com toda a Organização para entender onde estávamos, valores e comportamentos percebidos no momento e a expectativa de cada um em relação à cultura organizacional do Grupo SBF. Realizamos conversas com líderes e grupos multidisciplinares para aprofundar o diagnóstico e compreender melhor os resultados da pesquisa.

Com base em todo esse levantamento, avançamos para a etapa de discussão com a alta liderança da Companhia, para definir a cultura que melhor entrega a estratégia de crescimento do Ecossistema do Esporte. E, assim, chegamos aos oito valores que nos guiam no percurso por um objetivo único e direcionam a nossa tomada de decisão.

Os valores que compõem nossa cultura definem o estilo de jogo que é “a nossa cara”, ou seja, norteiam as pessoas sobre como agir e qual é a conduta esperada de cada um, reforçando a colaboração, o protagonismo e a autonomia dos integrantes do nosso time.



Desde seu lançamento, em agosto de 2021, esses oito valores vêm sendo integrados a todas as ações e frentes do Grupo, com o objetivo de pautarem todos os nossos produtos, programas e processos, desde a comunicação interna, modelo organizacional e de gestão de pessoas, até a comunicação com nossos clientes.

Esses novos elementos norteadores são a base criativa de uma nova política de gestão de pessoas, mais focada em desenvolvimento, inovação e em arriscar novas manobras.

O projeto trouxe ao Grupo, também, maior potencial engajador, unindo e aproximando o time SBF com nosso propósito.

All Hands

GRI 2-29

Em 2021, continuamos, em formato online, com os nossos encontros All Hands. O objetivo desses momentos, que ocorreram mensalmente, é comunicar aos nossos colaboradores as principais atividades e projetos estratégicos da Companhia, engajando-os em torno dessas iniciativas, celebrando as nossas conquistas e dando vida à nossa cultura.

Divididos por público – “All Hands Corporativo”, que engloba todos os times administrativos do Grupo SBF; “All Hands Centauro”, para o time de Centauro; “All Employees Meeting”, para o time de Fisia; e “Salve”, voltado à NWB – esses eventos são importantes para dar transparência aos colaboradores e também abrir um canal de diálogo com todos.

Comunicação ENTRE COLABORADORES

Além do All Hands, contamos com o Workplace, uma rede de comunicação interna semelhante a uma rede social, que está disponível para todos os colaboradores administrativos desde janeiro de 2022.

Assim, além de ser um efetivo canal de comunicação, a ferramenta contribui para aumentar os pontos de contato e o engajamento em nossas ações, além de fomentar que as pessoas trabalhem mais entrosadas e colaborando para alavancar a formação do nosso Ecossistema do Esporte.

Como alternativa para fortalecer ainda mais a troca de informações no ambiente interno da Companhia, realizamos o Bate-Bola com o CEO,

para todos os colaboradores abaixo de cargos de gerência, que funciona também como uma ação importante de engajamento, ao colocar o time em contato direto com o Presidente da Companhia, e até de sustentação da nossa cultura.

Na Centauro, este momento é chamado de Resenha Centauro e é liderado pelo General Manager da Operação. Na Fisia, o encontro recebe o nome de Troca de Passes, e também é liderado por seu GM.

Além desses fóruns, realizamos trimestralmente o Leadership Team+ Meeting, com todos os níveis de gerência e acima, para compartilhar informações estratégicas com as nossas lideranças e abrir um canal de diálogo e escuta com esse grupo.

Diversidade e Inclusão

GRI 2-7 | 3-3 | CG-MR-330a.2

Em 2021, iniciamos o nosso primeiro Censo Demográfico e Pesquisa de Percepção de Diversidade, a fim de conhecer melhor nossas pessoas e potencializar a diversidade e a inclusão nas áreas da Companhia. Também realizamos *workshops*, painéis de sensibilização nas principais datas do calendário brasileiro que guardam relação com o tema, combinados com ações práticas de combate ao preconceito.

Ao todo, foram mais de 10 horas de treinamento voltado a esses tópicos com nossas lideranças. Com isso em mente, voltamos a atenção para nosso processo de contratação e atuamos para diminuir vieses inconscientes e torná-lo mais inclusivo.

Reforçamos internamente a ideia de que ninguém pode entrar em campo, se não for para jogar limpo e com respeito por todas as pessoas – um dos valores da nossa cultura. Além de

estabelecer este pensamento em nossas diretrizes e normas de conduta interna, desenvolvemos campanhas de sensibilização para que esses comportamentos não sejam reproduzidos.

Por meio da iniciativa SBF Sem Limites, realizamos a difusão de nossa marca com o objetivo de alcançar mais pessoas com deficiência no mercado de trabalho, com foco em sua contratação. Em nossas ações, que ocorrem por meio do Instagram da campanha e também por uma *landing page*, publicamos vagas e otimizamos a divulgação com o envolvimento de influenciadores. Também garantimos as ferramentas necessárias para que todos possam participar das atividades do Grupo SBF como, por exemplo, a presença de tradutores de libras em nossas reuniões All Hands e demais eventos internos.

Em nossa última pesquisa interna de clima, atingimos um índice de 90% de favorabilidade no pilar Respeito (saiba mais na página 42), um importante *feedback* que demonstra a necessidade de que iniciativas no tema Diversidade e Inclusão cresçam dentro da Companhia.



Mais diversidade NA TECNOLOGIA

Realizamos uma parceria com o projeto Laboratória, que tem como objetivo estimular a formação e a inserção de mulheres da área de tecnologia no mercado de trabalho. Desde então, participamos da Demo Day, um momento em que nossos líderes assistem a apresentação de projetos de alunas. Este ano, foram desenvolvidos ao longo do curso habilidades de *front-end* e, como resultado, contratamos sete mulheres.

Além do apoio da Laboratória, temos uma série de iniciativas voltadas à área de tecnologia da Companhia para garantir a equidade de gênero, como a contratação de consultoria especializada, realização de rodas de conversa entre mulheres e lideranças, *workshops* e criação de planos de ação de forma colaborativa.

Gestão de Carreiras

GRI 2-21 | 3-3

Construímos processos de atração e seleção alinhados aos objetivos estratégicos e à nova cultura da Companhia e, por esse motivo, enxergamos o potencial de cada um como parte essencial do nosso time, além de termos evoluído nos processos de desenvolvimento para nossos colaboradores.

GESTÃO DE TALENTOS

GRI 401-1 | 404-2 | CG-MR-310a.2

Contamos com diversos canais para a atração de novos profissionais, sempre buscando talentos que joguem com garra e tenham paixão pelo que fazem – característica esta que é estimulada pelo nosso valor Competimos com Paixão.

Encerramos o ano com uma taxa de rotatividade voluntária de 10,59%, enquanto a involuntária foi de 23,77%.

	NÚMERO DE CONTRATAÇÕES	NÚMERO DE DESLIGAMENTOS	TAXA DE CONTRATAÇÕES	TAXA DE ROTATIVIDADE
POR REGIÃO				
Centro-Oeste	303	271	40%	36%
Nordeste	429	441	28%	29%
Norte	164	146	43%	39%
Sul	574	502	47%	47%
Sudeste	2.861	2.215	43%	33%
POR GÊNERO				
Masculino	2.169	1.771	42%	35%
Feminino	2.195	1.804	41%	34%
POR FAIXA ETÁRIA				
Menos de 30	3.291	2.559	47%	37%
De 30 a 50	1.050	994	31%	30%
Mais de 50	23	22	25%	24%

OUTPLACEMENT: ALÉM DA RECOLOCAÇÃO

O programa *Outplacement* foi criado para auxiliar o executivo na procura por um novo trabalho, seja um emprego ou empreendimento, capacitando-o para administrar sua carreira e desenvolver inteligência mercadológica.

A metodologia que utilizamos é voltada à instrução e à capacitação de colaboradores que foram desligados pela empresa, o que facilita a reinserção profissional e mitiga os impactos de desligamentos no Grupo SBF.

ONBOARDING

Em 2021, revisamos o fluxo de chegada de novos colaboradores, passando pelas fases de atração, seleção e integração, para garantir uma melhor experiência e aderência à nossa cultura.

Em nosso *onboarding*, construímos uma imersão, na qual os colaboradores conhecem seus pares e parceiros, a rotina de trabalho em diversas áreas da Companhia e desbravam a fundo o nosso propósito e o que fazemos. Também aplicamos pesquisas para garantir que estamos em melhoria contínua do processo.

Dessa forma, aceleramos a incorporação de conhecimentos, habilidades e comportamentos, o que impacta diretamente em produtividade e entrega de resultados. Em 2022, teremos a Maratona SBF, uma plataforma de treinamentos para ser usada durante a realização de nossos *onboardings* e também em todo o ciclo de desenvolvimento do colaborador.



Programa de Trainee

Nosso Programa de *Trainee* acontece desde 2015 e tem como intuito acelerar o desenvolvimento de potenciais líderes e fortalecer nossa marca empregadora no mercado de jovens talentos.

O programa tem duração de 18 meses e percorre experiências no campo, treinamentos formais, desenvolvimento de projetos conectados com as prioridades estratégicas da Companhia. Nele, os *trainees* passam por um *onboarding*, no qual fazem um mergulho com os líderes de todas as áreas para ampliar sua visão transacional e as perspectivas como futuras lideranças do Grupo SBF.

Em 2021, tivemos 10 novos *trainees*, de um total de 15.571 inscritos. Evoluímos nosso processo seletivo para que ele se tornasse mais inclusivo e impactasse ainda mais pessoas e, além de termos mantido importantes medidas tomadas em 2020 – como a retirada de exigências de formação, idiomas e idade – também contamos com o apoio do Transforma, nosso programa de responsabilidade social (saiba mais na página 48). Por meio dele e dos *business cases* das Organizações da Sociedade Civil (OSCs) envolvidas no programa, ampliamos nosso olhar e tivemos contato com talentos de diversas regiões e territórios.



› TURMA DE TRAINEES 2021.



Licenças parentais

GRI 401-3

LICENÇA PARENTAL

	MULHERES	HOMENS
Colaboradores com direito à licença-maternidade/paternidade	5.286	5.120
Colaboradores que tiraram licença-maternidade/paternidade em 2021	444	22
Colaboradores que retornaram de licença-maternidade/paternidade em 2021	389*	21
Taxa de retorno ao trabalho**	99%	95%
Colaboradores que completaram doze meses após o retorno de licença-maternidade/paternidade em 2021	484	22
Taxa de retenção***	100%	100%

* (das 390 mulheres que retornariam de licença em 2021)

** Taxa de retorno = (Nº total de empregados que retornaram ao trabalho após a licença / Nº total de empregados que deveriam retornar ao trabalho após a licença) x 100

*** Taxa de retenção = Nº total de empregados retidos 12 meses depois de terem retornado ao trabalho após a licença / Nº total de empregados que retornaram da licença no(s) período(s) de relato anterior(es) x 100

Desenvolvimento

GRI 404-1 | 404-2

Um dos grandes desafios gerados pelo crescimento da Companhia em 2021 foi o de manter os treinamentos e capacitações da equipe, mesmo no contexto de trabalho remoto, criação de novas áreas e aquisições de novas unidades de negócio. Evoluímos os processos formativos já existentes em multicanalidade, atendimento, visual *merchandising*, gestão, marketing, mídias digitais, recrutamento, engajamento e seleção – tudo em convergência com os valores da nossa cultura.

Em 2021, passamos a gerir nossa comunicação interna com maior eficiência, a partir da adoção da ferramenta Workplace, uma rede social corporativa que tem tornado o diálogo entre nossos colaboradores mais orgânico e horizontal e que, no início deste ano, foi expandida para todos os colaboradores administrativos.

Nosso objetivo é, em 2022, também avançar para a consolidação de um modelo ainda mais integrado, com organização dos treinamentos para cada nível de liderança e mediado, em grande medida, por ambientes digitais.

BOLA EM JOGO

Bola em Jogo é como chamamos o nosso processo de avaliação de desempenho, que foi redesenhado em 2021, e passou a abranger os valores e comportamentos da cultura do Grupo SBF.

 Saiba mais na [pág. 45](#).



JOGA JUNTO

Com o objetivo de medir o engajamento do nosso time, a Pesquisa de Engajamento Joga Junto trouxe, em 2021, reflexos do movimento que fizemos no período, para impulsionar as ações da área de Pessoas e conectar nossos colaboradores aos valores do Grupo.

Ainda que em um período de pandemia, marcado por incertezas, tivemos resultados positivos no levantamento, alcançando o envolvimento de 91% de nossos colaboradores e a participação de todas as unidades de negócio da Companhia.

A Companhia atingiu 79% de favorabilidade no resultado da pesquisa, nos colocando entre as 25% melhores empresas para se trabalhar de acordo com a metodologia KF. A partir dos resultados dessa pesquisa, em 2022 desenharemos planos de ação para evoluir a experiência dos nossos colaboradores na Companhia.

ESTRUTURAÇÃO E OBJETIVOS CLAROS

Para acompanhar nossa expansão, em 2021 estruturamos nossa área de Recursos Humanos (RH) e consolidamos uma área de *Business Partners* de RH, com o objetivo de conectar nossa gestão de pessoas com a necessidade de cada Vice-Presidência (VP) e unidade de negócio. Isso possibilitou que tivéssemos um olhar estratégico, processual e voltado para a individualidade dos nossos colaboradores.

Para isso, realizamos treinamentos na intenção de preparar nossas lideranças para um acompanhamento atento às particularidades dos seus times, com o uso frequente dos canais de *feedback*. Criamos também procedimentos de avaliação, com momentos de orientação semanais, quinzenais e pontuais, para serem solicitados sempre que for necessário.

ACADEMIA DE LIDERANÇA DOS CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

Em 2021, mapeamos as necessidades de nossos colaboradores em nossos Centros de Distribuição (CDs). Com o engajamento deles e o suporte de Tecnologia e *Supply*, além da nossa Academia de Liderança Corporativa, lançamos um percurso de formação focado nos colaboradores alocados em nossos CDs.

Ao todo, foram cinco conteúdos exclusivos para a continuidade da aprendizagem, três turmas e mais de 30 horas de treinamento, impactando 53 gestores e 1.140 colaboradores em *Supply Chain*. Isso permitiu ampliarmos o escopo da gestão nessa área de dinâmicas gerenciais para a elaboração de um modelo estruturado, com ênfase na profissionalização, segurança e no papel da liderança na condução de nossas operações de maneira estratégica.





PLATAFORMA TRILHA: O MELHOR JEITO DE APRENDER É ENSINANDO

A Fisia lançou, em maio de 2021, e em parceria com a Centauro (que já possuía essa plataforma desde agosto de 2016), a Plataforma Trilha.

Em um ambiente 100% online, a iniciativa é um centro de treinamento dinâmico construído pelos colaboradores, para fomentar o Senso de Pertencimento, Senso de Execução e o Orgulho de Pertencer.

Com o novo método, a sintonia operacional entre nossas lojas é feita por meio do mapeamento das melhores práticas do Brasil, seguido de um teste piloto, validação e, por fim, a padronização.

O atleta pode acessar a plataforma com o seu próprio login, de maneira orgânica e, a cada novo vídeo assistido, ele ganha pontos. O ambiente ainda conta com um quiz onde os conhecimentos podem ser testados e em que a pontuação cresce a cada resposta correta. O portal integra, em tempo real, todos os jogadores que compõem um grande time nacional, onde eles podem compartilhar histórias sobre a sua relação com o esporte.

Além disso, lideranças e colaboradores têm autonomia para acompanhar, a qualquer momento, relatórios e o ranking de aderência à plataforma. Com todas essas ações, a Fisia chegou rapidamente a 95% do time treinado e engajado para seguir aprimorando o processo nas lojas e mostrando, na prática, que o melhor jeito de aprender é ensinando!

FISIA



8 trilhas de treinamento lançadas



106 aulas, que correspondem a 13h57min de treinamento por colaborador



91% de aderência



Total de 11.351 horas de treinamento

CENTAURO



10 Trilhas de treinamento lançadas



241 aulas, que correspondem a 36h48min de treinamento por colaborador



94% de aderência



Total de 332.705 horas de treinamento

Produtos Trilha Fisia

MINHA TRILHA

Procedimento nas lojas

TRILHA DIVERSIDADE

Treinamento em diversidade social

TRILHA DIGITAL

Softwares próprios de treinamento

GOL DE LETRA

Treinamento de produtos da Nike

TRILHA COMPLIANCE

Políticas de treinamento corporativo

SOMOS SBF

Treinamento de cultura



AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

GRI 404-3

O Bola em Jogo surgiu em 2017 para aprimorar o desenvolvimento de nossos colaboradores. Apresentada como ciclos de avaliação, a iniciativa vem se aperfeiçoando e hoje é uma ferramenta essencial para conhecermos melhor nossos colaboradores, realizarmos *feedbacks* contínuos, criarmos Planos de Desenvolvimento Individual (PDIs) e o principal: construímos uma cultura orientada para a obtenção de resultados cada vez melhores, em linha com o nosso valor de Miramos o Topo, e também provocando no colaborador o senso de protagonista de sua carreira, porque Somos Todos Capitães.

Para participarem de nossos ciclos de avaliação, os colaboradores considerados elegíveis são aqueles que possuem ao menos três meses de permanência na Companhia e que ocupam cargos administrativos.

Com periodicidade semestral, o novo modelo inclui entregas anuais no formato 360º e

momentos de *feedback* entre gestores e colaboradores.

Ao todo tivemos, aproximadamente, 400 horas de discussão durante o Bola em Jogo e mais de 100 comitês de carreira estruturados para discutir o desenvolvimento de nossos colaboradores e para que possamos apoiá-los de forma perene.

Em 2021, avaliamos mais de 1.500 colaboradores, o que representa um total de 94% do público elegível, que, por sua vez, representavam 17% dos colaboradores da Companhia no período.

Tendo como ponto de partida as novas necessidades do Grupo, em 2021 também definimos o Estilo de Jogo que é a Nossa Cara em que foram fixados os oito valores da Companhia (relembre na página 35).

Com isso em mãos, aperfeiçoamos a nossa metodologia. Para 2022, planejamos formalizar ao menos quatro momentos de *feedback* ao longo do ano e ampliaremos o público do Bola em Jogo.

Cuidado com Nossas Pessoas

GRI 403-1 | 403-2 | 403-6

Em 2021, seguimos com avanços em nossa frente de Saúde e Segurança para identificar e mitigar riscos relacionados à Saúde e Segurança do Trabalhador (SST). Atualmente, contamos com um Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) – uma matriz de prevenção de riscos focada em acidentes do trabalho – elaboramos, constantemente, o Laudo Técnico de Condições Ambientais do Trabalho (LTCAT) e, há dois anos, treinamos um Comitê de Segurança por meio da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), que está habilitado a receber relatos de situações de risco.

Durante o *onboarding*, processo de integração de novos colaboradores, todos são orientados para exercer o seu poder de recusa caso identifiquem situações de perigo à sua saúde, à de seus colegas ou ao patrimônio da Companhia. Para investigar possíveis

acidentes, adotamos um formulário-padrão, entrevistamos os envolvidos e analisamos o local para reunir dados sobre o ocorrido.

Anualmente, todos os equipamentos utilizados passam por rigorosos testes de calibração. Com base nas avaliações quantitativas e qualitativas realizadas periodicamente, temos aperfeiçoado a segurança em nossas operações e nos orgulhamos de este ano termos atingido a marca de 1.000 dias sem acidentes nas operações de CDs da Centauro.

Temos, ainda, o Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT) e distribuimos Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) em nossos CDs. Nossos colaboradores têm acesso ao Programa Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), Plano de Saúde,

Assistência Psicológica Gratuita e vacinas para gripe no local de trabalho a preço de custo.



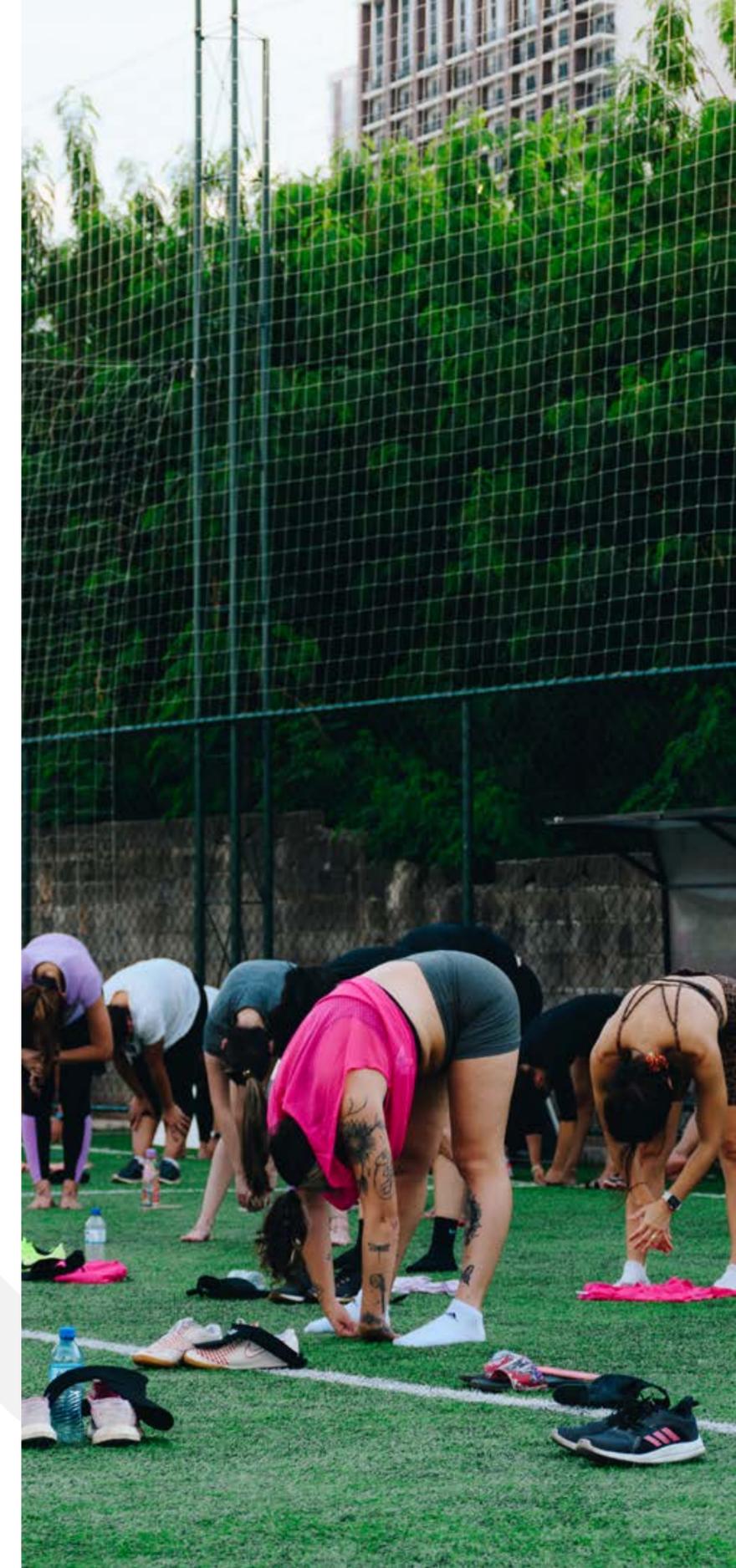
Plano de Saúde

para 100% dos colaboradores



Assistência psicológica

Gratuita



06

GERAÇÃO DE VALOR PARA A SOCIEDADE

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

CAPITAIS



Transformação por meio do esporte

GRI 3-3 | 413-1

No Grupo SBF, conectamos agentes transformadores que acreditam no poder do esporte – é por meio dele que o nosso propósito encontra a nossa capacidade de gerar valor para a sociedade.

Queremos apoiar as pessoas na descoberta de seu próprio potencial.

IMAGENS DA NOSSA LOJA DA CENTAURO NA AVENIDA PAULISTA, ONDE RECEBEMOS 4.734 PESSOAS NO PROJETO ARENA CENTAURO, AO LONGO DE 2021.

Para isso, apoiamos projetos sociais e iniciativas que promovem a saúde física e mental das pessoas por meio do esporte, além de impulsionarem o desenvolvimento econômico e humano com a formação de profissionais e a criação de novas carreiras.

Com um investimento direto de mais de R\$ 3 milhões em 2021, nossa atuação também promove práticas esportivas diversas, além da manutenção de quadras, desenvolvimento de professores e aquisição de materiais esportivos.

Em 2021, realizamos, pela primeira vez, a Corrida Centauro, no Parque Villa Lobos, com inscrição gratuita de 1.100 pessoas e que teve a participação de

adultos e crianças em provas de cinco quilômetros a 500 metros. Além disso, fizemos a revitalização de áreas do parque, que também contou com um ponto de encontro para um dia em família com acesso a diversas atividades esportivas.

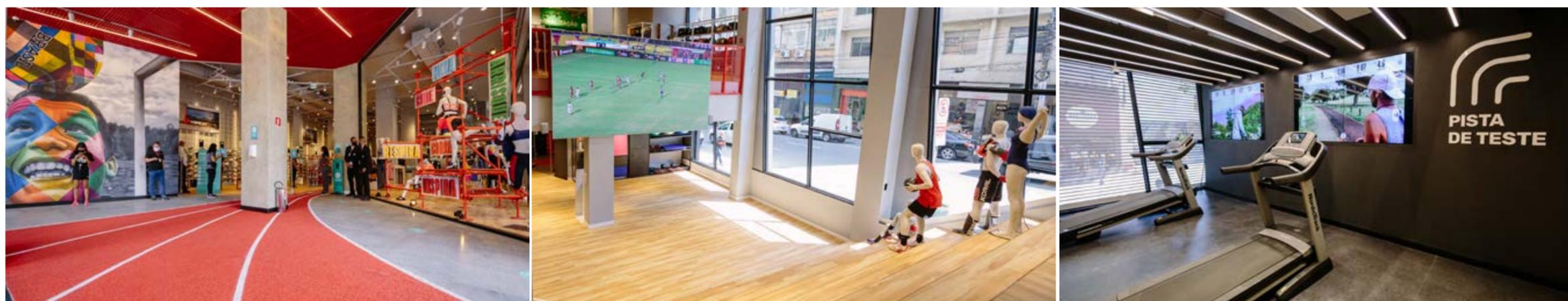
Outra iniciativa importante de 2021 foi o patrocínio realizado pela Centauro à Corrida do Arrastão, cuja renda obtida é revertida ao acolhimento de famílias e contribui para o desenvolvimento de comunidades no Campo Limpo, em São Paulo – SP.

Por meio da nossa loja da Centauro na Avenida Paulista, pensada para proporcionar serviços personalizados, informações e experiências aos nossos

clientes, envolvemos 4.734 pessoas no projeto Arena Centauro, no oferecimento de aulas gratuitas de pilates, funcional, yoga, alongamento, corrida, além de variados ritmos de dança e artes marciais.

Para continuar gerando valor para a sociedade, continuamos a investir em Organizações da Sociedade Civil (OSCs) e a mapear oportunidades de fomento por meio da Lei de Incentivo ao Esporte.

Terminamos o ano de 2021 com 11 OSCs da Fisia e aumentamos de 13 para 20 o número de organizações no Transforma – o programa de Investimento Social da Centauro.





Nosso Voluntariado

Para estimular o compromisso social de dentro para fora da Companhia, mantemos um Programa de Voluntariado Corporativo que tem engajado, de forma crescente, nossos colaboradores.

Em 2021, tivemos a participação de 181 voluntários, o que representa um aumento de 248% de adesão em relação a 2020. Ao todo, foram 1.649 horas de trabalho doadas por meio de mentorias, consultoria e aulas de gestão às Organizações da Sociedade Civil (OSCs).



Nossa jogada pela mudança

O Transforma é o programa de responsabilidade social da Centauro que conecta e empodera organizações que atuam no fomento da prática esportiva a nível social que tem mudado, todos os meses, a vida de 6.400 crianças e jovens.

Desde o início da pandemia, em 2020, oferecemos capacitação na área de gestão para as lideranças das OSCs. Fazemos isso por meio do nosso Programa de Voluntariado Corporativo, no qual grupos de até cinco colaboradores voluntários

pesquisam, elaboram treinamentos e, depois, compartilham o conhecimento com as OSCs em uma oportunidade chamada Capacitações.

Já em 2021, trouxemos uma inovação para a gestão das OSCs: o Transforma Tech, uma ação de voluntariado exclusiva para nosso time de Tecnologia, que tem como objetivo ajudar as OSCs do programa a otimizarem a gestão do dia a dia. Durante cinco meses, 18 voluntários dividem-se para auxiliar organizações por meio de consultorias que ajudam a identificar oportunidades e a implementar ferramentas.

Além disso, contamos com o Olhar Transforma. A iniciativa, que em 2021 teve as suas 2ª e 3ª edições, é voltada para colaboradores em cargos de liderança da Companhia que, durante três meses, identificam alternativas estruturais de melhoria e de estratégia nas OSCs. O objetivo é contribuir com a elaboração

de planos de ação das organizações, acompanhando o processo de execução até as suas últimas etapas.

Em 2021, foram 93 horas de consultoria em estratégia ofertadas, 44 horas em capacitação de gestão e 56 em tecnologia. Com o Transforma em Rede, organizamos também encontros entre as lideranças das 20 organizações. Ao longo do ano, foram oito reuniões de uma hora de duração, que tornaram ainda mais potentes as ações de mudança da Companhia e de seus parceiros transformadores.



Para saber mais sobre o Transforma, acesse: transforma.centauro.com.br





Conheça mais sobre as diferentes frentes de contribuição social do Grupo SBF em 2021:

Aída dos Santos: **O UNIFORME QUE NUNCA EXISTIU**

Única mulher na delegação brasileira que representou o Brasil nas Olimpíadas de 1964, Aída dos Santos não tinha treinador e nem dinheiro para uniforme. Na época, chegou sozinha em Tóquio, no Japão, e ficou em 4º lugar no Salto em Altura.

Em 2021, a Centauro reuniu uma equipe de especialistas para reparar esse erro histórico, e produziu o uniforme que deveria ter sido usado por Aída na competição. Além de homenageá-la com o Uniforme que Nunca Existiu, a receita de suas vendas foi revertida à Associação Ballet Manguinhos, uma OSC apoiada pelo Transforma.



Confira nosso tributo à Aída em:
<https://bit.ly/3LxAv48>

Mais de



R\$ 1 mi

de investimento social em 2021

Mais de

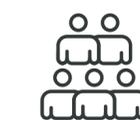
5.000 horas



de atividades físicas praticadas e fomentadas

Mais de

3,7 mi em produtos doados 



6.000

pessoas beneficiadas



Inclusão POR MEIO DE CONTRATAÇÕES

Com foco em contratação de jovens oriundos da periferia, hoje a NWB mantém colaboradores que chegam a sextuplicar sua renda após passarem por processos de treinamento.

A produtora também mantém um Comitê Antirracista interno e realizou parceria com o Indique uma Preta – projeto que fomenta a inserção de mulheres negras no mercado de trabalho.

Transmissão do CAMPEONATO BRASILEIRO FEMININO

A Centauro patrocinou a transmissão ao vivo de jogos da série A do Campeonato Feminino de Futebol, pelo canal Desimpedidos, da NWB.

A iniciativa foi um importante acontecimento para ampliar a divulgação e estimular a audiência do futebol feminino nacional, atingindo 4,5 milhões de visualizações dos jogos transmitidos.



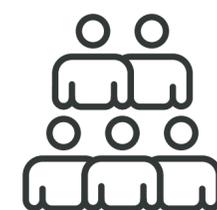
4,5 mi

de visualizações
dos jogos transmitidos

Oficinas de **CRIATIVIDADE**

Em mais uma iniciativa que faz parte do portfólio de investimento social da Fisia, jovens com mais de 15 anos acessam uma trilha de capacitação em comunidades da Grande São Paulo.

- › Para conhecer melhor, acesse www.nike.com/feitoprajogar



40

Jovens
contratados

pelo Oficinas
de Criatividade

Casa Florescer

Em 2021, a Fisia promoveu a revitalização da quadra poliesportiva da Casa Florescer, um centro de acolhida para mulheres transexuais e travestis em São Paulo. Também foi viabilizado um estudo em parceria com a Nix Diversidade sobre a relação da Comunidade LGBTQIA+ com o esporte.

- › Acesse os materiais em: www.nixdiversidade.org



+ R\$

400 mil

investidos em

iniciativas de apoio à
comunidade LGBTQIA+



Doe Gols

Em parceria com o SportTV e a Play For a Cause, a Centauro doou R\$ 350.000 em pares de calçados e ações de ativação – chegando a 14 milhões de pessoas alcançadas na mídia – beneficiando instituições apoiadas pelo Transforma.

3k

pares doados
pelo Doe Gols

500

pares doados
para o Museu
do Futebol

21

Instituições
apoiadas

3.500

crianças
atendidas

Gestão da Cadeia de Fornecimento

GRI 2-6 | 2-23 | 3-3 | 204-1 | 308-1 | 308-2 | 414-2 | SASB CG-MR-410a.1 | CG-MR-410a.2

Nossa geração de valor passa por uma boa gestão dos parceiros do negócio, públicos que integram nossa cadeia e que são parte do ecossistema do esporte.

Por isso, prezamos por um relacionamento transparente com fornecedores, baseado nos princípios éticos e na cultura do Grupo SBF, e em boas práticas de custo e desempenho.

Em 2021, criamos mecanismos de identificação de riscos para fornecedores indiretos com o objetivo de prevenir

violações ao Código de Ética e de Conduta da Companhia, e estamos nos preparando para realizar o mapeamento de fornecedores indiretos, com base em seus impactos sociais.

Além disso, passamos a realizar atualizações periódicas de fornecedores de alto risco, incluímos cláusulas socioambientais em todos os contratos jurídicos com nossos fornecedores, adotando também *Non Disclosure Agreement* (NDA) e tornando obrigatórios cadastros com *Requests for Information*.

Cerca de 10% de nossos fornecedores passaram por um processo de seleção em que o critério relativo à matéria-prima reciclada foi aplicado: adotamos critérios ambientais na seleção de fornecedores de logística, em materiais como caixas de papelão, filmes *stretch* e sacolas de *kraft* utilizados em nossas lojas.

Na área de Manutenção, tivemos a oportunidade de participar da negociação de compra de energia renovável e, em Tecnologia da Informação, fizemos a venda de sucatas de equipamentos.



Request for Information

(RFI)

O RFI é um formulário que utilizamos para a avaliação de novos fornecedores. Nele, coletamos informações sobre fábricas, capacidade produtiva, fluxo financeiro, certificações de qualidade e responsabilidade social.

Exigimos que 100% dos nossos fornecedores compartilhem essas informações e só formalizamos a parceria após análise minuciosa.

Local for Local

Com o início da integração da Fisia ao Grupo SBF, uma das nossas iniciativas foi começar a incrementar a produção local de produtos Nike para serem vendidos no Brasil.

Essa iniciativa mitiga os riscos que existem em processos de importação, agregando vantagens competitivas.

Além de estimular o crescimento da demanda de produção em território nacional, o *Local for Local* também tem potencial para contribuir com a geração de emprego e renda, e de reduzir as emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), por conta da menor necessidade de transporte dos produtos entre continentes.

Para a seleção de fornecedores nacionais, é exigido que o fornecedor tenha sido aprovado em auditoria ABVTEX, que inclui critérios ambientais. Para fornecedores internacionais, é exigida a auditoria Wrap. Estas certificações são obrigatórias para 100% dos fornecedores cadastrados em nossa base.

Em compras indiretas, trabalhamos com fornecedores locais para atender demandas de Tecnologia, Marketing, RH, Engenharia, Logística e Manutenção. Somados aos fornecedores diretos, atualmente, temos 1.536 deles ativos, incluindo revendedores de produtos de marcas próprias e licenciadas em vestuário, acessórios, calçados e equipamentos. Dentre eles, 99% são nacionais e 1% internacionais.

No primeiro semestre de 2022, faremos o mapeamento de todos os riscos ambientais na cadeia de fornecimento indiretos. Em 2021, não identificamos nenhuma denúncia em nosso Canal Confidencial relacionada a este tema, e estamos trabalhando nas cláusulas judiciais e contratos para adicionar questionamentos pertinentes em toda a documentação.

Com atuação nas esferas nacional e internacional, protegemos a nossa cadeia, garantindo a conformidade com os mais altos padrões.



Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX)

Somos associados da ABVTEX e exigimos que 100% dos fornecedores de vestuário de marcas próprias da Centauro sejam certificados por ela para garantir que atendam nossos padrões de qualidade e responsabilidade.



FAMA, SEDEX e BSCI

Exigimos que nossos fornecedores internacionais tenham as certificações FAMA, SEDEX e BSCI.

Com elas, sabemos que foram realizados procedimentos de auditoria que incluem fatores laborais, de saúde, segurança, ambientais e de ética empresarial.

07

GESTÃO AMBIENTAL

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

CAPITAIS



Emissões Atmosféricas

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

Em 2021, realizamos um estudo de reestruturação da nossa malha logística, em parceria com a Boston Consulting Group (BCG), para pensar nossa evolução na área para os próximos cinco anos. Também fizemos, pela primeira vez, o nosso inventário de emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE) e adquirimos créditos de carbono junto à empresa Moss, marcando a nossa entrada para um mercado que tem se mostrado uma importante alternativa de mitigação de danos ao meio ambiente.

Sabemos que as operações principalmente da produção de itens das marcas próprias e da operação logística são as de maior impacto neste tema. Nosso objetivo é reduzir custos e aumentar a qualidade na prestação de serviços aos nossos clientes,

tendo como um dos eixos de nossa atuação uma maior ecoeficiência. Demos início ao processo de regionalização de nossos Centros de Distribuição (CDs), com a inauguração do nosso *Hub* logístico em Extrema – MG, para unificar os processos em nossos CDs e torná-los mais digitais.

Outra iniciativa importante foi a troca de veículos para outros com idade menor que os anteriores e, portanto, menos poluentes: o primeiro passo de um amplo projeto de reestruturação para construir uma malha mais sustentável para todo o Grupo.

Alinhados a essas ações e a muitas outras, vamos reduzir nossos prazos de entrega. Em 2021, aumentamos para 64,4% as entregas feitas pela Centauro em até 48h em São Paulo – o que contribui para a redução de emissões de GEE das nossas operações e aumenta o NPS – medida de avaliação da satisfação do consumidor usada pela Companhia.

ESCOPO/CATEGORIA	EMISSÕES (tCO ₂ e)
ESCOPO 1	2.572,684
Combustão estacionária	61,812
Combustão móvel	2.265,778
Emissões fugitivas	245,094
ESCOPO 2	4.228,684
Eletricidade (abordagem de localização)	3.658,630
Eletricidade (compra)	570,054
ESCOPO 3	22.032,056
Viagens a negócios	274,591
Transporte & Distribuição (<i>Upstream</i>)	8.515,222
Transporte & Distribuição (<i>Downstream</i>)	5.462,455
Resíduos gerados nas operações	1.987,925
Deslocamento de funcionários (casa-trabalho)	5.791,863
Total Geral	28.833,424
Emissões de CO ₂ biogênico (t)	5.251,617

Estão incluídas no cálculo do inventário as emissões de CO₂, CH₄, N₂O, SF₆, PFCs, HCFCs e NF₃.

ESTUDO DE Malha Logística



Energia

GRI 302-1 | 302-3 | 302-4 | 302-5 | SASB CG-MR-130a.1

Para buscar uma atuação mais eficiente, fizemos esforços coletivos e miramos em diferentes frentes ao longo de 2021. Somamos o engajamento de nossos colaboradores ao uso da tecnologia, para reduzir o consumo de energia nas nossas operações. Para isso, treinamos nosso time de lojas sobre como proceder para economizar energia no dia a dia.

Desde 2018, nossas lojas participam do Campeonato de Redução de Consumo, no qual a loja com maior redução recebe um prêmio. Como consequência desse estímulo, ao compararmos o ano de 2021 a 2019, a Companhia apresentou um aumento de consumo de energia nas lojas

de apenas 2,72%, mesmo diante de mais de 80 reformas e novas lojas do modelo G5.

Além disso, realizamos um plano de contingência com nossos Gerentes Regionais, para elaborar medidas de redução de consumo e desperdício de energia, tendo como resultado o abatimento de R\$ 350.000,00 em custo de energia.

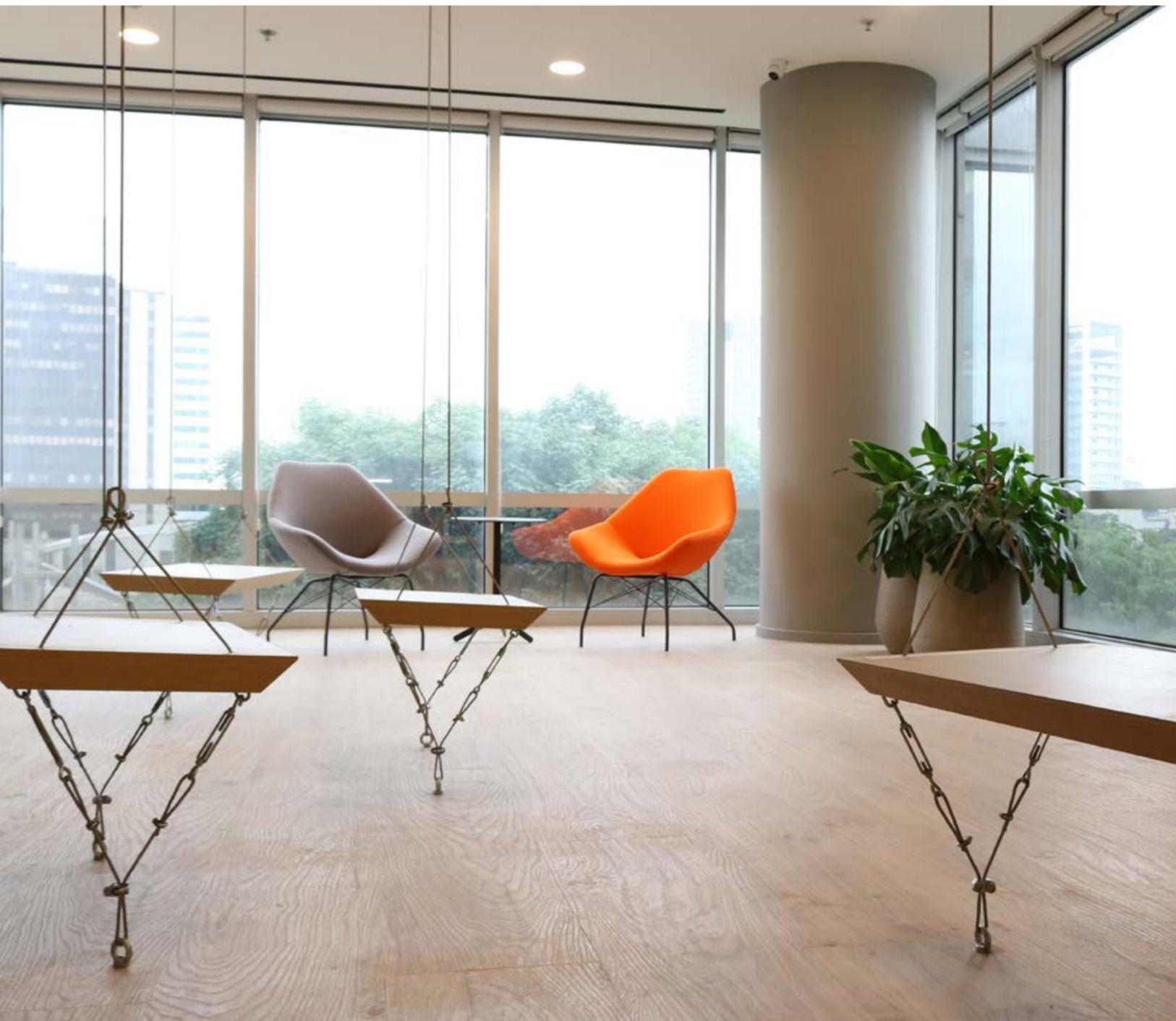
Adotamos, também, o sistema *Follow Energy*, que torna possível acompanhar a temperatura interna do estabelecimento e desligar automaticamente equipamentos e iluminação. O sistema está incorporado em 82 lojas da nossa rede, incluindo Centauro e Nike.

Continuaremos migrando nossas lojas para esse sistema e todas as novas lojas das redes Centauro e Nike já são inauguradas integradas a esse sistema que possibilita uma redução, em média, de 6% no consumo de energia mensal, em comparação com as lojas que não adotam a tecnologia.

Em relação ao ano de 2020, quando grande parte de nossas lojas foram fechadas por conta da pandemia, tivemos uma elevação de 18,79% no consumo de energia elétrica. Todas essas medidas possibilitaram que, mesmo com o crescimento do número de lojas e da Companhia como um todo, o consumo de energia tivesse um incremento proporcionalmente menor em 2021.



Em 2021, nosso Centro de Distribuição (CD) da Fisia ganhou o Selo LEED, uma certificação para construções sustentáveis concedida pela United States Green Building Council.



CONSUMO DE ENERGIA

Em 2021, elevamos o número de unidades que migraram para o Mercado Livre de Energia e fechamos o ano com 36 unidades (Centro de Distribuição, Centro de Transmissão e Centros de Serviços, Escritórios e Lojas) que receberam energia de baixo impacto ambiental, o que elevou o consumo de energia renovável da Companhia. Confira os dados sobre o nosso consumo de energia:

+50% da energia consumida de fontes alternativas

42 Lojas no mercado livre, sendo 15 migradas em 2021.



INTENSIDADE ENERGÉTICA (KWH/M²)



* Por energia consumida, consideramos a energia com Contrato de Distribuição (CUSD) com concessionária.
**Os valores de intensidade energética consideram a energia elétrica consumida dentro da operação.

Uso e Descarte de Produtos

GRI 301-1 | 301-3 | 306-3 | 306-4 | 306-5 |

SASB CG-MR-410a.2 | CG-MR-410a.3

Fazemos a reutilização de embalagens e a gestão dos produtos que, por nossos critérios de qualidade e das marcas revendidas, não serão mais comercializados em nossas lojas.

Atualmente, uma das nossas principais iniciativas dessa frente está relacionada ao uso de papelão, que demanda uma atenção especial por ser um material usado de forma contínua em nossas operações. Por isso, destinamos o material para processos de logística reversa, dos quais 93% das lojas Centauro participam, resultando em uma reciclagem de 80% do papelão que utilizamos.

Também destinamos itens esportivos não vendidos às organizações apoiadas pelo projeto Transforma da Centauro que, em 2021, intermediou a doação de mais de 60 mil unidades.

MATERIAIS E RESÍDUOS

MATERIAIS UTILIZADOS		
PEÇAS	VOLUME	%
Poliéster	1.828.788	56%
Algodão	828.572	25%
Poliamida	554.154	18%
Viscose	35.044	1%

RESÍDUOS GERADOS E DESTINADOS AO ATERRO		
TIPO DE RESÍDUO	ORIGEM	QUANTIDADE (TONELADAS)
Janeiro a Dezembro (2021)		
Comum	Centauro (Extrema)	84.770
Orgânico	Centauro (Extrema)	34.370
Madeira	Centauro (Extrema)	1.390
Julho a Dezembro (2021)		
Comum	HUB VBLOG Extrema*	7.300
Orgânico	HUB VBLOG Extrema*	9.260

* O Hub VBLOG foi inaugurado em julho de 2021.

** Os resíduos considerados comuns são destinados a aterro, pois ainda não existe tecnologia disponível para sua reciclagem.

Parceria pela LOGÍSTICA REVERSA, EMPREGO E RENDA

Atuamos junto à Retalhar, especializada em reciclagem de resíduos têxteis que não podem ser vendidos ou doados. A iniciativa tem estimulado a geração de emprego e renda, por meio de parceria com cooperativas e empreendedores. Em 2021, foram enviados 17 mil itens para reciclagem.



LOJAS

- › Reaproveitamos as caixas de papelão recicladas dos CDs para as lojas;
- › Embalagens não utilizadas são compactadas e destinadas a recicladoras.



CDs

- › Reaproveitamos 82,6% das embalagens oriundas de fornecedores;
- › Materiais não utilizados são compactados por nós e vendidos para empresas de reciclagem.



FROTA

- › Pneus e óleos são entregues a aterros sustentáveis.

Jogando PELO FUTURO

Você terminou a leitura desse Relatório, mas esta não é uma linha de chegada. A construção de um Ecossistema de Esporte é uma maratona. E, como em qualquer desafio de longa distância, é preciso ter resiliência, criatividade, consistência e *fair play*.

Em um ano difícil para todos, estivemos ainda mais unidos em um cenário de incertezas e nos apoiamos em nossos princípios e valores para transpor obstáculos, sempre com colaboração e resiliência.

Sabemos que impulsionar o esporte e transformar vidas é um desafio contínuo. Mas aqui somos obstinados por enfrentar e vencer desafios e a busca por superação é o que mantém nosso time sempre em movimento.

Em 2021, começamos o processo de definição das nossas diretrizes de sustentabilidade que vão orientar nossa caminhada nos próximos anos.

Nosso sonho é e sempre foi grande, desde a fundação da nossa empresa. Estamos confiantes com a nossa visão de futuro e temos cada vez mais clareza de como iremos alcançá-la. Somos inconformados, competimos com paixão e, em 2022, seguiremos essa escalada sempre mirando o topo.

Aqui somos feitos de gente que tem coragem para apostar no novo. Iniciamos mais um ciclo com profundo agradecimento a cada integrante dessa equipe, com brilho nos olhos para experimentar o que nunca antes foi feito. Agradecemos o apoio de nossos investidores e do nosso time nessa longa jornada. **Vamos juntos!**

08

ANEXOS



Índice de Conteúdo GRI

NORMAS UNIVERSAIS		RESPOSTA DIRETA/PÁGINA	
CONTEÚDOS GERAIS			
A ORGANIZAÇÃO E SUAS PRÁTICAS DE RELATO	2-1	Detalhes da organização.	Páginas 10, 15 e 17. O Grupo SBF é uma sociedade anônima de capital aberto, com sede em São Paulo – SP.
	2-2	Entidades incluídas nos relatórios de sustentabilidade da organização.	<ul style="list-style-type: none"> › SBF Comércio de Produtos Esportivos S.A. › Fisia Comércio de Produtos Esportivos Ltda. › Network Participações S.A. › VBLOG – Logística e Transportes Ltda. › Pine Administração de Bens e Participações Ltda. › Premier Distribuidora de Vestuário, Calçados, Equipamentos e Acessórios Ltda. › Store Engenharia e Instalações Ltda. › Lione Comércio de Artigos Esportivos Ltda.
	2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato.	Página 4.
	2-4	Reformulações de informações.	Não houve.
	2-5	Verificação externa.	Essa publicação não foi verificada por auditoria externa.
ATIVIDADES E EMPREGADOS	2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais.	Páginas 10, 15 e 55.
	2-7	Empregados.	Páginas 33 e 37.
	2-8	Trabalhadores que não são empregados.	Página 33.
GOVERNANÇA	2-9	Estrutura de governança e composição.	Páginas 23 e 24.
	2-10	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança.	Página 26.
	2-11	Presidente do mais alto órgão de governança.	O presidente do Conselho de Administração não ocupa cargo executivo na Companhia.

NORMAS UNIVERSAIS		RESPOSTA DIRETA/PÁGINA	
2-12	Papel do mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos.	Estamos trabalhando em uma política de sustentabilidade que definirá formalmente esse papel. Além disso, nossas diretrizes de sustentabilidade serão consolidadas ao longo de 2022, ano no qual será definido, com maior precisão, o papel do CA na supervisão dos impactos causados pelo Grupo SBF.	
2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos.	O cargo mais alto com responsabilidade pela gestão dos impactos econômicos e socioambientais da Companhia é o do nosso CEO. Essas atribuições são cascadeadas para as diretorias e comitês de assessoramento do CA, e desdobradas em práticas para diversos níveis funcionais.	
2-14	Papel do mais alto órgão de governança no Relatório de Sustentabilidade.	O presente Relatório é resultado de provocação realizada pelo CA para o desenvolvimento de um claro direcionamento de sustentabilidade e transparência no reporte. No entanto, como os parâmetros dessas novas diretrizes de atuação serão consolidados em 2022, esta publicação será revisada e aprovada pela Diretoria e, a partir da nova definição, teremos um desenho mais assertivo sobre o papel do CA nos processos de elaboração e aprovação de nossos relatórios.	
GOVERNANÇA	2-15	Conflitos de interesse.	Para orientar nossa atuação nas principais possibilidades de conflito, contamos com uma política de prevenção a conflitos de interesse, aprovada em março de 2021, e disponível publicamente para todos os públicos da Companhia em: https://bit.ly/3qYeML6
	2-16	Comunicação de preocupações críticas.	Página 19.
	2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança.	Estamos evoluindo internamente com a elaboração de nossa Política de Sustentabilidade e de mecanismos que assegurem essa prática de forma mais estruturada.
	2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança.	Página 27.
	2-19	Políticas de remuneração.	Página 28.
	2-20	Processo para determinação da remuneração.	Página 28.
	2-21	Índice de Remuneração Total Anual.	Em 2021, contratamos uma consultoria especializada para nos dar suporte em novas definições neste tema, que estão previstas para ocorrer em 2022. Esse processo contou com um olhar aprofundado não só para as práticas internas, mas para os padrões de mercado. Estamos atualmente trabalhando nesse processo para reportar essas informações de forma mais estruturada.

NORMAS UNIVERSAIS			RESPOSTA DIRETA/PÁGINA
ESTRATÉGIA, POLÍTICAS E PRÁTICAS	2-22	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável.	Página 7.
	2-23	Políticas de compromissos.	Páginas 19 e 55.
	2-24	Incorporando as políticas de compromissos.	Página 19.
	2-25	Processos para remediar impactos negativos.	Páginas 19 e 21.
	2-26	Mecanismos para buscar orientação e expor preocupações.	Página 19.
	2-27	Conformidade com leis e regulamentos.	Em 2021, não foram identificados casos de violação às leis ou a regulamentos da Companhia.
	2-28	Participação em associações.	Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) e Associação pela Indústria e Comércio Esportivo (ÁPICE).
	2-29	Abordagem para o engajamento de <i>stakeholders</i> .	Páginas 6 e 36.
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS	2-30	Acordos de negociação coletiva.	100% dos colaboradores contratados pelo regime CLT estão atrelados a um sindicato.
	3-1	Processo para determinar os tópicos materiais.	Página 6.
TÓPICOS MATERIAIS	3-2	Lista de tópicos materiais.	Página 6.
	3-3	Gestão de tópicos materiais.	<ul style="list-style-type: none"> › Desenvolvimento dos Colaboradores: página 38. › Diversidade e Inclusão: páginas 37 e 38. › Engajamento Social com as Comunidades Locais: página 48. › Gestão Socioambiental da Cadeia de Fornecedores: página 55. › Emissões Atmosféricas: página 58.
	NORMAS ESPECÍFICAS		
CONTEÚDOS ECONÔMICOS			
DESEMPENHO ECONÔMICO	201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído.	Página 31.

NORMAS ESPECÍFICAS			RESPOSTA DIRETA/PÁGINA
PRÁTICAS DE COMPRA	204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais.	Os gastos do Grupo com fornecedores locais, aqueles situados em território nacional, foram de R\$ 108 milhões (62%), sendo que os gastos com fornecedores internacionais foram de R\$ 67 milhões (38%).
	205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção.	Página 21.
COMBATE À CORRUPÇÃO	205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas.	Não há casos identificados, ou em andamento, relacionados à corrupção.
	CONTEÚDOS AMBIENTAIS		
MATERIAIS	301-1	Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume.	Página 62.
	301-3	Produtos e suas embalagens recuperados.	Página 62.
ENERGIA	302-1	Consumo de energia dentro da organização.	Página 60.
	302-3	Intensidade energética.	Página 60.
	302-4	Redução do consumo de energia.	Página 60.
	302-5	Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços.	Página 60.
	305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE).	Página 58.
EMISSÕES	305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia.	Página 58.
	305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE).	Página 58.
	305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE).	Página 58.
	305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE).	Página 58.

NORMAS ESPECÍFICAS			RESPOSTA DIRETA/PÁGINA
RESÍDUOS	306-3	Resíduos gerados.	Página 62.
	306-4	Resíduos não destinados para disposição final.	Página 62.
	306-5	Resíduos destinados para disposição final.	Página 62.
AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES	308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais.	Página 55.
	308-2	Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas.	Página 55.
CONTEÚDOS SOCIAIS			
EMPREGO	401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados.	Página 38.
	401-3	Licença-maternidade/paternidade.	Página 41.
RELAÇÕES DE TRABALHO	402-1	Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais.	O prazo mínimo que estabelecemos internamente para avisar nossos colaboradores sobre mudanças operacionais é de 30 dias.
SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO	403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho.	Página 46.
	403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes.	Página 46.
	403-6	Promoção da saúde do trabalhador.	Página 46.
CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO	404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado.	Página 42.
	404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira.	Páginas 38 e 42.
	404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira.	Página 45.
DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES	405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados.	Páginas 24 e 33.

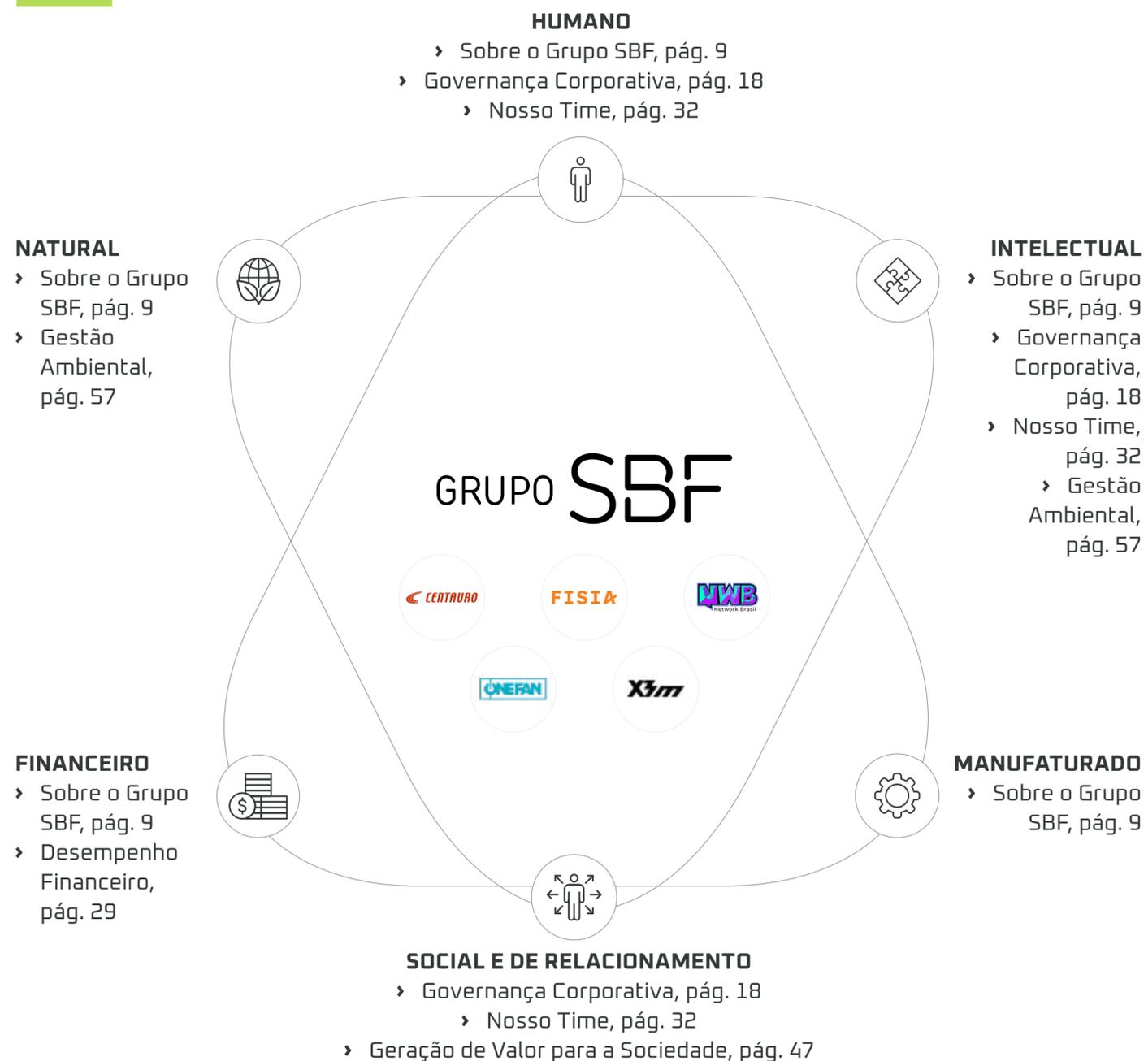
NORMAS ESPECÍFICAS			RESPOSTA DIRETA/PÁGINA
NÃO DISCRIMINAÇÃO	406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas.	Em 2021, registramos dois relatos no Canal Confidencial referentes à discriminação, não relacionados a gênero ou raça. Como resposta, a medida adotada foi de orientação para adequação ao nosso Código de Conduta e de Ética.
TRABALHO INFANTIL	408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil.	Em 2021, não recebemos, em nosso canal confidencial, denúncias relativas 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 2021, não recebemos, em nosso canal confidencial, denúncias relativas a trabalho forçado ou análogo à escravidão.
COMUNIDADES LOCAIS	413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local.	Página 48.
AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES	414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas.	Página 55.
PRIVACIDADE DO CLIENTE	418-1	Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes.	Identificamos duas queixas comprovadas de violação de dados, uma diretamente por notificação da ANPD e outra por reclamação registrada no SAC. Estamos trabalhando com opções de reforçar a verificação de identidade do usuário para prevenir futuros problemas de mesma natureza. Saiba mais sobre nossos avanços na proteção de dados na página 22.

Índice de Conteúdo SASB

TÓPICO		MÉTRICA	PÁGINA / 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.	Página 60.
	CG-MR-230a.1	Descrição da abordagem para identificar e lidar com riscos de segurança de dados.	Página 22.
SEGURANÇA DE DADOS	CG-MR-230a.2	(1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados.	Identificamos duas queixas comprovadas de violação de dados, uma diretamente por notificação da ANPD e outra por reclamação registrada no SAC. Estamos trabalhando com opções de reforçar a verificação de identidade do usuário para prevenir futuros problemas de mesma natureza.
	CG-MR-310a.1	(1) Salário médio por hora e (2) porcentagem de empregados nas lojas que recebem salário-mínimo, por região.	O salário médio pago por hora é de R\$ 14,12. Porcentagem de funcionários de loja com salário mínimo é de: <ul style="list-style-type: none"> › Centro-Oeste: 3,07% › Nordeste: 10,81% › Norte: 14,73% › Sudeste: 0,43% › Sul: 0%. › Total: 3,51%
PRÁTICAS TRABALHISTAS	CG-MR-310a.2	(1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários da loja.	Página 38.
	CG-MR-310a.3	Valor total de perdas monetárias resultantes de processos judiciais associados a violações da lei trabalhista.	Estamos nos preparando para reportar estas informações nos próximos anos de publicação de nossos Relatórios.
	CG-MR-330a.1	Porcentagem de representação de gênero e grupo étnico/racial para (1) gestão e (2) todos os outros funcionários.	Representação de gênero (1) Colaboradores em posições de gestão: 46,3% mulheres e 53,7% homens (2) Demais colaboradores: 52,0% mulheres e 48,6% homens
DIVERSIDADE E INCLUSÃO DA FORÇA DE TRABALHO	CG-MR-330a.2	Valor total de perdas monetárias resultantes de processos judiciais associados à discriminação no emprego.	Estamos nos preparando para reportar estas informações nos próximos anos de publicação de nossos Relatórios.

TÓPICO		MÉTRICA	PÁGINA / RESPOSTA DIRETA
FORNECIMENTO, EMBALAGEM E MARKETING DE PRODUTOS	CG-MR-410a.1	Receita de produtos de terceiros certificados com padrões de sustentabilidade ambiental e/ou social.	Iniciaremos o mapeamento dessas informações em 2022.
	CG-MR-410a.3	Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental das embalagens.	Estamos trabalhando para incluir as discussões em nossas operações.
MÉTRICAS DE ATIVIDADE	CG-MR-000.A	Número de: (1) lojas e (2) centros de distribuição.	4 Centros de Distribuição, 2 Centros de Transferência › Centauro: 227 lojas › Fisia: 21 lojas
	CG-MR-000.B	Área total de: (1) lojas e (2) centros de distribuição.	Área total dos centros de distribuição: 109.590m ² Centauro › Área total de lojas: 231.062 m ² Fisia › Área total de lojas: 21.807 m ²

Mapa de Capitais



Mapa de ODS



- › Sobre o Grupo SBF, página 9
- › Nosso Time, página 32
- › Geração de Valor para a Sociedade, página 47



- › Governança Corporativa, página 18
- › Nosso Time, página 32
- › Geração de Valor para a Sociedade, página 47



- › Desempenho Financeiro, página 29
- › Nosso Time, página 32
- › Geração de Valor para a Sociedade, página 47



- › Sobre o Grupo SBF, página 9
- › Governança Corporativa, página 18
- › Geração de Valor para a Sociedade, página 47
- › Gestão Ambiental, página 57



- › Geração de Valor para a Sociedade, página 47
- › Gestão Ambiental, página 57

Créditos

COORDENAÇÃO

Grupo SBF

Luna Romeu, Gerente de RI

Nicole Caputo, Analista de RI

Ana Carolina Bonilha, Coordenadora de ESG

PROJETO EDITORIAL, REDAÇÃO E CONSULTORIA GRI

Ricca Sustentabilidade

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Ricca Sustentabilidade

