



SPORTS **WORLD**

INFORME **ANUAL**

2016

SOMOS LA EMPRESA OPERADORA DE CLUBES DEPORTIVOS FAMILIARES LÍDER EN MÉXICO Y LA ÚNICA COMPAÑÍA PÚBLICA EN LA INDUSTRIA DEL WELLNESS EN LATINOAMÉRICA. OFRECEMOS UNA AMPLIA GAMA DE PROGRAMAS DEPORTIVOS ENFOCADOS EN LAS NECESIDADES Y DEMANDAS ESPECÍFICAS DE NUESTROS CLIENTES, ASÍ COMO SERVICIOS DE ENTRENAMIENTO, SALUD Y NUTRICIÓN CONFORME A LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS INTERNACIONALES DE LA INDUSTRIA. DESDE 2010, SPORTS WORLD COTIZA EN LA BOLSA MEXICANA DE VALORES CON EL TICKER SPORT.S



CONTENIDO

04
CIFRAS
RELEVANTES

12
MENSAJE DEL DIRECTOR
GENERAL

16
MODELO DE
SOSTENIBILIDAD Y
MATERIALIDAD

22
ESTRATEGIA
WELLNESS

26
SERVICIO Y
HOSPITALIDAD

30
CAPACIDAD DE
INNOVACIÓN

36
EXPANSIÓN
CONSTANTE

44
DESEMPEÑO
SOCIAL

66
DESEMPEÑO
AMBIENTAL

80
GOBIERNO
CORPORATIVO

85
DATOS FINANCIEROS
RELEVANTES

88
ESTADOS
FINANCIEROS

139
ÍNDICE GRI

MISIÓN

Hacer sentir a nuestros clientes especiales en un ambiente divertido, dinámico y de hospitalidad, activando y transformando sus vidas.

VISIÓN

Ser la organización líder del Wellness, distinguida por generar experiencias que permitan superar las expectativas de nuestros clientes a través de la calidad en el servicio e innovación, asegurando el crecimiento de nuestros colaboradores, la rentabilidad y la sostenibilidad de la empresa.

VALORES

- Servicio
- Innovación
- Pasión
- Crecimiento
- Honestidad
- Compromiso
- Trabajo en equipo



CUMPLIMOS **20 AÑOS** Y NOS
CONSOLIDAMOS COMO LA
EMPRESA OPERADORA DE
CLUBES DEPORTIVOS LÍDER
EN MÉXICO.

NOS DISTINGUIMOS POR:

NUESTRO ENFOQUE EN WELLNESS

EXPERIENCIAS ÚNICAS
QUE GENERAN BIENESTAR

NUESTRO SERVICIO Y HOSPITALIDAD

ATENCIÓN PERSONALIZADA,
PROFESIONAL Y AMIGABLE

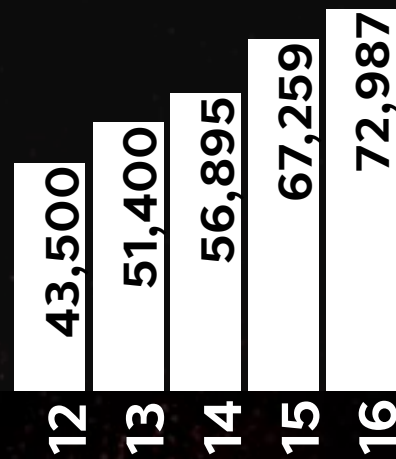
NUESTRA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

OFERTA DEPORTIVA RENOVADA
Y VANGUARDISTA

NUESTRA EXPANSIÓN CONSTANTE

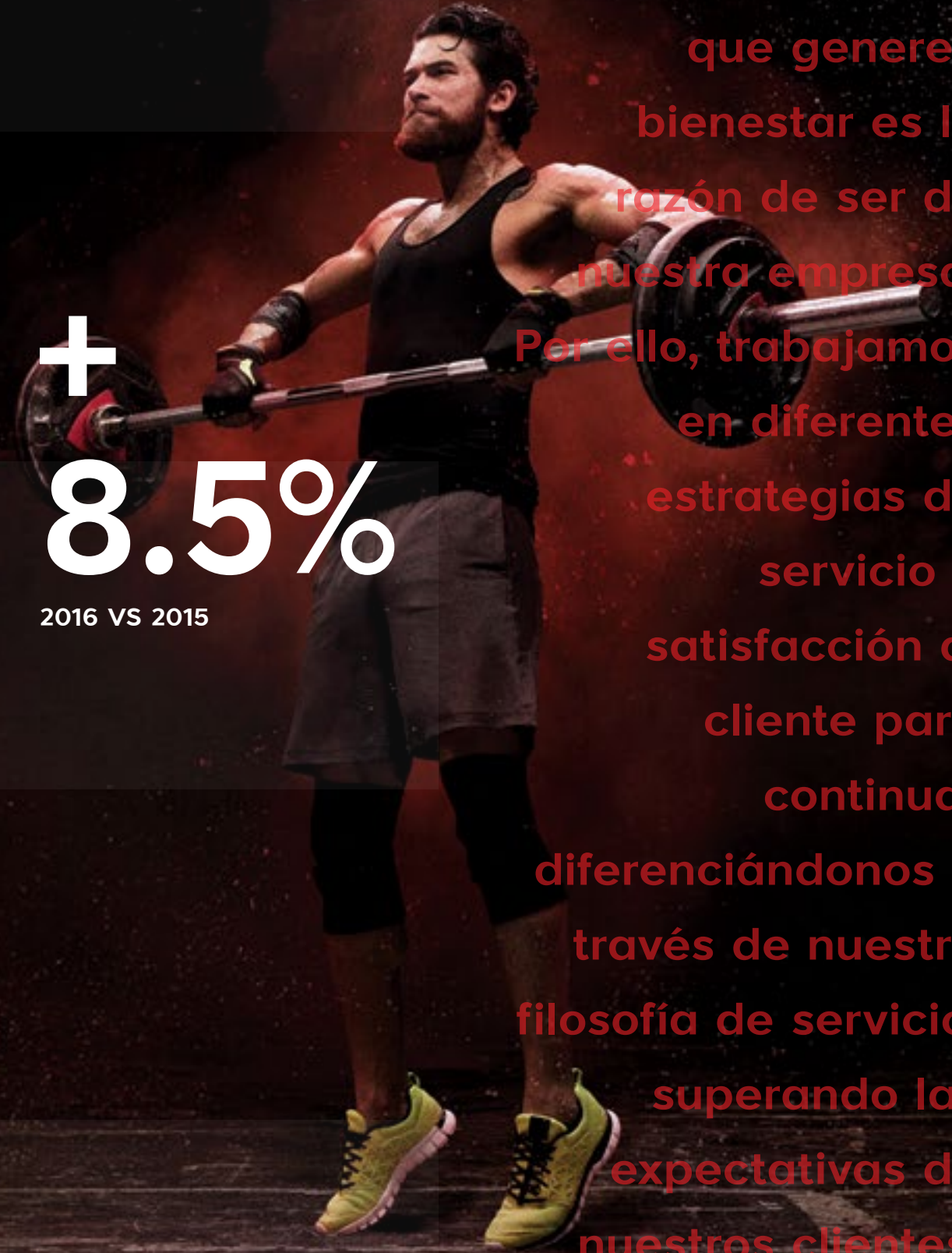
CADA VEZ MÁS CERCA
DE NUESTROS CLIENTES

CAC: 13.8%
Crecimiento Anual Compuesto



72,987 CLIENTES

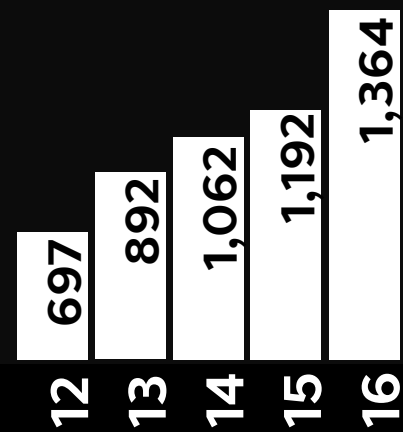
+8.5%
2016 VS 2015



Ofrecer a nuestros clientes experiencias únicas que generen bienestar es la razón de ser de nuestra empresa. Por ello, trabajamos en diferentes estrategias de servicio y satisfacción al cliente para continuar diferenciándonos a través de nuestra filosofía de servicio, superando las expectativas de nuestros clientes.

1,364 INGRESOS

CAC: 18.3%



CIFRAS EN MILLONES DE PESOS

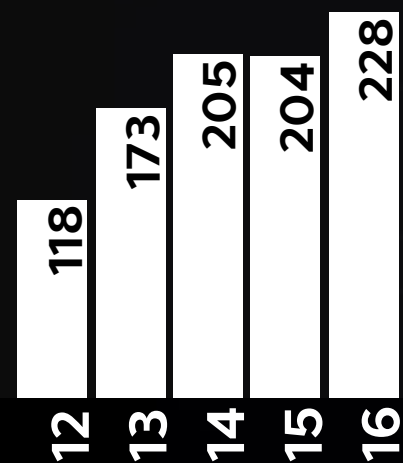
+
14.5%
2016 VS 2015



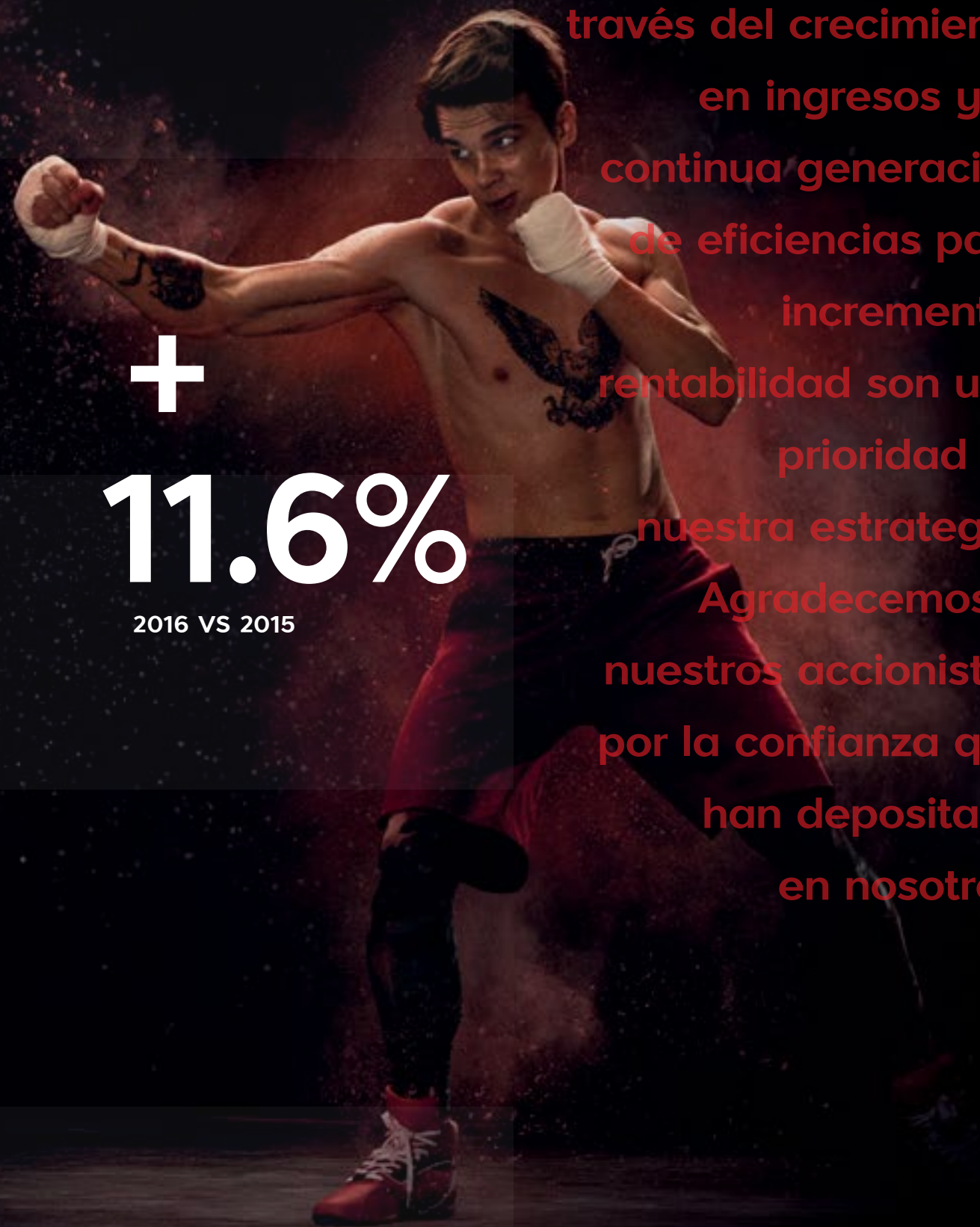
De cara al futuro y particularmente durante 2016, continuamos con el fortalecimiento de nuestros cuatro pilares estratégicos, los cuales son las palancas fundamentales que permitirán consolidar el crecimiento de la rentabilidad a mediano y largo plazo.

2288 EBITDA

CAC: 17.9%



CIFRAS EN MILLONES DE PESOS

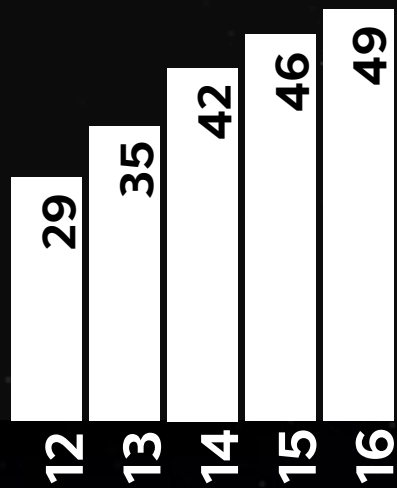


+
11.6%
2016 VS 2015

Incrementar el valor para el accionista a través del crecimiento en ingresos y la continua generación de eficiencias para incrementar rentabilidad son una prioridad en nuestra estrategia. Agradecemos a nuestros accionistas por la confianza que han depositado en nosotros.

49 CLUBES

CAC: 14.0%



+
6.5%
2016 VS 2015



Mantenemos nuestra senda de crecimiento y en 2016 llevamos a cabo la apertura de cuatro clubes para cerrar el año con 49 clubes en operación, lo que fortalece nuestro posicionamiento como la cadena de clubes deportivos familiares líder en México con la más amplia oferta deportiva en el mercado.



MENSAJE A NUESTROS ACCIONISTAS

ESTIMADOS ACCIONISTAS:

DURANTE EL AÑO 2016, EN BASE A LA ESTRATEGIA PLANTEADA, REALIZAMOS IMPORTANTES AVANCES QUE NOS LLEVARON A TENER PROGRESOS SIGNIFICATIVOS EN NUESTRAS MÉTRICAS MÁS RELEVANTES Y QUE SERÁN LA CLAVE PARA SEGUIR CONSTRUYENDO UNA HISTORIA DE ÉXITO.

AL CIERRE DE AÑO ALCANZAMOS UN MÁXIMO HISTÓRICO DE 72,987 CLIENTES, CON UN CRECIMIENTO EN INGRESOS TOTALES DE 14.5% Y DE 11.6% EN LA UAFIDA, COMPARADO CON EL AÑO ANTERIOR.

En Grupo Sports World seguimos creciendo sobre bases sólidas

Trabajamos para mejorar el servicio y hospitalidad en todos nuestros clubes a través de un enfoque exhaustivo en limpieza, mantenimiento, capacitación y certificación de nuestros colaboradores y en la unificación de nuestros procesos de atención al Cliente. Todo esto con el objetivo de fomentar una cultura de hospitalidad y generación de experiencias por encima de las expectativas en toda la empresa, lo cual se vio reflejado en la disminución en los indicadores de deserción de clientes.

Mediante el lanzamiento de diferentes programas deportivos, reforzamos nuestro compromiso por renovar y complementar nuestra oferta deportiva de manera continua, acorde a las nuevas tendencias internacionales, a través de una propuesta de servicio incluyente y diferenciada.

Entre nuestros lanzamientos más importantes del año podemos mencionar **IndBike**, un concepto único de *spinning* con rutinas de entrenamiento dinámicas y desafiantes, acompañadas de contenido visual en pantallas y ambientación con iluminación y sonido acorde a la rutina que se ejecute. Otro lanzamiento importante fue **Physical Move**, diseñado especialmente para corregir aspectos de movimiento y postura y reconectar las cadenas musculares.

Complementario a estos lanzamientos y como parte de nuestro interés por fomentar un ambiente sano y familiar e incrementar la base de nuestros clientes más jóvenes, firmamos un acuerdo con **SafeSplash Swim School**, la franquicia líder de escuelas de natación en Estados Unidos. El programa de SafeSplash emplea un método de enseñanza de natación premium, enfocado en brindar una experiencia única y profesional mediante la creación de una atmósfera de confianza. Este programa considera la personalidad, el nivel de habilidad y la madurez de los niños y jóvenes, potenciando los resultados, además de entregar a los padres reportes periódicos del avance de los niños participantes en el programa. Programas como este nos han permitido fortalecer nuestra presencia en el segmento familiar, que al cierre de 2016 representó 26% de nuestros clientes.

Como parte de nuestra labor social, realizamos una alianza con **Save the Children** para implementar un programa que busca ofrecer educación nutricional, fomentar el incremento de la actividad física como parte de un estilo de vida activo entre niños y niñas en edad escolar, prevenir la obesidad infantil y el sedentarismo a través de talleres y actividades lúdicas. Asimismo, de acuerdo con nuestro enfoque *wellness*, nos hemos incorporado como miembros activos del **Consejo para la prevención y atención integral de la obesidad y los trastornos de la conducta alimentaria de la Ciudad de México**, el cual forma parte de las iniciativas implementadas con el sector público para hacer frente los padecimientos causados por el sedentarismo.

Por quinto año consecutivo obtuvimos el distintivo **ESR** y fuimos reconocidos por la encuesta **Great Place To Work** como uno de los mejores lugares para trabajar en México, siendo los únicos en nuestra actividad con este reconocimiento.

Con la finalidad de concentrar nuestros esfuerzos en los clubes que responden mejor a nuestra estrategia comercial, durante el año transferimos la operación de los clubes SW Luna Parc, SW Coacalco y SW Arboledas a un tercero que los operará con una marca diferente. La Compañía mantiene un porcentaje de las utilidades que se generen y los clientes con mantenimiento *All Clubs* tienen acceso a ellos, lo que nos permite mantener nuestra presencia en las zonas donde operan dichos clubes. Asimismo, durante el mes de julio dejé de operar el club SW Paseo Interlomas, debido a un proceso de ampliación y remodelación del centro comercial. Se tiene planeado reabrir este club en la primera parte de 2018, formando parte del importante plan de expansión y aperturas que tendremos en los próximos años.

En 2016 llevamos a cabo la apertura de cuatro clubes, uno en Mérida y tres en Guadalajara, dos ciudades con gran potencial. Nos enorgullece mencionar que somos la compañía de clubes deportivos en México con el mayor ritmo de crecimiento en el segmento al que estamos enfocados, posicionándonos como la cadena más grande con 49 clubes en operación al cierre de 2016. Estas aperturas nos ayudarán a generar economías de escala y, por lo tanto, a mejorar nuestros márgenes y generación de efectivo en la medida que vayamos alcanzando la capacidad máxima de clientes en cada uno de los clubes en operación. Al cierre de 2016 los clubes familiares se encontraron, en promedio, al 75% de su capacidad, comparado con un 69% en 2015. Por otra parte, nuestros clubes individuales pasaron del 63% en 2015 al 68% en 2016. Seguimos trabajando día a día en estrategias para continuar incrementando este indicador.

Seguimos
desarrollando
nuestra estrategia
enfocada en ofrecer
experiencias únicas
que generen
bienestar, con el
objetivo de que el
wellness se vuelva un
estilo de vida para
nuestros clientes.

Por último, hacia finales de 2016 y principios del presente año realizamos un cambio importante en la identidad de marca, buscando con ello complementar la diferenciación que estamos desarrollando con nuestra presencia a nivel nacional y el enfoque en la experiencia de servicio y *wellness*.

Vemos el 2017 con optimismo; sabemos que traerá retos importantes, sin embargo, reafirmo mi compromiso y el de todos nuestros colaboradores para seguir por la senda de crecimiento que nos ha distinguido y para continuar fortaleciendo nuestra estrategia con el objetivo de mejorar los resultados y la rentabilidad para nuestros accionistas.

Finalmente, quiero aprovechar esta oportunidad para agradecer a nuestros colaboradores porque su compromiso y dedicación han sido pieza clave para el crecimiento de Sports World, a nuestros clientes que nos distinguen con su preferencia y a nuestros accionistas por la confianza que han depositado en nuestra Compañía.

Atentamente,



Fabián Bifaretti
Director General
Ciudad de México, abril de 2017





MODELO DE SOSTENIBILIDAD

En Grupo Sports World la sostenibilidad es parte importante de la empresa, es por esto que para nosotros es un componente más de la estrategia del negocio. Asimismo, sabemos que debemos adaptarnos continuamente a los cambios en las condiciones del entorno y las necesidades de nuestros grupos de interés.

En nuestra visión nos comprometemos a generar experiencias únicas para nuestros clientes a través de la calidad en el servicio e innovación y este compromiso es también parte de nuestra propuesta de valor. Por esta razón nos encontramos en un proceso permanente de mejora continua con la finalidad de que el *wellness* se vuelva un estilo de vida.

Trabajamos para integrar nuestra filosofía de sostenibilidad en cada paso que damos, desde acciones clave en el corporativo hasta el trabajo en el día a día en nuestros clubes, haciendo de cada aspecto de la operación una parte importante del Modelo de Sostenibilidad de la Compañía.

Durante 2016 nos enfocamos en analizar dónde estamos y hacia dónde queremos ir en materia de sostenibilidad, tomando en cuenta la estrategia de negocio, las necesidades de nuestros grupos de

interés y el planteamiento actual de nuestro modelo. Como resultado de este análisis, surgió la necesidad de ajustar nuestro enfoque para mantenernos vigentes y orientados a lo que las condiciones cambiantes del entorno nos demandan.

Hemos desarrollado un plan de trabajo con el que nos aseguraremos de cubrir las necesidades de nuestros grupos de interés y la estrategia de negocio. Para 2017 nos comprometemos a realizar una actualización del análisis de materialidad y, en consecuencia, reforzaremos, según los resultados obtenidos, el planteamiento del Modelo de Sostenibilidad que comunicaremos en el Informe Anual 2017.

Mientras trabajamos en este proceso, seguiremos con nuestras acciones y compromisos establecidos anteriormente, manteniendo así la vigencia tanto de nuestro modelo de sostenibilidad con base en cuatro ejes clave como los temas materiales definidos durante 2015.

MATERIALIDAD

Asimismo, refrendamos nuestro compromiso por trabajar con base en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, aportando a través de nuestras acciones directamente en el cumplimiento de las siguientes metas:



Asunto	Impacto dentro de Sports World	Impacto fuera de Sports World	Capítulo del informe que aborda el tema
Impactos en la salud y el bienestar físico	●	●	ESTRATEGIA WELLNESS
Materiales	●	●	DESEMPEÑO AMBIENTAL
Energía	●		
Agua	●		
Colaboradores	●		DESEMPEÑO SOCIAL
Comunidad		●	DESEMPEÑO SOCIAL
Ética	●	●	ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

Para conocer más acerca de nuestro modelo de sostenibilidad y materialidad vigentes visita: <http://www.sportsworld.com.mx/seccion/sustentabilidad/estrategia>

MANTENEMOS UN DIÁLOGO CONSTANTE CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS PARA CONOCER SUS EXPECTATIVAS E INTEGRARLOS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL; ESTA COMUNICACIÓN SUPONE INFORMACIÓN DE GRAN IMPORTANCIA PARA LA TOMA DE DECISIONES DE LA EMPRESA.

NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Es importante para nosotros mantener una comunicación abierta con nuestros grupos de interés, por esa razón, a lo largo del año y desde las diferentes áreas de operación, habilitamos canales para generar un diálogo permanente donde podamos escuchar sus intereses, opiniones y expectativas.

Toda la información que se genera a través de estas vías representa un insumo de gran valor para nosotros ya que es la forma en la que podemos mejorar la operación, atender las necesidades del entorno e innovar en nuestros servicios. Por lo anterior, la relación y diálogo con nuestros grupos de interés son acciones estratégicas para la toma de decisiones.

Durante 2016 mantuvimos los canales de contacto habituales a través de los cuales damos atención a las inquietudes de nuestros grupos en el día a día. Asimismo, como parte de nuestro compromiso por actualizar la materialidad, durante 2017 generaremos un nuevo ejercicio de diálogo para conocer sus expectativas en el corto, mediano y largo plazo y poder así replantear nuestras metas y ajustar las acciones desde el Modelo de Sostenibilidad de Grupo Sports World.

Para revisar el detalle de nuestro diálogo con grupos de interés vigente visita: <http://sportsworld.com.mx/seccion/sustentabilidad/estrategia>

Frecuencia de la interacción con nuestros grupos de interés:
 ● Constante ■ Periódica ▲ Anual

CLIENTES

La razón de ser de nuestras actividades; tenemos el objetivo de superar sus expectativas y mejorar su bienestar.

COLABORADORES

Convertirnos en un medio para que cada colaborador pueda cumplir su propósito de vida, mediante el desarrollo de relaciones laborales duraderas, en un ambiente que promueva el crecimiento, desarrollo y participación.

COMUNIDAD

Beneficiamos a las personas a través del impacto de nuestras actividades en la generación de bienestar y la promoción de actividad física para la mejora de la calidad de vida.

PROVEEDORES

Proveedores de bienes y servicios estratégicos para nuestras operaciones, con quienes hacemos extensiva nuestra filosofía enfocada en una actividad ética, responsable y sostenible.

ACCIONISTAS

Actores clave en la conducción financiera y operativa del negocio, según reglamentaciones, contratos, políticas, normas de ética o prácticas vigentes.

CANALES DE COMUNICACIÓN

- Redes Sociales
- ▲ Estudio de Percepción sobre Temas de Responsabilidad Social
- Encuestas de Satisfacción
- Publicidad en Medios
- Actividades en Clubes
- Denuncia SW

- Redes Sociales
- Juntas de Seguimiento y Resultados Trimestrales
- Política de Puertas Abiertas
- Visitas a Clubes por Parte del Presidente del Consejo y Equipo Directivo
- Sistema de Administración por Objetivos con Revisiones y Evaluaciones Periódicas
- Medios de Comunicación Interna
- Denuncia SW
- ▲ Encuesta de Clima Organizacional
- Página Web
- Convocatorias a Cobertura de Vacantes

- ▲ Convocatorias
- Teléfonos
- Correo Electrónico
- Página Web
- Redes Sociales
- Reuniones
- Visitas a Comunidades
- Denuncia SW
- Actividades en Comunidades

- Correo electrónico
- Reuniones
- Encuestas de satisfacción
- Teléfono
- ▲ Convención
- Denuncia SW

- ▲ Reporte Anual
- ▲ Informe Anual
- Reportes Trimestrales
- Asamblea de Accionistas
- Consejo de Administración
- Comité de Auditoría
- Comité de Prácticas Societarias
- Eventos Relevantes
- Línea de Atención Telefónica
- Correo Electrónico
- Página Web

TEMAS CLAVE

Satisfacción del cliente, innovación, cercanía, respaldo y hospitalidad.

Generar oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional, fomentando la participación, desarrollo de habilidades de liderazgo, equilibrio vida-trabajo y vocación de servicio, en un ambiente que fomente la inclusión y diversidad.

Cuidar que nuestra actividad preserve un ambiente familiar y seguro. Desarrollo de actividades orientadas a mejorar la calidad de vida y desarrollo de la niñez y gestionar con responsabilidad, sin perder de vista la sostenibilidad.

Fomentar el cumplimiento del código de ética, estándares de calidad y apego a las normas y reglamentos.

Cumplimiento de las políticas y pautas de Gobierno Corporativo con apego a las normas legales reglamentarias y de ética, cuidando y fortaleciendo la sostenibilidad de nuestras actividades.

ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

Parte esencial de nuestra estrategia de negocio y del modelo de sostenibilidad es el trabajo ético que se ve reflejado en cada aspecto de nuestra operación. Integramos esta filosofía en nuestro día a día a través de políticas, manuales y procedimientos que se ven respaldados por el Código de Ética.

Nos enfocamos en generar relaciones duraderas con nuestros grupos de interés y la clave para esto ha sido la confianza que generamos gracias a que nuestros colaboradores viven y practican los valores y principios que guían nuestras acciones en toda la operación, desde la toma de decisiones estratégicas por parte del Consejo de Administración, el trabajo diario de los instructores en nuestros clubes y la manera de actuar de nuestros proveedores.

Al ser el Código de Ética un manifiesto clave dentro de la empresa, cuando un colaborador empieza a trabajar con nosotros se le da a conocer desde el inicio de la relación laboral. Este documento abarca temas como: igualdad y diversidad, costumbres y cumplimiento de leyes, uso de activos y tecnología, participación en otros negocios, obsequios, información confidencial y privacidad de datos personales, registros e información financiera, comunicación y competencia leal, conflicto de intereses, seguridad industrial y salud en el trabajo.

Como parte de las actividades de reforzamiento, generamos campañas de comunicación permanente donde reforzamos los diferentes aspectos del Código de Ética y a su vez, semestralmente realizamos una revisión del contenido para asegurar la vigencia respecto de las condiciones de la operación y del entorno.

Asimismo, contamos con diferentes canales de denuncia anónima y procedimientos para vigilar el cumplimiento del Código de Ética, por lo que hemos habilitado los siguientes medios de denuncia:

DENUNCIA SW

Directivos, consejeros y colaboradores:

Tel. 5481-7777
ext. 241
denuncia@sportsworld.com.mx

Proveedores:

proveedor@sportsworld.com.mx

Al cierre de 2016 recibimos un total de 69 denuncias, que tienen el siguiente estatus:

17 DENUNCIAS EN PROCESO **13** DENUNCIAS RESUELTAS

Las 39 denuncias restantes no procedieron debido a que corresponden a temas relacionados con la operación, quedando esos temas sin injerencia directa en nuestro Código de Ética.

Para conocer nuestro Código de Ética visita: http://www.sportsworld.com.mx/seccion/sustentabilidad/gobierno_corporativo



EXPERIENCIAS ÚNICAS
QUE GENERAN
BIENESTAR

ESTRATEGIA WELLNESSES



SPORTS WORLD INICIA EN EL AÑO 1996 COMO UN CLUB DEPORTIVO FAMILIAR ENFOCADO EN LA ACTIVIDAD FÍSICA. PARTIENDO DE ESTA IMPORTANTE PLATAFORMA, LA COMPAÑÍA HA IDO MÁS ALLÁ DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEPORTIVA, DESARROLLANDO UNA ESTRATEGIA INTEGRAL ENFOCADA EN EL WELLNESS, CON LA QUE BUSCA CONTRIBUIR A MEJORAR EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS A TRAVÉS DE UN EQUILIBRIO FÍSICO, MENTAL Y EMOCIONAL. DURANTE 2016 HEMOS DADO IMPORTANTES PASOS EN ESTE SENTIDO.

ENFOQUE EN WELLNESS

Este enfoque es consecuencia de la necesidad de promover el abandono del sedentarismo y disminuir las altas tasas de enfermedades y padecimientos que colocan a México en el primer lugar no deseado de varias estadísticas.

La industria wellness en el mundo tiene un valor de aproximadamente \$3.4 trillones de dólares, según el Instituto Global de Wellness, y ha crecido más de 10% en los últimos dos años. Esta industria incluye principalmente los mercados de: a) fitness, b) alimentación saludable, nutrición y pérdida de peso, c) bienestar en el lugar de trabajo y d) Spas; mercados en los que Sports World está presente a través de la gama de actividades incluidas en su propuesta de servicio.

Sports World cuenta con una amplia oferta deportiva que incluye: área de cardio, peso libre e integrado, alberca, área de box, muro para escalar, canchas de squash y salones de actividades grupales donde se imparten programas deportivos innovadores además de entrenamientos personalizados. Cuenta también con FitKidz, un área especial para niños en la que se ofrecen diferentes actividades para iniciarlos en el deporte desde temprana edad, así como programas especializados y clases personalizadas.

Además, complementa esta oferta con sus servicios y actividades *wellness* como yoga y meditación, asesoría nutricional, espacios de relajación como sauna, vapor y spa, campamentos para niños, eventos que fomentan la formación de comunidades, zonas de convivencia y programas corporativos para fomentar una cultura de salud y bienestar.

La innovación, actualización permanente y certificación de los instructores son claves para mantener una amplia gama de actividades evitando la rutina y el aburrimiento e impulsando, a través de la experiencia en el servicio, la continuidad de los clientes; contribuyendo así a mejorar su estilo de vida.



MÁS
ALLA DEL
FITNESS

ATENCIÓN
PERSONALIZADA,
PROFESIONAL Y
AMIGABLE

SERVICIO Y HOSPITALIDAD

INDBIKE



EXPERIENCIAS ÚNICAS

EN SPORTS WORLD
HEMOS REFORZADO
NUESTRO COMPROMISO
POR OFRECER A
NUESTROS CLIENTES
EXPERIENCIAS ÚNICAS
QUE GENERAN BIENESTAR,
ES POR ELLO QUE EL
ENFOQUE EN EL SERVICIO
Y HOSPITALIDAD ES DE
GRAN IMPORTANCIA EN
LA PLANIFICACIÓN Y
DESARROLLO DE LAS
DIFERENTES ACTIVIDADES.

El continuo mantenimiento y exigencia en los niveles de limpieza y orden de nuestras instalaciones han sido un factor clave en nuestro servicio, respondiendo a las exigencias de los clientes e intentando superar sus expectativas. Durante 2016 reforzamos nuestros procesos de mantenimiento preventivo y correctivo, redefinimos los protocolos de limpieza y capacitamos a toda la organización en temas de hospitalidad y servicio, invirtiendo en ello 22,234 horas de capacitación.

Creemos firmemente que la fidelidad de nuestros clientes está directamente ligada con la atención que reciben, con el suministro de servicios adicionales que faciliten su estancia en nuestros clubes (*amenities*), con la innovación deportiva y con el acompañamiento en el logro de sus objetivos. Para ello, nuestro personal es capacitado de manera constante, tanto en temas técnicos como en servicio y hospitalidad. Asimismo, la oferta deportiva se renueva y refuerza de manera periódica.



OFERTA DEPORTIVA
RENOVADA Y
VANGUARDISTA

CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

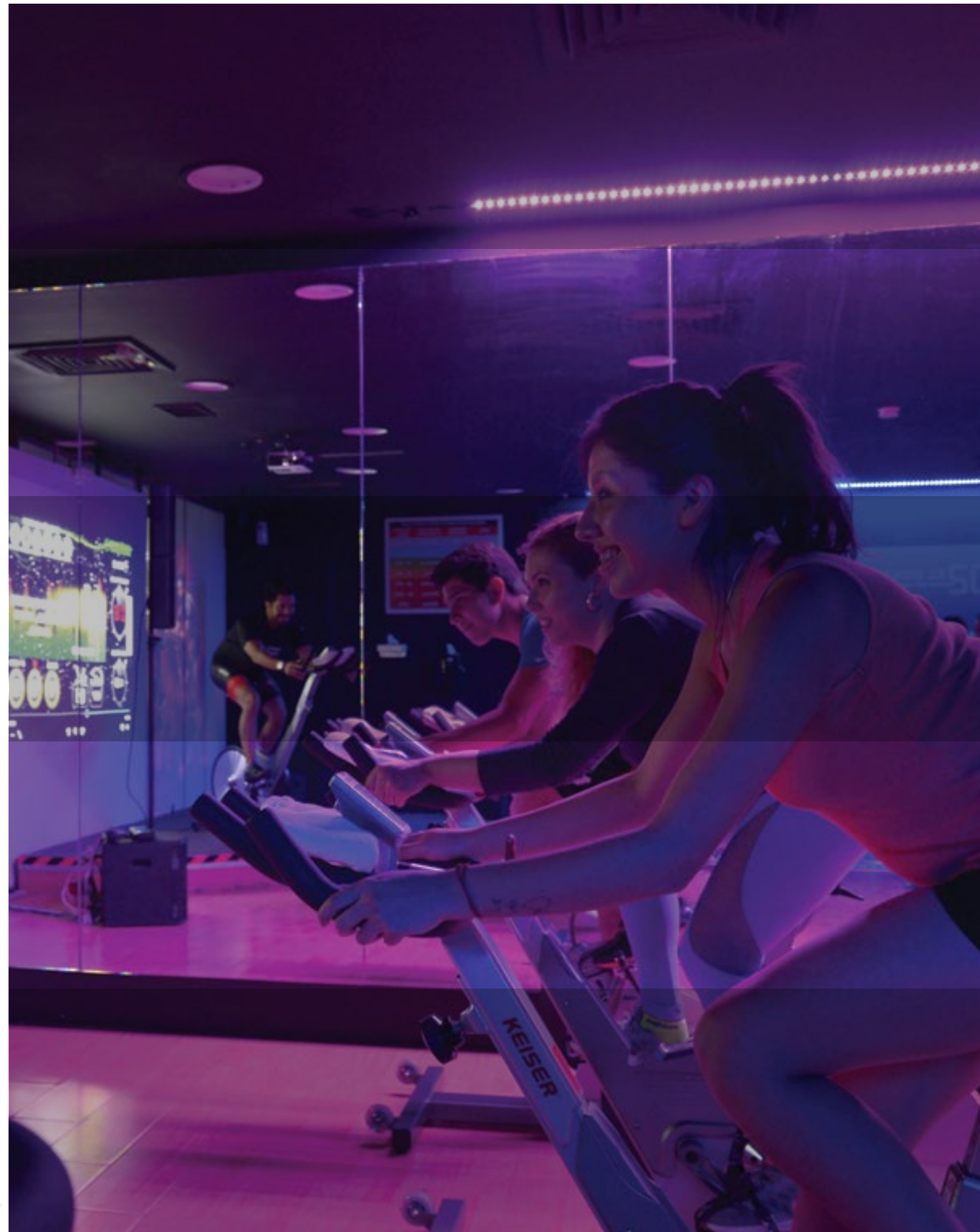
UNA DE LAS CLAVES PARA LA RETENCIÓN Y SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES ES LA INNOVACIÓN; ES POR ESO QUE NUESTRA OFERTA DEPORTIVA SE ENCUENTRA EN CONSTANTE EVOLUCIÓN.

NUEVOS PROGRAMAS DEPORTIVOS

Nuestras instalaciones, además de contar con áreas básicas como pesas, cardio y alberca, entre otras, tienen salones flexibles que nos permiten adaptarnos fácilmente a las nuevas tendencias con una inversión muy baja.

Durante este año lanzamos diferentes programas y actividades que complementan y diversifican nuestra oferta deportiva, entre los que podemos mencionar:

- **Zona Intenze®:** espacio especializado que cuenta con todo el equipamiento necesario para llevar a cabo un entrenamiento funcional de alta intensidad.
- **Absolution®:** programa de entrenamiento funcional que se imparte en modalidad de circuitos orientados a la estética de la parte central del cuerpo.
- **Physical Move®:** entrenamiento de impacto neuromuscular que facilita la reconexión mente-cuerpo. Está diseñado especialmente para corregir aspectos de movimiento, postura y reconectar las cadenas musculares.
- **Indbike®:** un concepto único de *spinning* con rutinas de entrenamiento dinámicas y desafiantes, acompañadas de contenido visual en pantallas y ambientación con iluminación y sonido acorde a la rutina que se ejecute. Este programa va muy de la mano de nuestros desarrollos tecnológicos, ya que por medio de la aplicación móvil, nuestros clientes pueden reservar su lugar en las clases que se imparten por nuestros instructores, así como tomar la clase de manera virtual en el horario que elijan, lo cual permite generar una experiencia completa sin la necesidad de tener instructores en los horarios no pico, poniendo a disposición de nuestros clientes clases en nuevos horarios sin incrementar de manera significativa la estructura de costos.
- **SafeSplash®:** de acuerdo con nuestro enfoque en fomentar un ambiente familiar en nuestros clubes, firmamos un acuerdo con SafeSplash Swim School, la franquicia líder de escuelas de natación en Estados Unidos. El programa de SafeSplash emplea un método de enseñanza de natación premium, enfocado en brindar una experiencia única y profesional mediante la creación de una atmósfera de confianza. Este programa considera la personalidad, el nivel de habilidad y la madurez de cada uno de los niños y jóvenes, potenciando su desarrollo y sus resultados, además de brindar a los padres reportes periódicos de su evolución.



CAMBIO DE IMAGEN

NUEVA IMAGEN
DIFERENCIADORA Y
VANGUARDISTA QUE
ACOMPaña NUESTRA
PROPUESTA DE VALOR
ENFOCADA EN
EL *WELLNESS*.

Durante los últimos meses del año trabajamos en la preparación para el lanzamiento de nuestra nueva imagen, la cual, acompañada de una fuerte campaña publicitaria en diversos medios, se enfoca en mantener nuestro posicionamiento como club familiar e incrementar nuestra presencia y reconocimiento ante las nuevas generaciones, transmitiendo una imagen diferenciadora y de vanguardia que acompaña nuestra propuesta de valor enfocada en el *wellness*.

Cabe mencionar que durante 2016 comenzamos a mejorar la interfase de nuestra aplicación móvil de libre acceso para nuestros clientes. El objetivo es facilitar sus actividades y mejorar su experiencia, fomentando un estilo de vida enfocado al *wellness*. Cada cliente cuenta con un perfil en el que se llevará un registro de sus entrenamientos y su evolución, además de tener información de nutrición y rutinas de entrenamiento.

Complementariamente a esta aplicación, se encuentran en desarrollo nuevos contenidos que permitirán contar con entrenamientos virtuales de nuestras diferentes actividades, permitiendo el desarrollo de las mismas no sólo en nuestros clubes sino fuera de ellos a través de clases grabadas en vivo. El lanzamiento se realizará durante la primera mitad de 2017.



CADA VEZ
MÁS CERCA DE
NUESTROS CLIENTES

EXPANSIÓN CONSTANTE

NUESTRO ENTORNO

SEGÚN LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS), MÁS DEL 35% DE LOS MEXICANOS SON SEDENTARIOS. ESTE SEDENTARISMO, SUMADO A MALOS HÁBITOS ALIMENTICIOS Y OTROS FACTORES, NOS COLOCA EN EL PRIMER LUGAR MUNDIAL EN SOBREPESO Y OBESIDAD, DE ACUERDO A LA OMS.

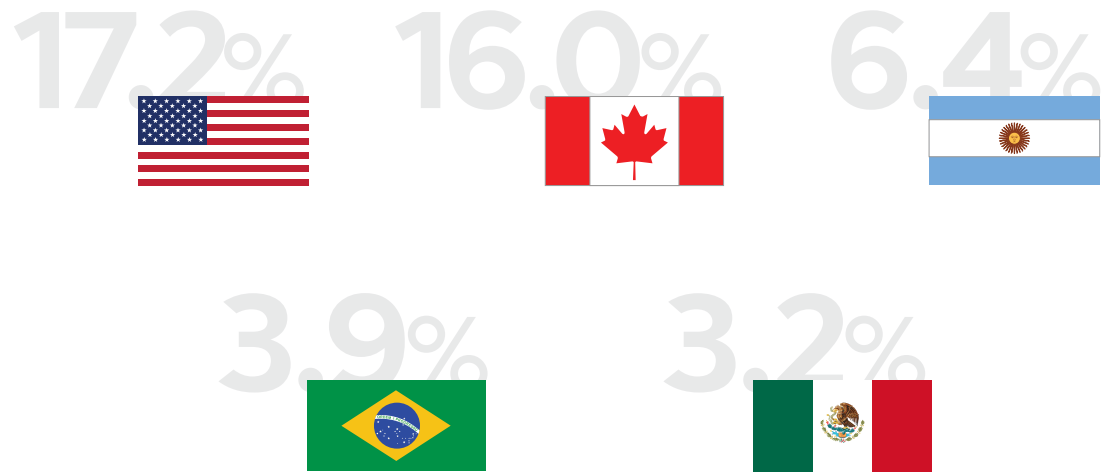
De acuerdo a IHRSA (International Health, Racquet & Sportsclub Association), la penetración del mercado *fitness* en México, medida como el porcentaje de la población inscrita en un club (incluidos clubes de *fitness*, polideportivos, deportivos y estudios), es de 3.2%, lo que representa un alto potencial de crecimiento en el país. Asimismo, los indicadores de salud señalan oportunidades de crecimiento en México.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), más del 35% de los mexicanos son sedentarios. Este sedentarismo, sumado a malos hábitos alimenticios y otros factores, nos colocan en el primer lugar mundial en sobrepeso y obesidad, de acuerdo a la OMS, además del crecimiento en los niveles de población que viven con diabetes como consecuencia de dicho sedentarismo y malas prácticas nutricionales. Estas cifras demuestran la posición privilegiada que tiene Sports World para atacar las necesidades de actividad física y objetivos de bienestar de la población en México.



ACTIVIDAD
FÍSICA

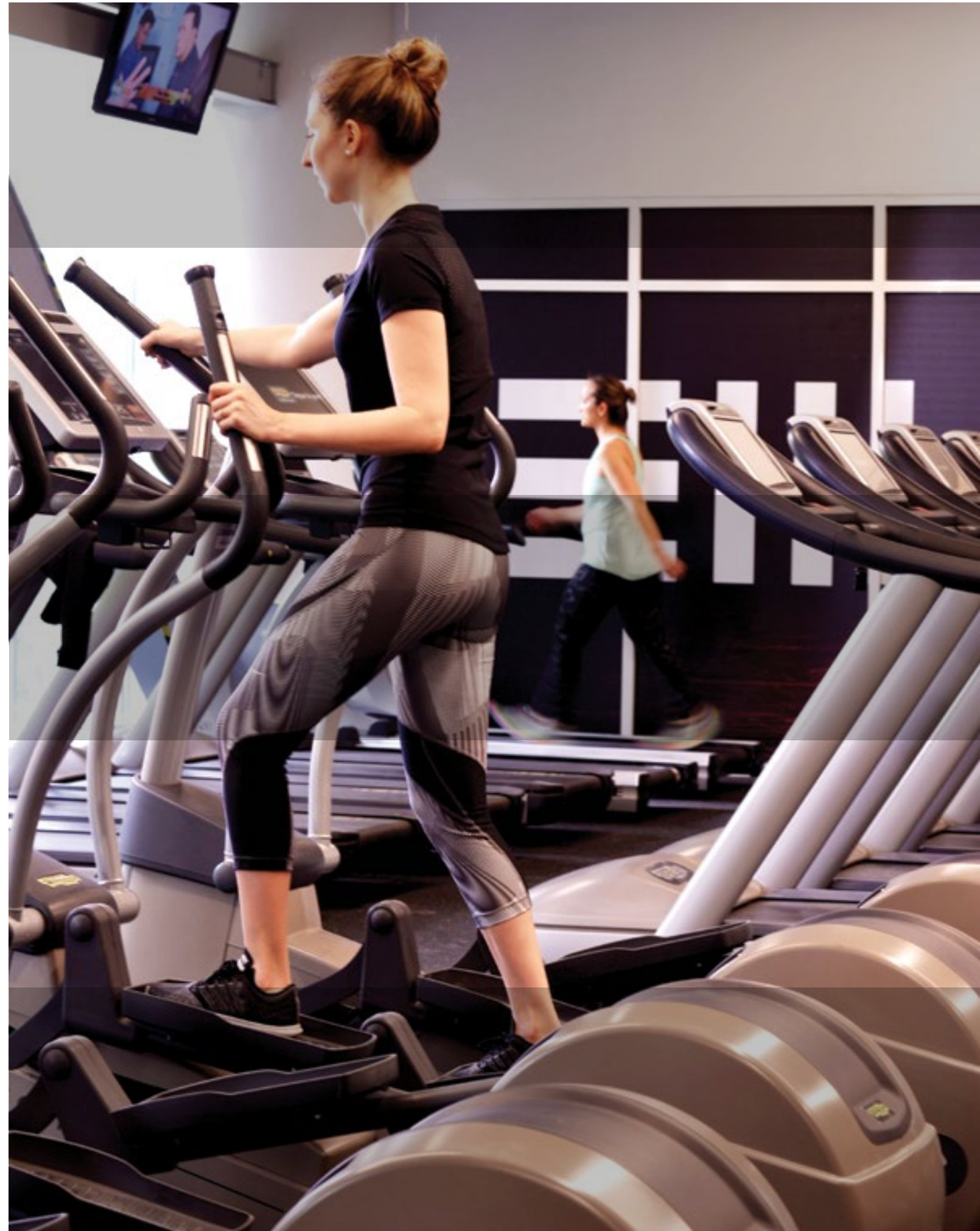
PENETRACIÓN
(% de la población inscrita en un club)



En línea con lo anterior y continuando con nuestro plan de expansión, durante 2016 se llevaron a cabo cuatro aperturas de clubes. El primero en abrir sus puertas fue SW Mérida durante el mes de febrero de 2016, el cual ha tenido una curva de incremento en ocupación muy positiva. El segundo, en la ciudad de Guadalajara, inició operaciones en mayo. Dos clubes más, también en la ciudad de Guadalajara, iniciaron operaciones en octubre.

Mérida y Guadalajara son ciudades importantes para la expansión de Sports World. La primera se caracteriza por ser una de las ciudades con mayor potencial de desarrollo en el país, con una creciente demanda por servicios de *fitness* y con una oferta limitada de clubes deportivos familiares y servicios *wellness*. Guadalajara es una de las ciudades más grandes del país y con mayor poder adquisitivo, en la que también hay una alta demanda por servicios deportivos y orientados a mejorar el bienestar de las personas.

Con estas aperturas, Sports World continúa consolidando su presencia en el país, alcanzando un total de 49 clubes en operación en 13 estados del país, con mayor concentración en la Ciudad de México y área metropolitana, donde se localizan 35 de los clubes. Esto habla del potencial que aún existe para crecer en el país, por lo que continuaremos nuestra expansión con un mayor énfasis hacia el interior de la República, sin quitar atención a las áreas que presenten oportunidades en la capital del país y área metropolitana.



CIUDAD DE MÉXICO

SW CENTENARIO
 SW SAN ÁNGEL
 SW VALLE

SW PATRIOTISMO

SW SANTA FE
 SW CONDESA
 SW PALMAS

SW ALTAVISTA

SW SAN JERÓNIMO

SW PABELLÓN BOSQUES

SW ANZURES

SW PEDREGAL

SW AMORES

SW PRADO SUR

SW ANTARA

SW LAGO ALBERTO

SW ROMA

SW GARDEN SANTA FE

SW UNIVERSIDAD

ESTADO DE MÉXICO

SW SATÉLITE

SW TECAMACHALCO

SW ARBOLEDAS*

SW INTERLOMAS

SW COACALCO*

SW LUNA PARC*

SW TRIÁNGULO TECA

SW METEPEC

SW ZONA ESMERALDA

CAMPECHE

CD. DEL CARMEN

MORELOS

CUERNAVACA

YUCATÁN

MÉRIDA

JALISCO

SW LA RIOJA

SW MINERVA

SW PUERTA DE HIERRO

SONORA

SW HERMOSILLO

NUEVO LEÓN

SW MONTERREY

SW CUMBRES

BAJA CALIFORNIA

SW TIJUANA*

PUEBLA

SW PUEBLA

SW SONATA

VERACRUZ

SW VERACRUZ

GUANAJUATO

SW LEÓN

49 CLUBES

*CUENTA CON UN ACUERDO DE OPERACIÓN COMPARTIDA Y NO OPERA BAJO LA MARCA SPORTS WORLD.

DESARROLLO
Y BIENESTAR
PARA NUESTROS
COLABORADORES

DESEMPEÑO SOCIAL

CONSCIENTES DE LA
IMPORTANCIA QUE
TIENEN NUESTROS
COLABORADORES PARA
EL ÓPTIMO DESARROLLO
DE LA EMPRESA,
EMPRENDIMOS UN
PROCESO CONJUNTO
DE CAMBIO Y NOS
ENFOCAMOS EN
MEJORAR LAS
CONDICIONES PARA
SU DESEMPEÑO.

COLABORADORES

NUESTRO EQUIPO

G4-DMA EMPLEO, G4-DMA DIVERSIDAD E IGUALDAD
DE OPORTUNIDADES, G4-9, G4-10, G4-LA1, G4-LA12

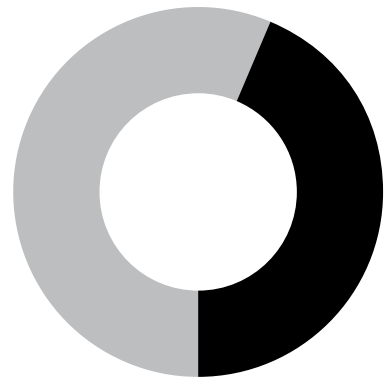
Este proceso tiene como finalidad incrementar su calidad de vida y satisfacción, lo cual, como consecuencia, incrementará la retención de nuestra plantilla laboral. Además, el continuo crecimiento en el número de colaboradores ha tenido un impacto social positivo dentro de las regiones donde operamos.

Adicionalmente, en apego a nuestra Política de Equidad de Género y a nuestro Código de Ética, mantenemos procesos de atracción de talento basados en la diversidad e igualdad, sin ningún tipo de discriminación.

Con el objetivo de asegurar una rápida inclusión a la cultura de la empresa y así atenuar la curva de aprendizaje inicial, contamos con un Manual de Contratación, el cual facilita la administración e integración de nuestros nuevos colaboradores a la Compañía.



AL CIERRE DE 2016
CONTÁBAMOS CON UN
EQUIPO DE 2,063
COLABORADORES.



56%
HOMBRES
[1,160]

44%
MUJERES
[903]

Colaboradores por Entidad y Género			
Entidad	Hombres	Mujeres	Colaboradores por Entidad
Ciudad de México	678	511	1,189
Estado de México	166	138	304
Veracruz	21	17	38
Puebla	55	46	101
León	21	17	38
Monterrey	59	43	102
Hermosillo	23	20	43
Ciudad del Carmen	26	15	41
Mérida	23	23	46
Cuernavaca	21	20	41
Guadalajara	67	53	120
Total	1,160	903	2,063

Otro aspecto relevante en la administración del personal es nuestro compromiso por generar nuevos empleos al mismo tiempo que continuamos asegurando las mejores condiciones para que todos nuestros colaboradores puedan desarrollar sus actividades de la mejor manera.

Nuevas contrataciones por región, género y grupo etario							
Entidad	Menores de 30 años		31 - 50 años		Mayores de 50 años		Total
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
Ciudad de México	266	205	401	267	45	61	1,245
Estado de México	58	43	70	60	6	11	248
Puebla	28	16	24	29	3	1	101
León	9	7	10	8	2	2	38
Monterrey	26	15	28	23	5	5	102
Hermosillo	15	6	6	12	2	2	43
Mérida	11	13	12	9	0	1	46
Guadalajara	25	22	37	25	5	6	120
Ciudad del Carmen	12	9	12	6	2	0	41
Cuernavaca	12	9	9	11	0	0	41
Veracruz	14	8	7	9	0	0	38
Total	476	353	616	459	70	89	2,063

**85.8% DE LOS
COLABORADORES SON
DE TIEMPO COMPLETO**

**COLABORADORES
TIEMPO COMPLETO**



MUJERES

HOMBRES

**COLABORADORES
MEDIO TIEMPO**



MUJERES

HOMBRES

COMPENSACIONES Y BENEFICIOS

G4-DMA Igualdad de retribución entre hombres y mujeres, G4-LA2, G4-LA13

Somos una empresa comprometida con el bienestar de nuestros colaboradores, por esta razón, además de contar con salarios competitivos en el sector, tenemos un programa de beneficios y compensaciones superiores a lo que establece la Ley Federal del Trabajo de México. Asimismo, como parte de este compromiso, exhortamos a nuestra cadena de valor a ofrecer beneficios similares a sus colaboradores y ser copartícipes en la mejora de condiciones laborales a nivel nacional.

En cumplimiento al sexto principio del Pacto Mundial, en Grupo Sports World no ejercemos prácticas de discriminación ni distinción de género en salarios ni remuneraciones.



PRESTACIONES Y BENEFICIOS

01
30 DÍAS DE AGUINALDO

02
FONDO DE AHORRO

03
VALES DE DESPENSA

04
USO DE INSTALACIONES PARA COLABORADORES Y FAMILIARES

05
PREMIO DE ASISTENCIA

06
SEGURO DE VIDA Y GASTOS MÉDICOS MAYORES PARA NIVELES MEDIOS Y GERENCIALES

07
PREMIO DE PUNTUALIDAD

08
BONOS, COMISIONES E INCENTIVOS POR RESULTADOS

09
LICENCIA DE MATERNIDAD O PATERNIDAD

10
ACCESO A SERVICIOS DENTALES

11
LICENCIA POR MATRIMONIO
LICENCIA POR DEFUNCIÓN DE FAMILIAR DIRECTO
DÍAS FESTIVOS NO OFICIALES
APOYO PARA GASTOS POR DEFUNCIÓN
PERMISOS POR ENFERMEDAD, CURSOS, TRÁMITES PERSONALES Y PARTICIPACIÓN EN COMPETENCIAS DEPORTIVAS
DESCUENTO ESPECIAL PARA FAMILIARES EN LOS CLUBES

CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN

G4-DMA CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN; G4-LA9; G4-LA10; G4-LA11

39 HORAS DE
CAPACITACIÓN POR
COLABORADOR
DURANTE 2016.

A través de diversos programas de formación impartidos de manera presencial y/o virtual, fomentamos el desarrollo integral de nuestros colaboradores, asegurando que todo nuestro equipo tenga acceso a capacitación. Este año la capacitación virtual ha sido fundamental; hemos desarrollado una serie de tutoriales y cursos en puestos clave, que han facilitado y asegurado la buena gestión de nuestras operaciones.

En nuestra Compañía es indispensable la formación de líderes, por lo que contamos con una oferta educativa multidisciplinaria que desarrolla las habilidades gerenciales de nuestros colaboradores y nos permite formar grupos de alto desempeño en todos los niveles, garantizando un equipo de trabajo consolidado y enfocado en el servicio.

Con la finalidad de potenciar la cultura de hospitalidad en nuestro equipo de trabajo, durante 2016 implementamos los programas de capacitación "Espíritu SW" y "Star Trainer"; ambos programas están enfocados en temas de servicio y empatía con los clientes, y están en sincronía con las situaciones que se viven en el día a día de nuestra operación.

Garantizamos la certificación de nuestros entrenadores deportivos con actualizaciones y cursos especializados, esto nos permite ofrecer un entrenamiento seguro y de calidad, lo cual es una ventaja competitiva directamente ligada con la satisfacción de nuestros clientes.

Durante 2016 aumentamos la inversión en capacitaciones, comparado con 2015, enfocando los esfuerzos de la Compañía en nuestra gente.

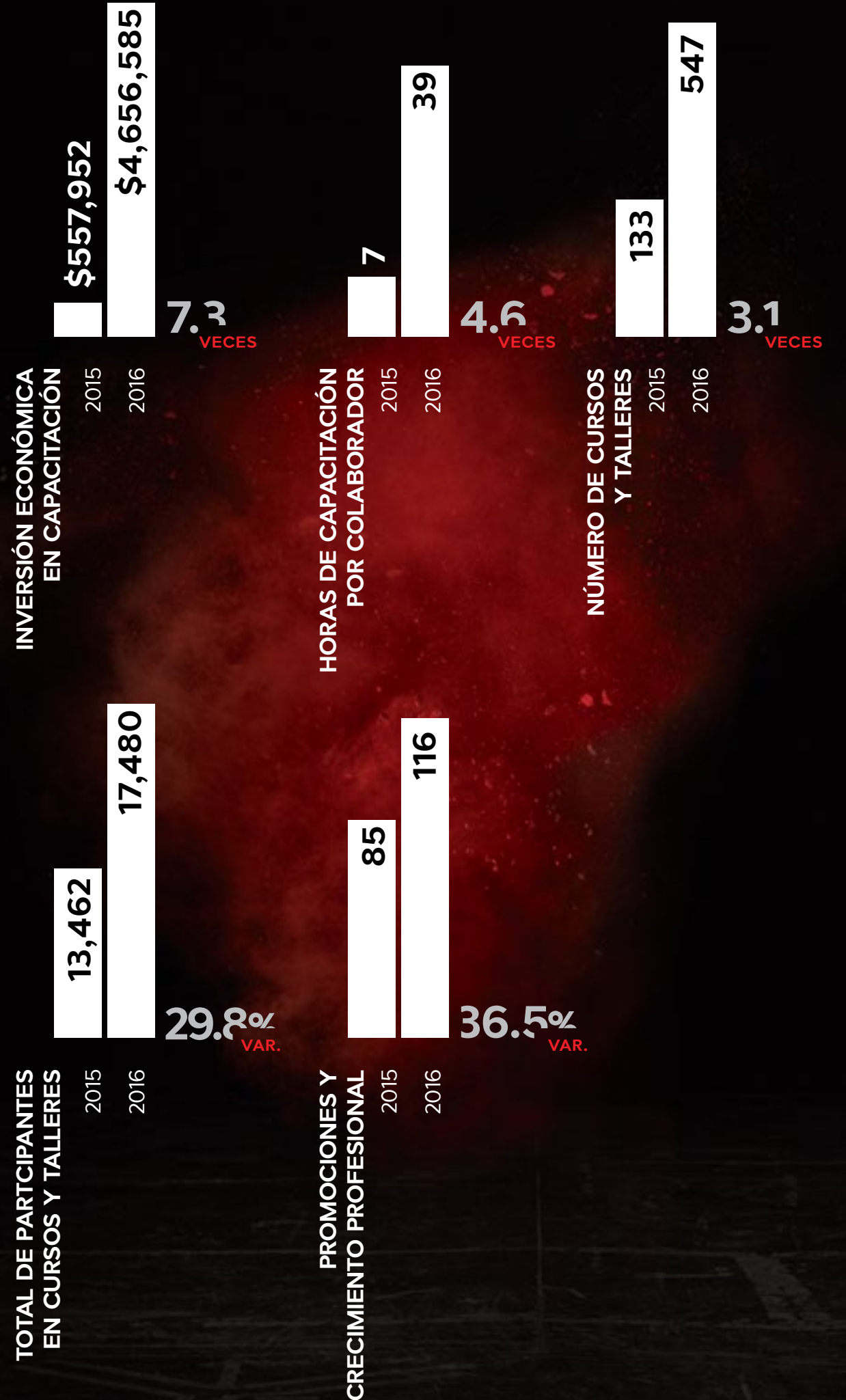




DURANTE 2016
OFRECIMOS 547
CURSOS Y TALLERES
PARA NUESTROS
COLABORADORES.

Capacitación por Área y Número de Participantes		
Nivel dentro de la organización	2015	2016
Dirección	8	88
Gerencia	104	957
Supervisión y Coordinación	233	1,633
Staff	1,476	14,802
Total de Participantes	1,821	17,480

El desarrollo del talento se realiza por medio de varios programas que permiten generar compromiso, lealtad y mejora continua; es por ello que nuestro Modelo de Desarrollo cuenta con un proceso de retroalimentación anual que nos brinda la oportunidad de identificar fortalezas y áreas de oportunidad de los colaboradores; de esta manera podemos crear un plan de seguimiento para el logro de los objetivos planteados, así como el desarrollo de competencias. Estos aspectos propician y generan la oportunidad de realizar promociones laborales y lograr el crecimiento dentro de nuestra empresa.



DIVERSIDAD Y EQUIDAD

G4-DMA NO DISCRIMINACIÓN, G4-DMA TRABAJO INFANTIL, G4-DMA TRABAJO FORZOSO, G4-HR5, G4-HR6, G4-HR8

De acuerdo a nuestros valores y siguiendo los principios del Pacto Mundial, rechazamos cualquier forma de discriminación, explotación infantil y trabajo forzoso. Del mismo modo, podemos declarar que no tenemos casos de vulneración de los derechos de la población indígena.

Para hacer cumplir nuestros compromisos con el respeto a la diversidad y la equidad de género contamos con:

- Política de equidad de género
- Política de acoso, hostigamiento, abuso o discriminación
- Código de ética
- Cursos de capacitación enfocados en la no discriminación y la equidad de género

Estas políticas se le dan a conocer al colaborador desde su ingreso a la empresa a través del curso de inducción y están disponibles para su consulta en la Intranet. Asimismo, incentivamos su cumplimiento poniendo al alcance de todo nuestro equipo los medios de denuncia necesarios en caso de cualquier infracción.

BALANCE DE VIDA Y TRABAJO

Lograr un punto de equilibrio entre la vida personal y el trabajo es uno de los aspectos más relevantes a cumplir para alcanzar el bienestar de nuestros colaboradores, por ello establecimos los siguientes compromisos:

- Incentivar a nuestros colaboradores a tener una vida más sana
- Ofrecer más beneficios por ser parte del equipo de Grupo Sports World
- Hacer extensivos los beneficios para la familia del colaborador
- Fomentar la cultura de la prevención y cuidado de la salud
- Darle continuidad al programa interno de salud "Bienestar"

Con la finalidad de estimular el balance entre la vida personal y laboral de nuestro equipo, favorecemos el que tengan la oportunidad de generar espacios de convivencia y esparcimiento, por lo que existen horarios que apoyan las actividades familiares y/o sociales.

Asimismo, se generan convenios con otras empresas que nos permiten ofrecer beneficios adicionales a nuestro equipo, tales como descuentos, costos preferenciales e incluso servicios gratuitos, por ejemplo, en exámenes generales de laboratorio, ópticas, parques de diversiones y restaurantes, entre otros.

MATERNIDAD Y PATERNIDAD

G4-LA3

Conscientes de la importancia de brindar condiciones óptimas para madres y padres que laboran en nuestra empresa, ofrecemos la oportunidad a la totalidad de la plantilla de tomar una licencia por maternidad o paternidad.

Maternidad o paternidad	Mujeres	Hombres	Total
Colaboradores que se ausentaron por licencia de maternidad o paternidad.	22	22	44
Colaboradores que regresaron a sus actividades luego de finalizada su licencia por maternidad o paternidad.	17	21	38
Colaboradores que conservaron su empleo pasados doce meses desde su reincorporación.	17	21	38



“BIENESTAR”, PROGRAMA INTERNO DE SALUD

Al ser una empresa comprometida con el bienestar de sus integrantes, y por la naturaleza misma de Grupo Sports World, sentimos una profunda responsabilidad por crear mecanismos que permitan a nuestros colaboradores llevar una vida saludable. Por lo anterior, en 2016 continuamos con la puesta en marcha de nuestro programa interno de salud “Bienestar”.

“Bienestar” es un programa que busca fomentar una cultura de autocuidado de la salud en todos nuestros colaboradores. En este sentido, durante 2016 llevamos a cabo las siguientes actividades:

Meses de alineación y balanceo

Con el objetivo de promover una cultura de prevención y autocuidado de la salud, implementamos anualmente el programa “Meses de Alineación y Balanceo”. Este programa consiste en Jornadas de salud en las que ofrecemos servicios médicos de manera gratuita, tales como la medición de glucosa, I.M.C., presión y exámenes de la vista, entre otros. Durante estas jornadas contamos con la participación del 75% de nuestros colaboradores.

Kilostop

Cada año llevamos a cabo el concurso KILOSTOP, con la participación de todos los clubes y el corporativo, donde premiamos al club y al colaborador que haya logrado perder más kilogramos de grasa a lo largo de las ocho semanas que dura este programa. En el 2016 logramos que el 80% de nuestros colaboradores participaran y perdimos 300 kg de grasa entre toda la empresa.

Como consecuencia de las acciones que hemos implementado en esta línea, estamos orgullosos de haber obtenido, por segundo año consecutivo, el distintivo de Empresa Saludablemente Responsable otorgado por el Workplace Wellness Council-México.

Por segundo año consecutivo obtuvimos el reconocimiento de Empresa Saludablemente Responsable.

Día de la Familia

Dentro de las iniciativas de nuestro programa interno de salud "Bienestar" se encuentra el "Día de la Familia". Este programa permite a los familiares directos de nuestros colaboradores hacer uso de las instalaciones los fines de semana.

SALUD Y SEGURIDAD

G4-DMA SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO, G4-LA6, G4-LA8

Con base en nuestro objetivo de crear una cultura de prevención y asegurar un ambiente laboral con condiciones óptimas de salud, higiene y seguridad para todos los colaboradores, nos apegamos a la Ley Federal del Trabajo y contamos con una Comisión de Seguridad e Higiene establecida por la Gerencia de Seguridad Integral.

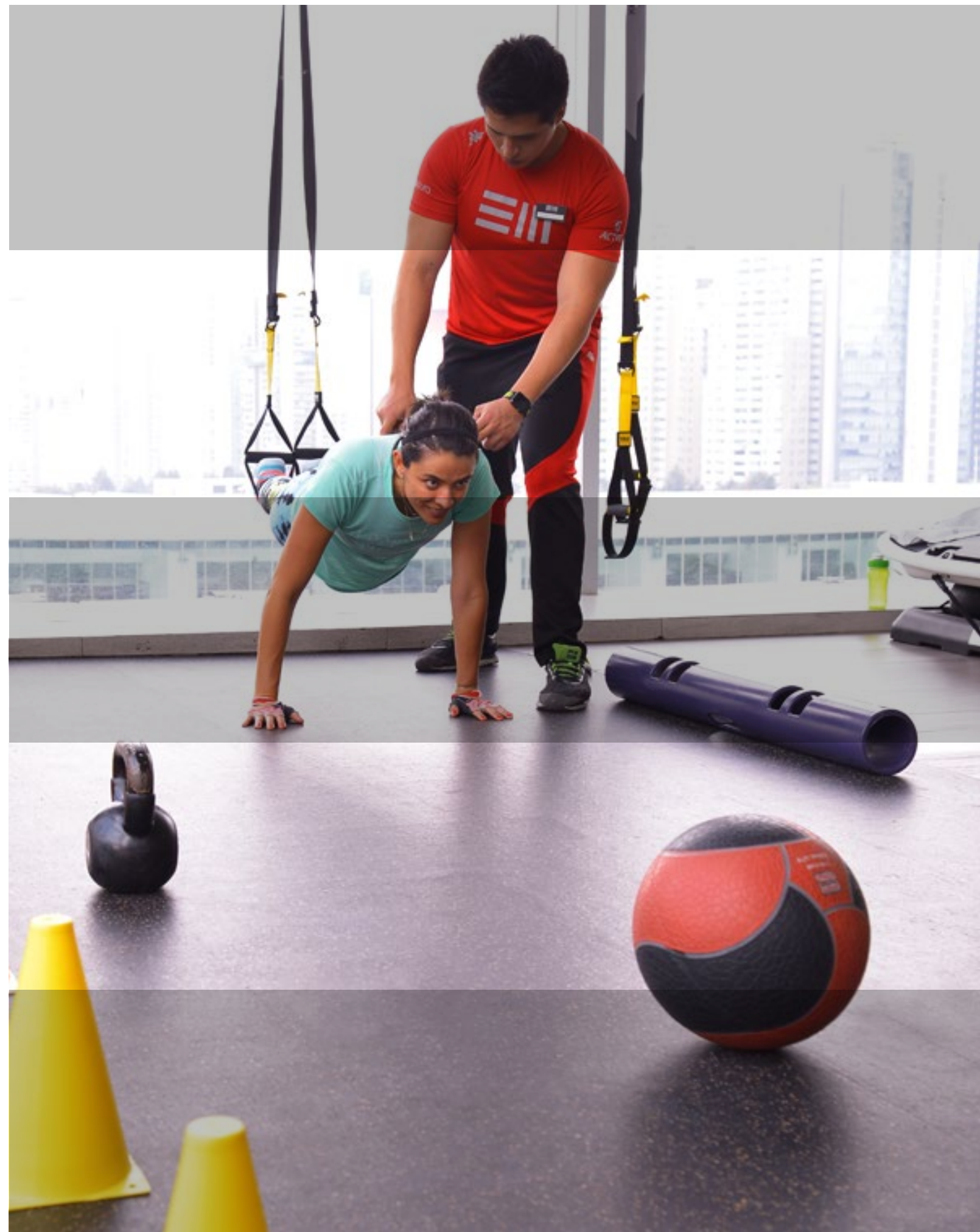
Con la finalidad de identificar peligros potenciales o condiciones inseguras en el espacio de trabajo, durante el mes de enero de cada año se lleva a cabo el Programa Anual de Recorridos de Verificación y se le da seguimiento para garantizar la solución a los hallazgos.

De igual manera, con el propósito de mantener al día nuestros procedimientos sobre el tema, implementamos una actualización en el Procedimiento de Seguridad en Ambiente Laboral.

Índice de Ausentismo		
	2015	2016
Total faltas	4,546	5,713
Total días laborados*	713,894	720,257
% Ausentismo	0.64%	0.79%

* Los días laborados están calculados como el total de colaboradores por el total de días laborados por año.

Aunado a lo anterior, y reafirmado nuestro compromiso por la seguridad y la salud de nuestros clientes y colaboradores, en 2016 orgullosamente obtuvimos el reconocimiento de Establecimiento Cardio-protégido que otorga la Secretaría de Salud de la Ciudad de México, convirtiéndonos en el segundo espacio cardio-protégido que es certificado por dicha institución, por contar con un protocolo de capacitación y reacción, así como con las herramientas necesarias, en este caso los desfibriladores, que nos permite garantizar un entorno seguro ante el riesgo de una eventualidad de este tipo, y actuar de forma eficaz como primer interviniente hasta la llegada de los servicios de emergencias. Actualmente, cada uno de nuestros clubes cuenta con un desfibrilador y dos personas capacitadas para su uso, lo que constituye una política preventiva muy importante para nuestras operaciones.



COMUNIDAD

G4-DMA COMUNIDADES LOCALES, G4-EC1, G4-SO1

CREAR UN VÍNCULO FAVORABLE ENTRE EMPRESA Y COMUNIDAD ES INDISPENSABLE EN EL CAMINO PARA ALCANZAR EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

Con el objetivo de lograr un mayor impacto social y en congruencia con la razón de ser de la Compañía, en 2016 replanteamos la estrategia del pilar de bienestar social, enfocando nuestra inversión social en acciones que favorezcan estilos de vida activos y saludables, un componente fundamental de nuestra misión de bienestar.

Juntos por una Niñez Activa: una Niñez Sana

En México se estima que más de 5.5 millones de niñas y niños escolarizados tienen sobrepeso u obesidad, siendo la alimentación inadecuada y la falta de actividad física las principales causas de dichos padecimientos. Ante este panorama y buscando fortalecer nuestro compromiso a favor del bienestar de la niñez mexicana, en el mes de febrero de 2016 establecimos una alianza con la organización Save the Children México. Esta alianza tiene como finalidad la implementación de un programa para mejorar la nutrición e incrementar la actividad física a través de talleres de educación nutricional y promoción del juego activo.

Entre nuestros motivadores para ser parte de este programa están:

- Ser un factor que coadyuve a transformar la vida de los niños.
- Dar una respuesta a las condiciones actuales de obesidad infantil en México, impulsados por nuestro compromiso de generar una cultura de bienestar integral en las comunidades donde tenemos presencia.
- Contribuir a la educación en el país, de acuerdo a la firme creencia de que “para que los niños puedan aprender deben estar sanos”. Entendemos la relevancia de la inversión en el ambiente escolar para mejorar tanto las condiciones de salud de los niños como su nivel de aprendizaje.

Como primera etapa realizamos un diagnóstico inicial sobre hábitos saludables y llevamos a cabo mediciones de peso y talla. En la búsqueda de que todos los talleres que se realizaron tuvieran éxito, tanto en la implementación como en los resultados, se tuvo especial cuidado en presentar la información a través de actividades lúdicas, de manera que fuera más atractivo y pudieran aprender mientras se divierten.



Gracias a la buena disposición, entusiasmo y ganas de aprender de todos los niños, logramos un cambio en los hábitos de los involucrados en la alianza; esto se evidenció en un importante incremento en el conocimiento de los niños y niñas sobre temas de nutrición, así como también un mayor número de ingesta de verduras, agua natural y desayunos.

Asimismo, en las mediciones finales de peso y talla se encontró que ahora hay una mayor cantidad de niños y niñas que realizan actividad física. Los resultados cuantitativos obtenidos al final del programa se pueden ver a detalle en el informe de “Juntos por una Niñez Activa: una Niñez Sana”.

En esta primera generación del programa se beneficiaron 351 niños de una escuela primaria pública de la Ciudad de México.

Como consecuencia de lo anterior, reafirmamos nuestro compromiso y asumimos darle continuidad al esfuerzo y a los logros alcanzados con este programa, por ello mantendremos la alianza con Save the Children México a lo largo de 2017 y seguiremos siendo un factor de cambio en las vidas de los niños alcanzados por “Juntos por una Niñez Activa: una Niñez Sana”.

Del Olvido al Alivio

A través de esta iniciativa hemos apoyado a diversas fundaciones con la donación de alrededor de 3,500 prendas. La ropa olvidada por parte de nuestros clientes que no es reclamada en cierto periodo, los artículos promocionales y los uniformes no utilizados, son donados a personas necesitadas.

Una de nuestras principales alianzas para este proyecto es con la Fundación IMSS AC, a través del programa “Amigas Solidarias”, el cual busca apoyar a pacientes y familiares de pacientes foráneos que tienen que quedarse en la Ciudad de México para dar tratamiento a algún padecimiento y que por diversas razones pueden carecer de prendas de vestir durante su estadía.

Las donaciones se realizaron en los meses de marzo, junio, julio y noviembre en los siguientes hospitales:

- Hospital de Pediatría
- Hospital de Especialidades CMNSXXI
- Hospital General de Zona Regional #25 Ignacio Zaragoza
- CMN La Raza, Consulta Externa

Cambio de Juego

Como parte de los proyectos de inversión social que llevamos a cabo en 2016 a favor del bienestar de la niñez mexicana, apoyamos a la Asociación Cambio de Juego A.C. en su torneo de fútbol anual, el cual busca transmitir valores a niños y jóvenes de escasos recursos por medio del deporte.

Con nuestro donativo logramos apadrinar seis equipos de fútbol y uno de baile, conformados por jóvenes de la casa hogar “Ministerios de Amor”. La donación que realizamos fue utilizada para la adquisición de uniformes deportivos, así como todos los alimentos requeridos para su buen desempeño en el torneo.

Además de esta donación, nuestro equipo de voluntariado asistió al torneo para apoyar a los equipos que representaron a Grupo Sports World.

Por un México Saludable

Ante los altos niveles de obesidad en México, en Grupo Sports World mantenemos nuestro compromiso y la alianza de colaboración con la Secretaría de Salud de la Ciudad de México para promocionar el programa “Muévete”. Al ser éste un problema mayúsculo en nuestro país, no podemos trabajar solos para combatirlo, por ello, colaboramos juntos en la impartición de clases grupales públicas en las explanadas de las delegaciones de la Ciudad de México, deportivos, ferias de salud y escuelas para fomentar la activación física.



Reforestación – Voluntariado

Por segunda ocasión, hicimos sinergia con Pronatura México, A.C. para participar en el voluntariado de la Jornada de Reforestación que se llevó a cabo en el mes de agosto, en la reserva ecológica Parque Estatal Sierra de Tepetzotlán.

A lo largo de este evento, contamos con la asistencia de nuestros colaboradores y sus familias; su participación manifestó un verdadero compromiso para lograr que el mensaje de la jornada fuera una realidad: “Hagámoslo posible”.

Durante el año 2016 apoyamos mediante donaciones a diversas organizaciones civiles, entre las que se encuentran:

- Asociación Acompáñame Mujer, A.C.
- Fundación Mark
- Cambio de Juego, A.C.
- Asociación Mexicana de Diabetes de la Ciudad de México, A.C.
- Fundación IMSS
- Casa Betti I.A.P.
- Integración para la Vida México, A.C. (INPAVI)
- Fundación TUK A.C.
- INPAVI México A.C.
- Save the Children

PROVEEDORES

G4-DMA EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES, G4-DMA INVERSIÓN, G4-DMA-EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS, G4-12, G4-EC9, G4-LA14, G4-LA15, G4-HR1, G4-HR10, G4-HR11

EN 2016 TUVIMOS
UN TOTAL DE 493
PROVEEDORES DE
PRODUCTOS Y
SERVICIOS.

Como empresa comprometida con el desarrollo sostenible y consciente de que el impacto social y medio ambiental es importante, nos preocupamos por hacer extensiva nuestra acción orientada a las buenas prácticas laborales y de Derechos Humanos.

A través del Código de Ética para Proveedores, promovemos que nuestra cadena de valor cumpla con el respeto a los Derechos Humanos, medio ambiente, derechos laborales y la transparencia, y que se apeguen a los requisitos que les solicitamos.

Derivado de ello, hemos definido la estructura del Manual de Evaluación de Proveedores, que nos permitirá realizar una valoración de nuestra cadena de valor. A través de la jerarquización que trabajamos a lo largo de 2016, conoceremos el impacto que generan para el negocio y buscaremos impulsar y fortalecer en ellos acciones de Responsabilidad Social.



COMPROMETIDOS
CON EL CUIDADO DE
NUESTRO ENTORNO

DESEMPEÑO AMBIENTAL

ENERGÍA

EN GRUPO SPORTS WORLD ESTAMOS COMPROMETIDOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE, IMPULSANDO ACCIONES QUE VAN MÁS ALLÁ DE LA LEGISLACIÓN AMBIENTAL. NUESTRA POLÍTICA DE MEDIO AMBIENTE BUSCA INVOLUCRAR A TODOS NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS MEDIANTE ACCIONES PARA GENERAR CONCIENCIA SOBRE EL USO RACIONAL Y EFICIENTE DE LOS RECURSOS ENERGÉTICOS EN NUESTRA OPERACIÓN.

CONSUMO DE ENERGÍA

G4-DMA, G4-EN1, G4-EN2, G4-EN3, G4-EN4, G4-EN6, G4-EN7

La energía es uno de los principales recursos que necesitamos para operar, por lo que estamos en constante búsqueda para definir acciones que nos permitan optimizar el uso de este recurso, ya sea a través de fuentes de energía limpia o de mecanismos de ahorro en el consumo.

En la siguiente tabla mostramos el volumen de gigajoules (GJ) que consumimos en 2016, divididos por fuente de energía:

Energía (GJ)					
Consumo Directo	Combustibles	Gas LP	55,699.40	179,864.41	22.75%
		Gas Natural	123,917.23		50.60%
		Gasolina	247.78		0.10%
Consumo Indirecto	Electricidad	CFE	63,228.85	65,013.01	25.82%
	Solar	Solar	1,784.16		0.73%
Total (GJ)			244,877.42	244,877.42	100.00%

Desde el 2015 buscamos reducir el uso de gas licuado de petróleo (LPG) por su fuerte impacto en el planeta; un ejemplo de esto es la incorporación de la energía solar como medio alterno.

También estamos haciendo la transición hacia el gas natural líquido (GNL) en cada club donde existe la infraestructura pública necesaria. El GNL ya representa un 68% de nuestro consumo total de gas y es fuente de la mitad de nuestra energía.

ENERGÍA ELÉCTRICA

Reafirmando nuestro compromiso con el cuidado del planeta, mantenemos la iniciativa que iniciamos en el 2015 de recurrir a la fluorescencia compacta, así como a aplicaciones especiales de LEDs para reducir el consumo de electricidad.

Durante el año dimos mantenimiento a los clubes que ya contaban con este sistema y equipamos nuestras cuatro aperturas, al cierre de 2016 el 16% de nuestros clubes contaban con esta tecnología de LEDs, utilizándola en promedio para el 70% de su iluminación.



EL CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN 2016 DISMINUYÓ 5.4% COMPARADO CON EL AÑO ANTERIOR.

Buscando eliminar los consumos innecesarios identificados, también ajustamos los horarios de iluminación, instalamos sensores de presencia y programamos aparatos eléctricos que cuentan con stand-by, entre otras acciones.

De igual forma, y acorde a nuestra Política de Medio Ambiente, nos esforzamos por concientizar a los colaboradores mediante campañas de comunicación constantes sobre la importancia de privilegiar el uso de las escaleras, apagar las pantallas de computadoras y las luces al salir de una habitación, entre otras acciones sencillas pero esenciales para el cuidado del planeta.

Durante los últimos tres años nuestro consumo de energía eléctrica fue de:

Consumo anual de energía eléctrica (kWh)	2014	2015	2016
	15,499,357	18,561,061	17,563,571

En 2016 abrimos cuatro nuevos clubes y cerramos uno para remodelación, es decir, cerramos 2016 con tres clubes más en operación que en 2015. Asimismo, vimos un aumento del aforo de miembros del 17.9%, lo cual impacta nuestro consumo de energía. A pesar de lo anterior, disminuimos en un 5.4% el consumo de energía eléctrica en nuestras instalaciones con respecto al año anterior, equivalente al consumo de luz de aproximadamente 82 casas durante un año. Estos resultados nos animan a seguir buscando racionalizar nuestros procesos y minimizar nuestro consumo de energía.

ENERGÍA CALORÍFICA

Generar una experiencia de calidad para nuestros clientes es parte fundamental de nuestra filosofía y el foco de nuestra operación diaria, es por esto que nos enfocamos en generar las mejores condiciones en nuestros clubes. La energía calorífica es otro recurso importante para cumplir con nuestro compromiso de calidad en el servicio, ya que cada club requiere de equipos para el calentamiento de agua. En este sentido, hacemos hincapié en equipar los nuevos clubes con calentadores de combustión con núcleo de cerámica y tecnología de punta, los cuales ofrecen aprovechamiento al máximo de la energía producida.

Por otro lado, 11 de nuestros clubes utilizan el gas natural como recurso para calentar el agua, disminuyendo el consumo de LPG (Gas Licuado de Petróleo) y las emisiones que éste genera. Asimismo, seis clubes cuentan con calentadores solares que nos permiten producir el 0.03% de la energía calorífica total necesaria para el funcionamiento de todos nuestros clubes.

Consumo anual de energía calorífica por fuente		
LPG - Gas Licuado de Petróleo	2,148,965.00	litros
GNL - Gas Natural Líquido	3,013,334.57	m ³
Solar	1,784.16	GJ



INDICADOR DE ENERGÍA

G4-EN5

Medimos nuestro desempeño intensivo con base en el indicador de kilowatts-hora por metro cuadrado de instalación. Éste sirve como base para definir las acciones que nos permitirán lograr una mayor eficiencia energética. Este año implementamos dos iniciativas: el apagado de salones en horarios en que no se ocupaban y de aires acondicionados en horas no pico.

Como resultado, en 2016 redujimos en 14.1% el consumo de electricidad por metro cuadrado de instalación, logrando disminuir la huella que ejerce nuestra operación sobre el medio ambiente, al igual que nuestros costos.

Indicador consumo de energía	(kWh/m ²)	
	2015	2016
Club de formato familiar	138.1	
Club de formato individual	n/d	118.6*

*promedio de los dos formatos de club.

14.1% DE REDUCCIÓN EN EL CONSUMO DE ENERGÍA POR M² EN NUESTRAS INSTALACIONES EN 2016 VS 2015.

AGUA

G4-EN1, G4-EN2, G4-EN8, G4-EN10, G4-EN31

MÁS DE \$1.7 MILLONES DE PESOS INVERTIDOS PARA LA OPTIMIZACIÓN EN EL CONSUMO DE AGUA.

CONSUMO DE AGUA

El agua es uno de los principales recursos que utilizamos para la operación de nuestros clubes, por ello, adquirimos diferentes tecnologías que nos permiten cuidar este insumo. En 2016 este esfuerzo se materializó con una inversión total de \$1.76 millones de pesos, principalmente para regaderas ahorradoras, mingitorios secos y calentadores de alta eficiencia.

Asimismo, este año nos comprometimos a reutilizar una mayor cantidad de agua mediante plantas tratadoras. Gracias a estas iniciativas obtuvimos los siguientes resultados:

Consumo de agua (m ³)	2013	2014	2015	2016
Suministro de agua municipal	n/d	297,603	329,061	369,810
Abastecimiento por pipas	n/d	64,272	42,114	77,781
Agua reutilizada (Tratada post-consumo)	3,357	3,190 (1%)	1,540	0
Consumo total	287,235	364,065	372,715	447,591

Al cierre de 2016 contamos con cuatro plantas de tratamiento de agua a lo largo de la República, sin embargo, éstas tuvieron que posponer su operación por la revisión de nuevas tecnologías. Por ello, tenemos programada la apertura de otra planta de tratamiento durante 2017 para probar alternativas tecnológicas, así como la reparación de las plantas actuales. En este año incrementó el número de clubes así como el aforo de miembros, lo cual explica el aumento en el consumo de agua. Sin embargo, gracias a los esfuerzos por minimizar este consumo que se detallan a continuación, su incremento fue menor en proporción al incremento en aforo y número de clubes.



INDICADOR CONSUMO DE AGUA

Indicador consumo de agua	(litros/aforo)	
	2015	2016
Club de formato familiar	72.6	65.2
Club de formato individual	48.4	52.1
Promedio	64.9	62.5

En 2016 instalamos en 10 clubes más un total de 144 regaderas ahorradoras de agua, las cuales consumen 25% menos agua que las tradicionales, por lo que nos permiten disminuir el impacto de las visitas de clientes en el uso de este recurso. A la fecha, el 55% de nuestros clubes cuentan con esta tecnología, es decir, un 17% más que en 2015.

De igual forma, añadimos 12 muebles sanitarios secos en los nuevos clubes, ya que los mingitorios secos nos permiten ahorrar seis litros de agua con cada uso del servicio.

Como resultado de estas acciones, logramos reducir un 3.7% el consumo de agua por miembro que nos visita. Es un gran logro haber disminuido este indicador aún cuando tuvimos un incremento de más de un millón en el aforo.

HUELLA DE CARBONO

G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18, G4-EN19

CUANTIFICAMOS NUESTRAS EMISIONES DIRECTAS GENERADAS POR EL USO DE COMBUSTIBLE, ASÍ COMO LAS INDIRECTAS RESULTADO DEL USO DE ELECTRICIDAD.

En 2015 nos comprometimos a reportar de manera voluntaria nuestra huella de carbono de acuerdo a lineamientos y metodologías de la SEMARNAT, del Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático y con base en la Ley General de Cambio Climático para reportar gases de efecto invernadero bajo el Protocolo Greenhouse Gas (GHG). En este sentido, cuantificamos nuestras emisiones directas generadas por el uso de combustible, así como las indirectas resultado del uso de electricidad. Debido a un cambio en la metodología de la SEMARNAT, no fue posible entregar el reporte este año, pero tenemos el firme compromiso de reportar los resultados usando su nueva metodología en 2017.

Durante 2016 generamos 18,345 toneladas de CO₂ equivalente (tCO₂e), lo que corresponde a la operación de nuestros 49 clubes y la sede corporativa. Gracias a nuestros esfuerzos por mantener un balance entre el aumento del aforo, apertura de nuevos clubes y las emisiones emitidas, continuamos manteniéndonos inferiores a las 25 mil tCO₂e, con lo que seguimos debajo del rango de grandes generadores de SEMARNAT.

Huella de Carbono (tCO ₂ e)					
Emisiones directas	Combustibles	Gas LP	3,514.64	10,484.27	57%
		Gas natural	6,951.77		
		Gasolina	17.86		
Emisiones indirectas	Electricidad	CFE	8,044.12	8,044.12	44%
Reducción de emisiones	Solar	Calentadores de agua		-96.07	-1%
Total de emisiones				18,432.3	100%
Compensación de emisiones	Reforestación			-86.67	-0.5%
Huella de carbono final				18,345.64	

Derivado de las iniciativas que implementamos durante 2016, compensamos más de 180 tCO₂e del total de emisiones generadas.





INDICADORES DE HUELLA DE CARBONO

G4-EN18

En Grupo Sports World medimos nuestro desempeño intensivo con base en dos indicadores: kilogramos de CO₂ emitidos por metro cuadrado de instalación y kilogramos de CO₂ emitidos por visita de clientes (emisiones). Con base en éstos, definimos los pasos a tomar para mejorar nuestro desempeño y así disminuir nuestro impacto ambiental. Para 2017 tenemos como meta la reducción del 2% de estos indicadores.

Indicadores de Huella de Carbono	kgCO ₂ /m ²		kgCO ₂ /aforo	
	2015	2016	2015	2016
Club de formato familiar	113.3	156.3	2.7	3.1
Club de formato individual	88.3	140.1	1.7	2.7

EMISIONES ATMOSFÉRICAS CONTAMINANTES

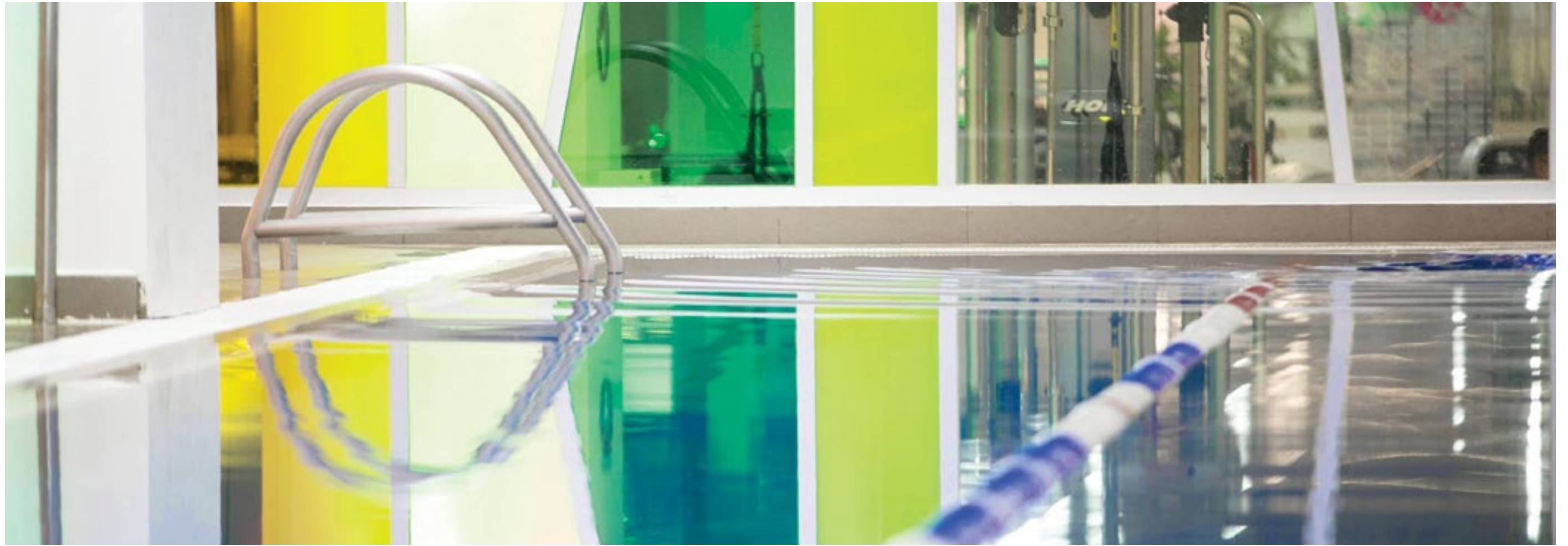
G4-EN21

Emisiones atmosféricas contaminantes (kg)						
Combustible	Energía	Unidad	CO	SO ₂	COT	MP
LPG - Gas Licuado de Petróleo	55,699.40	GJ	2,073.32	4.85	128.75	219.19
GNL - Gas Natural Licuado	123,917.36	GJ	4,049.92	28.93	530.35	458.87
Gasolina	247.66	GJ	105.43	8.95	322.68	10.65
Total	179,864.42	GJ	6,228.67	42.72	981.78	688.71
Solar	1,784.16	GJ	0.00	0.00	0.00	0.00

La siguiente tabla detalla la cantidad de emisiones de sustancias consideradas contaminantes para la atmósfera por gigajoule producido en función de la fuente de energía:

Emisiones Atmosféricas Contaminantes (por GJ producido)					
Combustible	CO	SO ₂	COT	MP	
LPG - Gas Licuado de Petróleo	0.037223	0.000087	0.002312	0.003935	
GNL - Gas Natural Licuado	0.032682	0.000233	0.00428	0.003703	
Gasolina	0.425705	0.036138	1.302915	0.043002	
Solar	0.00	0.00	0.00	0.00	

EN GRUPO SPORTS
WORLD MEDIMOS
NUESTRO DESEMPEÑO
INTENSIVO CON BASE EN
DOS INDICADORES:
KILOGRAMOS DE CO₂
EMITIDOS POR METRO
CUADRADO DE
INSTALACIÓN Y
KILOGRAMOS DE CO₂
EMITIDOS POR VISITA DE
CLIENTES (EMISIONES)



TRANSPORTE G4-EN30

Con el fin de cubrir nuestras actividades administrativas y de logística, tenemos una flotilla vehicular propia, la cual consumió 7,693 litros de gasolina en 2016, lo que representó un costo de \$101,598 pesos.

A pesar de que no contamos con actividad de distribución y el transporte no es uno de nuestros principales gastos, buscamos reducirlo al máximo para limitar nuestro impacto adverso sobre el medio ambiente.

Consumo Anual de Gasolina		
	2015	2016
	11,070	7,693

Como resultado de estos esfuerzos, en 2016 nuestros vehículos usaron un 30.5% menos gasolina que el año anterior.

En Grupo Sports World tenemos el compromiso firme de minimizar cualquier efecto negativo sobre el medio ambiente, a través de acciones tan sencillas como utilizar ambas caras del papel, cambiar los cartuchos de tóner hasta que se agotan y mandarlos a confinamiento seguro, sustituir discos magnéticos de almacenamiento por USB y, si fuera el caso, grabarlos a su máxima capacidad. Mantenemos una campaña permanente de comunicación que ha permitido grandes avances en la cultura medioambiental dentro de la Compañía.

Por otra parte, tenemos acciones con mayor impacto como el programa de reforestación "A Todo Pulmón" a través del cual desde 2010 se han plantado más de 5,130 árboles.

Evolución del programa "A Todo Pulmón":

Programa de Reforestación SW	2013	2014	2015	2016
Número de árboles plantados	900	450	800	750

El 6 de agosto de 2016, 60 voluntarios de Grupo Sports World y sus familias participaron en la plantación de 750 pinos piñoneros en una hectárea del Parque Estatal Sierra de Tepoztlán, zona natural protegida ubicada en el Ejido Coyotepec.

Por segundo año, esta jornada de reforestación se llevó a cabo en conjunto con ProNatura, cuyos expertos nos apoyaron en la realización de la actividad. Con esta iniciativa, además de participar en la restauración de los bosques, la conservación de la biodiversidad de México y la concientización de nuestros colaboradores, impactamos positivamente a 469 miembros de la comunidad aledaña y 1,407 visitantes del parque.

ACCIONES A FAVOR DEL PLANETA G4-EN13

CONFIABILIDAD Y
TRANSPARENCIA

GOBIERNO CORPORATIVO

GOBIERNO CORPORATIVO

LA CONFIABILIDAD Y TRANSPARENCIA DE LAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO SON ESENCIALES PARA EL ÉXITO DE LARGO PLAZO.

Contamos con un Consejo de Administración integrado por nueve miembros, de los cuales cinco son consejeros independientes. Este Consejo apoya su gestión en dos comités, el Comité de Auditoría y el Comité de Prácticas Societarias.

Además, contamos con políticas corporativas que promueven la transparencia y mejor toma de decisiones, evitan el conflicto de intereses y procuran en todo momento velar por los intereses de nuestros accionistas desde una perspectiva de valor y sostenibilidad.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN: COMITÉ DE PRÁCTICAS SOCIETARIAS:

HÉCTOR ANTONIO TRONCOSO NAVARRO
PRESIDENTE

SALVADOR CERÓN AGUILAR
PRESIDENTE

COSME ALBERTO TORRADO MARTÍNEZ
CONSEJERO PATRIMONIAL

COSME ALBERTO TORRADO MARTÍNEZ
MIEMBRO

HÉCTOR MADERO RIVERO
CONSEJERO PATRIMONIAL

VÍCTOR MANUEL BARREIRO GARCÍA
MIEMBRO

JOSÉ PEDRO VALENZUELA RIONDA
CONSEJERO PATRIMONIAL

COMITÉ DE AUDITORÍA:

ALFREDO SÁNCHEZ TORRADO
CONSEJERO INDEPENDIENTE

ALFREDO SÁNCHEZ TORRADO
PRESIDENTE

MARÍA TERESA ARNAL
CONSEJERO INDEPENDIENTE

JOSÉ PEDRO VALENZUELA RIONDA
MIEMBRO

OMAR NACIF SERIO
CONSEJERO INDEPENDIENTE

OMAR NACIF SERIO
MIEMBRO

SALVADOR CERÓN AGUILAR
CONSEJERO INDEPENDIENTE

VÍCTOR MANUEL BARREIRO GARCÍA
CONSEJERO INDEPENDIENTE

XAVIER MANGINO DUEÑAS
SECRETARIO NO MIEMBRO DEL CONSEJO





DATOS DE CONTACTO

RELACIÓN CON INVERSIONISTAS

inversionistas@sportsworld.com.mx
Tel. (55) 5481 7777 ext. 105

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

guadalupe.vazquez@sportsworld.com.mx
Tel. (55) 5481 7777 ext. 220

OFICINAS CORPORATIVAS

Avenida Vasco de Quiroga 3880, Nivel 2
Colonia Santa Fe Cuajimalpa
Delegación Cuajimalpa de Morelos
C.P. 05348, Ciudad de México
Tel. (55) 5481 7777

El informe anual 2016 puede incluir declaraciones sobre expectativas de resultados respecto al futuro desempeño de Grupo Sports World y sus Subsidiarias. Dichas proyecciones, que dependen de las consideraciones de la administración, están basadas en información disponible. Sin embargo, las expectativas podrían variar debido a hechos, circunstancias y eventos fuera del control de Grupo Sports World y Subsidiarias.

"GYM IT" DÉJALO ATRÁS. DEJA LO QUE SEA QUE TRAIGAS EN LA CABEZA 10 KILÓMETROS ATRÁS. O CÁRGALO. LEVANTA ESO QUE PENSABAS QUE ERA MUY PESADO Y DÉJALO A UN LADO. DEJA LAS PREOCUPACIONES EN LA SUPERFICIE Y NADA. NADA COMO SI NO HUBIERA MAÑANA. NADA HASTA QUE DEJES DE PENSAR EN QUÉ VA A PASAR MAÑANA. NO PIENSES, HAZ. NO LLEVES LA CUENTA. RESPIRA. DALE, SIGUE. DÉJALO AQUÍ. DÉJALO TODO AQUÍ.

SPORTSWORLD
.COM.MX