



**GRUPO SBF**  
**RELATÓRIO DE**  
**SUSTENTABILIDADE**  
**2025**

INTRODUÇÃO

Sobre este relatório . . . . . 4

Materialidade . . . . . 4

Mensagem do CEO . . . . . 5

O GRUPO SBF

Quem somos . . . . . 8

Nossas unidades de negócio . . . . . 10

Relacionamento com *stakeholders* . . . . . 19

Inovação . . . . . 20

Resultados do ano . . . . . 21

Geração de valor em 2025 . . . . . 22

GOVERNANÇA CORPORATIVA

Estrutura de governança . . . . . 25

Estrutura societária . . . . . 28

Melhores práticas . . . . . 28

Ética e transparência . . . . . 31

Gestão de riscos . . . . . 34

Segurança de dados . . . . . 35

CAPITAL HUMANO

Colaboradores . . . . . 37

Cultura organizacional . . . . . 38

Atração e retenção de talentos . . . . . 40

Diversidade e inclusão . . . . . 41

Carreira . . . . . 46

Saúde e segurança do trabalho . . . . . 52

Cooperativa Ativa SBF . . . . . 56

SOCIEDADE E COMUNIDADES

Esporte, inclusão e futuro . . . . . 61

GESTÃO AMBIENTAL

Emissões . . . . . 70

Energia . . . . . 71

Resíduos . . . . . 73

Cadeia de fornecimento . . . . . 75

ANEXOS

Índice de conteúdo GRI standards e SASB . . 78

Mapas de capitais e mapa de ODS . . . . . 92

Créditos . . . . . 93

# INTRODUÇÃO



## SOBRE ESTE RELATÓRIO

GRI 2-1 | 2-2 | 2-3 | 2-6

Honrando o compromisso de transparência e constância nas informações disponibilizadas aos nossos *stakeholders*, pelo sexto ano consecutivo apresentamos o Relatório de Sustentabilidade do Grupo SBF, Companhia de capital aberto com ações negociadas na B3 (categoria A, sob o *ticker* SBFG3), abrangendo também as controladas SBF Comércio de Produtos Esportivos S/A e Fisia Comércio de Produtos Esportivos S/A (categoria B).

Elaborado com base nas Normas da Global Reporting Initiative (GRI), indicadores do Sustainability Accounting Standards Board (SASB) referentes ao setor de varejo e seguindo as diretrizes do Relato Integrado (IR), o documento detalha nosso desempenho nos aspectos econômico, social, ambiental e de governança no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025.

Este relatório também evidencia nossos esforços para desenvolver projetos alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), para que possam ser mensurados e somados aos esforços globais em torno das principais causas que afetam o planeta. O relatório foi aprovado pela Diretoria da Companhia e publicado em 31 de março de 2026.

Dúvidas, sugestões e comentários sobre este relatório podem ser encaminhados para [ri@gruposbf.com.br](mailto:ri@gruposbf.com.br).

## MATERIALIDADE

GRI 3-1 | 3-2

O estudo de materialidade, realizado em 2021, identificou os temas ambientais, sociais e de governança (na sigla ESG, em inglês) estratégicos para as nossas operações e possibilitou a delimitação dos ODS prioritários na nossa jornada de sustentabilidade. Ambos serão referenciados ao longo do documento.

Em 2025, demos início à elaboração de uma nova matriz, de dupla materialidade, em consonância com as diretrizes do IFRS S1 e S2, que serão reportados de 2026 em diante.

### TEMAS MATERIAIS

- DESENVOLVIMENTO DE COLABORADORES
- DIVERSIDADE E INCLUSÃO
- ENGAJAMENTO SOCIAL COM AS COMUNIDADES LOCAIS
- GESTÃO SOCIOAMBIENTAL DA CADEIA DE FORNECEDORES
- EMISSÕES ATMOSFÉRICAS

## MENSAGEM DO CEO

GRI 2-22

O ano de 2025 foi marcado por mudanças estruturantes no Grupo SBF. Avançamos em frentes comerciais, operacionais e digitais que ampliaram nossa capacidade de execução, elevaram a eficiência e fortaleceram nossa solidez financeira para sustentar investimentos de longo prazo.

Assumi a liderança da Companhia com a missão de destravar esse crescimento após dois anos dedicados à desalavancagem, etapa necessária para reequilibrar a estrutura de capital e preparar o Grupo para uma nova fase. Conduzimos uma transição de gestão e de cultura pautada em transparência, diálogo e clareza estratégica. Engajamos nossos colaboradores nessa guinada, reforçando o orgulho de pertencer e mobilizando o time para a execução das prioridades. Os resultados começaram a aparecer já no primeiro ciclo: encerramos o ano com crescimento de 8,2% da receita líquida consolidada, que atingiu R\$ 7,7 bilhões.

Na Centauro, aceleramos iniciativas voltadas ao aumento de produtividade e conversão, com foco central em aprimorar a experiência de compra nas lojas físicas. Estruturamos uma nova diretoria comercial por categorias prioritárias, revisamos o sortimento no físico e no digital e aprimoramos os processos de compra, curadoria e distribuição, com impactos diretos na gestão de estoques. Retomamos a ampliação do portfólio em diferentes modalidades esportivas, fortalecendo nossa proposta de valor para o consumidor.

Reforçamos o time de lojas com a contratação de 900 novos vendedores e aprofundamos a agenda de formação e capacitação. Também avançamos na modernização da rede, com a conclusão de nove revitalizações e a definição de um plano contínuo de retrofits para 2026, mantendo o foco na evolução da rede de lojas.

Na Fisia, estabelecemos três prioridades claras: ampliar a presença da Nike no futebol brasileiro, retomar o crescimento do canal de atacado e evoluir a estratégia no segmento de corrida. Renovamos a parceria com o Sport Club Corinthians Paulista por mais dez anos e anunciamos novos patrocínios, com início em 2026, incluindo Clube Atlético Mineiro e Club de Regatas Vasco da Gama. Também iniciamos o ciclo de lançamentos relacionados à Copa do Mundo de 2026, fortalecendo a conexão da marca com o consumidor brasileiro.

Em corrida, anunciamos que a Nike, a partir de 2026, será patrocinadora master da prova que passa a se chamar “Nike SP City Marathon”, ampliando nossa presença em uma das principais plataformas do calendário esportivo nacional. Mantivemos o foco nas franquias Pegasus, Structure e Vomero, consolidando a estratégia de *road running*. No atacado, retomamos o ritmo de crescimento, com avanço de 9,4% no ano, apoiado em melhorias no nível de serviço e no relacionamento com clientes, reforçado pela inauguração do novo *showroom* da Nike em Pinheiros (SP).

No âmbito operacional, avançamos em controle, escala e eficiência. A Fisia internalizou a distribuição das lojas físicas e, para tanto, ampliou em 23 mil m<sup>2</sup> seu centro de distribuição próprio em Extrema (MG). Além disso, conquistou a certificação OEA, que atesta elevado padrão de conformidade e segurança logística. A Centauro fortaleceu sua estrutura com a implantação de um *hub* de transportes no corredor São Paulo–Minas Gerais e a adoção de sistema automatizado de separação de pedidos, ampliando agilidade e produtividade.

Também aprimoramos a jornada do consumidor com novas funcionalidades no digital, como Guest Checkout e Gift Back, ampliação de meios de pagamento – incluindo Apple Pay e Google Pay – e melhorias nos processos de trocas e devoluções da Nike, reforçando nossa estratégia omnicanal.

Na agenda ambiental, ampliamos a contratação de energia limpa no Mercado Livre, que passou a representar 66,4% do consumo total da Companhia, e reduzimos em 9,8% o consumo total de energia. Expandimos o uso de sacos de rafia no transporte entre centros de distribuição, diminuindo o uso de filme *stretch* e seguimos com nossas ações de reuso e reciclagem de materiais.

Encerramos o ano preparados para 2026, que será um marco relevante para o negócio, com eventos como a Copa do Mundo e o início dos novos patrocínios de clubes brasileiros pela Nike. Daremos continuidade aos projetos estruturantes, incluindo a implementação de centros de distribuição secundários para elevar produtividade e capacidade de execução.

Seguiremos comprometidos em oferecer a melhor experiência ao consumidor na Centauro e em fortalecer a presença da Nike no Brasil, aprofundando a conexão com consumidores e clientes do atacado. Nosso propósito de transformar vidas por meio do esporte continua a nos guiar, ampliando o acesso a produtos esportivos de forma cada vez mais democrática. Estamos confiantes na nossa capacidade de execução e no empenho de um time engajado e focado em capturar as oportunidades que estão à nossa frente.



Gustavo Furtado

**CEO**  
Grupo SBF

# O GRUPO SBF



## ODS

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



Capitais Relacionados



## QUEM SOMOS

GRI 2-6

Com mais de quatro décadas de atuação no mercado nacional, o Grupo SBF consolidou-se como uma das principais plataformas de esporte no Brasil, que conecta marcas e pessoas. Nossa atuação está organizada em duas unidades de negócios complementares: a Centauro, com sua ampla rede de lojas, e a Fisia, distribuidora oficial da Nike no Brasil. Adicionalmente aos negócios principais, temos uma plataforma que disponibiliza aulas de dança virtuais e presencialmente com instrutores: a FitDance.

Desenvolvemos experiências e serviços que acompanham nossos clientes ao longo de toda a jornada esportiva, desde a escolha do produto até a prática da atividade física. Estamos presentes no universo do esporte por diferentes frentes, que vão do varejo de artigos esportivos à realização de eventos, passando pela inovação em plataformas digitais e pela criação de conteúdos exclusivos, sempre com foco em engajamento e conexão genuína com o consumidor.

Movimentar pessoas é o que nos inspira. Por isso, marcamos presença em 25 estados brasileiros e no Distrito Federal, com uma rede de 280 lojas físicas, integrada a nossos *e-commerces* e plataformas digitais. A omnicanalidade é um dos nossos principais diferenciais e permite experiências fluidas e conectadas, como comprar *online* e retirar na loja, adquirir produtos na loja e receber em casa ou realizar toda a jornada de forma digital. Assim, entregamos conveniência, personalização e qualidade de serviço, independentemente do canal escolhido.

Acreditamos que o esporte deve ser acessível a todos. Investir em cada etapa dessa jornada é a nossa forma de promover saúde, bem-estar e propósito na vida das pessoas. Estamos onde o público está e acompanhamos seus movimentos de maneira natural – na loja, na quadra, na conversa e na tela do celular.

Fit  
dance

FISIA

 **CENTAURO**

## O GRUPO EM NÚMEROS

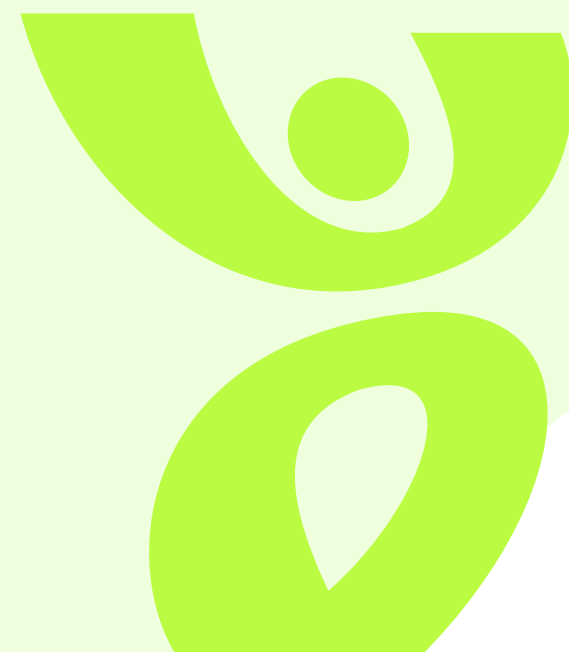
**44** ANOS DA  
FUNDAÇÃO DA  
CENTAURO



**5** ANOS DE  
AQUISIÇÃO DA  
FISIA

RESPONSÁVEL  
PELA VENDA DE  
APROXIMADAMENTE

**70%** DOS  
PRODUTOS  
NIKE NO  
BRASIL



+ DE **11 MIL**  
COLABORADORES



**3** CENTROS  
DE DISTRIBUIÇÃO  
**3** CENTROS DE  
TRANSFERÊNCIA



**280 LOJAS**  
EM **288,7 MIL M²**  
DE ÁREA BRUTA  
LOCÁVEL (ABL)



PRESENÇA EM  
**25 ESTADOS**  
+ DF



**R\$ 7,7 BILHÕES**  
RECEITA LÍQUIDA

**R\$ 3,7 BILHÕES**  
LUCRO BRUTO  
(AJUSTADO)

**48,3%**  
MARGEM BRUTA  
(AJUSTADA)

**R\$ 427,6 MILHÕES**  
LUCRO LÍQUIDO  
(AJUSTADA EX-IFRS)

**5,5%**  
MARGEM LÍQUIDA  
(AJUSTADA EX-IFRS)

**34,1%**  
SHARE DE RECEITA  
DO DIGITAL

# NOSSAS UNIDADES DE NEGÓCIO

## CENTAURO

GRI 203-1

Há mais de quatro décadas, a Centauro mobiliza pessoas e transforma vidas por meio do esporte. Com 230 lojas distribuídas por 25 estados brasileiros e pelo Distrito Federal, além de uma operação digital robusta, oferecemos um portfólio amplo de produtos que inclui marcas próprias e licenciadas, como Oxe, Nord e Adams, além de parcerias estratégicas com marcas globais, como Nike e Asics, atendendo a diferentes perfis e necessidades esportivas.

Nossa estratégia em 2025 esteve focada em entregar a melhor experiência possível ao consumidor, fortalecendo a conexão emocional com a marca – um elemento fundamental para a sustentação do crescimento das vendas. Com o objetivo de ampliar nosso protagonismo nas categorias de corrida e futebol, direcionamos esforços para valorizar as lojas físicas, nosso principal canal de vendas, o que se refletiu em campanhas, comunicações, mídia, parcerias e eventos ao longo do ano.

Entendemos que a loja física é o local em que a jornada esportiva do consumidor brasileiro se materializa e onde conseguimos nos diferenciar da concorrência. Ao mesmo tempo, reforçamos a percepção de que a Centauro é uma marca única, integrada entre os ambientes físico e digital. Para isso, investimos na multicanalidade, reduzindo fricções entre o *site* e as lojas e tornando a experiência mais fluida para o cliente.

Ao longo de 2025, investimos R\$ 106,5 milhões na nossa operação, entre abertura de novas lojas, *refit*, benfeitorias e adequações nos escritórios. Inauguramos quatro novos pontos - em Cascavel (PR), Jundiaí (SP), São José do Rio Preto (SP) e

Caruaru (PE) - seguindo a estratégia de modernização da rede, no novo modelo de loja (G6), que prioriza uma jornada fluida e interativa. Concluímos nove projetos de revitalização de lojas, com foco na melhoria da experiência nos pontos de venda, tanto para os clientes quanto para os colaboradores, e realocamos uma unidade estratégica, que possibilitou a ampliação da área de vendas de 300 m<sup>2</sup> para 600 m<sup>2</sup>.

Cerca de 100 lojas ainda estão configuradas no modelo anterior e, por isso, os *retrofits* seguirão como prioridade nos próximos anos. Como reflexo da estratégia de concentração no varejo esportivo, a Centauro voltou a apresentar crescimento relevante em 2025, encerrando o ano com crescimento de 13% em receita líquida (R\$ 4,06 bilhões) sobre o ano anterior e a maior margem bruta anual já alcançada pela Centauro, de 50,3%. O crescimento veio acompanhado pela preservação de margens, suportado por melhorias em sortimento e execução comercial.

**230 LOJAS**  
**237,4 MIL M<sup>2</sup> ABL**

**INVESTIMENTO**  
**R\$ 106,5 MILHÕES**  
**EM EXPANSÃO DE LOJAS,**  
**REFIT, BENFEITORIAS**  
**E REFORMAS DOS**  
**ESCRITÓRIOS**

## MELHOR EXPERIÊNCIA DE COMPRA

Desde o primeiro trimestre do ano, reforçamos a estrutura comercial com a atuação de diretores dedicados por categoria (calçados, futebol, vestuário e complementares), o que contribuiu para a melhoria do sortimento, do *mix* de produtos e da eficiência na distribuição.

Também ampliamos a equipe de vendas e intensificamos os programas de formação e capacitação contínua dos novos vendedores, ajustando o dimensionamento das equipes de acordo com o potencial de cada loja. Um atendimento mais técnico e personalizado, aliado a um sortimento mais amplo e assertivo, impulsionou a performance das lojas físicas em 2025.

A categoria de calçados, que representa cerca de 50% do faturamento da Centauro, registrou crescimento de 17,7% nas vendas em 2025, considerando o mesmo número de lojas do ano anterior (*same stores sales*). A linha de performance foi um dos destaques, com avanço de 66,9% em relação a 2024. Esses resultados refletem a efetividade da ampliação das equipes com profissionais especializados, além de impactos positivos na satisfação do consumidor, monitorados por meio de pesquisas Segmenta, Mind Miners e Kantar/IBOPE.



### Convenção Centauro

Uma experiência imersiva e memorável para manter o time engajado. Tendo o esporte como fio condutor, contamos a história da Centauro de forma cativante, celebrando o time de loja. Em 2025, envolvemos 595 colaboradores nessa dinâmica coletiva, em três dias de evento.

## REDES SOCIAIS

Unificamos nossos canais digitais no perfil Centauro Esporte e estruturamos uma estratégia editorial voltada aos nossos temas prioritários: corrida e futebol. Para ampliar o alcance e o engajamento, contamos com o apoio de atletas e embaixadores da marca. Em 2025, ampliamos nosso time para 15 embaixadores, que contribuíram para direcionar tráfego qualificado para nossos canais digitais e gerar engajamento. Eles participam de campanhas e eventos e nos ajudam a aproveitar as oportunidades do calendário esportivo. Apenas com os embaixadores, alcançamos uma receita de R\$ 1,7 milhão e ROI 8% acima do ano anterior.

## OPERAÇÃO ONLINE

O digital segue como uma importante alavanca de crescimento e, desde o terceiro trimestre, vem apresentando resultados consistentes. No encerramento do ano, registramos um crescimento de 19,9%, aproximando-nos da nossa ambição de sermos a melhor plataforma digital para a compra de produtos esportivos.

Na estratégia multicanal, cerca de 70% das trocas de pedidos realizadas no *marketplace* já acontecem nas lojas físicas e, desse total, aproximadamente 65% resultam na conversão em novos produtos vendidos diretamente pela plataforma. Iniciamos também um projeto-piloto de integração das operações do *marketplace* às lojas físicas, que permite a retirada em loja de compras realizadas no *site*, englobando as vendas originadas nos canais da Nike.

No pilar tecnológico, ampliamos as opções de pagamento no aplicativo da Centauro, com a inclusão de carteiras digitais, aprimorando a experiência de compra *online*.

## PILARES DA ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO DIGITAL

### MULTICANALIDADE

Agora todos os produtos adquiridos no nosso site podem ser trocados ou devolvidos nas lojas físicas



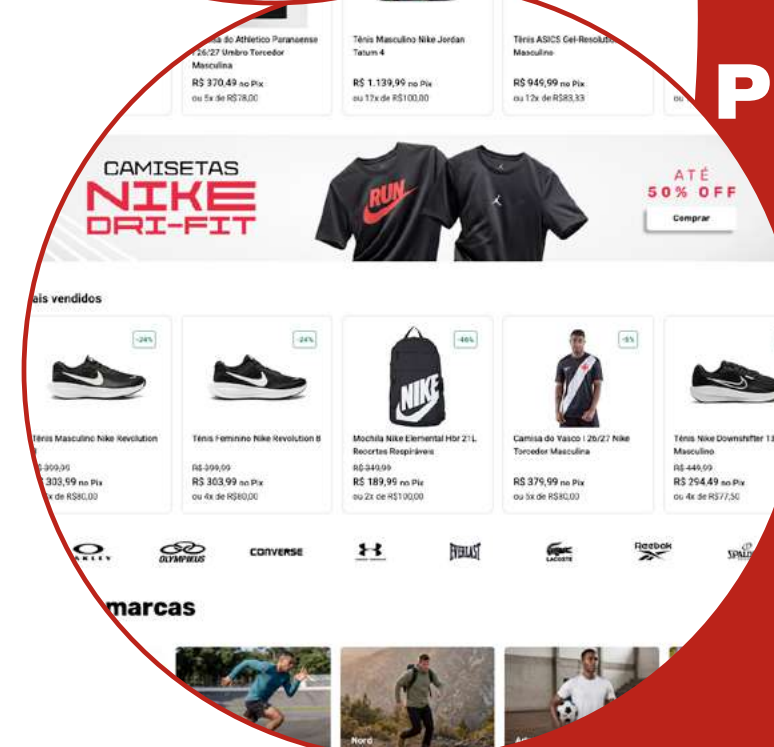
### EXPERIÊNCIA DE COMPRA

Conectada com o esporte



### PLATAFORMA DIGITAL

A melhor jornada de compra e o menor entrave durante o processo



## DESBRAVA

Nosso Circuito Centauro de Corrida de Rua, em 2025, chegou a 19 etapas em parceria com a Nike e a X3M, praticamente o dobro da edição anterior, e com 62% mais inscritos. Mantivemos os pilares estratégicos da iniciativa e evoluímos a experiência do *kit*, com três opções de acordo com o nível do participante e da corrida, com parcerias e ações regionais.

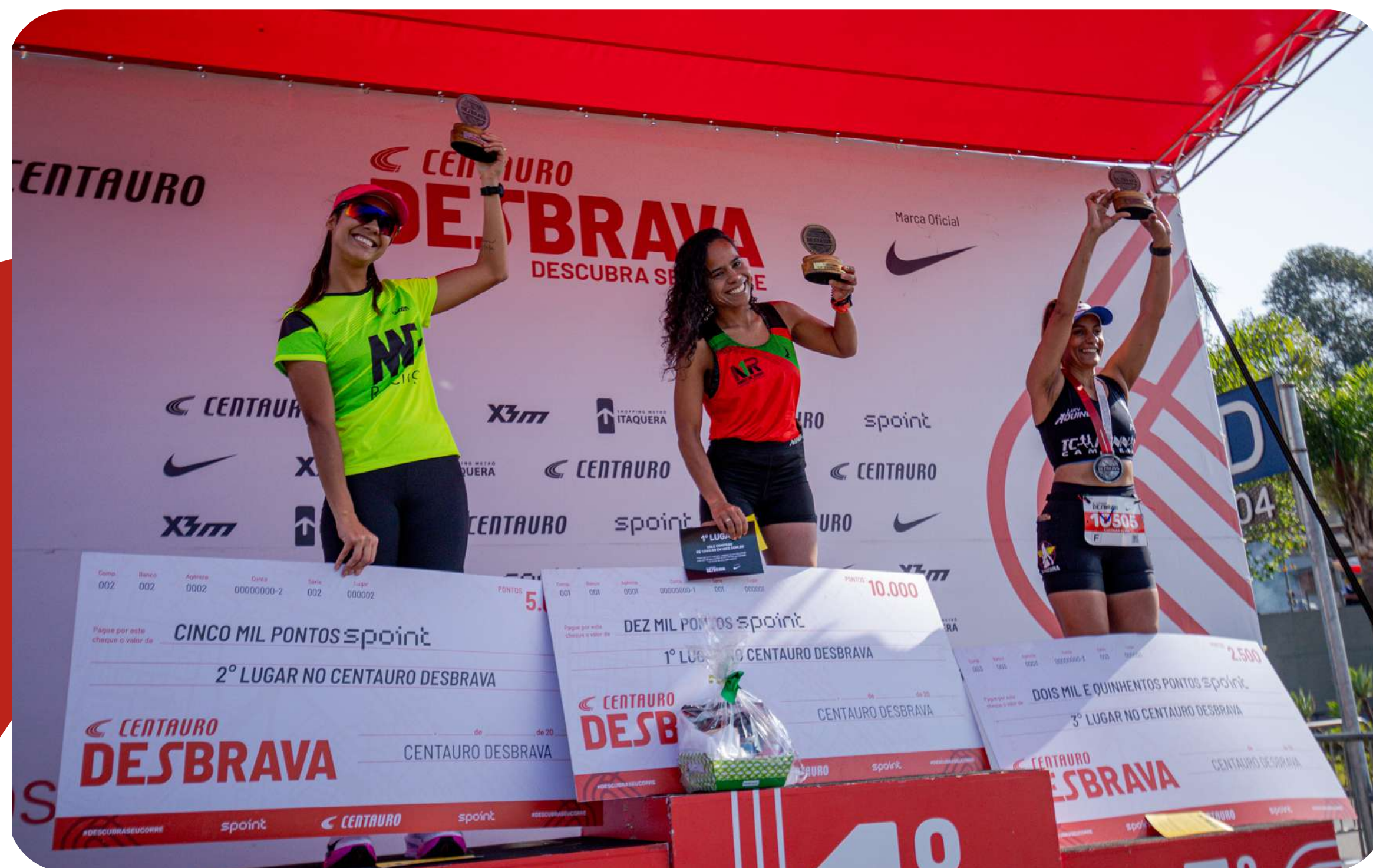
Ajustamos a estratégia comercial, oferecendo aos inscritos no Desbrava desconto de 15% em todo *site* e aplicativo da Centauro no ato da inscrição e 20% de desconto em produtos de corrida na loja, na retirada do *kit* de corrida, o que resultou em aumento de 117% do *ticket* médio.

28.775 INSCRITOS

19 ETAPAS

9 PATROCINADORES

7 PARCEIROS



## PATROCÍNIOS NO FUTEBOL

A marca ganhou visibilidade ao patrocinar o Paulistão masculino e a Copinha Sicredi 2025. Tivemos um alcance de mais de 7 milhões de pessoas na transmissão da Copinha e de 76 milhões de pessoas na transmissão do Paulistão. Nossas ações incluíram distribuição de ingressos e presença em campo com led e placas, alcançando mais de 16 mil torcedores e promovendo engajamento nas redes sociais.

Para reforçar nossa ambição de sermos a primeira escolha quando o assunto é futebol, renovamos o contrato para o futebol feminino, garantindo nossa presença no Paulistão, Copinha, Sub 15/17/20, Caravanas e Festivais por mais três anos. A Centauro é uma entusiasta da modalidade e fez história ao se tornar a primeira marca a patrocinar e transmitir ao vivo os jogos. Ao longo de 2025, transmitimos 11 partidas exclusivas no Facebook, Tik Tok e Instagram. O investimento na modalidade representa uma oportunidade estratégica e alinhada com os valores da marca, que busca promover inclusão, diversidade e empoderamento por meio do esporte.

## DOE GOLS

O projeto Doe Gols, em parceria com o Sportv e a Play for a Cause, continua doando três chuteiras para crianças atendidas por instituições parceiras a cada gol no Brasileirão Feminino e Masculino de futebol. Criado com o propósito de impactar positivamente a vida de crianças e jovens, o programa reforça o compromisso social por meio de parcerias e da força do coletivo.

O projeto está diretamente conectado ao objetivo do programa Transforma de fomentar a prática esportiva e ampliar o acesso ao esporte às pessoas em situação de vulnerabilidade social. Assim, ampliamos nosso impacto social gerado por meio de apoio a ONGs parceiras.

Em 2025, fomos mais intencionais na comunicação: convidamos personalidades para personalizar tênis e realizamos leilões desses itens para reverter fundos para organizações. A ação aconteceu na Arena Centauro da Avenida Paulista e contou com a participação especial do Kobra, artista brasileiro reconhecido por obras que carregam mensagens de inclusão e esperança.

### OS NÚMEROS DE 2025

**4.709** PARES DOADOS

**30** ONGS APOIADAS

**8** ONGS TRANSFORMA



## EM SEIS ANOS DE PROJETO

**20.332**  
TÊNIS DOADOS

**+ 46**  
MATÉRIAS  
PUBLICADAS

**+ 15 MIL**  
PESSOAS  
IMPACTADAS

**+ 50**  
INSTITUIÇÕES  
BENEFICIADAS



## FISIA

GRI 203-1

Desde 2020, a distribuição oficial de produtos Nike no Brasil é realizada pela Fisia, responsável por garantir que os consumidores tenham a melhor experiência de compra de produtos esportivos da marca.

Em 2025, priorizamos as frentes de futebol e corrida, em linha com a estratégia global. Para tanto, reforçamos nosso time de produtos para atender às demandas de posicionamento da marca nos diversos canais de vendas: lojas físicas, digital e atacado.

Investimos R\$ 29,5 milhões em infraestrutura em 2025 para alavancar essa unidade de negócio. Abrimos três lojas NDIS (Nike Direct In Line Stores), em Campinas (SP), Balneário Camboriú (SC) e Curitiba (PR), aumentando de nove para 12 lojas neste modelo. Também promovemos uma remodelagem na unidade do Outlet Premium, em São Paulo. No formato NVS (*outlets*), abrimos uma loja em Ribeirão Preto (SP) e ampliamos uma unidade em Nova América (RJ) e outra em Itupeva (SP). Dessa forma, totalizamos 50 lojas, adicionando 3.035 m<sup>2</sup> de ABL no formato NDIS e 1.639 m<sup>2</sup> em NVS.

Além da abertura e ampliação de lojas, inauguramos um novo *showroom* da Nike na mesma localização do escritório da Fisia, no bairro de Pinheiros, em São Paulo, aumentando a frequência de eventos com clientes.

Como resultado das iniciativas do ano, a Fisia registrou aumento de 6,2% na receita líquida, totalizando R\$ 4,3 bilhões em 2025.

**12 LOJAS NDIS**  
(NIKE DIRECT IN  
LINE STORES)

**8,60 MIL M<sup>2</sup> ABL**  
~716M<sup>2</sup>/LOJA

**38 LOJAS NVS**  
(NIKE VALUE  
STORES)

**42,72 MIL M<sup>2</sup>**  
~1.124 M<sup>2</sup>/LOJA

**INVESTIMENTOS**  
**R\$ 29,5 Milhões**  
**EM LOJAS E SHOWROOM**



## MULTICANALIDADE

A partir do segundo semestre, as lojas Nike (NVS e NDIS) passaram a aceitar devoluções e a realizar trocas, emissão de vale-troca ou reembolso de produtos adquiridos no canal digital, ampliando a conveniência do cliente e reduzindo atritos na jornada de compra. Com essa iniciativa, no segundo semestre, ampliamos em 22% as vendas no momento da troca.

## OPERAÇÃO PRÓPRIA

No final de 2024, migramos a operação das nossas lojas de um operador logístico terceirizado para um Centro de Distribuição próprio em Extrema (MG). Os ganhos de eficiência foram captados em 2025, ao completarmos um ano de operação. Registramos uma redução de 18 dias no prazo médio de atendimento do pedido na comparação entre 2023 - quando tínhamos uma operação totalmente terceirizada (prazo médio de 29 dias) - e 2025, primeiro ano com operação 100% própria (prazo médio de 11 dias).

## APROXIMAÇÃO COM O ATACADO

Para os clientes do atacado, focamos em eventos para fortalecer as parcerias, especialmente para o lançamento de coleções, visando crescimento futuro em regiões onde nossa participação ainda é menos representativa.

No mês de agosto, promovemos dois dias de encontro com esses clientes, sendo o primeiro dedicado à categoria futebol. Apresentamos as camisas da Seleção Brasileira para a Copa do Mundo 2026, os uniformes dos clubes Atlético Mineiro e Vasco da Gama, que passamos a patrocinar em 2026, e atualizamos os convidados sobre a renovação da parceria com o Corinthians por mais dez anos. O segundo dia foi dedicado às demais categorias esportivas. Em corrida, por exemplo, apresentamos as renovações dos modelos de tênis Downshifter, Winflo e o novo Pegasus.

Como resultado das melhorias no nível de serviço e no atendimento aos clientes, registramos um avanço de 9,4% de receita nesse canal.



## CORRIDA DE RUA

Para reforçar a marca como referência para corridas de rua, a Nike realizou duas iniciativas importantes em 2025: apresentou a nova família de tênis para essa categoria (Pegasus 41, Vomero 18 e Structure) e anunciou o patrocínio da SP City Marathon 2026, uma das corridas de rua mais importantes do calendário brasileiro.



## MULHERES NO FUTEBOL

A Nike colocou em quadra, em maio de 2025, a nova coleção da Seleção Brasileira feminina de futebol. Este é o terceiro uniforme 100% desenvolvido exclusivamente para a equipe feminina, dando continuidade a uma trajetória iniciada em 2019, com o lançamento da coleção “Mulheres Guerreiras do Brasil”, seguida pelo uniforme inspirado na “Mãe Natureza”, em 2023. Agora, sob a inspiração da “Força Beleza”, as peças trazem desempenho de ponta e design marcante.

Em julho, levamos uma experiência imersiva à Estação Mete Medo, no Parque Villa-Lobos, em São Paulo. Inspirada nas atletas Kerolin, Angelina e Gio Garbelini, a ação ofereceu às participantes a oportunidade de testar suas habilidades de “monstra no drible”, “força imparável” e “precisão sobrenatural”. Com essa iniciativa, valorizamos o talento das jogadoras brasileiras e inspiramos meninas apaixonadas por futebol, reforçando o posicionamento da Nike como a maior apoiadora das mulheres no esporte.



## EXPERIÊNCIA DIGITAL

No último ciclo, aprimoramos a experiência e o engajamento dos clientes na nossa operação *online*, ao priorizar informações relacionadas às características do produto, tecnologia, inovação e reputação da marca. Reservamos a comunicação de apelo comercial para datas focadas exclusivamente em vendas, como a Black Friday.

## PREMIAÇÕES NIKE 2025

**Top do Top** - Anuário do Ceará 2025/26 (O Povo)

**Top of Mind** - Recall de Marcas 2025 (A Gazeta ES)

**Melhor Tênis de Corrida** - Prêmio Wellness (Boa Forma)

**Top do Top** - 35º Prêmio Folha Top of Mind (Folha de S. Paulo)

**Marcas que são a cara do Rio e Artigos Esportivos** - Marcas dos Cariocas (O Globo RJ)



## FITDANCE

Essa unidade de negócios possui um método inovador para formar instrutores de dança licenciados da marca. Um novo gestor assumiu a frente dos negócios em 2025, com a meta de ampliar o alcance da marca em suas diferentes vertentes:

### ACADEMY

*Core business* da FitDance, é responsável pela captação de instrutores, formação, gestão, manutenção tanto no Brasil, como em outros países, como Portugal e Paraguai.

### PLUS

*Streaming* via aplicativo que oferece acesso ilimitado ao conteúdo da marca e dezenas de coreografias inéditas toda semana.

### NETWORK

É responsável por gerenciar as redes sociais, os embaixadores e canais de comunicação, tanto da FitDance quanto dos parceiros e clientes.

### STYLE

Refere-se à nossa linha de roupas e acessórios desenvolvidos para os fãs da marca, vendidos no *site* da Centauro e da FitDance.

Os principais eventos da marca, em 2025, foram a Convenção Anual de Instrutores, em São Paulo, e a participação com o Pranchão FitDance no Carnaval de Salvador. A convenção é um momento fundamental para a nossa relação com a comunidade, de engajamento, capacitação e reciclagem dos instrutores. Para o evento de 2025 recebemos mais de 2 mil instrutores, provenientes de todo o Brasil.

## AULAS DIÁRIAS COM O MÉTODO FITDANCE EM 25 MIL ACADEMIAS

**500 MIL**  
AULAS ANUAIS



**MAIS DE 7.500**  
INSTRUTORES NO BRASIL  
E FORA DO PAÍS

**70,3 MIL**  
INSCRITOS NO  
FITDANCE PLUS

**+ DE 25 MIL**  
PEÇAS DA COLEÇÃO  
VENDIDAS NO ANO

# RELACIONAMENTO COM *STAKEHOLDERS*

GRI 2-29

Promovemos um diálogo transparente e contínuo com nossos *stakeholders* para identificar expectativas, necessidades e potenciais impactos relacionados às nossas atividades. Esse engajamento contribui para fortalecer relações de confiança, antecipar riscos, aprimorar processos, garantir o respeito aos direitos humanos, orientar decisões estratégicas e assegurar que as práticas de sustentabilidade e governança reflitam as prioridades e preocupações desses públicos.

## PARCEIROS DE NEGÓCIOS MARCAS PRÓPRIAS

*E-mail*, WhatsApp, reuniões

Desenvolvimento,  
negociação e produção de  
coleções

## CLIENTES - CENTAURO

SAC, *e-mail*, mensagens automáticas no  
celular (*push*), WhatsApp, eventos

Réguas de CRM

Campanhas, ofertas, eventos dentro e  
fora de loja (*meet&greet* com jogadores,  
Desbrava)

## CLIENTES - FISIA

SAC, *e-mail*, mensagens automáticas  
no celular (*push*), eventos

Eventos e experiências para  
consumidores (Nike Running Truck)

Eventos e experiências para parceiros  
comerciais (evento de vendas)

## COLABORADORES

Ferramentas de comunicação interna e treinamento  
que fortalecem rituais de cultura e engajamento

Celebrações de datas específicas

Ações pontuais em unidades de negócio

Agenda de Diversidade e Inclusão

Rituais internos com o CEO

## PRESTADORES DE SERVIÇOS

Sistema de gestão de  
terceiros, ferramentas de  
comunicação interna

Reunião periódica para  
melhorias e alinhamento

## FORNECEDORES

*E-mail*, telefone,  
WhatsApp, plataforma  
Ariba

Ligações e mensagens  
constantes

## ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL

*E-mail*, reuniões regulares,  
visitas às OSCs, ações de  
voluntariado

Ações mensais de  
voluntariado

Mutirão do esporte

Doações de artigos  
esportivos

## SINDICATOS E COOPERATIVAS

*E-mail*

Negociações dos  
instrumentos coletivos  
(acordo ou convenção)

## ACIONISTAS E INVESTIDORES

*Call* de resultados, *mailing*, telefone (ligações e mensagens), *e-mails*, reuniões  
presenciais e reuniões virtuais, portal CVM e *site* de RI

Reuniões individuais (presenciais e *online*)

Eventos e conferências presenciais para os investidores e *call* de resultados  
trimestrais

Divulgação de documentos no portal da CVM e *site* de RI (fatos relevantes,  
comunicado ao mercado, aviso ao mercado, formulário de referência)

Esclarecimento de dúvidas de investidores (por mensagens, *e-mails*, ligações)

Assembleias com acionistas (AGO e AGE)

# INOVAÇÃO

Acompanhamos atentamente a evolução tecnológica e as demandas comerciais em nossos canais digitais. Inovar, para nós, está relacionado a adotar práticas eficientes e a aprimorar a experiência do cliente, tendo em vista um crescimento sustentável das vendas.

## EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Para aprimorar a experiência do cliente em nossas lojas virtuais (*site* e aplicativo de Centauro e Nike), em 2025 implementamos novas funcionalidades:

- Pagamento com Apple Pay e Google Pay
- Possibilidade de troca e devolução de todos os produtos do ***e-commerce*** em loja física
- Introdução de ***cashback*** e vitrines de recomendação do Google na Centauro
- Integração entre captação de pedidos, centro de distribuição e transportadoras, além de diluição das vendas da Black Friday (nosso maior pico de comercialização) em vários dias para evitar riscos e instabilidades no sistema
- Implementação do “avise-me” para produtos sem estoque e novo sistema de rastreamento de pedidos com mais de oito etapas de detalhamento
- Lançamento da finalização da compra como visitante (***guest checkout***) nos canais digitais da Fisia, permitindo compras sem a necessidade de criar uma conta, usando apenas CPF e endereço

### ***SOCIAL COMMERCE***

Temos aprimorado a cada ano a nossa estratégia de usar redes sociais (Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp) como canais de venda diretos, integrando a descoberta, interação e compra de produtos na própria plataforma. Para tanto, investimos na influência de personalidades no ambiente digital para gerar vendas e autoridade.

### **ASSISTENTE DE COMPRA VIRTUAL**

Temos utilizado recursos de inteligência artificial para enriquecimento de catálogos, gerando modelos e contextos para os produtos tornarem-se visualmente mais atrativos. Cerca de 50% das imagens disponíveis em nosso *site* são geradas com IA.

Em 2025, conduzimos um projeto piloto no processo de compra de chuteiras na Centauro. Recorremos ao histórico de trocas para recomendar ao comprador o tamanho adequado dos calçados, uma questão desafiadora em vendas digitais. Com essa novidade, visamos reduzir o índice de devoluções por erro na escolha do tamanho durante as compras.

Em uma próxima etapa, usaremos o assistente no pós-vendas, para ajudar o cliente a resolver problemas de forma automática com IA.

## RESULTADOS DO ANO

Encerramos 2025 com os principais objetivos cumpridos e uma base operacional mais sólida, resultado da disciplina na execução das iniciativas implementadas ao longo do ano. Esse avanço nos permite iniciar o novo ciclo com confiança na nossa capacidade de entrega e foco em capturar as oportunidades à frente.

No período, a receita líquida consolidada do Grupo SBF somou R\$ 7,7 bilhões, crescimento de 8,2% em relação a 2024, impulsionada pelo desempenho consistente da Centauro e da Fisia. A valorização cambial elevou o custo das mercadorias importadas na Fisia, pressionando a margem bruta e o EBITDA ajustado (ex-IFRS), que totalizou R\$ 705,5 milhões, com margem de 9,1%, retração de 1,7 p.p. na comparação anual. Esse impacto foi parcialmente compensado pela entrada de novos incentivos fiscais de ICMS para as lojas físicas e para o canal de atacado.

Mesmo diante de um cenário de maiores investimentos e de pressão cambial, registramos lucro líquido ajustado (ex-IFRS) de R\$ 427,6 milhões, avanço de 2,4% sobre o ano anterior, com margem líquida de 5,5%. Encerramos o exercício com aumento da dívida líquida, que passou a R\$ 678 milhões, refletindo maior necessidade de capital de giro, em linha com o plano de investimentos do período, incluindo reforço de estoques e incremento do CAPEX na operação.

Para conhecer em detalhes os resultados financeiros do Grupo SBF, acesse a nossa Central de Resultados.

# GERAÇÃO DE VALOR EM 2025

GRI 201-1

## DESEMPENHO FINANCEIRO

Resultados sólidos que reforçam a geração de valor da Companhia.

- EBITDA ajustado (ex-IFRS): R\$ 705 milhões (com margem de 9,1%, queda de 1,7 p.p. na comparação anual)
- Lucro líquido ajustado (ex-IFRS): R\$ 427,6 milhões (aumento de 2,4% em relação a 2024 e margem líquida de 5,5%)

### Demonstrações de valor adicionado

GRI 201-1

| Exercícios findos em 31 de dezembro de 2025 e 2024<br>(em milhares de Reais) | Consolidado |           |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------|-----------|
|                                                                              | 2024        | 2025      |
| Receitas                                                                     | 9.004.803   | 9.677.184 |
| Distribuição do valor adicionado                                             | 3.049.614   | 3.102.275 |
| Pessoal                                                                      | 928.461     | 1.006.138 |
| Impostos, taxas e contribuições                                              | 1.012.962   | 942.440   |
| Remuneração de capitais de terceiros                                         | 572.357     | 825.727   |
| Remuneração de capital próprio                                               | 535.834     | 327.970   |



## GESTÃO AMBIENTAL

Práticas sustentáveis que minimizam o impacto da nossa operação.

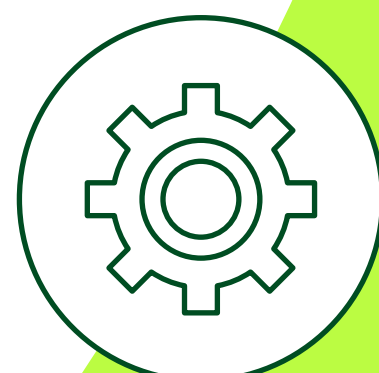
- Economia anual de R\$ 85 mil com substituição de caixas de papelão por sacos de rafia
- 312,9 mil toneladas de resíduos destinados à reciclagem
- R\$ 6,67 milhões de economia com a migração para o Mercado Livre de Energia, com redução de 5.500 tCO<sub>2</sub> de emissão



## NOSSAS PESSOAS

Capacitação dos colaboradores e promoção de um ambiente de trabalho inclusivo e de alta performance.

- 758 mil horas de treinamento oferecidas
- Contratação de 900 colaboradores para o time Centauro



## NOSSA OPERAÇÃO

Expansão e revitalização da operação, integração das lojas físicas e plataformas digitais visando aprimorar a experiência do cliente.

- Abertura de 4 lojas, revitalização de 9 pontos e ampliação de 1 loja da Centauro
- Inauguração de 4 unidades Nike e ampliação de 2 lojas da marca



## SOCIEDADE E NOSSAS COMUNIDADES

GRI 413-1

Promoção de atividades sociais e esportivas que promovem o bem-estar, o desenvolvimento das comunidades e a transformação de vidas por meio do esporte.

- Mais de R\$ 3 milhões de investimento nas comunidades
- 542 colaboradores voluntários
- 3.365 horas dedicadas em 20 ações de voluntariado



## INOVAÇÃO

Aprimoramento da experiência do consumidor por meio de novas soluções e tecnologias.

- 7.378.384 de downloads do aplicativo da Nike (Android e IOS)
- Participação captada com Apple Pay a partir de julho/25: 2,14% na Fisia e 1,19% na Centauro
- Participação captada com Google Pay a partir de outubro/25: 0,19% na Fisia e 0,2% na Centauro

# GOVERNANÇA CORPORATIVA



ODS

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



Capitais Relacionados



# ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

GRI 2-9 | 2-10 | 2-12 | 2-13

Como Companhia de capital aberto, listada no Novo Mercado da B3, o Grupo SBF adota elevados padrões de governança corporativa, alinhados às melhores práticas recomendadas pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

Nossa estrutura de governança é orientada por princípios que privilegiam a transparência, o tratamento equitativo dos acionistas, a prestação de contas, a responsabilidade corporativa e o respeito aos investidores. A área de Auditoria Interna atua de forma independente e autônoma, reportando-se ao Comitê de Auditoria e ao Conselho de Administração.

As responsabilidades relacionadas à implementação das políticas são atribuídas conforme o nível organizacional: a Diretoria Executiva aprova diretrizes estratégicas, o Conselho de Administração é encarregado de avaliar o desempenho deste órgão, a área de *Compliance* coordena a gestão das políticas, e os líderes garantem sua aplicação no dia a dia das atividades.

As decisões estratégicas da Companhia são fundamentadas em diretrizes sólidas de governança, gestão de riscos e padrões éticos, asseguradas por um arcabouço robusto composto pelo Estatuto Social, Código de Conduta Ética, políticas e regimentos internos. Essa estrutura é formada pelo Conselho de Administração, pela Diretoria Executiva e pelos Comitês de Assessoramento, compostos por membros especializados em suas áreas de atuação, garantindo o alinhamento dos *stakeholders* e promovendo um ambiente de negócios ético, sustentável e voltado à geração de valor de longo prazo.

## CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Composto por sete membros efetivos e até sete suplentes, com mandato unificado de dois anos, o Conselho se reúne trimestralmente e mediante demanda. O órgão desempenha um papel estratégico e orientador na definição e atualização da declaração de valores, missão, estratégias e políticas corporativas relacionadas ao desenvolvimento sustentável. Cabe ao Conselho assegurar que esses princípios estejam alinhados à visão de longo prazo da Companhia e aos objetivos empresariais. Em abril de 2025, a Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária do Grupo SBF aprovou os nomes para compor o novo mandato, vigente de maio de 2025 a maio de 2027, com possibilidade de reeleição.

Para consultar as políticas e regimentos da Companhia, clique aqui.

## COMPOSIÇÃO DO CONSELHO

**Sebastião Vicente Bomfim Filho**

Presidente

**Larissa Furletti Bomfim**

Vice-presidente

**José Samurai Saiani**

Membro efetivo

**Carlos Medeiros da  
Silva Neto**

Membro independente

**Charles Laganá Putz**

Membro suplente

**Pedro de Souza Zemel**

Membro efetivo

**Luiz Alberto Quinta**

Membro independente

**Fabio Hironaka Bicudo**

Membro suplente

**Eduardo Rogatto Luque**Membro efetivo com  
reconhecida experiência  
em assuntos de  
contabilidade societária**Luiz Alberto Quinta**

Membro independente

**Luiz Carlos Nannini**Membro efetivo com  
reconhecida experiência  
em assuntos de  
contabilidade societária**Rizza Furletti Bomfim**

Membro efetivo

**Lucas Mota Bomfim**

Membro suplente

**Luiz Augusto Pacheco  
e Silva**

Membro suplente

**Luiz Filipe Nogueira  
Velooso de Almeida**

Membro suplente

## COMITÊ DE AUDITORIA

Para mais informações  
sobre os membros do  
Conselho, clique aqui.

## DIRETORIA EXECUTIVA

Composta atualmente por três membros estatutários (podendo chegar a 11, de acordo com o Estatuto Social), a Diretoria tem mandato unificado de dois anos, sendo possível a reeleição. Tem a responsabilidade de transformar as diretrizes estratégicas definidas pelo Conselho em ações concretas e mensuráveis. Isso inclui a elaboração de planos operacionais que incorporem práticas sustentáveis em todas as áreas da Companhia.

Além disso, cabe ao Diretor de Gente e Jurídico promover a sustentabilidade internamente, engajando equipes, capacitando colaboradores e assegurando que os processos estejam alinhados às políticas aprovadas pelo Conselho.

## COMITÊS DE ASSESSORAMENTO

O Conselho do Grupo SBF conta com o apoio de quatro Comitês de Assessoramento, responsáveis por aprofundar análises técnicas e subsidiar o processo decisório em temas estratégicos e operacionais. Cada Comitê é composto por, no mínimo, três membros, com mandato de dois anos, admitida a recondução.

Os fluxos de comunicação e alinhamento entre os órgãos de governança ocorrem de forma estruturada, com reuniões realizadas ao menos quatro vezes ao ano, conforme previsto em seus regimentos internos, além de encontros extraordinários sempre que demandado. Como parte do compromisso com a melhoria contínua da governança, são conduzidas anualmente a autoavaliação das atividades dos Comitês e a avaliação individual de desempenho de seus integrantes.

### COMITÊ DE AUDITORIA (COAUD)

Tem como atribuição apoiar o Conselho de Administração, com foco em Auditoria Interna, Controles Internos, Gestão de Riscos e *Compliance*. Atua no acompanhamento permanente da integridade das demonstrações financeiras do Grupo, no monitoramento da evolução das políticas internas e na supervisão dos processos de recebimento, análise e tratamento de denúncias internas e externas.

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

Assessora o Conselho de Administração nos temas relacionados à gestão de pessoas, ambiente de trabalho, sucessão e políticas de remuneração, abrangendo a Companhia e suas unidades de negócio, contribuindo para práticas alinhadas à estratégia e à sustentabilidade organizacional.

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

É responsável por analisar e avaliar projetos, iniciativas e propostas vinculadas às diferentes áreas de atuação do Grupo, assegurando sua aderência à estratégia corporativa e à visão de negócio da Companhia.

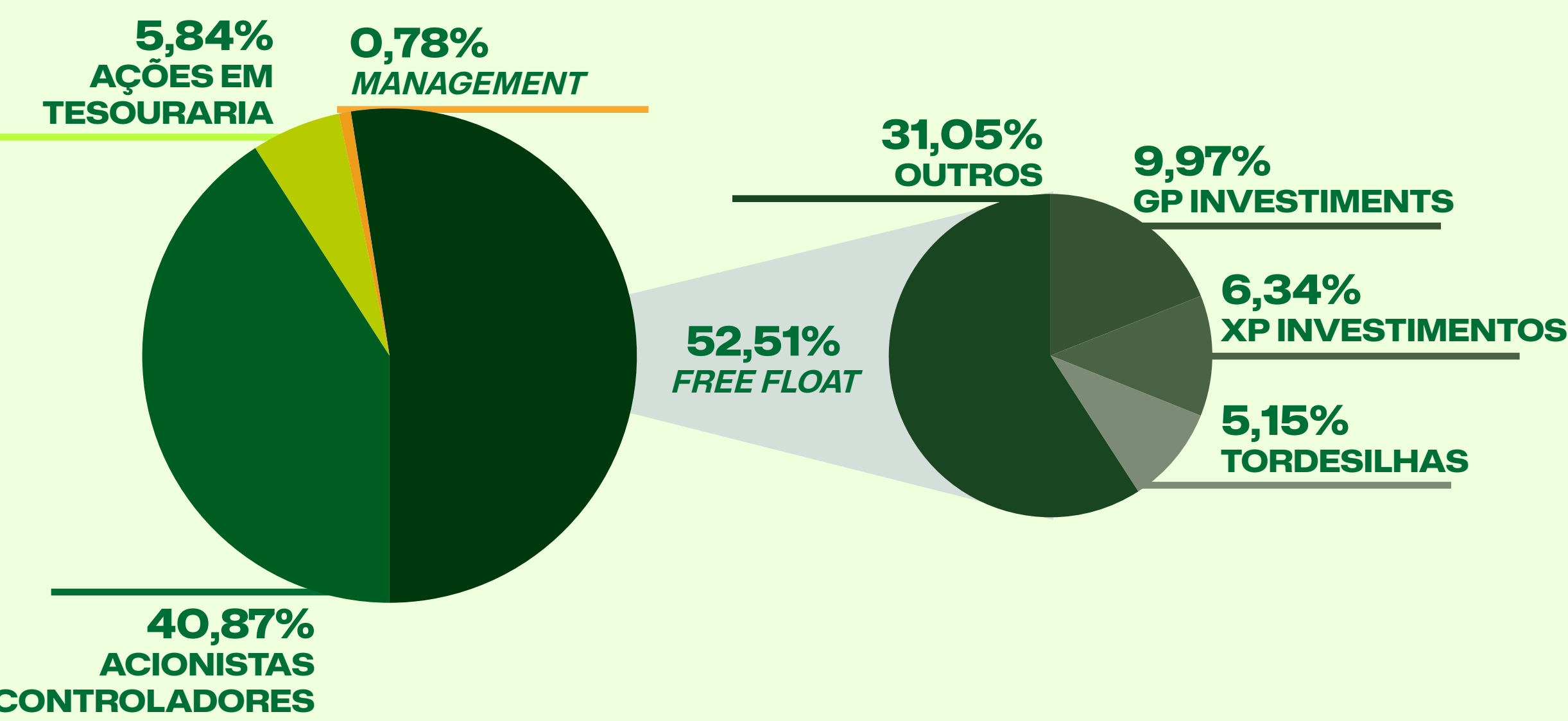
### COMITÊ DE EXPANSÃO, REFORMAS E INOVAÇÃO DE LOJAS (CERIL)

Assessora o Conselho de Administração e apoia o CEO no acompanhamento, definição, supervisão e implementação de estudos, análises, estratégias e projetos voltados à expansão, reformas e inovação das lojas físicas.

Para mais informações sobre os membros da Diretoria, clique aqui.

# ESTRUTURA SOCIETÁRIA<sup>1</sup>

Fundadora do Grupo SBF, a família Bomfim é acionista controladora, com 40,87% de participação na Companhia. Os 59,13% restantes ficam disponíveis para negociação livre no mercado de ações (*free float*), sendo GP Investments, XP Investimentos e Tordesilhas os maiores investidores.



# MELHORES PRÁTICAS

GRI 2-18 | 2-19 | 2-20 | 2-23 | 2-24

## SELEÇÃO E INDICAÇÃO

O Grupo SBF adota, desde 2021, uma Política de Indicação aprovada pelo Conselho de Administração, que estabelece diretrizes, critérios e procedimentos para a indicação de membros ao Conselho de Administração, à Diretoria Estatutária e aos Comitês de Assessoramento do Conselho, bem como a cargos de administração estatutária ou funções equivalentes nas sociedades controladas.

A política tem como objetivo assegurar processos de indicação estruturados, transparentes e isentos, com critérios claros e acessíveis para a avaliação dos candidatos. Nesse contexto, o Grupo valoriza a diversidade e a complementaridade de perfis, considerando diferentes experiências profissionais, conhecimentos, formações, comportamentos, culturas, faixas etárias e gêneros, de modo a fortalecer a qualidade das decisões e a efetividade da governança corporativa.

Para saber mais sobre a nossa Política de Indicação, clique aqui.

1. Em 31 de dezembro de 2025

## AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Como parte do compromisso com o fortalecimento contínuo da governança corporativa, o Conselho de Administração realiza, anualmente, um processo estruturado de avaliação de desempenho. Essa análise abrange o funcionamento do colegiado, o desempenho individual de seus membros e a atuação da Diretoria Executiva.

O processo avaliativo considera, entre outros aspectos, o exercício das responsabilidades, o nível de engajamento nas reuniões e critérios previamente estabelecidos nas políticas internas. De forma complementar, os Comitês de Assessoramento conduzem autoavaliações anuais de seus processos e dinâmica de funcionamento, bem como avaliações individuais de seus integrantes, em conformidade com as diretrizes previstas nas políticas de governança e nos respectivos regimentos internos.

## REMUNERAÇÃO

O Grupo SBF adota uma Política de Remuneração aplicável aos membros do Conselho de Administração, da Diretoria Executiva, dos Comitês de Assessoramento e aos ocupantes de cargos de administração estatutária ou funções equivalentes nas sociedades controladas. Instituída em 2019 e revisada em 2021, a política estabelece diretrizes claras para assegurar alinhamento entre desempenho, estratégia e geração de valor sustentável no longo prazo.

A definição da remuneração considera as atribuições de cada posição, a experiência individual e as práticas observadas no mercado, sendo objeto de revisão periódica pelo Conselho de Administração. Sempre que apropriado, são utilizadas referências externas de mercado, obtidas por meio de consultorias especializadas, como suporte ao processo decisório. Em posições estratégicas, como a Diretoria Executiva, a estrutura remuneratória é concebida também como instrumento de atração e retenção.

Para saber mais sobre a nossa Política de Remuneração, clique aqui.

## CONFLITO DE INTERESSES

GRI 2-15

Os conflitos de interesse e demais informações relevantes são divulgadas aos *stakeholders* por meio das informações disponibilizadas ao mercado. Possuímos uma Política de Transações com Partes Relacionadas, vigente desde fevereiro de 2019 e por prazo indeterminado, que estabelece os procedimentos a serem observados pelos administradores em situações que envolvam partes relacionadas ou potenciais conflitos de interesse. A política determina que todas as transações sejam formalizadas por escrito, com condições claramente descritas e refletidas nas demonstrações financeiras, além de vedar operações que não estejam em condições de mercado, envolvam concessão de empréstimos a administradores ou partes relacionadas, não integrem as atividades regulares das empresas envolvidas ou não estejam alinhadas ao objeto social e aos interesses da Companhia e de suas controladas.

Essas informações são complementadas pelos dados divulgados no Formulário de Referência (FRE), no qual apresentamos a composição do Conselho de Administração e dos comitês, o histórico profissional

dos administradores, a identificação dos acionistas controladores e seus percentuais de participação, bem como a posição acionária. O Formulário de Referência (FRE) também detalha eventuais relações familiares, de subordinação, de prestação de serviços ou de controle entre os administradores e demais partes relacionadas, reforçando a transparência sobre situações que possam representar conflitos de interesse.

Para saber mais sobre a nossa Política de Contratação de Terceiros e Prevenção ao Conflito de Interesses, [clique aqui](#).

Nossa Política de Transações com Partes Relacionadas está disponível [aqui](#).

Para informações sobre as nossas políticas condutoras, como Política de Privacidade; Política de Brindes, Presentes, Hospitalidade e Entretenimento; Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro; Política Anticorrupção [clique aqui](#).

# ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

GRI 2-23 | 2-24 | 205-2

A perenidade e o crescimento sustentável do Grupo SBF estão diretamente associados a uma estrutura de governança robusta, sustentada por princípios de ética, integridade e transparência. Desde a nossa fundação, esses valores orientam a forma como conduzimos os negócios e se refletem nas relações estabelecidas em todos os níveis da Companhia e unidades de negócio, fortalecendo a confiança dos nossos diversos públicos de relacionamento.

Seguimos voluntariamente princípios do Pacto Global da ONU e da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que servem como referência ética e de respeito aos direitos humanos. Somos signatários de iniciativas setoriais e de impacto social, como o Fórum Empresas com Refugiados e o Movimento Mulher 360, reforçando nosso compromisso público com a promoção dos direitos humanos, da diversidade, inclusão e equidade. Esses instrumentos e iniciativas norteiam, de forma direta e indireta, a construção e a evolução das políticas internas.

Com o objetivo de consolidar e ampliar esses compromissos, o Conselho de Administração estruturou e formalizou, em 2021, as boas práticas da Companhia por meio de uma Política de

*Compliance*. Esse instrumento reúne mecanismos e procedimentos voltados à prevenção, detecção e ao combate a desvios de conduta, não conformidades legais, fraudes e atos de corrupção. A política consolida regras e diretrizes que orientam a atuação dos colaboradores, fornecedores, parceiros e demais terceiros, promovendo elevados padrões de conduta ética nas nossas atividades. Nosso Código de Conduta Ética é o documento central dessa política, que orienta a conduta nos relacionamentos internos e externos. Todos os nossos colaboradores são comunicados sobre a política e capacitados no tema.

Além das políticas e regimentos internos, mantemos uma agenda contínua de comunicação e capacitação, com treinamentos periódicos que abrangem a alta liderança e todos os colaboradores da Companhia. Entre os principais temas abordados estão: ética e transparência, combate à corrupção, gestão de conflitos de interesse, prevenção à importunação e ao assédio moral e

sexual, desenvolvimento, diversidade e inclusão. Reforçamos a aplicação prática desses princípios no nosso dia a dia, de forma a prevenir e mitigar ocorrências.

Para reforçar nosso compromisso com a ética, a integridade e a transparência, criamos o Canal Confidencial como instrumento seguro e acessível para o registro e o tratamento de relatos relacionados a eventuais violações às políticas internas, à legislação vigente ou ao Código de Conduta Ética. O canal é operado por uma consultoria independente, assegurando confidencialidade, sigilo das informações e isenção na condução dos registros. Atuamos de forma contínua para aprimorar os processos, com o objetivo de promover um ambiente de trabalho respeitoso e saudável. Saiba mais sobre nosso processo de recebimento de denúncias [clikando aqui](#).

## GESTÃO DE TERCEIROS E FORNECEDORES

Nossos compromissos preveem a realização de devida diligência, especialmente aplicadas na gestão de terceiros e na cadeia de suprimentos. Implementamos um rigoroso processo de verificação dos nossos fornecedores diretos, o que inclui análise de atuação, certificações adquiridas e o cumprimento das melhores práticas trabalhistas, de direitos humanos e das legislações ambientais. Esses requisitos estão formalmente previstos nos contratos de prestação de serviços.

Realizamos uma pesquisa digital para identificar possíveis inconformidades na cadeia de suprimentos e consultamos órgãos públicos, como o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), a fim de garantir conformidade e mitigar riscos.



CANAL DE DENÚNCIAS

GRI 2-25 | 2-26 | 406-1

Disponibilizamos diversos meios de comunicação para informar sobre nossos mecanismos de ocorrências: materiais físicos, cartazes, plataformas online de treinamento, canais de comunicação interna e perguntas frequentes no nosso Canal Confidencial.

As denúncias recebidas são sistematizadas por empresa especializada e encaminhadas à área de *Compliance*, que conduz a apuração e a análise criteriosa de cada caso. Concluída essa etapa, são propostas as medidas cabíveis, submetidas à aprovação da liderança e implementadas pelas áreas responsáveis. As ações corretivas adotadas são proporcionais à gravidade das ocorrências e podem incluir medidas disciplinares, como orientações formais, advertências, movimentações internas ou desligamentos.

Em 2025, não identificamos casos confirmados de desvios, fraudes, irregularidades ou atos ilícitos praticados contra a administração pública. Porém, tivemos seis casos de discriminação reportados, que foram devidamente analisados e tomadas as medidas necessárias.

Utilizamos as informações do Canal Confidencial como insumo para o aprimoramento contínuo de nossos processos e controles. Em 2025, observamos uma redução de 23,6% no número absoluto das principais denúncias registradas, que passaram de 504 para 385, fruto de nosso trabalho de conscientização e treinamentos preventivos, contribuindo para a promoção de um ambiente de trabalho ético, respeitoso e cada vez mais alinhado às boas práticas de governança.

PRINCIPAIS DENÚNCIAS RECEBIDAS PELO CANAL EM 2025

GRI 2-25

|     |                                         |
|-----|-----------------------------------------|
| 235 | Tratamento considerado inadequado       |
| 61  | Não conformidade com as normas internas |
| 46  | Conflito de interesse                   |
| 22  | Importunação                            |
| 12  | Condições de trabalho                   |
| 9   | Desvio de produtos e ativos             |

Total: 385 (-23,6%)

\* Todos os casos foram devidamente avaliados, e aqueles com procedência comprovada foram encaminhados às áreas competentes para as ações corretivas e de remediação cabíveis.

CANAL CONFIDENCIAL

Telefone: 0800 721 0761  
de segunda a sábado, das 9h às 21h.  
Site: [www.canalconfidencial.com.br/gruposbf](http://www.canalconfidencial.com.br/gruposbf)

# GESTÃO DE RISCOS

GRI 2-25

Atuamos de forma contínua na adoção de medidas preventivas voltadas à mitigação de riscos e à proteção da perenidade do negócio. Nossa abordagem de gestão de riscos tem como objetivo reduzir a exposição a eventos que possam gerar impactos operacionais, financeiros, processuais, reputacionais ou de imagem, fortalecendo a tomada de decisão e a sustentabilidade da Companhia.

Como base desse processo, contamos com a Política de Gestão de Riscos, vigente desde 2019, que estabelece as diretrizes para a identificação, avaliação, tratamento, monitoramento e comunicação dos riscos potenciais. A política organiza os riscos em quatro macro categorias – estratégicos, operacionais, financeiros e de conformidade – e orienta a atuação integrada das áreas. Todas as unidades e áreas do Grupo são regidas por normas, políticas e procedimentos próprios, sendo responsáveis pela gestão dos seus riscos, com o suporte da área de Gestão de Riscos e Controles Internos, que implementa, mantém e dissemina essa cultura em toda a Companhia.

A governança do tema é reforçada pela supervisão da Auditoria Interna, que realiza auditorias independentes e acompanha a efetividade dos controles e planos de ação. Os riscos são avaliados periodicamente pelas áreas de negócio e reportados trimestralmente ao Comitê de Auditoria. De forma complementar, os treinamentos conduzidos pela área de *Compliance* contribuem para a prevenção e mitigação de riscos, capacitando nossos colaboradores e promovendo uma atuação alinhada às boas práticas de governança.

## MODELO DE GESTÃO DE RISCOS

Conforme nossa Política de Gestão de Riscos, o modelo é revisado anualmente e composto por quatro etapas:

### Identificação dos Riscos

Fatores de risco e suas implicações

### Avaliação

Probabilidade e impacto para cada risco

### Tratamento

Para cada risco, de acordo com a sua classificação

### Monitoramento

Verificação e supervisão contínua



# SEGURANÇA DE DADOS

GRI 418-1 | SASB CG-MR-230a.1 e CG-MR-230a.2

Adotamos uma abordagem estruturada e contínua para a proteção de dados pessoais e informações sensíveis de nossos clientes, colaboradores, fornecedores, parceiros e demais *stakeholders*, em conformidade com a Lei Federal nº 13.709/2018 (LGPD). Nosso modelo é sustentado por práticas consolidadas de governança, *frameworks* internacionais e processos permanentes de monitoramento, com o objetivo de garantir uma operação segura, resiliente e alinhada aos mais elevados padrões de proteção da informação.

Nossa atuação está baseada em cinco pilares: identificação ativa de riscos, análise estruturada, tratamento ágil, monitoramento contínuo e conscientização corporativa. Esses pilares são suportados por *frameworks* globais, como NIST, MITRE ATT&CK e pela própria LGPD, além de uma governança integrada entre as equipes de Segurança da Informação,

Tecnologia, *Compliance* e áreas de negócio. Todas as áreas da Companhia seguem normas e procedimentos específicos para assegurar a adequada gestão dos riscos de segurança da informação.

Mantemos um programa robusto de capacitação em LGPD e segurança de dados, com a exigência de reciclagem anual de todos os colaboradores por meio de treinamentos na plataforma interna Gymnasium, além de formações periódicas para profissionais que lidam direta ou indiretamente com dados pessoais. Os conteúdos abrangem todos os níveis hierárquicos e contemplam situações práticas do dia a dia, reforçando a aplicação efetiva das diretrizes corporativas.

No âmbito dos controles, nossa norma de riscos tecnológicos orienta a identificação, o registro, a classificação e o acompanhamento dos riscos de segurança da informação. Entre os processos-chave

adotados estão testes de penetração (*pentest*), gestão de *patches*, resposta a incidentes envolvendo dados pessoais identificáveis (PII) e a incorporação dos princípios de Privacy by Design e Security by Design nas iniciativas da Companhia. Em 2025, foram registradas duas queixas relacionadas a possíveis violações de dados que, após análise e averiguação, não foram confirmadas.

Desde 2024, possuímos a certificação Payment Card Industry – Data Security Standard (PCI DSS), que reforça nosso compromisso com a segurança das transações financeiras e a proteção de dados de pagamento. Essa certificação é especialmente relevante para operações com alto volume de transações com cartões de crédito, assegurando aderência a padrões internacionais de segurança da informação. Em 2025, não tivemos ocorrências de violação confirmadas.



# CAPITAL HUMANO



ODS  
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



Capitais Relacionados



COLABORADORES

GRI 2-7 | 2-8 | 401-1 | 405-1

A realização do nosso propósito de transformar vidas por meio do esporte começa pela valorização dos nossos colaboradores. Nesse sentido, atuamos pela diversidade e inclusão, zelamos pela saúde e segurança no ambiente de trabalho e oferecemos um programa estruturado de desenvolvimento profissional.

Essas iniciativas são aprimoradas por meio do diálogo constante com os *stakeholders* do Grupo SBF, gerando sustentabilidade ao negócio, fomentando a inovação, aumentando a produtividade e contribuindo para um ambiente de trabalho ético e inclusivo.

**REFORÇO NO TIME  
CONTRATAMOS MAIS DE  
1.000 PESSOAS PARA  
SUPPORTAR O CRESCIMENTO  
DO GRUPO**

Em 2025, nossa nova estratégia de negócios demandou um reforço nos times de operação, especialmente da Centauro. Com esse movimento, contratamos 1.008 pessoas no período (aumento de 20,7% sobre 2024), totalizando 11.191 mil colaboradores em 31 de dezembro de 2025. Desse total, 900 foram alocados em lojas Centauro. Contamos também com 16.643 pessoas contratadas por empresas terceiras, que prestam serviços administrativos e operacionais.

Para sustentar esse crescimento, reestruturamos a área de gestão de pessoas (Gente e Jurídico), aumentando em quase quatro vezes o número de profissionais dedicados ao recrutamento e seleção, com atenção especial ao processo de integração e treinamento dos novos colaboradores.

Empregados por tipo de contrato, por gênero

GRI 2-7

|                        |                   | Centro-Oeste | Nordeste | Norte | Sudeste | Sul   | Total  |
|------------------------|-------------------|--------------|----------|-------|---------|-------|--------|
| Empregados permanentes | Feminino          | 304          | 729      | 193   | 3.760   | 650   | 5.636  |
|                        | Masculino         | 342          | 678      | 186   | 3.633   | 716   | 5.555  |
|                        | Total permanentes | 646          | 1.407    | 379   | 7.393   | 1.366 | 11.191 |
| Total de colaboradores |                   |              |          |       |         |       | 11.191 |

Empregados por tipo de jornada, por gênero

GRI 2-7

|                               |                                     | Centro-Oeste | Nordeste | Norte | Sudeste | Sul    | Total |
|-------------------------------|-------------------------------------|--------------|----------|-------|---------|--------|-------|
| Tempo integral                | Feminino                            | 253          | 598      | 162   | 3.049   | 552    | 4.614 |
|                               | Masculino                           | 291          | 596      | 162   | 2.848   | 622    | 4.519 |
|                               | Total em tempo integral             | 544          | 1.194    | 324   | 5.897   | 1.174  | 9.133 |
| Período parcial               | Feminino                            | 20           | 48       | 8     | 184     | 27     | 287   |
|                               | Masculino                           | 13           | 19       | 7     | 125     | 20     | 184   |
|                               | Total em período parcial            | 33           | 67       | 15    | 309     | 47     | 471   |
| Sem garantia de carga horária | Feminino                            | 31           | 83       | 23    | 527     | 71     | 735   |
|                               | Masculino                           | 38           | 63       | 17    | 660     | 74     | 852   |
|                               | Total sem garantia de carga horária | 69           | 146      | 40    | 1.187   | 145    | 1.587 |
| Total de colaboradores        |                                     |              |          |       |         | 11.191 |       |

Para a obtenção dos dados, foi utilizada a base do sistema Sênior (sistema interno), considerando as informações referentes ao período do relato, com data-base em 31/12/2025. Os dados foram devidamente separados conforme os critérios solicitados em cada tópico.

CULTURA ORGANIZACIONAL

GRI 2-29

As operações do Grupo SBF em todo o Brasil compartilham uma mesma identidade, definida pela nossa cultura organizacional e com base nos nossos Valores.

VALORES DO GRUPO SBF

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

Movidos pela reestruturação do negócio, em 2025 iniciamos um processo de transformação cultural na Companhia, que ainda está em fase de consolidação. Ao longo de todo o ano, trabalhamos para promover uma adaptação às transformações, mantendo o diálogo constante com nossos colaboradores por meio de diversos canais, entre eles, a ferramenta de pesquisa de clima e engajamento Radar. Implementada em 2024, a pesquisa quinzenal permite aos colaboradores responderem e comentarem, de forma anônima, questões referentes ao clima organizacional. Em 2025, a média de engajamento foi de 7,58, com uma adesão média de 25%. Vestir a camisa foi o pilar mais comentado e também obteve alto índice médio no ano: 8,2.

## EXPERIÊNCIA COMO ELEMENTO DA CULTURA

Faz parte do redesenho da nossa cultura aproximar todo o time da rotina do varejo esportivo, foco da reestruturação do nosso negócio. Nesse sentido, intensificamos a comunicação interna e treinamentos voltados à rotina das lojas. Também criamos o Dia do Atleta, uma ação de engajamento mensal, em que colaboradores do corporativo foram incentivados a passar um dia em loja para viver essa experiência fundamental da nossa operação.



# ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE TALENTOS

A partir de diferentes iniciativas que destacam nossa atratividade no mercado do varejo, formamos um time cada vez mais competente, diverso e engajado.



## INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Em 2025, contamos com uma parceria para otimizar nosso processo de contratação, utilizando ferramentas de inteligência artificial. Estamos em fase de testes e integração dos nossos sistemas à nova tecnologia.

## PROGRAMA DE MOBILIDADE INTERNA

Temos um plano de desenvolvimento de carreira para ampliar oportunidades e fortalecer a retenção de talentos.

## PROGRAMA 50+

No último ano, estendemos o escopo de recrutamento com vagas que reforçam o nosso compromisso de valorizar profissionais com experiência e repertório para alavancar nossas operações em loja.

## PROGRAMA DE SELEÇÃO INTERNA (PSI)

Programa que valoriza os talentos da Companhia, ao divulgar vagas com prioridade para o público interno.

## DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Valorizamos talentos individuais por meio da contratação de profissionais de grupos minorizados e do fortalecimento de um ambiente corporativo seguro e respeitoso. Promovemos vagas afirmativas para fortalecer a atração de profissionais em parceria com empresas de recrutamento e seleção de pessoas de grupos minorizados.

## INTEGRAÇÃO

Temos um programa de integração para novos colaboradores com foco no contato com nossas operações, cultura e códigos de conduta internos, facilitando a adaptação ao trabalho e proporcionando uma imersão no nosso negócio.



**BENEFÍCIOS OFERECIDOS A COLABORADORES<sup>1</sup>**

GRI 401-2

- Assistência Médica
- Assistência Odontológica
- Vale-Transporte / Fretado
- Refeitório para CDs e Escritórios
- Vale-Refeição/Alimentação
- Seguro de Vida
- Estacionamento para colaboradores administrativos elegíveis
- Cooperativa Ativa (por adesão)
- Wellhub (por adesão)
- Fitdance
- Desconto em produtos
- *Day Off* (mês aniversário)
- Empresa Cidadã - Licenças maternidade e parental estendidas
- PetLove (por adesão)
- Previdência privada (para colaboradores Fisia)

<sup>1</sup> Os benefícios Concedidos a empregados terceiros variam conforme o tipo de contrato firmado com cada empresa prestadora de serviços.

**DIVERSIDADE E INCLUSÃO**

GRI 3-3 Tema material: Diversidade e Inclusão

Nossa Política de Diversidade e Inclusão estabelece o compromisso de promover um ambiente seguro, inclusivo e livre de discriminação pautando nossas relações internas e externas. A política também reforça o papel ativo dos colaboradores, lideranças e áreas especializadas em prevenir, acolher e tratar situações de violação de direitos.

A gerência de Diversidade e Inclusão está vinculada à vice-presidência de Gente e Jurídico e sustenta sua atuação em quatro pilares: inclusão de pessoas LGBTI+, equidade de gênero, inclusão de pessoas com deficiência e equidade étnico-racial, cada um deles com grupo de afinidade constituído.

Os grupos de afinidade são formados por colaboradores que trazem representatividade, pertencimento e uma dinâmica de ações afirmativas para a Companhia. As iniciativas também se apoiam na análise de indicadores para identificar os temas de diversidade e inclusão que necessitam de ações afirmativas. Em 2025, mantivemos nossa agenda nos quatro pilares, trazendo também novas ações.



Categoria funcional x faixa etária

GRI 405-1

|                   | Abaixo de 30 anos | De 30 a 50 anos | Acima de 50 anos | Total  |
|-------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------|
| CEO               | -                 | 1               | -                | 1      |
| Vice-Presidência  | -                 | 1               | 2                | 3      |
| Diretor           | -                 | 29              | 2                | 31     |
| Gerente Executivo | -                 | 34              | 2                | 36     |
| Gerente Sênior    | -                 | 64              | 1                | 65     |
| Gerente           | 11                | 102             | 1                | 114    |
| Coordenador       | 26                | 163             | 6                | 195    |
| Supervisor        | 257               | 313             | 1                | 571    |
| Gerente de Loja   | 33                | 244             | 7                | 284    |
| Operação          | 5.476             | 2.545           | 198              | 8.219  |
| Consultor         | 8                 | 71              | 1                | 80     |
| Especialista      | 48                | 154             | 5                | 207    |
| Analista          | 380               | 386             | 4                | 770    |
| Assistente        | 129               | 45              | 2                | 176    |
| Estagiário        | 16                | -               | -                | 16     |
| Aprendiz          | 423               | -               | -                | 423    |
| Total             | 6.807             | 4.152           | 232              | 11.191 |

Outros indicadores de diversidade

| Brancos | Indígenas | Pretos | Pardos | PcD | Total  |
|---------|-----------|--------|--------|-----|--------|
| 1       | -         | -      | -      | -   | 1      |
| 2       | -         | -      | 1      | -   | 3      |
| 28      | -         | -      | 2      | 1   | 31     |
| 32      | -         | -      | 4      | -   | 36     |
| 55      | -         | 1      | 7      | 2   | 65     |
| 91      | -         | 6      | 17     | -   | 114    |
| 144     | -         | 11     | 39     | 1   | 195    |
| 241     | 1         | 94     | 232    | 3   | 571    |
| 160     | -         | 30     | 93     | 1   | 284    |
| 3.233   | 42        | 1.245  | 3.522  | 177 | 8.219  |
| 51      | 1         | 7      | 21     | -   | 80     |
| 145     | -         | 17     | 44     | 1   | 207    |
| 488     | 1         | 94     | 181    | 6   | 770    |
| 101     | -         | 20     | 53     | 2   | 176    |
| 15      | -         | -      | 1      | -   | 16     |
| 202     | -         | 57     | 164    | -   | 423    |
| 4.989   | 45        | 1.582  | 4.381  | 194 | 11.191 |

Proporção salarial por gênero com referência à média salarial do cargo

GRI 405-2

| Salário-base Mulheres | Salário-base Homens |
|-----------------------|---------------------|
| -                     | -                   |
| -                     | 100%                |
| 94%                   | 104%                |
| 98%                   | 101%                |
| 100%                  | 100%                |
| 95%                   | 104%                |
| 99%                   | 101%                |
| 97%                   | 103%                |
| 96%                   | 104%                |
| 93%                   | 107%                |
| 91%                   | 101%                |
| -                     | -                   |
| 96%                   | 105%                |
| 99%                   | 101%                |
| 100%                  | 100%                |
| 102%                  | 96%                 |

Para mais informações, acesse nosso [Relatório de Transparência Salarial](#) aqui

## LGBTI+ PLURAL

### PAPO DE CARREIRA

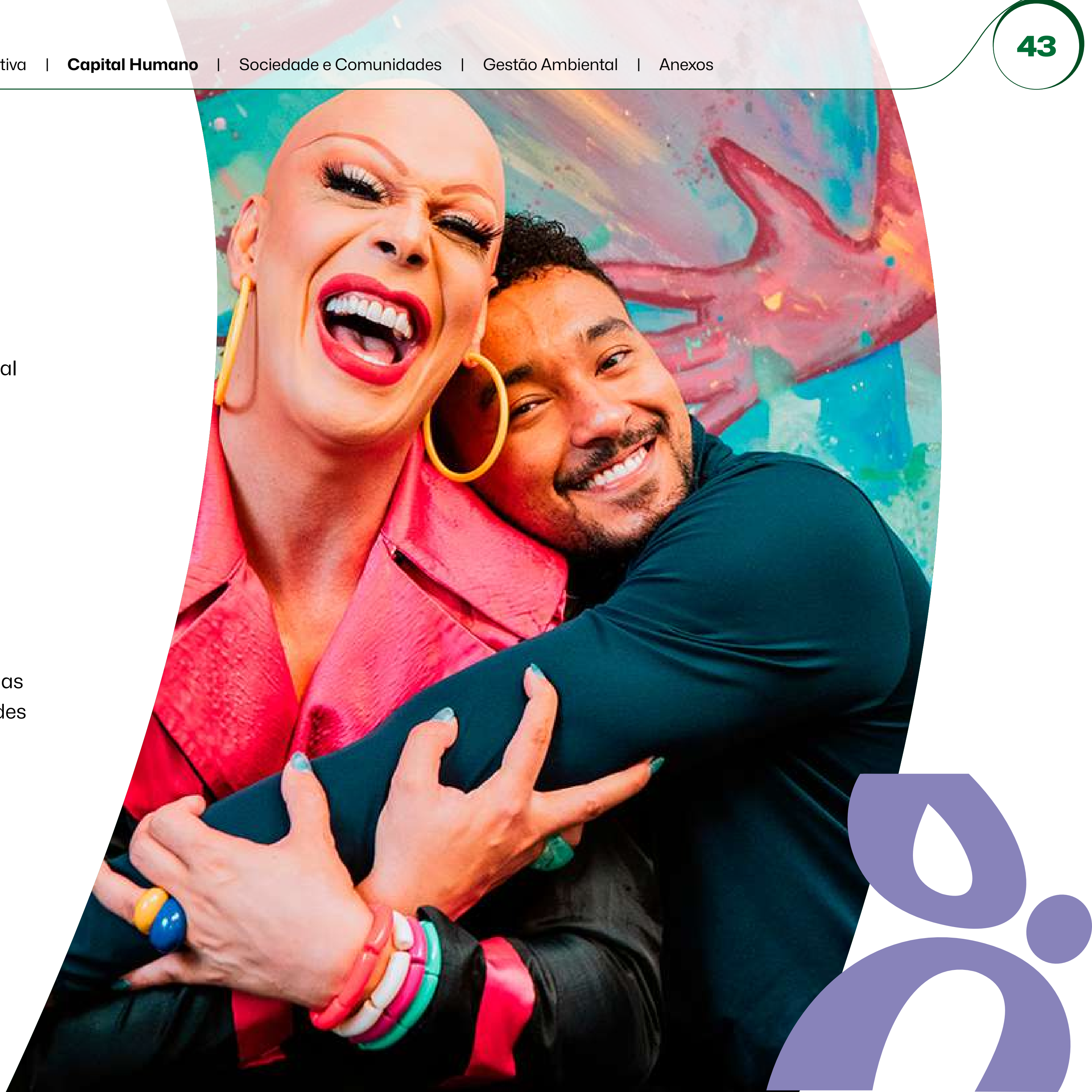
Demos continuidade ao programa lançado em 2024, que promove conversas de carreira entre colaboradores LGBTI+ de diferentes níveis hierárquicos, em todas as unidades de negócio. Dessa forma, contribuímos para o aprimoramento profissional desses colaboradores, previsto em seu Plano de Desenvolvimento Individual (PDI). Em 2025, contamos com 22 participantes.

### PROJETO TRANSIDENTIDADE

Desde 2023, oferecemos assistência jurídica gratuita para apoiar colaboradores trans na retificação de seus registros civis e, a partir de 2024, o Transidentidade passou a ser um benefício corporativo.

### RODA DE ACOLHIMENTO

Em junho, mês em que celebramos o Dia do Orgulho LGBTI+, proporcionamos rodas de diálogo e acolhimento aos nossos colaboradores, estabelecendo conexões e redes de apoio na comunidade LGBTI+ no Grupo SBF.



**GÊNERO****ELAS MOVEM ELAS****PAPO DE CARREIRA**

Em 2025, iniciamos fóruns abertos a todas as mulheres do Grupo, em que executivas da Companhia compartilham seus conhecimentos e jornadas. Realizamos dois eventos, com uma média de 180 mulheres conectadas ao vivo por encontro, e disponibilização do conteúdo na trilha de treinamento para livre acesso.

**PROGRAMA DE MENTORIA**

Foi criado para incentivar o desenvolvimento e impulsionar a trajetória profissional das nossas líderes mulheres. A iniciativa reúne mentores e mentoras, com o apoio de uma consultoria externa, ampliando a diversidade de perspectivas e qualificando as trocas ao longo do processo, com foco no fortalecimento e no avanço de carreira das mentoradas na Companhia. Os resultados alcançados nos motivaram a ampliar o programa para as lojas. Em 2025, o programa contou com a participação de 30 colaboradoras.

**PAPO DE HOMEM**

Outra ação de 2025 foi o *workshop* voltado aos homens, para incluí-los na conscientização sobre equidade de gênero. O projeto é realizado em parceria com o Instituto Papo de Homem, que traz consultores para dialogar sobre masculinidades e como o homem pode atuar nessa temática. Foram nove encontros com participação de 220 homens líderes. Adicionalmente, promovemos por meio dessa parceria um painel sobre o papel do homem na agenda de equidade de gênero, com a participação de mais de 200 homens da Companhia.

**CONSCIENTIZAÇÃO**

Avançamos em ações de letramento para os nossos colaboradores, com a realização de um painel temático com a influenciadora Jojoca, que cobre os maiores eventos esportivos desde 2016 e é embaixadora da Plan International Brasil no combate à violência contra meninas. Também distribuímos guias com orientações de convivência com pessoas de grupos minorizados.

**PESSOA COM DEFICIÊNCIA****SEM LIMITES****ATRAÇÃO E RETENÇÃO**

Com o objetivo de intensificar a atração de pessoas com deficiência para a Companhia, participamos de feiras de empregabilidade, com vagas exclusivas para esse público em diversas posições no Grupo SBF. Já para a retenção das pessoas com deficiência que já trabalham na Companhia, realizamos um diagnóstico interno com a consultoria Talento Incluir. Com a participação de gestores e colaboradores, identificamos oportunidades e construímos planos de ação para manter esses profissionais.

**INCLUSÃO NO ESPORTE**

Nossos colaboradores estiveram na ONG NASCE para incentivar a prática esportiva, promover trocas e inclusão social das pessoas com deficiência. Também realizamos atividades físicas específicas para pessoas com deficiência na Ação Arena Centauro.

**LACRE DO BEM**

Em conexão com a nossa agenda ambiental, participamos da campanha de arrecadação de lacres de alumínio, revertida em doações de cadeiras de roda.

**CAPACITAÇÃO**

Mantivemos nossa trilha de desenvolvimento em habilidades técnicas e comportamentais para os nossos colaboradores com deficiência no Gymnasium.

## NOSSOS COMPROMISSOS COM D&I

**POLÍTICA DE DIVERSIDADE E  
INCLUSÃO**

**MOVIMENTO MULHER 360**

**FÓRUM DE EMPRESAS COM  
REFUGIADOS**

**COALIZÃO PELO FIM DA  
VIOLÊNCIA CONTRA  
MULHERES E MENINAS**

## BLACK-IN ÉTNICO-RACIAL

### PAINEL ANTIRRACISTA

Para celebrar o mês da consciência negra, promovemos uma conversa sobre representatividade de pessoas negras em cargos de liderança. O bate-papo contou com a participação de mais de 150 colaboradores e está disponível nas plataformas internas de treinamento e desenvolvimento.

### CONSCIENTIZAÇÃO

Mantivemos a atualização e distribuição da Trilha e Cartilha Antirracista, lançadas em 2024, com orientações e práticas antirracistas para todos os nossos colaboradores.

### AÇÃO NO PARQUE IBIRAPUERA

Promovemos uma corrida com o coletivo Corre Kilombo - movimento que resgata, fortalece e afirma a presença preta na corrida de rua. O evento foi seguido de palestras educativas, com o objetivo de dar acesso e tornar o esporte uma ferramenta de transformação social.



# CARREIRA

O Grupo SBF tem o compromisso de oferecer aos colaboradores uma jornada profissional de aprimoramento contínuo, com oportunidades de crescimento e valorização da qualidade de vida. Para isso, implementamos uma série de ações voltadas ao recrutamento, pacote de benefícios, reconhecimento, capacitação e progressão de carreira, fortalecendo a perenidade do negócio.

## REMUNERAÇÃO E BENEFÍCIOS

GRI 2-19 | 2-20 | 401-2

Adotamos diretrizes de remuneração e benefícios alinhadas às melhores práticas de mercado e à legislação vigente, com o objetivo de orientar decisões relacionadas à gestão da remuneração fixa e variável de forma consistente, transparente e coerente com a nossa estratégia de negócios. Essas diretrizes estabelecem critérios claros para a definição da estrutura salarial, assegurando competitividade, equidade interna e sustentabilidade no longo prazo.

Nossa política permite uma gestão de remuneração voltada ao reconhecimento justo e atrativo dos colaboradores, considerando qualificações, responsabilidades, desempenho e contribuição individual, sem qualquer distinção de gênero, raça, etnia, orientação sexual, idade, tipo de deficiência ou outra dimensão. As faixas salariais de admissão são definidas com base na Diretriz de Remuneração.

A remuneração total oferecida aos colaboradores é composta por salário fixo, benefícios e remuneração variável, incluindo o Programa de Participação nos Resultados (PPR), aplicável a todos os níveis da Companhia, exceto aprendizes e estagiários, com pagamento anual

condicionado ao atingimento das metas definidas por área. Para determinados cargos nas lojas, há ainda o componente de comissionamento. As regras de rescisão para executivos contratados sob o regime CLT seguem as mesmas diretrizes aplicáveis aos demais colaboradores, sendo eventuais exceções analisadas e aprovadas pela área de Gente e Jurídico.

Complementarmente, promovemos ciclos estruturados de reconhecimento ao longo do ano, valorizando desempenhos de destaque e reforçando nossa cultura de meritocracia. O pacote de benefícios inclui assistência médica e odontológica, vale-refeição, seguro de vida, opções de deslocamento (como vale-transporte, transporte fretado ou auxílio mobilidade), além de acesso a programas de bem-estar e iniciativas de acolhimento ao colaborador. As evoluções implementadas nos benefícios, como maior flexibilidade no uso do vale-refeição e a ampliação do benefício durante o período de férias, reforçam nosso compromisso em proporcionar uma experiência de trabalho positiva e alinhada às necessidades dos nossos times.

Licença parental

GRI 401-3 | 404-3

|                                                                                                                                                          | 2024 <sup>1</sup> |        |       | 2025     |        |       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------|-------|----------|--------|-------|
|                                                                                                                                                          | Mulheres          | Homens | Total | Mulheres | Homens | Total |
| Colaboradores que tiraram licença-maternidade/paternidade no período do relato                                                                           | 336               | 150    | 486   | 331      | 157    | 488   |
| Colaboradores que retornaram ao trabalho depois do término da licença maternidade/paternidade no período do relato                                       | 311               | 150    | 461   | 215      | 151    | 366   |
| Taxa de retorno ao trabalho                                                                                                                              | 93%               | 100%   | 95%   | 65%      | 96%    | 75%   |
| Total de empregados que retornaram da licença-maternidade/paternidade no período de relato anterior                                                      | 377               | 128    | 505   | 311      | 150    | 461   |
| Total de empregados que retornaram ao trabalho depois do término da licença-maternidade/paternidade e continuaram empregados doze meses após seu retorno | 138               | 93     | 231   | 131      | 94     | 225   |
| Taxa de retenção                                                                                                                                         | 37%               | 73%    | 46%   | 42%      | 63%    | 49%   |

1. Em razão da divergência de bases de coleta do ano anterior, recalculamos os dados projetados para o ano de 2024.

DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

GRI 3-3 Tema material: Desenvolvimento de Colaboradores, 404-2

O desenvolvimento dos nossos colaboradores é um pilar estratégico para a sustentabilidade do negócio. Nossa área de Gente e Jurídico utiliza sistemas de gestão de pessoas e indicadores que permitem monitorar, avaliar e aprimorar continuamente as iniciativas voltadas ao desenvolvimento profissional e pessoal da equipe.

Em 2025, renovamos nossa Política de Treinamento, ampliando o acesso às trilhas de aprendizagem, disponíveis em duas plataformas: Alura e Gymnasium.

NOSSAS PLATAFORMAS DE CAPACITAÇÃO DEMOCRATIZAM O ACESSO AO CONHECIMENTO, COM MAIS DE 5 MIL CONTEÚDOS ATIVOS, ELABORADOS DE ACORDO COM AS NECESSIDADES E DEMANDAS DAS ÁREAS

## GYMNASIUM SBF

É a Universidade Corporativa que abrange todos os colaboradores do Grupo SBF e fomenta a busca por conhecimento e a conexão entre aprendizado e os desafios do negócio. Além do viés educacional e de formação, a plataforma também integrou 1.400 novos colaboradores em 2025.

Avaliamos a eficácia das ações relacionadas à capacitação dos colaboradores, assegurando alinhamento às necessidades do negócio, por meio do acompanhamento das trilhas de aprendizagem e métricas de participação em treinamentos. Esses processos permitem medir resultados, identificar lacunas e ajustar programas de forma contínua.

Os principais objetivos e indicadores incluem:

- Percentual de colaboradores treinados nas trilhas obrigatórias e específicas;
- Horas de treinamento por colaborador;
- Taxa de conclusão das trilhas de aprendizagem.

## NOVOS CONTEÚDOS

Em 2025, contratamos três novos cursos em parceria com a Conquer: Inteligência Emocional, Comunicação Não-Violenta e Apresentações de Impacto. Também reforçamos a trilha sobre educação financeira com dois novos temas: Apostas e Planejamento Financeiro.

## COMPLIANCE E SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Disponibilizamos trilhas e conteúdos específicos sobre *Compliance*, além da plataforma externa Hacker Rangers, contratada para educar e informar sobre as melhores práticas de segurança digital, ajudando a proteger dados sensíveis e a garantir a segurança cibernética em nossas operações.

## EDUCATECH

Programa de subsídio educacional para o time de Digital, com reembolso de até R\$ 2 mil por ano para o desenvolvimento de habilidades técnicas ou comportamentais (que tenham relação com o dia a dia do trabalho), exceto ensino superior. Em 2025, R\$ 274 mil foram reembolsados, beneficiando 141 colaboradores.

## TRANSFORMA EDUCAÇÃO

Iniciativa criada para apoiar colaboradores que não concluíram o ensino fundamental ou médio, oferecendo aulas preparatórias e suporte para o ENCCEJA - Exame Nacional para Certificação de Competências de Jovens e Adultos. O projeto teve início no Centro de Distribuição da Centauro, em Extrema (MG), com uma turma formada no próprio local de trabalho, respeitando a rotina e o tempo de cada um.



## OPERAÇÕES DE LOJAS

### CENTAURO

#### Trilha Centauro

Plataforma de treinamento, dentro do Gymnasium, específica para os colaboradores de loja da Centauro. Esta plataforma abrange todos os cargos da operação e possui trilhas específicas por cargo, considerando o desenvolvimento do funcionário em sua função.

#### Lives de produtos

Visando um melhor atendimento ao nosso cliente, ao longo do ano promovemos oito lives, em que trouxemos informação técnica para os nossos colaboradores fomentando uma cultura de lançamento de produtos na Centauro. As apresentações contaram com as marcas Nike, Puma, Joma, adidas, Brooks, Fila e Under Armour, e estão disponíveis na plataforma.

### Atendimento Campeão e treinamentos presenciais

Treinamento comportamental presencial direcionado ao time de lojas Centauro, com orientações sobre conduta, comunicação e atitudes no atendimento, reforçando o respeito, a empatia e a forma de representar a marca em cada interação com o cliente.

Também foram realizados treinamentos presenciais com marcas, como a capacitação em parceria com a adidas com foco em futebol, com o objetivo de acelerar as vendas, proporcionando uma bagagem técnica para maior argumentação dos vendedores. O evento reuniu 165 colaboradores de todas as regiões brasileiras.

### Líderes e atendimento premium

Promovemos um treinamento personalizado para os líderes das cinco lojas classificadas como *ultrahigh* de alta performance. Além disso, treinamos todo o time da loja do Shopping Pátio Batel, em Curitiba/PR, em sete dias de encontros para aprimorar o atendimento.



### FISIA

#### Trilha Nike Stores

Plataforma de treinamento específica para os colaboradores de loja da Fisia, que abrange todos os cargos da operação, com trilhas específicas por cargo. Considera o desenvolvimento do colaborador em sua função, com conteúdos sobre a história da marca e o Nikepedia - base de informações e treinamentos sobre produtos.

Realizamos a integração para novas lojas e reformas, *live* de Prevenção e Perdas e conteúdos de *Compliance* para liderança.

Média de horas de capacitação por ano, por empregado

GRI 404-1

|                   | Feminino | Masculino | Total   |
|-------------------|----------|-----------|---------|
| Vice-Presidência  | -        | 1         | 1       |
| Diretor           | 5        | 81        | 86      |
| Gerente Executivo | 41       | 21        | 62      |
| Gerente Sênior    | 111      | 349       | 460     |
| Gerente           | 14.120   | 14.104    | 28.224  |
| Coordenador       | 20.544   | 9.857     | 30.401  |
| Supervisor        | 26.597   | 15.207    | 41.804  |
| Gerente de Loja   | 55       | 195       | 250     |
| Operação          | 242      | 122       | 364     |
| Consultor         | 42.120   | 89.168    | 131.288 |
| Especialista      | 1.593    | 2439      | 4.032   |
| Analista          | 46.843   | 78.447    | 125.290 |
| Assistente        | 221.099  | 153.678   | 374.777 |
| Estagiário        | -        | -         | -       |
| Aprendiz          | 13.450   | 7.515     | 20.965  |
| Total             | 386.820  | 371.184   | 758.004 |

ALURA

Plataforma de educação digital voltada aos colaboradores administrativos, contribuindo para a inclusão digital, o desenvolvimento contínuo e a ampliação de oportunidades.

TEMAS ESTRATÉGICOS

Cerca de 3 mil conteúdos acessíveis e atualizados sobre tecnologia, inovação e competências profissionais. Em 2025, tivemos cerca de 300 licenças da plataforma disponíveis para nossos colaboradores.

MARATONA DE DADOS

Criamos treinamentos personalizados para o time de dados da Centauro, abordando temas como SQL e BigQuery para dar autonomia ao time, da extração à tratativa dos dados.



CICLO DE DESEMPENHO

Como parte do nosso compromisso com o desenvolvimento contínuo e sucesso dos nossos colaboradores, realizamos anualmente um ciclo de avaliação de desempenho denominado Placar, que contemplou 2.201 colaboradores (78% dos elegíveis). Em 2025, alteramos a nomenclatura nos quadrantes de desempenho para refletir melhor nossa avaliação, com colaboradores sendo classificados entre alta performance, bom desempenho, necessita melhoria e baixa performance.

Ao final do ciclo de avaliação, cada colaborador recebe um mapeamento de desempenho, que inclui *feedbacks* formais sobre sua trajetória para traçar seu Plano de Desenvolvimento Individual (PDI) com estratégias para desenvolver sua carreira, fortalecendo nossa cultura de evolução constante dos colaboradores.

Neste ciclo, incorporamos a inteligência artificial para auxiliar o processo de avaliação, monitoramento e aprimoramento de pontos específicos do desenvolvimento individual, trazendo mais robustez e assertividade na construção dos PDIs.

Empregados que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira<sup>1</sup>

GRI 404-3

|                   | Feminino | Masculino |
|-------------------|----------|-----------|
| Vice-Presidência  | -        | 60%       |
| Diretor           | 100%     | 76%       |
| Gerente Executivo | 100%     | 90%       |
| Gerente Sênior    | 96%      | 93%       |
| Gerente           | 61%      | 43%       |
| Coordenador       | 94%      | 88%       |
| Supervisor        | 22%      | 27%       |
| Gerente de Loja   | 15%      | 23%       |
| Consultor         | 100%     | 96%       |
| Especialista      | 81%      | 83%       |
| Analista          | 82%      | 80%       |
| Assistente        | 19%      | 20%       |

<sup>1</sup>CEO, pessoal de operação, estagiários e aprendizes não foram elegíveis à avaliação de desempenho

# SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO

GRI 403-1 | 403-2 | 403-3 | 403-4 | 403-5 | 403-7 | 403-8

Nosso sistema de gestão de saúde e segurança está estruturado para garantir a integridade física e mental de todos os nossos colaboradores e terceiros. Baseia-se na Política Interna de Saúde e Segurança, no Plano Diretor de Segurança e na capacitação contínua focada em riscos genéricos e específicos.

Os perigos são identificados e os riscos avaliados de forma rotineira por meio da elaboração periódica do PGR, das análises ergonômicas e de inspeções de segurança programadas. A aplicação da hierarquia de controles é garantida pela equipe multidisciplinar do SESMT (Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho), que utiliza os resultados para determinar as medidas de controle mais eficazes.

Estimulamos o relato ativo de perigos e situações inseguras através de canais estruturados, garantindo a não retaliação em caso de recusa de qualquer trabalhador a executar uma atividade em que exista risco grave e iminente. Também contamos com a participação dos colaboradores em rodas de conversa e na CIPA (Comissão Interna de Prevenção a Acidentes) sobre o tema saúde e segurança.

## OPERAÇÃO DE EMPILHADEIRA

Realizamos duas edições da formação e reciclagem de profissionais, aumentando o número de operadores formados em 60%. Destaque à participação de mulheres, que em 2025 cresceu 36%.

## OPERAÇÃO DE SELECIONADORA

No ano, além de abordar os padrões de segurança, produtividade e qualidade da função, os colaboradores foram treinados sobre o trabalho em altura, garantindo total conformidade com as normas de segurança.

## INTEGRAÇÃO DE SEGURANÇA

Encontro para acultramento sobre prevenção e segurança no trabalho como parte do *onboarding* de novos colaboradores. Em 2025, tivemos a participação de 5.594 pessoas.



EMERGÊNCIAS

Em 2025, nossa formação de brigadas de incêndio capacitou mais de 2 mil colaboradores. Também promovemos simulados de plano de abandono, com foco no atendimento a uma vítima interna e no comportamental durante a evacuação do edifício.

SIPAT

A Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho 2025 teve foco em temas como equilíbrio emocional, acolhimento pelas lideranças, segurança no trânsito e prevenção e combate a incêndios, com a participação de 1.240 colaboradores.

COMISSÕES

Mantemos Comissões Internas de Prevenção de Acidentes que atuam na prevenção de riscos de saúde e segurança do trabalho, cobrindo 100% das nossas operações. Com reuniões mensais, exercem poder consultivo e propositivo, sugerindo planos de ação e bloqueando riscos graves.

Trabalhadores próprios

GRI 403-9

|                                                              |               |
|--------------------------------------------------------------|---------------|
| Óbitos resultantes de acidente de trabalho <sup>1</sup>      | -             |
| Acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos) | -             |
| Acidentes de trabalho de comunicação obrigatória             | 54            |
| Índice de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória   | 0,0173        |
| Horas trabalhadas                                            | 3.128.980.400 |
| Base para cálculo                                            | 1.000.000     |

1. Em 2025, não foram registrados acidentes de trabalho com consequência grave ou que resultassem óbito.

AUMENTO  
DE 60% NOS  
FORMADOS EM  
OPERAÇÃO DE  
EMPILHADEIRA



MAIS DE 5,5 MIL NOVOS  
COLABORADORES  
PASSARAM PELA  
INTEGRAÇÃO EM  
SEGURANÇA

7,8% MAIS  
BRIGADISTAS  
DE INCÊNDIO  
FORMADOS  
EM 2025



ENGAJAMOS 1.240  
COLABORADORES  
COM TEMAS SOBRE  
SAÚDE MENTAL E  
CLIMA NA SIPAT

## SAÚDE E BEM-ESTAR

GRI 403-6

Mais do que oferecer benefícios, em 2025 consolidamos uma rede de apoio que acompanha nossos colaboradores em todos os aspectos da vida. Nossas ações de 2025 estão apoiadas em quatro pilares fundamentais.

### ASSISTÊNCIA SOCIAL PERSONALIZADA

Em 2025, refinamos nossa estrutura de suporte para garantir que o acolhimento social seja tão diverso quanto nossa operação. Agora, temos uma assistência dedicada exclusivamente à cadeia logística e outra dedicada aos escritórios e lojas, permitindo um olhar especializado para as necessidades específicas de cada contexto de atuação.

### JORNADA DE SAÚDE E BEM-ESTAR

Transformamos o nosso cuidado, criando um circuito lúdico em oito territórios: físico, emocional, intelectual, social, financeiro, ocupacional, ambiental e espiritual. Assim, conectamos o colaborador a todos os recursos que oferecemos para a sua saúde e bem-estar, estimulando-os a registrar suas ações para cuidar de cada aspecto da vida.

### PROGRAMA DE ACOLHIMENTO AO COLABORADOR (PAC)

Criado para ser um ponto de apoio emocional. Com psicólogos parceiros, oferecemos atendimento 100% *online* e sigiloso, orientando e acolhendo o colaborador em seus momentos mais desafiadores.

### ZENKLUB

Iniciamos uma parceria que democratiza o acesso à saúde mental, com conteúdos *online* gratuitos e sessão de terapia a R\$ 70, extensível a até três dependentes (familiares ou amigos).



## OUTRAS INICIATIVAS

### DESCOMPRESSÃO

Nos centros logísticos e escritórios, promovemos sessões de *quick massage* e realizamos ginástica laboral. Nas lojas, estamos em processo de aprimoramento das áreas copa, descanso e descompressão, reforçando nosso compromisso com o bem-estar dos colaboradores.

### PREVENÇÃO EM SAÚDE

Realizamos a campanha anual de vacinação contra a gripe, um projeto da Cooperativa Ativa SBF, com 867 vacinados em 2025. Também realizamos campanhas informativas e disponibilizamos testes de Infecções Sexualmente Transmissíveis (ISTs) gratuitamente aos colaboradores.

### INCENTIVO AO ESPORTE

Temos parceria com o Wellhub, facilitando o acesso às academias da rede para colaboradores e familiares. Nossa Cooperativa Ativa também fornece TotalPass para os associados, dando acesso a uma plataforma com academias parceiras e programas de saúde física e mental.

### CAMPANHAS DE SAÚDE

Aprimoramos nossas campanhas do Outubro Rosa e Novembro Azul, incluindo homens e mulheres trans na abordagem. Também oferecemos isenção na coparticipação de planos de saúde para consultas e exames preventivos do câncer de mama e de próstata.

**AUMENTO DE 24,9% NO  
ENGAJAMENTO DOS  
COLABORADORES COM AS  
AÇÕES DE SAÚDE E BEM-ESTAR**

**MAIS DE 4,1 MIL  
COLABORADORES  
PARTICIPARAM DAS  
AÇÕES DE VACINAÇÃO E  
PREVENÇÃO EM SAÚDE**

**SOMAMOS 3.650  
PARTICIPAÇÕES EM  
SESSÕES DE *QUICK  
MASSAGE***



## COOPERATIVA ATIVA SBF

Criada há 28 anos, a Ativa é uma instituição financeira inicialmente estabelecida para oferecer crédito consignado aos colaboradores do Grupo SBF. O modelo de economia colaborativa, com 100% do lucro do crédito revertido para projetos da cooperativa, permitiu à Ativa ampliar os benefícios aos associados, estruturados em quatro pilares: Financeiro, Educação, Família e Esporte.

**RECEBEMOS MAIS  
DE 1.000 NOVOS  
ASSOCIADOS EM 2025 E  
AGORA JÁ SOMOS CERCA  
DE 7.500 PARTICIPANTES  
NA ATIVA**



## PILARES ATIVA

### FINANÇAS

Nosso pilar fundamental está estruturado em três frentes de atuação.

**Crédito:** oferecemos linhas de consignado para apoiar diferentes necessidades, da viagem dos sonhos à reforma da casa.

**Investimento:** asseguramos a saúde financeira dos associados em uma modalidade de investimento com rendimentos superiores aos de produtos oferecidos por outras instituições financeiras, tributação diferenciada e disponibilidade para resgate.

**Educação financeira:** disponibilizamos um portal atualizado semanalmente, com uma trilha completa de conteúdos sobre consumo responsável e dicas sobre finanças, além de um programa de consultoria financeira individualizada.

Em 2025, **ampliamos de 3 para 6 as linhas de crédito** simultâneas disponíveis aos associados.

**Aumentamos os limites de crédito para reforma de casa**, transferência de domicílio e compra de móveis e eletrodomésticos.

Na última Black Friday, lançamos uma **linha de crédito de até R\$10.000,00** permitindo aos associados melhores negociações para compras à vista.

Mantivemos o equilíbrio financeiro da operação de investimentos em 2025, encerrando o ano com **remuneração de 100% da Selic ao associado**.

Auxiliamos **mais de 100 associados com consultorias individuais**.



## EDUCAÇÃO

A Ativa estabelece parcerias com mais de 20 instituições de ensino, concedendo aos associados descontos entre 10% e 35% para cursos livres, graduação, pós-graduação, MBA e idiomas. Cada associado também tem direito a um auxílio de R\$ 300 por semestre para despesas de educação, que pode ser estendido aos filhos. Para mulheres, o valor desse auxílio é de R\$ 330, em uma ação afirmativa em conjunto com a área de Diversidade e Inclusão e o grupo de afinidade Elas Movem Elas. Também oferecemos acesso ao sistema SESCOOP, para formação profissional.

## FAMÍLIA

A cooperativa também contribui para o bem-estar do associado, valorizando a vida em família. Temos um Clube de Vantagens com até 80% de desconto em produtos de lojas parceiras, além de oferecer desconto em cinemas, parques temáticos e equipamentos de lazer. Também presentearmos nossos associados com um *kit* bebê para celebrar a chegada de seus filhos e oferecemos um *kit* escolar no início de cada ano letivo para associados com filhos entre 4 e 17 anos.

Fizemos **novas parcerias para descontos online**: Cheque Teatro, CVC, Emma Colchões, Decolar, Amobeleza, Aramis, Luckau, Imaginarium e LG.

Alcançamos um total de **49 lojas parceiras**, de floriculturas a joalherias; 8 foram firmadas no ano.

Cerca de **1.700 kits escolares** foram entregues em todo o Brasil no último ano.

Deixamos o **kit bebê ainda mais completo** para mães e papais associados.

Distribuímos **1.791 ingressos de cinema** com desconto em 2025.

## ESPORTE

Estimulamos a prática esportiva entre os associados, oferecendo um auxílio em forma de reembolso para participação em corridas de rua. Em parceria com a EQ Performance, também oferecemos desconto na assessoria esportiva especializada em corrida. Associados da Ativa têm, ainda, acesso à rede de academias do programa TotalPass. Também oferecemos ginástica laboral para todos os colaboradores do Grupo SBF.

Somamos **540 km corridos** com nossos associados.

Foram **74 reembolsos de corrida de rua** concedidos.

O **TotalPass beneficiou 815 associados e dependentes**.

Mais de **300 aulas de ginástica laboral** foram realizadas em 2025.

ATENDEMOS 100%  
DAS SOLICITAÇÕES  
DE CARTA DE  
ENCAMINHAMENTO  
ÀS INSTITUIÇÕES DE  
ENSINO NO ÚLTIMO  
ANO, SOMANDO  
**280 ASSOCIADOS  
BENEFICIADOS**

ESTABELECEMOS  
PARCERIA COM **4  
NOVAS INSTITUIÇÕES  
DE ENSINO**



## GESTÃO E PERSPECTIVAS

A cooperativa foi criada e é administrada por nossos próprios colaboradores, e mantém uma estrutura de governança sólida e transparente, com regulação pelo Banco Central do Brasil, Conselho de Administração com representação de colaboradores do Grupo e análise da gestão em três instâncias: auditoria do Banco Central, auditoria de balanço e auditoria interna.

## FEIRA DE BENEFÍCIOS

Ampliamos a nossa feira de parcerias, que passou a se chamar Feira de Benefícios, contemplando todo o Grupo SBF. Tivemos a participação de mais de 20 parceiros e cerca de 2 mil colaboradores em um encontro, realizado em julho, em que os associados puderam ter mais informações sobre os benefícios, tirar dúvidas e solicitar o desconto diretamente ao parceiro.



# SOCIEDADE E COMUNIDADES



ODS

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



Capitais Relacionados



# ESPORTE, INCLUSÃO E FUTURO

GRI 2-29 | 3-3 | 413-1 | Tema material: Engajamento social com as comunidades locais

No Grupo SBF, sustentamos uma agenda de responsabilidade social alinhada ao nosso propósito de transformar vidas por meio do esporte. E vamos além. Nossa atuação também envolve iniciativas de inclusão social, ações de voluntariado e cuidado com o planeta, gerando impactos positivos em comunidades locais por todo o Brasil.

Nossas iniciativas de responsabilidade social são realizadas por meio do programa Transforma, conduzido pela Centauro em ações de diversas frentes distribuídas ao longo do ano, e pela estratégia de investimento social da Fisia, conduzida pela área de Propósito.

Em 2025, nosso investimento nas comunidades, seja ele direto ou por meio de leis de incentivo, superou R\$ 3 milhões.

## TRANSFORMA

Criado em 2019, hoje o Transforma é um programa robusto de responsabilidade social, que apoia e empodera Organizações da Sociedade Civil (OSCs) atuantes no fomento a práticas esportivas e inclusão social entre crianças e jovens. A cada ano, o Transforma tem avançado seus impactos positivos por meio de três frentes de atuação: apoio a projetos sociais, voluntariado e campanhas solidárias.

Além de acreditarmos no poder transformador do esporte, entendemos que o engajamento dos colaboradores com a comunidade civil contribui para o sentimento de pertencimento e na satisfação pessoal em ser um agente de mudança. Ao final das ações, 91% dos colaboradores participantes declararam se sentir mais engajados e 93% afirmaram estar mais conectados com o propósito da Companhia.

**12 REGIÕES  
BENEFICIADAS PELAS AÇÕES**  
MA, PI, RN, PB, BA, MG, RJ, PR, RS, SP, GO e DF

**19 PROJETOS  
APOIADOS EM 2025**

**16 APOIOS  
POR  
INVESTIMENTO  
DIRETO**

**+ DE 10 MIL  
PESSOAS  
IMPACTADAS  
DIRETAMENTE**

**+ DE 30 MIL  
PESSOAS  
IMPACTADAS  
INDIRETAMENTE**

## APOIO A PROJETOS

Oferecemos aporte financeiro para apoiar projetos de promoção e manutenção de atividades esportivas oferecidas pelas OSCs. Também promovemos atividades de capacitação em temas como gestão, tecnologia e liderança, contribuindo para a autonomia das organizações atendidas.

Buscamos diversificar e democratizar cada vez mais o nosso apoio, contemplando instituições que se dedicam a grupos minorizados como pessoas com deficiência, mulheres e pessoas trans.

Em 2025, fortalecemos nossa presença em comunidades locais com a adesão de duas novas OSCs: Street Life, em Extrema (MG), e Amigas da Comunidade, em Salvador (BA).

## VOLUNTARIADO

Nossa participação social também envolve a aproximação dos nossos colaboradores com as comunidades locais. Incentivamos o nosso time a se engajar em atividades voluntárias, definidas a partir da escuta das necessidades das OSCs que apoiamos.

Convidamos nossos colaboradores a compartilhar seus conhecimentos em treinamentos para aperfeiçoar a gestão das organizações. Também participamos de ações em eventos presenciais para promover práticas esportivas ou melhorias na infraestrutura das OSCs.

Um evento de destaque é o Mutirão do Esporte, que realizamos há 4 anos no Dia Nacional do Voluntariado, celebrado em 28 de agosto. Em 2025, o evento mobilizou 262 voluntários em 14 OSCs distribuídas pelo Brasil.

Em 2025, envolvemos também os times de lojas nas ações de voluntariado, ampliando nossa rede de solidariedade.

**542**  
**COLABORADORES**  
**VOLUNTÁRIOS**

**20 AÇÕES**  
**VOLUNTÁRIAS**

**3.365 HORAS**  
**DEDICADAS**



## CAMPANHAS SOLIDÁRIAS

Mantemos o olhar atento às diferentes necessidades das pessoas em situação de vulnerabilidade e participamos de campanhas sazonais que impactam diretamente na qualidade de vida das comunidades.

### DOAÇÃO DE ROUPAS E ARTIGOS ESPORTIVOS

Mais de 1.300 peças arrecadadas na Campanha do Agasalho

Mais de 43 mil artigos esportivos e produtos de marcas próprias destinados à doação

### DOAÇÃO DE SANGUE

63 pessoas doadoras. Cada bolsa doada pode salvar até 4 vidas

### AMOR EM MECHAS

35 pessoas doadoras de cabelo

8 perucas para pacientes oncológicas

### NATAL CAMPEÃO

111 crianças e jovens presenteados com *kits* de Natal



## INVESTIMENTO SOCIAL FISIA

Como marca de presença e prestígio em nível global, a Nike tem o propósito de mover o mundo adiante por meio do poder do esporte, contribuindo para comunidades mais inclusivas, atuando para proteger o futuro do planeta e ampliando o acesso ao esporte.

No Brasil, a Fisia assume os compromissos locais da marca estabelecendo parcerias de longo prazo com 15 organizações em todo o Brasil, atuando por meio de investimento direto em três pilares:

- DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO
- PROTEÇÃO AO PLANETA
- FUTURO DO ESPORTE PARA AS NOVAS GERAÇÕES

[Clique aqui](#) para conhecer a plataforma de investimento social da Fisia.



## DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

### COMUNIDADE LGBTI+: DO DIAGNÓSTICO À AÇÃO

Desde 2022, mantemos uma parceria estratégica com a Nix Diversidade para desenhar projetos diante de um cenário crítico: dados revelam que mais de 42% da comunidade LGBTI+ no Brasil ainda enfrenta barreiras de acesso ao esporte por medo de discriminação e mais de 68% já presenciaram casos de LGBTIfobia em ambientes esportivos. Nossa atuação busca transformar essa realidade por meio de diferentes iniciativas.

#### Mapeamento nacional

Seguimos com o apoio ao mapeamento de coletivos que, em 2025, bateu a marca de 246 grupos esportivos LGBTI+ em todo o Brasil. Assim, criamos uma rede de visibilidade para iniciativas que promovem o esporte inclusivo.

#### Apoio a coletivos

Fortalecemos o trabalho de grupos como o Angels Volley e o Real Centro FC, que são portos seguros para a prática esportiva. Por meio desse apoio, 300 pessoas da comunidade LGBTI+ tiveram acesso direto a atividades esportivas regulares, seguras e inclusivas.

#### Jogos Nix Trans

Apoiamos a realização da primeira edição dos Jogos Nix Trans, realizada no Centro Olímpico, em São Paulo. O evento teve 756 atletas participantes, sendo 81% pessoas trans.

#### Web série Orgulho em Movimento

Apoiamos o lançamento da web série Orgulho em Movimento, apresentada pela drag queen Ikaro Kadoshi, uma das principais referências do ativismo dessa comunidade. A produção em seis episódios propõe uma reflexão sobre o tema a partir de histórias reais de grandes atletas e coletivos, e gerou um impacto digital significativo. Cada história reforça a mensagem central da série: a vitória é coletiva quando todos podem jogar.

Confira o *teaser* [aqui](#).



## POPULAÇÃO NEGRA: ACESSO À FORMAÇÃO E EMPREGO

A parceria com o CIEE (Centro de Integração Empresa – Escola) atingiu um marco histórico em 2025: a formatura da primeira turma do programa de bolsas de estudo Somos CIEE. A jornada, iniciada em 2022 com 21 jovens negros, foi concluída com 18 formandos. Essa alta taxa de retenção demonstra a efetividade do nosso modelo de suporte integral, com 100% de bolsa, auxílio financeiro e apoio psicossocial para estudantes nos cursos de Administração, Sistemas de Informação e Educação Física.

O impacto real se reflete na taxa de empregabilidade de 94%, com 17 dos 18 recém-formados já inseridos no mercado de trabalho até a conclusão deste relatório. O legado continua com a segunda turma, composta por 20 estudantes da FESPSP, que recebem formação em Administração com especialização em Gestão do Esporte para liderar as mudanças do setor no futuro.

“De onde venho, sabemos que é muito difícil ter acesso a oportunidades. Quando recebi a notícia de que eu ia para a faculdade, tudo mudou na minha vida. Percebi que estava fazendo parte de algo realmente grande.”



“Sempre sonhei alto, mas com a bolsa de estudos consegui dar um passo enorme muito antes do que esperava.”



Luiz Gustavo, formado em Administração. Nascido e criado no Capão Redondo, zona sul de São Paulo, desde criança participa de projetos de OSCs voltados ao esporte, entre eles o Vida Corrida. Sua história é referência para a comunidade.

Ana Beatriz, formada em Tecnologia da Informação. De Guaianases, zona leste de São Paulo, ainda durante a formação conseguiu um estágio em uma empresa multinacional.



**ALÉM DE OFERECER A PRÁTICA ESPORTIVA, NOSSAS INICIATIVAS COM O IEE CONTRIBUEM COM A PROMOÇÃO DA CULTURA ESPORTIVA LOCAL, VALORIZANDO PRÁTICAS DO ESPORTE TRADICIONAL**

## PROTEÇÃO AO PLANETA

Entendemos que proteger o futuro do planeta e do esporte exige ações que conectem a restauração do bioma, a ciência e o desenvolvimento humano das comunidades locais.

Com esse olhar sistêmico, concluímos nosso primeiro ciclo de parcerias na região amazônica, em três frentes que se complementam.

## ESPORTE PARA O DESENVOLVIMENTO HUMANO

Em parceria com o Instituto Esporte & Educação (IEE), garantimos acesso ao esporte para cerca de 830 crianças e jovens em 6 escolas públicas, sendo 3 em comunidades indígenas, na cidade de Lábrea, sul do Amazonas. Para assegurar um legado duradouro, capacitamos 48 líderes comunitários e professores. O sucesso do projeto foi celebrado no 1º Festival de Esportes de Lábrea, que reuniu mais de 700 crianças com a presença do campeão olímpico, o surfista Ítalo Ferreira, gerando conteúdo para as redes do atleta, que tem mais de 3 milhões de seguidores.

## RESTAURAÇÃO E COMUNIDADE

Com a SOS Amazônia, superamos as metas de regeneração florestal. Contribuímos para o plantio de árvores em quantidade suficiente para cobrir 270 campos de futebol. O projeto engajou diretamente 212 famílias, unindo conservação ambiental e geração de renda.

## CIÊNCIA E BIODIVERSIDADE

Trabalhamos com a Associação Onçafari, com foco na proteção da onça-pintada, símbolo da saúde dos ecossistemas. Viabilizamos a instalação de 105 armadilhas fotográficas que permitiram monitorar 26 onças, superando em 200% a meta original.

## FUTURO DO ESPORTE PARA AS NOVAS GERAÇÕES

Temos o compromisso de reverter um cenário em que a atual geração corre o risco de ser a menos ativa da história.

Por isso, seguimos apoiando nossos parceiros históricos em seus projetos: Vida Corrida, Bola Pra Frente, Instituto JB12, Social Skate, Instituto Janeth Arcain, Naurú e Instituto Esporte Educação. A partir dessas parcerias, garantimos diretamente que mais de 2.800 crianças tenham acesso regular a experiências esportivas de qualidade, promovendo saúde, lazer e inclusão na base.

### 18 ANOS DE REMS

Chegamos à maioria em nossa parceria com a Rede Esporte pela Mudança Social (REMS), organização co-fundada pela Nike e pelo PNUD (ONU).

Em 2025, a Rede atingiu a marca de 118 ONGs conectadas, beneficiando mais de 88 mil pessoas. A REMS também é um agente mobilizador em favor do esporte, tendo participação ativa na conquista histórica que tornou a Lei de Incentivo ao Esporte permanente, assegurando recursos para o futuro de milhares de projetos no país.

## INOVAÇÃO E GÊNERO: SKATE PELA MUDANÇA SOCIAL

Em parceria com a atleta Rayssa Leal, a REMS e a Laureus Sport for Good, concluímos o 1º ciclo do programa Skate pela Mudança Social. Com foco estratégico no Nordeste e na equidade de gênero, a iniciativa priorizou o treinamento de profissionais e a inclusão de meninas no esporte, beneficiando diretamente mais de 170 crianças. Mais do que números, o projeto piloto estabeleceu uma nova metodologia de impacto social em territórios vulneráveis. E para que outras organizações tenham acesso a esses aprendizados, no início de 2026 será lançado o Guia de Boas Práticas: Meninas, Skate & Transformação.



# GESTÃO AMBIENTAL



**ODS**  
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



Capitais Relacionados



EMISSÕES

GRI 3-3 Tema material: Emissões atmosféricas | 305-1 | 305-2

No Grupo SBF, mantemos uma agenda de controle e monitoramento das emissões de gases de efeito estufa (GEE) com o objetivo de contribuir para a mitigação dos efeitos das mudanças climáticas. Há quatro anos utilizamos o *software* Climas, da WayCarbon, para o monitoramento das emissões e nosso Inventário de GEE segue as diretrizes do GHG Protocol.

A área de Sustentabilidade acompanha a evolução dessa agenda, que suporta iniciativas de áreas como Logística, *Utilities* e *Facilities*, cada uma com iniciativas próprias e indicadores específicos. Entre as iniciativas nesse âmbito estão a negociação no Mercado Livre de Energia, obtenção de certificados I-Rec, compra de créditos de carbono, logística reversa, monitoramento da frota de logística, entre outras.

PLANTIO COMPENSATÓRIO

As compensações das emissões do CD da Centauro localizado em Extrema (MG) são realizadas por meio de plantio para recomposição florestal. No oitavo ano (2025) de adesão ao Programa Extrema no Clima e do Projeto Conservador das Águas, com atividades desenvolvidas pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente (SMA), já superamos 3 hectares de área reflorestada, com cerca de 125 espécies nativas e mais de 6 mil mudas já plantadas.



|                                                                                   | 2022      | 2023      | 2024      | 2025                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|------------------------|
| ESCOPO 1                                                                          |           |           |           |                        |
| Combustão estacionária                                                            | 2.784,79  | 1.438,75  | 43,05     | 8,6                    |
| Combustão móvel                                                                   | 677       | 65,96     | 2.164,54  | 2.794,34               |
| Emissões fugitivas                                                                | 3.152,59  | 2.116,78  | 4.505,86  | 2.564,04               |
| Emissões biogênicas                                                               | 278,05    | 172,63    | 318,41    | 416,19                 |
| TOTAL ESCOPO 1                                                                    | 6.892,43  | 3.794,12  | 7.031,86  | 5.783,17 <sup>3</sup>  |
| ESCOPO 2                                                                          |           |           |           |                        |
| Aquisição de energia elétrica                                                     | 2.054,71  | 3.650,11  | 3.406,73  | 2.551,13               |
| ESCOPO 3                                                                          |           |           |           |                        |
| Atividades relacionadas com combustível e energia, não inclusas nos Escopos 1 e 2 | 13,94     | 17,98     | 13        | 3,81                   |
| Bens e serviços comprados                                                         | 11.381,35 | 15.948,37 | 18.372,72 | 21.705,94              |
| Deslocamento de colaboradores <sup>1</sup> (casa-trabalho)                        | 33,94     | 2.532,38  | 2.128,90  | 24.078,69 <sup>2</sup> |
| Resíduos gerados nas operações                                                    | 4.515,46  | 5.914,85  | 5.556,51  | 6.681,82               |
| Viagens a negócios                                                                | 607,9     | 775,18    | 603,17    | 897,17                 |
| Emissões biogênicas                                                               | 76,56     | 1.200,68  | 1.057,46  | 6.568,80               |
| TOTAL ESCOPO 3                                                                    | 16.629,15 | 26.389,44 | 27.731,76 | 59.039,06              |

<sup>1</sup> Em 2022 reduzimos o nosso quadro de funcionários, o que foi revertido em 2023 com novas contratações CLT que impactaram nas emissões causadas pelo deslocamento casa-trabalho.

<sup>2</sup> Em 2023 tivemos um aumento na rota logística. Antes contemplávamos um raio de 40 km e, a partir de 2023, expandimos a rota para 800 km.

<sup>3</sup> Em 2025, voltamos para o trabalho 100% presencial, aumentando o deslocamento para o escritório.

## ENERGIA

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

Nosso consumo de energia está concentrado na eletricidade utilizada nas operações e nas lojas físicas. A partir de levantamentos internos realizados de forma periódica, buscamos reduzir os impactos ambientais associados ao uso de energia, por meio da adoção de práticas de conscientização, do aprimoramento da eficiência energética e da ampliação do uso de fontes renováveis para atender às nossas demandas.

Todos os projetos de melhoria e infraestrutura da Companhia incorporam conceitos de sustentabilidade, como automação e monitoramento dos sistemas. Nos Centros de Distribuição, por exemplo, utilizamos exclusivamente empilhadeiras elétricas, eliminando o consumo de combustíveis fósseis. Em 2025, avançamos nesse processo ao reduzir o uso de equipamentos elétricos nos Centros de Distribuição, com a substituição de transpaleteiras por um sistema de *sorter*, que direciona os produtos diretamente para a rampa das transportadoras. Essa automação resultou em ganho de eficiência operacional, com a diminuição de aproximadamente uma hora (8%) no tempo de processamento.

Em 2025, a área de *Utilities* manteve a estratégia de eficiência baseada em três pilares: engajamento, governança e inovação tecnológica. Enfrentamos desafios climáticos e o aquecimento das temperaturas nas regiões onde atuamos, por isso a necessidade de fomentar o uso consciente nas unidades, com iniciativas como o Campeonato da Energia e a auditoria sistemática de faturas em *shoppings* e condomínios.

O destaque do ano foi a expansão do **projeto de Automação e Monitoramento**, reconhecido pelo **Cubo Itaú** como um dos **cases mais inovadores do setor de energia em 2025**, pois eleva o **patamar de conforto térmico** nas lojas Centauro e Fisia de forma eficiente e sustentável.



ENERGIA LIMPA

GRI 302-1 | 302-4

O fornecimento de energia para as unidades do Grupo é realizado, em sua maior parte (66,4%), por meio do Mercado Livre de Energia, o que nos permite contratar fornecedores que nos comercializam energia de baixo impacto ambiental. Em 2025, 80 unidades operavam nesse modelo – uma a mais em relação a 2024, em função da migração da loja Nike City Center para o Ambiente de Contratação Livre (ACL). Esse projeto gerou uma economia de R\$ 6,67 milhões no ano, o equivalente a uma redução de custo de 32% nas despesas totais de energia elétrica das unidades atendidas pelo ACL.

Também seguimos utilizando a geração compartilhada de energia a partir de consórcio de energia solar, o que nos permite, nessas unidades, também utilizar energia de baixo impacto ambiental. Desde o início desse projeto, em 2021, acumulamos uma economia de R\$ 298 mil.

A consolidação das iniciativas ambientais executadas em 2025 resultou em um abatimento estimado de 1.122 toneladas de CO<sub>2</sub>. Este resultado reflete a sinergia entre os projetos e reforça o compromisso da Companhia com a descarbonização de sua matriz operacional.

Desde 2022, contamos com a certificação I-REC (International Renewable Energy Certificate) para todas as unidades do Grupo, que comprova o consumo de energia elétrica proveniente de fontes solares e contribui para a neutralização das emissões de Escopo 2 associadas à compra de energia, reforçando nosso compromisso com a transição para uma matriz energética mais limpa e sustentável.

Consumo de combustíveis em GI

GRI 302-1

| Tipo de combustível¹ | 2024      | 2025      |
|----------------------|-----------|-----------|
| Diesel²³             | 30.245,49 | 38.960,32 |
| Total                | 30.245,49 | 38.960,32 |

¹ Não há consumo de combustíveis de origem renovável nas operações logísticas do Grupo.  
² Informações obtidas do relatório do cartão Alelo, meio de pagamento utilizado para abastecimento da frota.  
³ 1 litro de Diesel = 35,8 Megajoules

Consumo de energia em MWh ¹

GRI 302-1

|                         | 2024       | 2025       | Variações |
|-------------------------|------------|------------|-----------|
| Consumo de eletricidade | 57.285,00  | 57.179,56  | -0,2%     |
| Consumo de resfriamento | 118.918,63 | 102.080,67 | -14,2%    |
| Eletricidade vendida    | 484,24     | 783,11     | 61,7%     |
| Consumo total ¹         | 175.719,38 | 158.477,11 | -9,8%     |

¹ (Consumo eletricidade + Consumo resfriamento) - Eletricidade vendida = Consumo total  
10.76 kWh/m² é a métrica de intensidade energética utilizada para o consumo anualizado.

# RESÍDUOS

GRI 306-1 | 306-2

Tratamos a gestão de resíduos como um tema estratégico dentro do nosso compromisso com a eficiência operacional e a redução de impactos ambientais. Os principais resíduos gerados em nossas atividades estão relacionados às embalagens utilizadas no transporte e na comercialização de mercadorias. Atuamos de forma integrada para garantir que esses materiais, que são 100% adquiridos de fornecedores externos, sejam geridos de maneira responsável ao longo de toda a operação.

Para isso, desenvolvemos e implementamos ações voltadas à reciclagem, ao reaproveitamento e à substituição de materiais, priorizando soluções que promovam a economia circular. Mantemos sistemas de coleta seletiva em nossas operações e dedicamos atenção especial à gestão de resíduos orgânicos nas unidades próprias buscando continuamente oportunidades de melhoria e redução da geração de resíduos. Nas unidades localizadas em *shoppings* e condomínios empresariais, a gestão desses resíduos é de responsabilidade dos respectivos administradores.

## USO CONSCIENTE DE EMBALAGENS

GRI 301-3 | 301-1, CG-MR-410a.3

Nos nossos CDs reutilizamos cerca de 69% das caixas de papelão que chegam com mercadorias de nossos fornecedores na operação da Centauro e 83,7% no negócio Fisia. Já no *e-commerce* utilizamos o *flyer*, uma embalagem plástica no formato envelope que ocupa menos volume e tem menor custo de transporte, além de menor impacto ambiental.

Além disso, desde 2023 substituímos caixas de papelão por sacos de ráfia (*big bags*) com lacre duplo nas rotas Norte e Nordeste. Essas embalagens são reutilizadas na logística reversa por até dois ciclos, o que evita o uso de cerca de 164 mil caixas – ou 139,7 toneladas de papelão – por ano, representando uma economia anual de R\$ 85 mil.

As *big bags* possibilitam um aumento de até 30% na capacidade de transporte de produtos em comparação às caixas de papelão. Esse ganho eleva significativamente a ocupação dos veículos e a eficiência logística, assegurando maior proteção das cargas e redução de perdas ao longo do fluxo operacional. Com um menor número de viagens, reduzimos o consumo de diesel em até 59 mil litros, o que economiza cerca de R\$ 370 mil na operação e reduz em aproximadamente 150 toneladas as emissões de CO<sub>2</sub>.

A partir de 2025 passamos a utilizar esses sacos também no transporte entre os CDs de Jarinu e Extrema, reduzindo a necessidade de uso de filme *stretch* em paletes. Nos casos em que esse tipo de condicionamento ainda se faz necessário, nossa máquina automática de envolvimento (stretchadeira) está projetada para reduzir o consumo de filme.

## SUBSTITUIÇÃO DE ETIQUETAS

Em 2025, substituímos 95% das etiquetas internas dos produtos licenciados Asics, que eram de plástico, por *silk*. Na marca própria Nord começamos a usar etiquetas de algodão na maior parte dos produtos. Além disso, todas as nossas *tags* da marca Ozer são feitas com papel reciclado e as etiquetas de Nord e Asics utilizam papel *kraft* de origem renovável.

Materiais utilizados, por peso e volume

GRI 301-1

|          |                                                                                       | em T     |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Fisia    | filme <i>stretch</i> , papel, papelão, sacos transparentes, etiquetas e <i>flyers</i> | 4.972,03 |
| Centauro | <i>flyer</i> , sacola de papel, envelope, etiqueta, papelão e saco rafia              | 4.415,05 |
| Total    |                                                                                       | 9.387,08 |

RESÍDUOS ORGÂNICOS

Atualmente, exercemos gestão operacional direta somente sobre os serviços de alimentação no Centro de Distribuição de Extrema. E, a partir de 2026, seremos responsáveis pela governança dos processos e pela destinação dos resíduos orgânicos gerados também no escritório Casa Centauro.

Nas demais unidades operacionais e administrativas, os serviços de restaurante e a respectiva gestão de resíduos sólidos e orgânicos são de responsabilidade integral dos administradores condominiais e *shopping centers*, integrando a estrutura de serviços compartilhados dessas instalações e, portanto, permanecendo fora do nosso controle operacional direto.

Em Extrema, temos um projeto de biodigestão, que transforma os resíduos orgânicos em chorume, descartado na Estação de Tratamento de Esgoto (ETE). Em 2025, as operações desse equipamento foram preventivamente suspensas por recomendação técnica, visando garantir a integridade das análises e a qualidade dos efluentes gerados.

A operação do biodigestor processou 36,8 toneladas de resíduos orgânicos no ano, consolidando nossa estratégia de economia circular ao evitar o envio desse volume para aterros sanitários.

RECICLAGEM

Mantivemos, em 2025, a parceria com uma cooperativa dedicada ao descarte de eletrônicos, a Coopermiti, por meio da qual destinamos cerca de 10 kg desse tipo de resíduo. Também demos continuidade à arrecadação de lacres de alumínio, que reverteram na doação de três cadeiras de rodas para a instituição Lacre do Bem, de acolhimento a pessoas com deficiência.

Destinação de resíduos sólidos, em toneladas

GRI 306-3 | 306-4 | 306-5

| Classificação/destinação                | Perigoso | Não perigoso | Recicláveis <sup>1</sup> | Totais     |
|-----------------------------------------|----------|--------------|--------------------------|------------|
| Incineração (com ou sem aproveitamento) | -        | -            | -                        | -          |
| Aterro                                  | 18,84    | 241,59       | -                        | 260,43     |
| Reciclagem                              | -        | -            | 312.905,00               | 312.905,00 |
| Total <sup>2</sup>                      | 18,84    | 241,59       | 312.905,00               | 313.165,43 |

<sup>1</sup> Plástico, papel, papelão e tubetes  
<sup>2</sup> Todos os resíduos foram tratados e dispostos por terceiros.

## CADEIA DE FORNECIMENTO

GRI 3-3 Tema material: Gestão socioambiental da cadeia de fornecedores  
204-1 | 308-2 | 408-1 | 409-1 | 414-2

Adotamos um processo estruturado e criterioso de avaliação de fornecedores diretos, que contempla a análise de sua atuação, das certificações obtidas e da aderência às melhores práticas trabalhistas, aos direitos humanos e à legislação ambiental. Como medida de prevenção, realizamos o *due diligence* dos fornecedores. Eventuais riscos são analisados pelas áreas especialistas e são tomadas as medidas cabíveis.

Na Centauro, a gestão das marcas próprias, como Oxer, Nord e Adams, bem como dos produtos licenciados, é realizada com uma rede de fornecedores homologados, submetida aos mesmos critérios de controle. Exigimos que todos os fornecedores de marcas próprias sejam auditados pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX). Em 2025, nossa base de fornecedores apresentava 83% com selo Ouro, 4% classificados como Prata e 13% como Bronze, refletindo o nível de maturidade e conformidade da cadeia produtiva.

Para fornecedores internacionais é obrigatória a obtenção de certificações reconhecidas, como SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange) ou BSCI (Business Social Compliance Initiative), assegurando conformidade com requisitos ambientais, sociais e de governança. Independentemente da origem, todos os produtos passam por processos rigorosos de controle de qualidade, e eventuais não conformidades relacionadas à fabricação são prontamente reportadas e tratadas junto aos fornecedores, garantindo a qualidade dos produtos e a satisfação dos consumidores.

Os requisitos socioambientais estão formalizados nos contratos de prestação de serviços, por meio de cláusulas específicas que asseguram o alinhamento às nossas diretrizes internas. Durante a seleção de novos parceiros, realizamos avaliações digitais para identificar potenciais inconformidades na cadeia de suprimentos e consultamos

bases de órgãos públicos, como o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). No período, 1.176 fornecedores foram avaliados quanto aos impactos ambientais e sociais e não foi identificado risco de impacto negativo causado por tais empresas.

Em 2025, aproximadamente 60% das compras para revenda do Grupo foram feitas com fornecedores locais, com os quais gastamos R\$ 3 bilhões. Cerca de R\$ 2 bilhões foram gastos com fornecedores internacionais. Os contratos de serviços foram firmados contratados localmente em sua totalidade.



## GESTÃO LOGÍSTICA

Contamos com uma malha logística desenhada para atender à demanda das nossas lojas de forma eficiente, com foco na redução de custos operacionais, na otimização do consumo de combustíveis e na melhoria contínua do nível de serviço. Essa estrutura nos permite responder com agilidade às necessidades do negócio, ao mesmo tempo em que reduz os impactos ambientais associados às operações de transporte.

Entre o final de 2024 e o início de 2025, consolidamos os Centros de Distribuição das lojas físicas e do *e-commerce* da Fisia em uma operação própria localizada em Extrema (MG). Essa iniciativa contribuiu para a redução dos tempos de processamento de pedidos e de abastecimento das lojas, elevando a experiência dos clientes e diminuindo os impactos ambientais da cadeia logística.

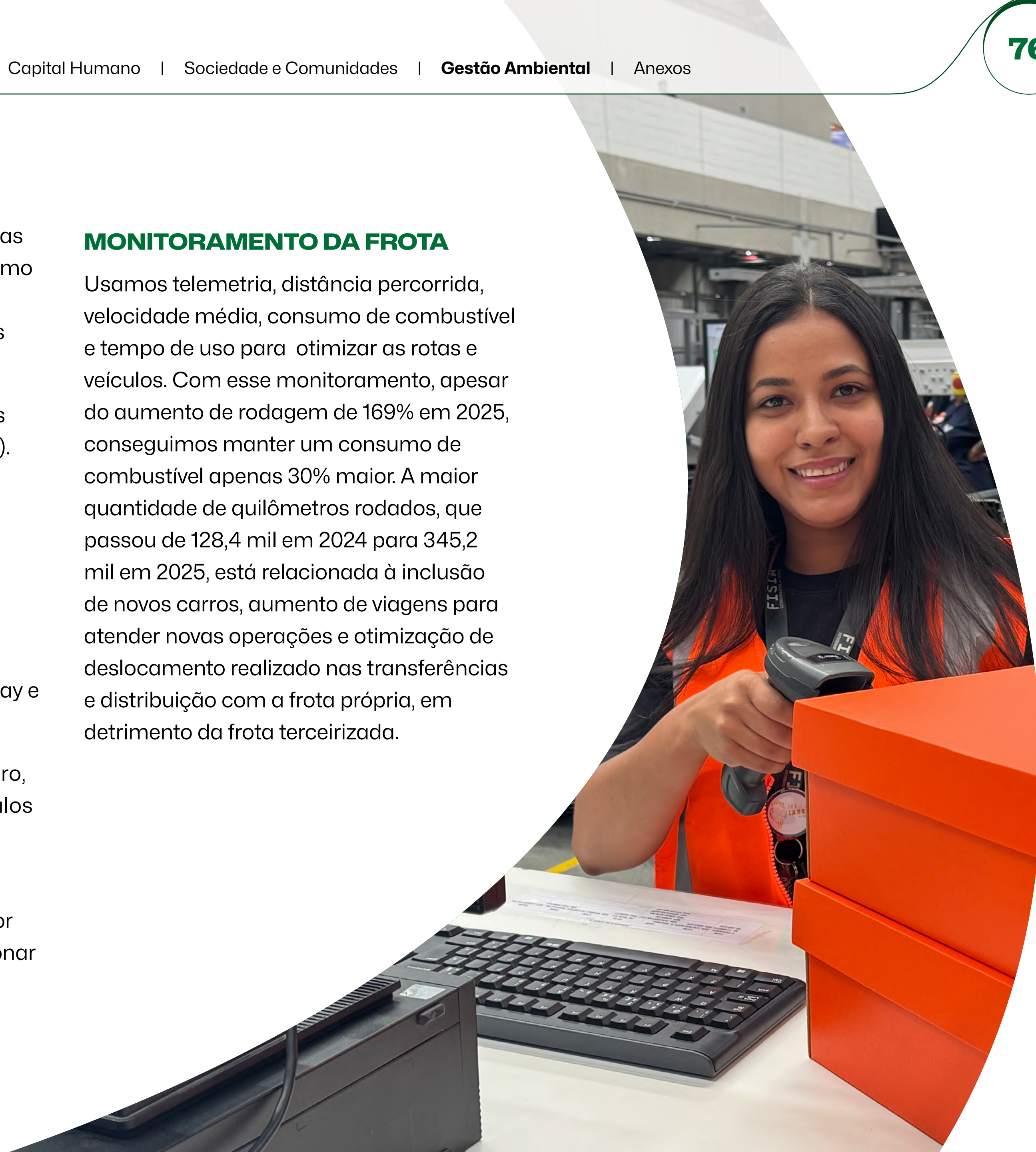
Na Centauro, integramos o sistema para gestão de transportadoras, melhorando a confiabilidade do frete e possibilitando trocar de parceiro logístico rapidamente em caso de problemas de qualidade. Além disso, a centralização da operação impulsionou a rentabilidade, especialmente no último trimestre do ano, quando as vendas da Black Friday e do período natalino passaram a ser atendidas diretamente a partir do novo CD.

Em 2025, iniciamos ainda a integração das operações logísticas da Fisia e da Centauro, com foco na otimização de rotas, no melhor aproveitamento da capacidade dos veículos e na redução do número de viagens.

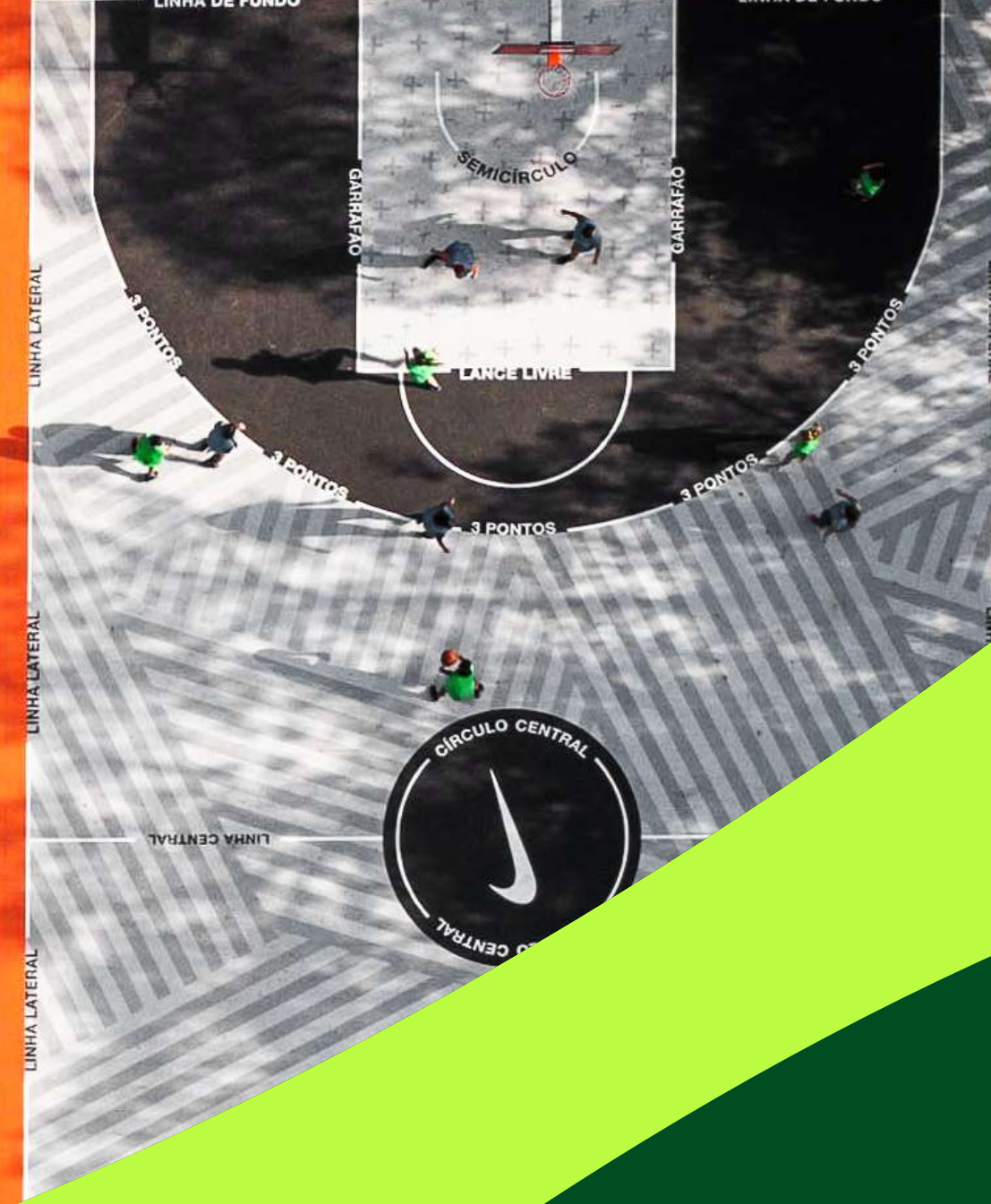
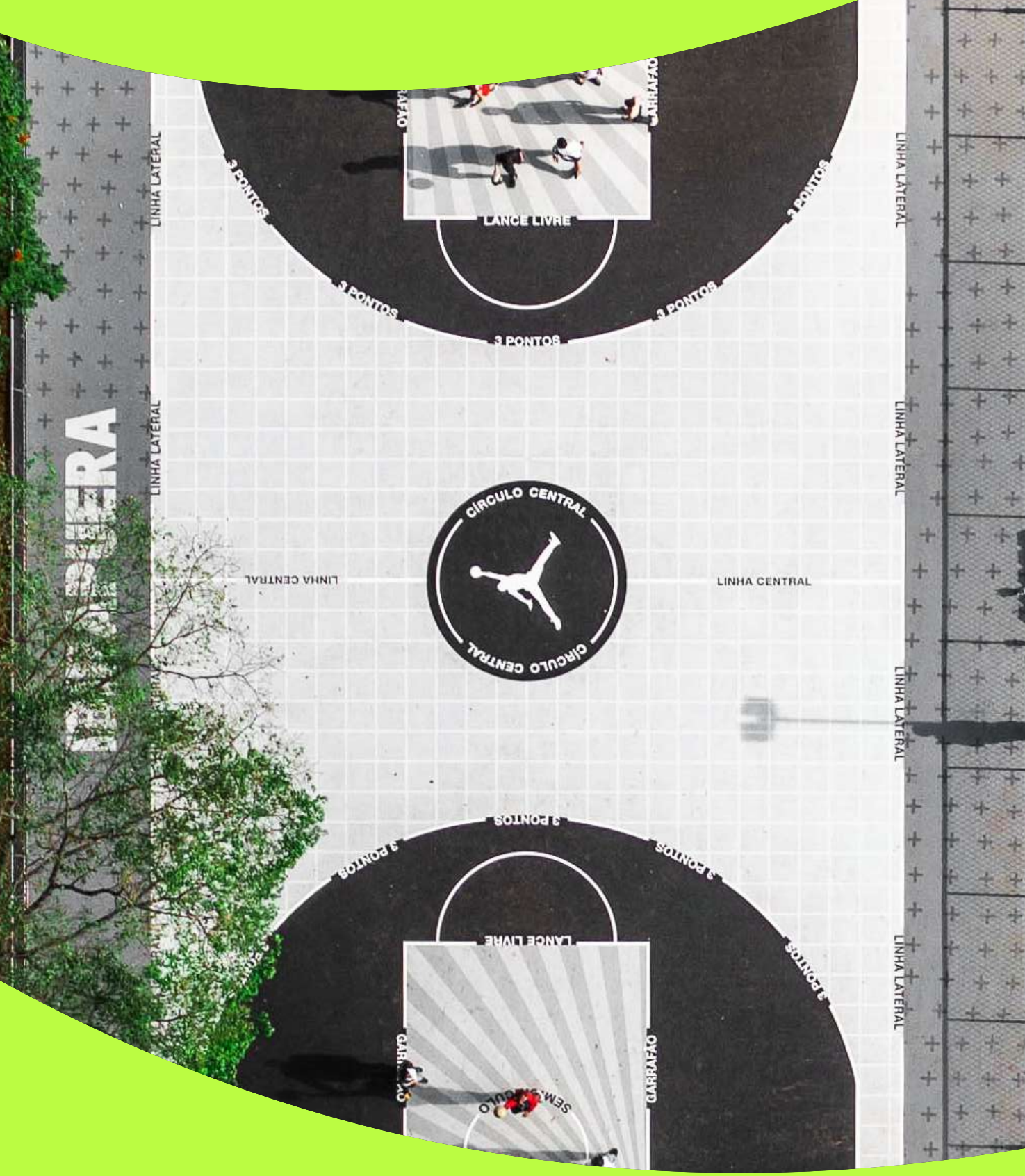
Adicionalmente, promovemos a renovação da frota própria, priorizando veículos *flex*, que apresentam menor impacto ambiental. A gestão do transporte terceirizado é realizada por meio de leilões com transportadoras previamente cadastradas, o que nos permite selecionar as melhores opções com base em critérios de custo, eficiência e prazo de entrega.

## MONITORAMENTO DA FROTA

Usamos telemetria, distância percorrida, velocidade média, consumo de combustível e tempo de uso para otimizar as rotas e veículos. Com esse monitoramento, apesar do aumento de rodagem de 169% em 2025, conseguimos manter um consumo de combustível apenas 30% maior. A maior quantidade de quilômetros rodados, que passou de 128,4 mil em 2024 para 345,2 mil em 2025, está relacionada à inclusão de novos carros, aumento de viagens para atender novas operações e otimização de deslocamento realizado nas transferências e distribuição com a frota própria, em detrimento da frota terceirizada.



# ANEXOS



# ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI STANDARDS E SASB

Declaração de uso: O Grupo SBF S.A relatou as informações citadas neste sumário de conteúdo da GRI para o período de 1º de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025, com base nas Normas GRI.

Norma GRI 1 usada: GRI 1: FUNDAMENTOS 2021

| Tópico GRI                                  |                                                                                 | Item                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |                   |                  |            | Omissão |  |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------|------------------|------------|---------|--|
| Tópicos gerais                              |                                                                                 | Localização/informação                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  | Requisito omitido | Razão de omissão | Explicação | ODS     |  |
| A organização e suas práticas de relatórios | 2-1 Informações da organização                                                  | Págs. 4 e 93                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |                   |                  |            |         |  |
|                                             | 2-2 Entidades incluídas no escopo do reporte de sustentabilidade da organização | Pág. 4<br>Itens b e c. SBF Comércio, Premier, VBLOG e Lione são tratadas como Centauro no relatório de sustentabilidade; Fisia é a distribuidora exclusiva da Nike no Brasil - tratada como BU individual; OneFan - bônus de subscrição de 30%; FitDance - controlada 100% - tratada como BU individual; NWB - Operação vendida em nov/2025; X3M - coligada 30% - operação vendida em nov/2025           |  |                   |                  |            |         |  |
|                                             | 2-3 Período reportado, frequência e ponto de contato                            | Pág. 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |                   |                  |            |         |  |
|                                             | 2-4 Reformulações de informações                                                | GRI 401-3 - em razão da divergência de bases de coleta do ano anterior, recalculamos os dados projetados para o ano de 2024<br>GRI 302-1 - em razão da divergência de bases de coleta do ano anterior, recalculamos os dados projetados para o ano de 2024<br>GRI 306-3, 306-4 e 306-5 - em razão da divergência de bases de coleta do ano anterior, recalculamos os dados projetados para o ano de 2024 |  |                   |                  |            |         |  |
|                                             | 2-5 Asseguração externa                                                         | Este relatório não passou por asseguração externa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |                   |                  |            |         |  |

| Tópico GRI                 |                                                                                 | Item                                                                                                                                                                                                                                                     |  | Omissão             |                         |                                                                                                              |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tópicos gerais             |                                                                                 | Localização/informação                                                                                                                                                                                                                                   |  | Requisito omitido   | Razão de omissão        | ODS                                                                                                          |
| Atividades e trabalhadores | 2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais                    | Págs. 4 e 8                                                                                                                                                                                                                                              |  |                     |                         |                                                                                                              |
|                            | 2-7 Empregados                                                                  | Págs. 37 e 38                                                                                                                                                                                                                                            |  | 2-7 Omissão parcial | Informação indisponível | Item b ii. As informações deste indicador não estão contempladas no levantamento de informações da Companhia |
|                            | 2-8 Trabalhadores que não são empregados                                        | Pág. 37                                                                                                                                                                                                                                                  |  |                     |                         |                                                                                                              |
| Governança                 | 2-9 Estrutura e composição de governança                                        | Pág. 25                                                                                                                                                                                                                                                  |  |                     |                         |                                                                                                              |
|                            | 2-10 Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança                        | Pág. 25                                                                                                                                                                                                                                                  |  |                     |                         |                                                                                                              |
|                            | 2-11 Presidente do mais alto órgão de governança                                | O presidente do Conselho de Administração é o Sebastião Vicente Bomfim Filho, membro da família fundadora e o Gustavo de Lima Furtado o atual Diretor Presidente do Grupo, portanto o Presidente do Conselho não exerce funções executivas na Companhia. |  |                     |                         |                                                                                                              |
|                            | 2-12 Papel do mais alto órgão de governança na supervisão do gestão de impactos | Pág. 25                                                                                                                                                                                                                                                  |  |                     |                         |                                                                                                              |
|                            | 2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos                      | Pág. 25                                                                                                                                                                                                                                                  |  |                     |                         |                                                                                                              |
|                            | 2-14 Papel do mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade       | Atualmente o relatório é acompanhado e desenvolvido com supervisão do Diretor Presidente.                                                                                                                                                                |  |                     |                         |                                                                                                              |
|                            | 2-15 Conflitos de interesse                                                     | Pág. 30                                                                                                                                                                                                                                                  |  |                     |                         |                                                                                                              |
|                            | 2-16 Comunicação de preocupações cruciais                                       | O Grupo coleta as informações e preocupações cruciais por meio do Canal de Denúncias, com reporte para o Comitê de Auditoria. Não foram identificadas no período preocupações relevantes a serem reportadas ao Conselho de Administração.                |  |                     |                         |                                                                                                              |

| Tópico GRI                       | Item                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Omissão           |                  |            |     |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------|------------|-----|
| Tópicos gerais                   | Localização/informação                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Requisito omitido | Razão de omissão | Explicação | ODS |
| Governança                       | 2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança    | Clique aqui e conheça sobre nossos membros de Conselho e Diretoria. Até o momento os membros da direção não receberam treinamento específico sobre a temática ESG.                                                                                                                           |                   |                  |            |     |
|                                  | 2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança  | Pág. 28                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                   |                  |            |     |
|                                  | 2-19 Políticas de remuneração                                  | Pág. 28                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                   |                  |            |     |
|                                  | 2-20 Processo para determinar remuneração                      | Pág. 28                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                   |                  |            |     |
|                                  | 2-21 Proporção da remuneração total anual                      | a. A remuneração anual do indivíduo mais bem pago é 107,5 vezes maior que a remuneração anual média dos demais colaboradores.<br>b. O aumento percentual na remuneração anual do indivíduo mais bem pago é 5 vezes maior que o aumento percentual da remuneração anual demais colaboradores. |                   |                  |            |     |
| Estratégia, políticas e práticas | 2-22 Declaração sobre estratégia de sustentabilidade           | Pág. 5 e 6                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                   |                  |            |     |
|                                  | 2-23 Políticas sobre compromissos                              | Págs. 28 e 31                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   |                  |            |     |
|                                  | 2-24 Incorporação das políticas sobre compromissos             | Págs. 28 e 31                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   |                  |            |     |
|                                  | 2-25 Processos para remediar impactos negativos                | Págs. 33 e 34                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   |                  |            |     |
|                                  | 2-26 Mecanismos para buscar aconselhamento e levantar questões | Pág. 33                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                   |                  |            |     |

| Tópico GRI                         |                                                              | Item                                                                                                                                                                                                                      | Omissão             |                  |                                                                                                                                                                          |     |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tópicos gerais                     |                                                              | Localização/informação                                                                                                                                                                                                    | Requisito omitido   | Razão de omissão | Explicação                                                                                                                                                               | ODS |
| Estratégia, políticas e práticas   | 2-27 Conformidade com leis e regulamentos                    | Não tivemos casos significativos de não conformidade que resultaram em sanções ou multas administrativas ou judiciais objetos de recurso durante o período de relato.                                                     |                     |                  |                                                                                                                                                                          |     |
|                                    | 2-28 Participação em associações                             | Participamos de 3 associações setoriais sendo estas:<br>- Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX)<br>- Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV)<br>- Associação pela Indústria e Comércio Esportivo (ÁPICE) |                     |                  |                                                                                                                                                                          |     |
| Engajamento de partes interessadas | 2-29 Abordagem para o engajamento de partes interessadas     | Págs. 19, 38 e 61                                                                                                                                                                                                         |                     |                  |                                                                                                                                                                          |     |
|                                    | 2-30 Acordos coletivos                                       | Todos os empregados são cobertos por acordos ou negociações coletivas.                                                                                                                                                    |                     |                  |                                                                                                                                                                          |     |
| Temas materiais                    |                                                              |                                                                                                                                                                                                                           |                     |                  |                                                                                                                                                                          |     |
| Definição dos temas materiais      | 3-1 Processo de definição de temas materiais                 | Pág. 4                                                                                                                                                                                                                    |                     |                  |                                                                                                                                                                          |     |
|                                    | 3-2 Lista de temas materiais                                 | Pág. 4<br>b. Não houve alterações na lista de temas materiais relativo ao ano anterior.                                                                                                                                   |                     |                  |                                                                                                                                                                          |     |
| Tópicos ambientais                 |                                                              |                                                                                                                                                                                                                           |                     |                  |                                                                                                                                                                          |     |
| GRI 301: Materiais 2016            | 301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume | Págs. 73 e 74                                                                                                                                                                                                             |                     |                  |                                                                                                                                                                          |     |
|                                    | 301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados     | -                                                                                                                                                                                                                         | 301-2 Omissão total | Não Aplicável    | O Grupo SBF não é produtor direto e/ou não influencia seus fornecedores no uso de materiais ou tecnologias, restringindo-se apenas ao comércio dos materiais esportivos. |     |
|                                    | 301-3 Produtos e suas embalagens recuperados                 | Pág. 73                                                                                                                                                                                                                   |                     |                  |                                                                                                                                                                          |     |

| Tópico GRI                            |                                                                                                          | Item                   |  | Omissão             |                         |                                                                                               |     |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|--|---------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tópicos gerais                        |                                                                                                          | Localização/informação |  | Requisito omitido   | Razão de omissão        | Explicação                                                                                    | ODS |
| GRI 302: Energia 2016                 | 302-1 Consumo de energia dentro da organização                                                           | Págs. 71 e 72          |  |                     |                         |                                                                                               |     |
|                                       | 302-2 Consumo de energia fora da organização                                                             | -                      |  | 302-2 Omissão total | Informação indisponível | A Companhia não possui gestão sobre o consumo de terceiros envolvidos em sua cadeia de valor. |     |
|                                       | 302-3 Intensidade energética                                                                             | -                      |  | 302-2 Omissão total | Informação indisponível | A Companhia não faz a gestão desta informação.                                                |     |
|                                       | 302-4 Redução do consumo de energia                                                                      | Págs. 71 e 72          |  |                     |                         |                                                                                               |     |
| GRI 306: Resíduos 2020                | 306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos                              | Pág. 73                |  |                     |                         |                                                                                               |     |
|                                       | 306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos                                          | Pág. 73                |  |                     |                         |                                                                                               |     |
|                                       | 306-3 Resíduos gerados                                                                                   | Pág. 74                |  |                     |                         |                                                                                               |     |
|                                       | 306-4 Resíduos não destinados para disposição final                                                      | Pág. 74                |  |                     |                         |                                                                                               |     |
|                                       | 306-5 Resíduos destinados para disposição final                                                          | Pág. 74                |  |                     |                         |                                                                                               |     |
| Tema material - Emissões Atmosféricas |                                                                                                          |                        |  |                     |                         |                                                                                               |     |
| GRI 3: Temas Materiais 2021           | 3-3 Gestão dos temas materiais                                                                           | Pág. 70                |  |                     |                         |                                                                                               |     |
| GRI 305: Emissões 2016                | 305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)                                        | Pág. 70                |  |                     |                         |                                                                                               |     |
|                                       | 305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia | Pág. 70                |  |                     |                         |                                                                                               |     |

| Tópico GRI                                  |                                                                                                                                  | Item                                                                                                                                                                                                     |  | Omissão             |                         |                                                                                                    |     |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tópicos gerais                              |                                                                                                                                  | Localização/informação                                                                                                                                                                                   |  | Requisito omitido   | Razão de omissão        | Explicação                                                                                         | ODS |
| GRI 305: Emissões 2016                      | 305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)                                                       | -                                                                                                                                                                                                        |  | 305-3 Omissão total | Informação indisponível | As informações deste indicador não estão contempladas no levantamento de informações da Companhia. |     |
|                                             | 305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)                                                                    | -                                                                                                                                                                                                        |  | 305-3 Omissão total | Informação indisponível | As informações deste indicador não estão contempladas no levantamento de informações da Companhia. |     |
|                                             | 305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)                                                                        | -                                                                                                                                                                                                        |  | 305-3 Omissão total | Informação indisponível | As informações deste indicador não estão contempladas no levantamento de informações da Companhia. |     |
| Tópicos sociais                             |                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                          |  |                     |                         |                                                                                                    |     |
| GRI 401: Emprego 2016                       | 401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados                                                                            | Pág. 37                                                                                                                                                                                                  |  | 401-1 Omissão total | Informação indisponível | Atualmente os dados não são analisados com tal granularidade.                                      |     |
|                                             | 401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial | Págs. 41 e 46                                                                                                                                                                                            |  |                     |                         |                                                                                                    |     |
|                                             | 401-3 Licença maternidade/paternidade                                                                                            | Pág. 47                                                                                                                                                                                                  |  |                     |                         |                                                                                                    |     |
| GRI 402: Relações de Trabalho 2016          | 402-1 Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais                                                                          | A comunicação de mudanças operacionais ou de estrutura que geram grandes impactos na Companhia são analisadas e comunicadas de acordo com este impacto, visando à proteção do negócio e de suas pessoas. |  |                     |                         |                                                                                                    |     |
| GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018 | 403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho                                                                         | Pág. 52                                                                                                                                                                                                  |  |                     |                         |                                                                                                    |     |

| Tópico GRI                                  |                                                                                                                           | Item                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Omissão           |                  |            |     |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------|------------|-----|
| Tópicos gerais                              |                                                                                                                           | Localização/informação |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Requisito omitido | Razão de omissão | Explicação | ODS |
| GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018 | 403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes                                   | Pág. 52                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                   |                  |            |     |
|                                             | 403-3 Serviços de saúde do trabalho                                                                                       | Pág. 52                | O sigilo das informações médicas é mantido em estrita observância ao Código de Ética Médica e à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Prontuários e dados sensíveis são de acesso exclusivo e restrito à equipe de saúde do SESMT, as quais são utilizadas estritamente para fins preventivos e de aptidão laboral, não sendo usadas para decisões de gestão ou que impliquem tratamento favorável ou desfavorável ao trabalhador. |                   |                  |            |     |
|                                             | 403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho | Pág. 52                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                   |                  |            |     |
|                                             | 403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho                                                       | Pág. 52                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                   |                  |            |     |
|                                             | 403-6 Promoção da saúde do trabalhador                                                                                    | Pág. 52                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                   |                  |            |     |
|                                             | 403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios  | Pág. 52                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                   |                  |            |     |

| Tópico GRI                                       |                                                                                         | Item                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  | Omissão           |                  |            |     |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------|------------------|------------|-----|
| Tópicos gerais                                   |                                                                                         | Localização/informação                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  | Requisito omitido | Razão de omissão | Explicação | ODS |
| GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018      | 403-8: Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho | Pág. 52<br>Para o ciclo de 2025, foram excluídos do reporte os trabalhadores terceirizados (prestadores de serviço). Embora o Grupo SBF exija contratualmente que todas as empresas parceiras mantenham os seus programas de saúde e segurança em conformidade com as Normas Regulamentadoras (NRs), a Companhia optou por não incluí-los neste relatório devido à descentralização destas informações e ao elevado volume de prestadores. |  |                   |                  |            |     |
|                                                  | 403-9 Acidentes de trabalho                                                             | Pág. 53<br>O índice de acidentes para trabalhadores terceiros não foi calculado devido à ausência de controle sistemático das horas efetivamente trabalhadas (HHT) para este público, conforme detalhado na justificativa de exclusão do item 403-9.f. A Companhia reporta o número absoluto de ocorrências (7 acidentes) para garantir a transparência sobre a segurança nas operações controladas pela organização.                      |  |                   |                  |            |     |
|                                                  | 403-10 Doenças profissionais                                                            | Durante o ciclo de 2025, não foram identificados ou notificados casos de doenças profissionais entre os empregados da Companhia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |                   |                  |            |     |
| Tema material - Desenvolvimento de Colaboradores |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |                   |                  |            |     |
| GRI 3: Temas Materiais 2021                      | 3-3 Gestão dos temas materiais                                                          | Pág. 47                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |                   |                  |            |     |

| Tópico GRI                                             |                                                                                                                   | Item                                                                                                                     |                                                                                                                                                                | Omissão                 |                                                                                             |            |     |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----|
| Tópicos gerais                                         |                                                                                                                   | Localização/informação                                                                                                   |                                                                                                                                                                | Requisito omitido       | Razão de omissão                                                                            | Explicação | ODS |
| GRI 404: Capacitação e Educação 2016                   | 404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado                                                        | Pág. 50                                                                                                                  |                                                                                                                                                                |                         |                                                                                             |            |     |
|                                                        | 404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira | Pág. 47                                                                                                                  |                                                                                                                                                                |                         |                                                                                             |            |     |
|                                                        | 404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira    | Págs. 47 e 51                                                                                                            |                                                                                                                                                                |                         |                                                                                             |            |     |
| Tema material - Diversidade e Inclusão                 |                                                                                                                   |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                |                         |                                                                                             |            |     |
| GRI 3: Temas Materiais 2021                            | 3-3 Gestão dos temas materiais                                                                                    | Pág. 41                                                                                                                  | Item e ii. Não foram estabelecidos objetivos e metas para o programa.                                                                                          |                         |                                                                                             |            |     |
| GRI 202: Presença no Mercado 2016                      | 202-1 Proporção entre salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero                   | Nosso menor salário atualmente para colaboradores em registro CLT é o mínimo nacional R\$ 1.621 sendo a proporção de 1:1 |                                                                                                                                                                |                         |                                                                                             |            |     |
| GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016 | 405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados                                                            | Pág. 42                                                                                                                  | O órgão passou a ser composto por 13 homens e 2 mulheres, todos brancos. As 2 mulheres e 4 homens estão entre 30 e 50 anos e 9 homens estão acima dos 50 anos. |                         |                                                                                             |            |     |
|                                                        | 405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens    | Pág. 42                                                                                                                  | 405-2 Omissão parcial                                                                                                                                          | Informação indisponível | Não foi possível apresentar o cálculo de proporção para os itens ii e iv sobre remuneração. |            |     |

| Tópico GRI                                                   |                                                                                                                   | Item                                                                                                                                                                                                                                |  | Omissão               |                         |                                                                                                                                                                                                                               |     |
|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tópicos gerais                                               |                                                                                                                   | Localização/informação                                                                                                                                                                                                              |  | Requisito omitido     | Razão de omissão        | Explicação                                                                                                                                                                                                                    | ODS |
| GRI 406: Não Discriminação                                   | 406-1: Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas                                                        | Pág. 33<br>Foram registrados 6 processos de discriminação nos quais o valor total de perdas monetárias decorrentes de procedimentos legais associados à discriminação de colaboradores, no exercício de 2025, foi de R\$ 10.000,00. |  |                       |                         |                                                                                                                                                                                                                               |     |
| Tema material - Engajamento Social com as Comunidades Locais |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                     |  |                       |                         |                                                                                                                                                                                                                               |     |
| GRI 3: Temas Materiais 2021                                  | 3-3 Gestão dos temas materiais                                                                                    | Pág. 61                                                                                                                                                                                                                             |  |                       |                         |                                                                                                                                                                                                                               |     |
| GRI 413: Comunidades Locais 2016                             | 413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local | Págs. 23 e 61                                                                                                                                                                                                                       |  | 413-1 Omissão parcial | Informação indisponível | Mesmo o Grupo tendo trabalhado em diversas ações de engajamento e avaliação de impacto social, não foi possível quantificar as unidades de negócio que estiveram diretamente envolvidas nas atividades realizadas pelo Grupo. |     |
| Tópicos Governança                                           |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                     |  |                       |                         |                                                                                                                                                                                                                               |     |
| GRI 201: Desempenho Econômico 2016                           | 201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído                                                                 | Pág. 22                                                                                                                                                                                                                             |  |                       |                         |                                                                                                                                                                                                                               |     |
|                                                              | 203-1 Investimento em infraestrutura e apoio a serviços                                                           | Págs. 10 e 15                                                                                                                                                                                                                       |  |                       |                         |                                                                                                                                                                                                                               |     |
| GRI 205: Combate à Corrupção 2016                            | 205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção                               | Pág. 31<br>100% dos colaboradores foram capacitados em políticas e diretrizes da Companhia.                                                                                                                                         |  |                       |                         |                                                                                                                                                                                                                               |     |
|                                                              | 205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas                                                            | Não há casos relatados envolvendo corrupção.                                                                                                                                                                                        |  |                       |                         |                                                                                                                                                                                                                               |     |
| GRI 418: Privacidade do Cliente 2016                         | 418-1 Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes                        | Pág. 35                                                                                                                                                                                                                             |  |                       |                         |                                                                                                                                                                                                                               |     |

| Tópico GRI                                                      |                                                                                                           | Item                                                                                                                                                                                                                                                        |  | Omissão           |                  |            |     |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------|------------------|------------|-----|
| Tópicos gerais                                                  |                                                                                                           | Localização/informação                                                                                                                                                                                                                                      |  | Requisito omitido | Razão de omissão | Explicação | ODS |
| Tema material - Gestão Socioambiental da Cadeia de Fornecedores |                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                             |  |                   |                  |            |     |
| GRI 3: Temas Materiais 2021                                     | 3-3 Gestão dos temas materiais                                                                            | Pág. 75                                                                                                                                                                                                                                                     |  |                   |                  |            |     |
| GRI 204: Práticas de Compra 2016                                | 204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais                                                         | Pág. 75<br>Para o Grupo SBF a definição de fornecedores locais é: Fornecedores com CNPJ constituído no Brasil e com as compras pagas em Reais (BRL).                                                                                                        |  |                   |                  |            |     |
| GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016               | 308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais                                    | Os fornecedores não são selecionados com base em critérios socioambientais. Apenas para fornecedores de marcas próprias que é exigida a apresentação de Certificação ABVTEX, Sedex ou BSCI as quais utilizam de critérios socioambientais para a avaliação. |  |                   |                  |            |     |
|                                                                 | 308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas                           | Pág. 75                                                                                                                                                                                                                                                     |  |                   |                  |            |     |
| GRI 408: Trabalho Infantil 2016                                 | 408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil                      | Pág.75                                                                                                                                                                                                                                                      |  |                   |                  |            |     |
| GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016            | 409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo | Pág.75                                                                                                                                                                                                                                                      |  |                   |                  |            |     |
| GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016                  | 414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais                                       | Os fornecedores não são selecionados com base em critérios socioambientais. Apenas para fornecedores de marcas próprias que é exigida a apresentação de Certificação ABVTEX, Sedex ou BSCI as quais utilizam de critérios socioambientais para a avaliação. |  |                   |                  |            |     |
|                                                                 | 414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas                              | Pág.75                                                                                                                                                                                                                                                      |  |                   |                  |            |     |

SASB

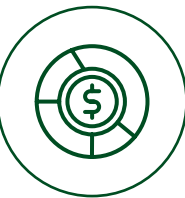
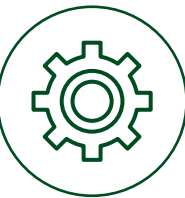
| Temas                                             |                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Omissão           |                  |            |     |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------|------------|-----|
| Tópicos gerais                                    | Ítem SASB                                                                                                                        | Localização/informação                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Requisito omitido | Razão de omissão | Explicação | ODS |
| Métricas de atividade                             | CG-MR-000.A Número de: (1) lojas e (2) centros de distribuição                                                                   | (1) Total de 280 lojas, sendo 230 Centauro e 50 Fisia (12 no modelo NDIS e 38 no modelo NVS)<br>(2) Total de 7 estabelecimentos, sendo:<br>- 6 na BU Centauro: 3 CDs (Extrema, Jarinu e JPA), 2 CTs (Paraíba e Itajaí) e um Service Center (Rio de Janeiro)<br>- 1 na BU Fisia: CD (Extrema)                            |                   |                  |            |     |
|                                                   | CG-MR-000.B Área total de: (1) lojas e (2) centros de distribuição                                                               | (1) Total de 288.393m² de ABL (área bruta locável) em lojas, sendo 237.390m² em Centauro e 51.003m² em Fisia (8.648m² no modelo NDIS e 42.354m² no modelo NVS)<br>(2) Total de 138.587m² nos 7 estabelecimentos, sendo:<br>- 77.584m² na BU Centauro (3 CDs, 2 CTs e 1 Service Center)<br>- 61.003m² na BU Fisia (1 CD) |                   |                  |            |     |
| Tópicos ambientais                                |                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                   |                  |            |     |
| 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 | (1) Energia elétrica consumida: 57.179 MWh<br>(2) Porcentagem de eletricidade do mercado livre: 66,4%<br>(3) Porcentagem de energia renovável: 69,2%                                                                                                                                                                    |                   |                  |            |     |
|                                                   | CG-MR-410a.3 Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental das embalagens                                            | Pág. 73                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                   |                  |            |     |

| Temas                                  |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                        | Omissão           |                  |            |     |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------|------------|-----|
| Tópicos gerais                         | Ítem SASB                                                                                                                   | Localização/informação                                                                                                                                                 | Requisito omitido | Razão de omissão | Explicação | ODS |
| Tópicos sociais                        |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                        |                   |                  |            |     |
| Práticas de trabalho                   | CG-MR-310a.1 (1) Salário médio por hora e (2) porcentagem de empregados nas lojas que recebem salário mínimo, por região    | (1) Salário médio por hora: R\$ 18,15 (considerado 220 horas)<br>(2) porcentagem de empregados nas lojas que recebem salário mínimo, por região: 54,18%                |                   |                  |            |     |
|                                        | CG-MR-310a.2 (1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para associados da loja e para todos os associados      | Taxa de rotatividade total de lojas: 72,71%<br>Taxa de rotatividade total de lojas Voluntárias: 42,22%<br>Taxa de rotatividade total de lojas Involuntárias:30,49%     |                   |                  |            |     |
|                                        | CG-MR-310a.3 Valor total de perdas monetárias resultantes de processos judiciais associados a violações da lei trabalhista  | O valor total de perdas monetárias decorrentes de processos judiciais associados a violações da legislação trabalhista, no exercício de 2025, foi de R\$ 5.213.936,72. |                   |                  |            |     |
| Tema material - Diversidade e Inclusão |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                        |                   |                  |            |     |
| Diversidade e Inclusão dos associados  | CG-MR-330a.1 Porcentagem de representação de gênero e grupo étnico/ racial para (1) gestão e (2) todos os outros associados | (1) Gestão: 10,88%<br>(2) Todos: 89,12%                                                                                                                                |                   |                  |            |     |
|                                        | CG-MR-330a.2 Perdas monetárias resultantes de procedimentos legais associados a discriminação de colaboradores              | O valor total de perdas monetárias decorrentes de procedimentos legais associados à discriminação de colaboradores, no exercício de 2025, foi de R\$ 10.000,00.        |                   |                  |            |     |

| Temas                                                           |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                         | Omissão           |                  |            |     |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------|------------|-----|
| Tópicos gerais                                                  | Ítem SASB                                                                                                                                             | Localização/informação                                                                                                                  | Requisito omitido | Razão de omissão | Explicação | ODS |
| Tópicos Governança                                              |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                         |                   |                  |            |     |
| Segurança de dados                                              | CG-MR-230a.1 Descrição da abordagem para identificar e lidar com riscos de segurança de dados                                                         | Pág. 35                                                                                                                                 |                   |                  |            |     |
|                                                                 | CG-MR-230a.2 (1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados | Não há queixas relacionadas a violação da privacidade e perda de dados de clientes                                                      |                   |                  |            |     |
| Tema material - Gestão Socioambiental da Cadeia de Fornecedores |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                         |                   |                  |            |     |
| Abastecimento de produtos, embalagens e marketing               | CG-MR-410a.1 Receita de produtos de terceiros certificados com padrões de sustentabilidade ambiental e/ou social                                      | A receita de produtos de terceiros certificados com padrões de sustentabilidade ambiental e/ou social, em 2025, foi de R\$ 951 milhões. |                   |                  |            |     |

MAPA DE CAPITAIS

Capitais Relacionados

|                                                                                     |                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
|    | <b>FINANCEIRO</b><br>Página .....7                            |
|    | <b>NATURAL</b><br>Página ..... 7, 69                          |
|   | <b>MANUFATURA</b><br>Página ..... 7                           |
|  | <b>HUMANO</b><br>Páginas ..... 7, 24, 36, 60                  |
|  | <b>SOCIAL E RELACIONAMENTO</b><br>Páginas ..... 7, 23, 36, 60 |
|  | <b>INTELECTUAL</b><br>Páginas ..... 7, 23, 36, 60             |

MAPA DE ODS

ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

|                                                                                       |                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|    | Páginas .....7, 36, 60  |
|    | Página ..... 60         |
|   | Páginas ..... 24, 36    |
|  | Páginas ..... 7, 36, 60 |
|  | Páginas ..... 7, 24, 69 |
|  | Páginas ..... 60, 69    |

# CRÉDITOS

GRI 2-1

## COORDENAÇÃO

Diretoria de Controladoria e Políticas  
Contábeis

Diretoria de Gente e Jurídico

Diretoria de Relações com Investidores

## CONTATO

ri@gruposbf.com.br

## CONSULTORIA GRI

Protiviti

## PROJETO EDITORIAL E PROJETO GRÁFICO

Amplify

## FOTOS

Banco de Imagens Grupo SBF

## GRUPO SBF

Avenida Doutora Ruth Cardoso nº 7.221, 3º andar

05425-902 – Pinheiros - São Paulo/ SP

