



Resultados 1T25

Webinar de Resultados

09 de maio de 2025

11hrs (Brasília) | 10hrs (NY) | 15hrs (Londres)

Teleconferência em português com
tradução simultânea em inglês

[Clique Aqui](#)

smart **fit**

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 1T25

São Paulo, 08 de maio de 2025 – A Smart Fit (SMFT3), líder no setor *fitness* na América Latina em número de clientes e academias¹ anuncia os resultados do 1T25. Para permitir melhor análise, os resultados são apresentados sem o efeito do IFRS-16/CPC 06 (R2). Os efeitos da adoção do IFRS-16/CPC 06 (R2) sobre o resultado são detalhados a partir da página 29.

DESTAQUES DO PERÍODO

➤ **Sólido crescimento de 20% da rede de academias vs. 1T24, totalizando 1.759 unidades em 15 países da América Latina**

290 academias adicionadas nos últimos 12 meses. Seguimos confiantes em relação ao *guidance*² de aberturas de 340-360 em 2025.

➤ **Base de alunos em academia atingiu a marca de 5,3 M no 1T25, +16% vs. 1T24 e +9% vs. 4T24**

Adição de 717 mil alunos em academias nos últimos 12 meses, refletindo a expansão da rede de unidades e os esforços assertivos na captação e retenção de clientes.

➤ **Receita líquida atingiu R\$1,7 BI no 1T25, com forte crescimento de 33% vs. 1T24 e 9% vs. 4T24**

A sólida performance reflete o aumento de 19% na base média de alunos em academias próprias Smart Fit e o incremento de 12% do ticket médio no período.

➤ **Margem bruta caixa de 50,7% no 1T25, expansão de 0,3p.p. vs. 1T24 e 0,6p.p. vs. 4T24, combinando forte expansão da rede de academias com sólida rentabilidade**

Margem bruta caixa das academias maduras³ atinge patamar recorde de 53% e maturação das unidades inauguradas nos últimos anos consistente com o histórico.

➤ **EBITDA recorde de R\$520 M no 1T25, sólido crescimento de 32% vs. 1T24, com forte geração de caixa operacional de R\$493 M, representando uma alta conversão de 95%**

EBITDA dos últimos 12 meses recorde de R\$1,9 bilhão, com margem de 31,5%.

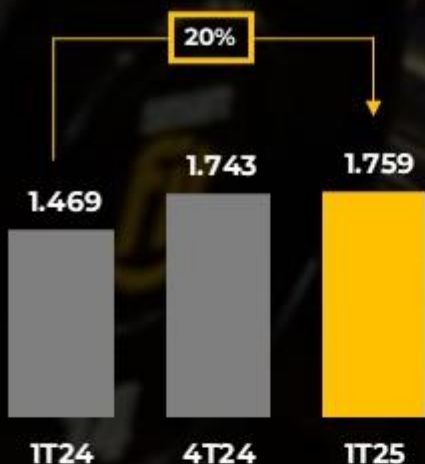
➤ **Lucro líquido recorrente⁴ de R\$141 M no 1T25, crescimento de 22% vs. 1T24**

Margem líquida recorrente de 8,4%, impulsionada pela rentabilidade consistente das unidades maduras e pelo sólido ramp-up das academias inauguradas nos últimos anos mesmo com o forte crescimento.

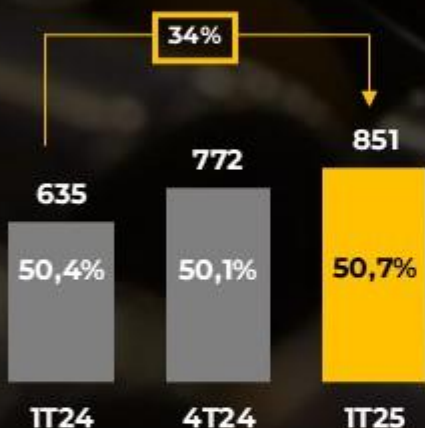
Destaque do 1T25	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Academias	1.759	1.469	20%	1.743	1%
Clientes em academias (000) ^a	5.253	4.536	16%	4.839	9%
Receita Líquida (R\$ M)	1.678	1.260	33%	1.541	9%
EBITDA ^b (R\$ M)	520	395	32%	487	7%
Margem EBITDA	31,0%	31,4%	(0,4) p.p.	31,6%	(0,6) p.p.
Lucro Líquido Recorrente ^c (R\$ M)	141	115	22%	197	(29%)

(1) De acordo com os dados da International Health, Racquet & Sportsclub Association, divulgados em 2024, com data-base de 2023 ("IHRSA"); (2) Conforme *guidance* divulgado ao mercado, por meio de Fato Relevante, em março de 2025; (3) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; (4) Exclui os impactos referentes à reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica. Vide seção "Lucro Líquido"; (a) Base de clientes em academias não inclui os alunos do TotalPass; (b) Exclui os efeitos do IFRS-16/CPC06 (R2). Vide seção "Composição do EBITDA"; (c) Exclui os efeitos do IFRS-16/CPC06 (R2) e os impactos não recorrentes, conforme definição de Lucro Líquido Recorrente ("3"). Vide seção "Lucro Líquido".

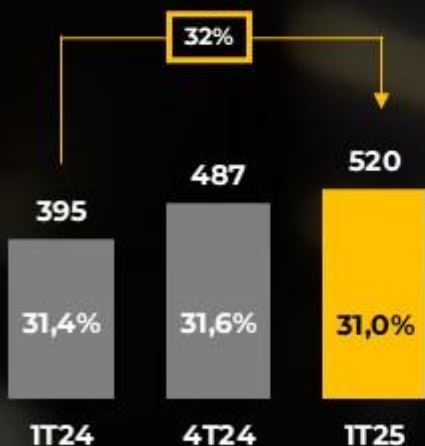
Academias



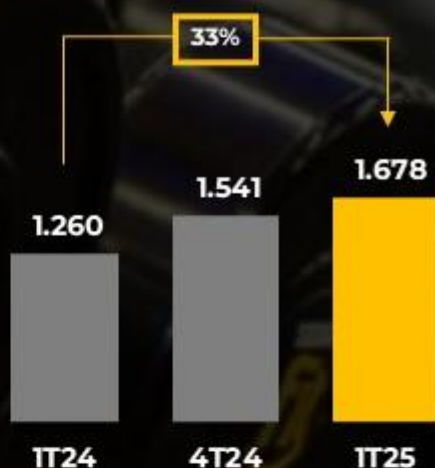
Lucro Bruto Caixa e Margem ^(a) (R\$ M)



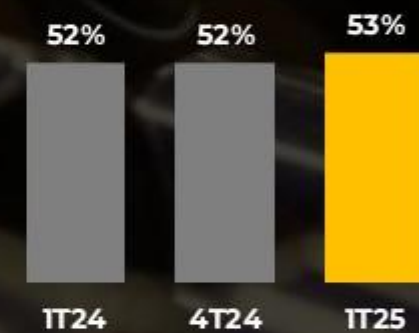
EBITDA (R\$ M) e Margem ^(a) (%)



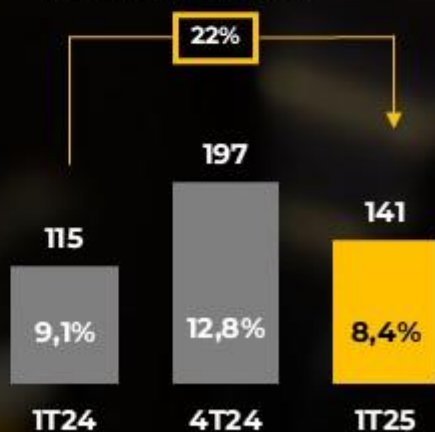
Receita Líquida (R\$ M)



Margem Bruta Maduras ^(b) (%)



Lucro Líquido Recorrente (R\$ M) e Margem ^(c) (%)



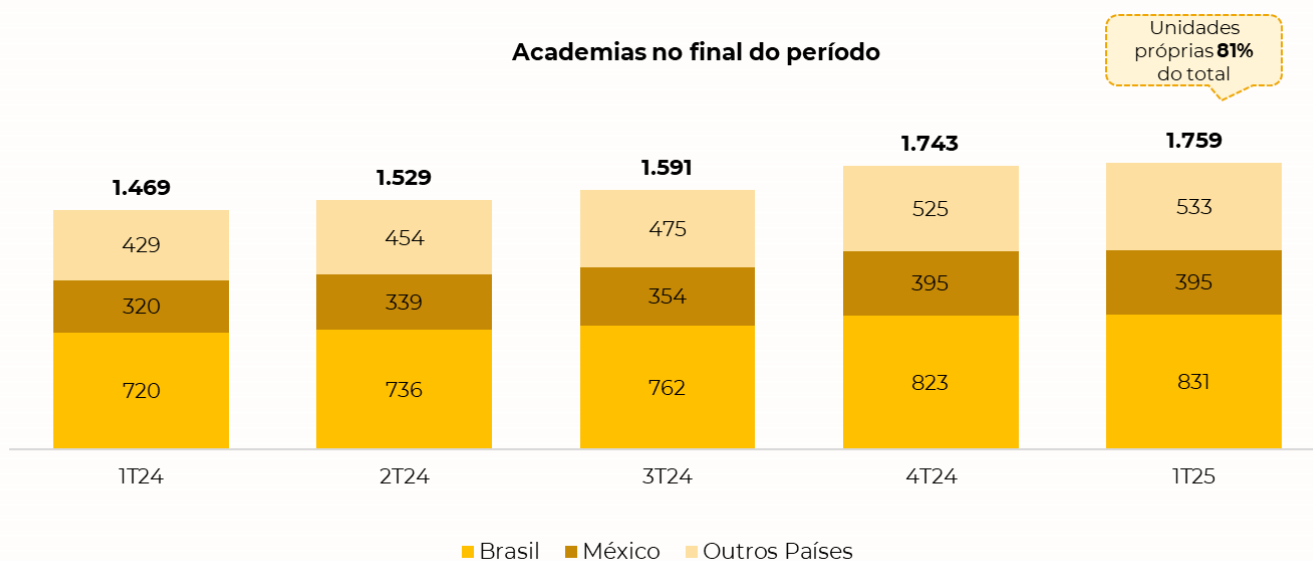
(a) Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2), vide seções "Lucro Bruto Caixa" e "Composição do EBITDA";
(b) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; e (c)
Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2) e efeitos não recorrentes, vide seção "Lucro Líquido".

PERFORMANCE OPERACIONAL

REDE DE ACADEMIAS

A Companhia encerrou o primeiro trimestre de 2025 com 1.759 academias em 15 países, um crescimento da rede de 20% quando comparado ao mesmo período do ano anterior, reforçando a sua posição de liderança no segmento *fitness* na América Latina. Ao final do período, a rede era composta por 1.416 unidades próprias (81% do total) e 343 franquias. Em relação ao mix de geografia, destaque para o aumento na participação de Outros Países, que terminou o período representando 30% das academias, +1.p.p. frente ao 1T24, enquanto o Brasil e o México representavam 47% e 22%, respectivamente.

No trimestre, foram adicionadas 16 unidades, sendo 15 da marca Smart Fit e 1 da Bio Ritmo, sendo a primeira unidade da marca *high-end* inaugurada no Peru. Dessas adições, 8 estão localizadas em Outros Países e 8 no Brasil. Adicionalmente, das academias inauguradas, 9 são unidades próprias (56%) e 7 franquias.



Nos últimos 12 meses, foram adicionadas 290 academias, sendo 285 da marca Smart Fit, 4 unidades Bio Ritmo e 1 unidade da Nation. Desse total, 87% correspondem a unidades próprias, dentre as quais 17 unidades franqueadas que foram convertidas em próprias no 4T24. Em termos de geografia, o Brasil representou 38% das adições, a região de Outros Países 36% e México 26%.

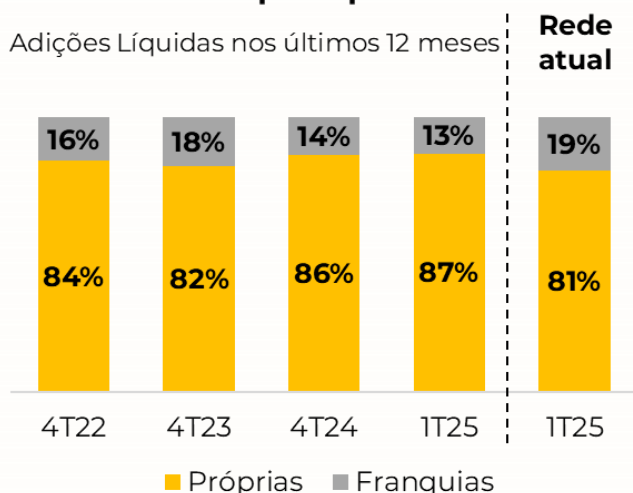
A Companhia encerrou o mês de abril de 2025 com 104 obras em andamento e 278 contratos assinados de unidades a serem inauguradas principalmente em 2025. Nesse contexto, seguimos confiantes em relação ao *guidance*¹ de aberturas de 340-360 academias em 2025, sendo aproximadamente 80% unidades próprias. A decisão de acelerar o ritmo de expansão em relação as 305 unidades que foram adicionadas em 2024 está fundamentada na (i) performance consistente das academias maduras e no sólido *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos anos; (ii) na forte disciplina na execução e no processo de alocação de capital para aprovação e abertura de novas unidades; (iii) na robustez da posição financeira da Companhia; (iv) nas condições favoráveis de mercado, especialmente o *pipeline* de oportunidade imobiliárias de alta qualidade; e (v) na crescente demanda do segmento *Fitness*, impulsionada por tendências seculares.

(1) Conforme *guidance* divulgado ao mercado, por meio de Fato Relevante, em março de 2025.

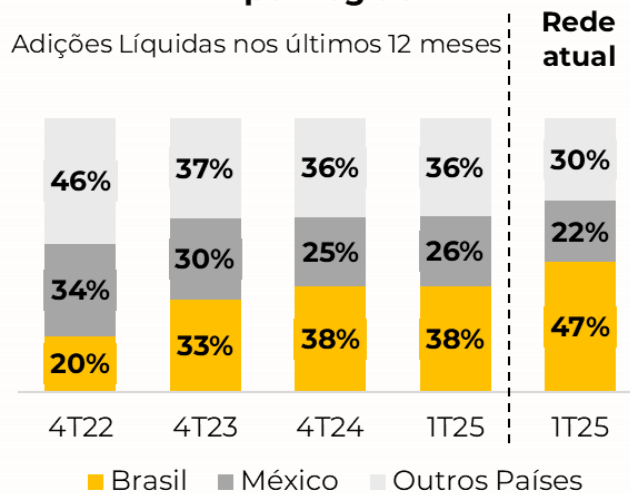
Vale ressaltar que, ao final do 1T25, 956 unidades próprias da Smart Fit eram maduras (69% da base de unidades próprias), versus 790 no mesmo período do ano anterior, considerando a definição que uma unidade é madura quando possui pelo menos 24 meses de operação no início do ano.

Adicionalmente, no segmento de Studios, encerramos o trimestre com 153 unidades, representando um crescimento expressivo em relação as 23 e as 135 unidades ao final do 1T24 e do 4T24, respectivamente. Vale destacar que, desse total, 128 unidades são franquias e 25 próprias.

Composição das academias^(a) por tipo

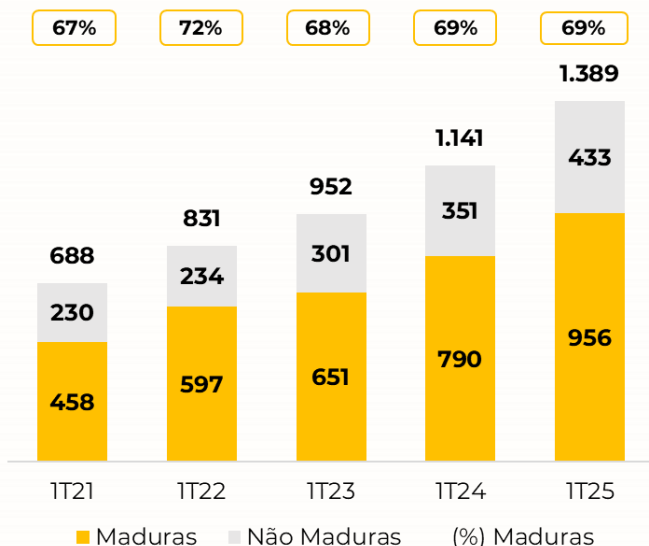


Composição das academias^(a) por região

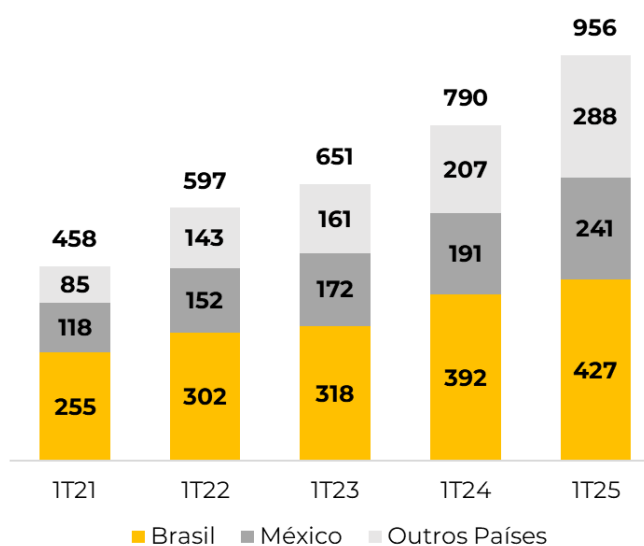


(a) Considera somente as academias da Companhia (não considera Studios).

Composição Academias Smart Fit Próprias por *aging*



Composição Academias Smart Fit Próprias Maduras^(b) por região



(b) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário.

EVOLUÇÃO DA REDE DE ACADEMIAS

Academias	Final de Período					Crescimento 1T25 vs.		Variação 1T25 vs.	
	1T24	2T24	3T24	4T24	1T25	4T24	1T24	4T24	1T24
Academias Total	1.469	1.529	1.591	1.743	1.759	16	290	1%	20%
Por Tipo									
Próprias	1.164	1.214	1.267	1.407	1.416	9	252	1%	22%
Franquias	305	315	324	336	343	7	38	2%	12%
Por Marca									
Smart Fit	1.441	1.500	1.561	1.711	1.726	15	285	1%	20%
Próprias	1.141	1.190	1.243	1.381	1.389	8	248	1%	22%
Brasil	493	506	525	569	573	4	80	1%	16%
México	304	320	334	372	372	0	68	-	22%
Outros Países ^a	344	364	384	440	444	4	100	1%	29%
Franquias	300	310	318	330	337	7	37	2%	12%
Brasil	200	202	208	224	228	4	28	2%	14%
México	16	19	20	23	23	0	7	-	44%
Outros Países ^a	84	89	90	83	86	3	2	4%	2%
Bio Ritmo e outras ^b	28	29	30	32	33	1	5	3%	18%
Próprias	23	24	24	26	27	1	4	4%	17%
Franquias	5	5	6	6	6	0	1	-	20%
Por região									
Brasil	720	736	762	823	831	8	111	1%	15%
México	320	339	354	395	395	0	75	-	23%
Outros Países ^a	429	454	475	525	533	8	104	2%	24%

(a) "Outros Países" inclui as operações próprias da Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai e as franquias de El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana e Honduras; (b) "Bio Ritmo e outras" inclui 32 unidades Bio Ritmo e 1 unidade Nation. Até 2024, esta linha também incluía a academia da operação da marca O2 no Chile, unidade esta que foi convertida em Bio Ritmo em 2025.

BASE DE CLIENTES

No 1T25, a base de clientes em academias continuou a trajetória de expansão, com adição de 414 mil alunos no trimestre, atingindo patamar recorde de 5,3 milhões, 9% superior ao 4T24 e 16% acima do 1T24. Essa evolução da base reflete principalmente um sólido resultado de vendas no trimestre, diante da sazonalidade positiva do período, sendo historicamente um dos períodos fortes do ano na captação de alunos em alguns países de atuação. A performance de vendas ao longo do 1T25 é explicada pela combinação de (i) forte ritmo de expansão da rede de academias nos últimos anos e a maturação das unidades; (ii) sazonalidade positiva do período; e (iii) assertivos esforços comerciais combinados com inteligência de *pricing* na captação de clientes, ancorados na força das marcas do Grupo Smart Fit e sua proposta de valor única.

EVOLUÇÃO DA BASE DE CLIENTES

Clientes ('000)	Final de Período					Crescimento 1T25 vs.		Variação 1T25 vs.	
	1T24	2T24	3T24	4T24	1T25	4T24	1T24	4T24	1T24
Em academias^a	4.536	4.624	4.826	4.839	5.253	414	717	9%	16%
Por Tipo									
Próprias	3.594	3.658	3.833	3.894	4.235	341	640	9%	18%
Franquias	941	967	993	945	1.018	73	77	8%	8%
Por Marca									
Smart Fit	4.482	4.571	4.772	4.786	5.201	414	718	9%	16%
Próprias	3.550	3.613	3.789	3.851	4.192	342	642	9%	18%
Brasil	1.525	1.515	1.559	1.560	1.715	155	190	10%	12%
México	903	953	976	949	1.039	90	136	10%	15%
Outros Países ^b	1.122	1.146	1.255	1.342	1.438	96	316	7%	28%
Franquias	932	958	984	936	1.009	73	76	8%	8%
Bio Ritmo e outras ^c	53	53	54	53	52	(1)	(1)	(2%)	(2%)
Por região									
Brasil	2.163	2.137	2.189	2.190	2.389	198	226	9%	10%
México	958	1.016	1.043	1.013	1.114	101	156	10%	16%
Outros Países ^b	1.415	1.471	1.593	1.635	1.750	114	335	7%	24%

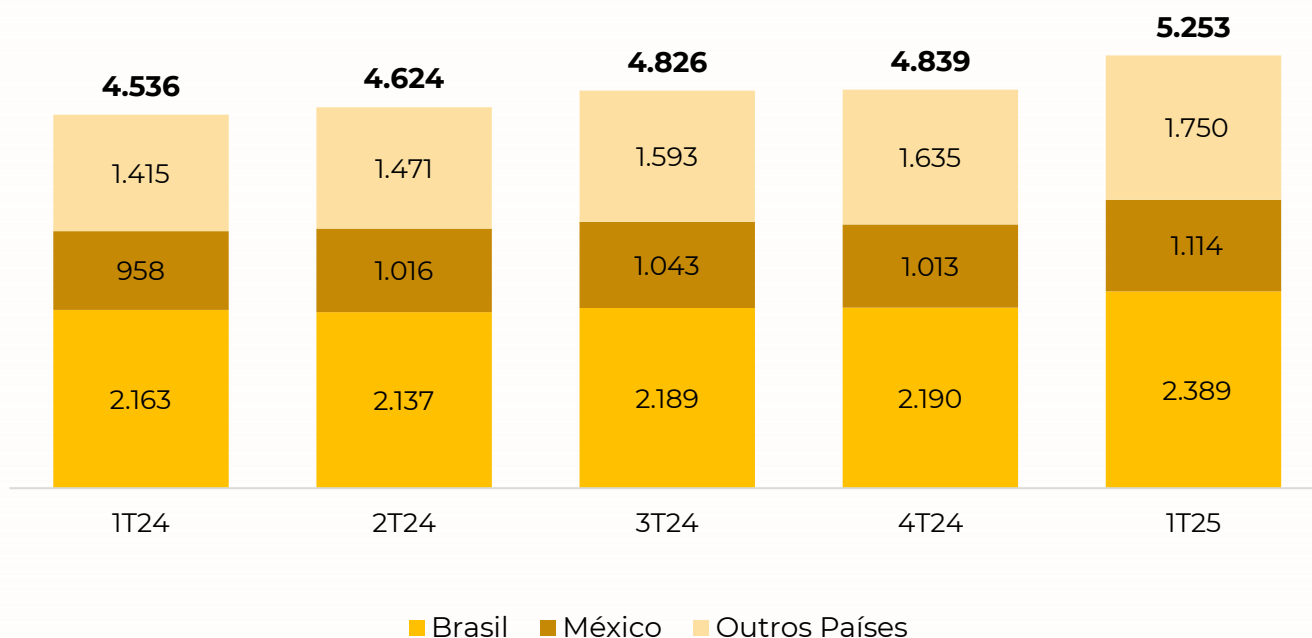
(a) Base de clientes em academias não inclui os alunos do TotalPass; (b) "Outros Países" inclui as academias próprias na Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai. Para franquias, inclui El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana e Honduras; (c) "Bio Ritmo e outras" inclui as operações da Bio Ritmo e da Nation. Até 2024, esta linha também incluía a academia da operação da marca O2 no Chile, unidade esta que foi convertida em Bio Ritmo em 2025.

No Brasil, a base de clientes em academias totalizou 2,4 milhões no 1T25, um crescimento de 10% quando comparada ao 1T24, o que representa 1,0% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país. No período, foram adicionados 226 mil clientes, impulsionados pela curva de maturação das 111 unidades inauguradas nos últimos 12 meses. Frente ao 4T24, houve um acréscimo de 198 mil clientes, devido a performance de vendas do início do ano, com destaque para o sólido *ramp-up* das academias inauguradas nos últimos 18 meses e para a evolução da base de clientes em unidades maduras.

O México encerrou o 1T25 com 1,1 milhão de alunos, o que representa 0,8% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país, um crescimento de 16% em relação ao 1T24. No trimestre, a base apresentou uma adição de 101 mil alunos, 10% acima do 4T24, reflexo da maturação das 107 academias adicionadas nos últimos 18 meses e evolução da base em unidades maduras na região.

Em Outros Países, a base de clientes atingiu 1,8 milhão no 1T25, um crescimento de 24% quando comparada ao 1T24. No trimestre, foram adicionados 114 mil alunos, crescimento de 7% vs. o 4T24, positivamente impactado pela adição de 173 unidades na região nos últimos 18 meses e pela robusta evolução da base em unidades maduras na região.

Clientes em academias no final do período



A Companhia vem expandindo e aperfeiçoando a oferta de produtos e serviços digitais, com o objetivo de complementar a experiência presencial de treino nas academias e fortalecer o relacionamento com os clientes.

Atualmente os principais serviços digitais incluem:

- (i) Queima Diária, uma das maiores plataformas *fitness* digital na América Latina, que oferece programas *on demand* de exercícios físicos, nutrição e outros conteúdos voltados para hábitos de vida mais saudáveis. Ao final do 1T25, a plataforma possuía 400 mil clientes, um crescimento de 9% comparado ao 4T24, e de 28% comparado ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado reflete o aumento das operações B2B, que conta com assinaturas exclusivas para empresas parceiras do Queima Diária, e B2C, impulsionado pelas vendas no trimestre;
- (ii) Como parte da sua estratégia de *add-ons* digitais, a Companhia conta em seu portfólio com os produtos Smart Fit Nutri — serviço de acompanhamento nutricional oferecido via aplicativo, que inclui medição de bioimpedância por meio de balança instaladas em

academias Smart Fit e tele consultas com nutricionistas — e Smart Fit Coach, um serviço de consultoria *on-line* individualizada focada em orientar os clientes em suas rotinas de treino.

Ao final do primeiro trimestre de 2025, os clientes exclusivamente digitais somavam 412 mil, incremento de 30% versus o 1T24 e 12% frente ao 4T24.

No 1T25, o TotalPass, agregador do mercado *fitness* B2B, apresentou novamente um crescimento consistente, consolidando-se como um dos principais benefícios corporativos de bem-estar no Brasil e no México. A base de academias parceiras no Brasil atingiu 23 mil unidades, com presença em mais de 1.550 cidades, um marco importante para a nossa unidade de negócio. No México, encerramos o primeiro trimestre com aproximadamente 7 mil unidades cadastradas. Os clientes do TotalPass podem frequentar 30 mil academias diferentes incluindo as academias e studios da Companhia. Acreditamos que a proposta de valor do TotalPass para os departamentos de Recursos Humanos das empresas e potenciais parceiros se torna cada vez mais diferenciada e atrativa.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Principais indicadores financeiros^a (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Receita bruta	1.781,4	1.343,6	33%	1.641,7	9%
Receita líquida	1.678,2	1.259,9	33%	1.540,6	9%
Custo caixa dos serviços ^b	(827,6)	(624,5)	33%	(768,6)	8%
Lucro bruto caixa^b	850,6	635,4	34%	772,0	10%
<i>Margem bruta caixa</i>	50,7%	50,4%	0,3 p.p.	50,1%	0,6 p.p.
Custos pré-operacionais	(10,6)	(7,8)	35%	(20,8)	(49%)
Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais ^b	861,2	643,3	34%	792,8	9%
<i>Margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais</i>	51,3%	51,1%	0,3 p.p.	51,5%	(0,1) p.p.
SG&A	(333,5)	(239,1)	39%	(285,9)	17%
<i>% Receita Líquida</i>	19,9%	19,0%	0,9 p.p.	18,6%	1,3 p.p.
Despesas com vendas ^c	(142,2)	(95,1)	50%	(114,6)	24%
<i>% Receita Líquida</i>	8,5%	7,5%	0,9 p.p.	7,4%	1,0 p.p.
Despesas gerais e administrativas ^d	(174,1)	(126,7)	37%	(155,0)	12%
<i>% Receita Líquida</i>	10,4%	10,1%	0,3 p.p.	10,1%	0,3 p.p.
Despesas pré-operacionais	(7,3)	(7,2)	2%	(11,6)	(37%)
Outras (despesas) receitas	(9,9)	(10,2)	(3%)	(4,7)	112%
Equivalência patrimonial	3,0	(1,1)	-	1,0	200%
EBITDA^e	520,2	395,3	32%	487,1	7%
<i>Margem EBITDA</i>	31,0%	31,4%	(0,4) p.p.	31,6%	(0,6) p.p.
EBITDA antes dos gastos pré-operacionais^f	538,0	410,3	31%	519,5	4%
<i>Margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais</i>	32,1%	32,6%	(0,5) p.p.	33,7%	(1,7) p.p.
Depreciação e amortização	(228,3)	(182,4)	25%	(209,0)	9%
Resultado financeiro	(105,4)	(70,0)	51%	(93,5)	13%
EBT	186,5	142,9	30%	184,6	1%
IRPJ & CSLL	(46,2)	(32,5)	42%	11,9	-
Lucro (prejuízo) líquido	140,3	110,4	27%	196,5	(29%)
<i>Margem líquida</i>	8,4%	8,8%	(0,4) p.p.	12,8%	(4,4) p.p.

(a) Todos os indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, apresentamos o "Custo Caixa dos Serviços", que exclui os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações. "Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais" exclui também os custos pré-operacionais com aberturas de novas unidades. Vide seção "Lucro Bruto" para a memória de cálculo destas medições; (c) "Despesas com vendas" exclui despesas pré-operacionais; (d) "Despesas gerais e administrativas" exclui depreciação e os efeitos do IFRS-16; (e) Vide seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição; (f) "EBITDA antes dos custos e despesas pré-operacionais" exclui custos e despesas com aberturas de novas unidades. Vide seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição.

RECEITA LÍQUIDA

A receita líquida do 1T25 totalizou R\$1.678,2 milhões, um crescimento de 33% em relação ao 1T24. Esse desempenho reflete, principalmente, o aumento de 19% na base média de alunos em academias próprias Smart Fit, impulsionado pela sólida expansão de 22% da rede média de unidades próprias da marca e pela maturação dessas academias, além do incremento de ticket médio de 12% frente ao mesmo período do ano anterior. No trimestre, a região Outros Países e México representou 57% da receita líquida, incremento de 2,2p.p. vs. o 1T24. Nos últimos 12 meses, a receita líquida totalizou patamar recorde de R\$6,0 bilhões.

O forte crescimento da receita líquida no trimestre também é reflexo das diversas iniciativas para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia. Neste sentido, vale mencionar que o sólido incremento de ticket médio dos alunos Smart Fit, com destaque para o aumento em Outros Países, ocorre, principalmente, em função dos assertivos repasses de preços realizados ao longo dos últimos anos nas diferentes regiões, além dos eficazes esforços comerciais e operacionais para captação e retenção de clientes, ancorados na força da marca e proposta de valor única do nosso modelo de negócio. Algumas iniciativas comerciais e operacionais, como o próprio avanço da expansão da rede de academias, têm contribuído para o robusto percentual de clientes matriculados no plano “Black”, que representou 67% da base de clientes de academias próprias ao término do 1T25, frente a 66% comparado ao mesmo período do ano anterior.

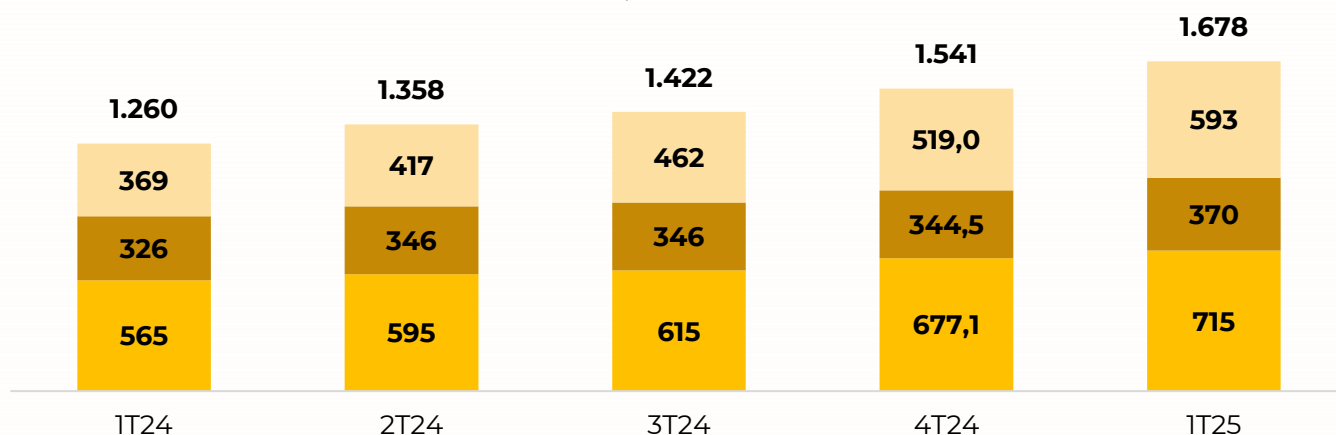
Receita Líquida por Marca e Região

Receita Líquida (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Smart Fit	1.538,5	1.158,5	33%	1.385,4	11%
Brasil	577,5	464,8	24%	524,0	10%
México	370,2	326,1	14%	344,5	7%
Outros Países ^a	590,8	367,6	61%	516,9	14%
Bio Ritmo e outras ^b	44,1	37,6	17%	44,6	(1%)
Outras ^c	95,6	63,8	50%	110,6	(14%)
Total	1.678,2	1.259,9	33%	1.540,6	9%
Receita Internacional (% do total)	57%	55%	2,2 p.p.	56%	1,4 p.p.

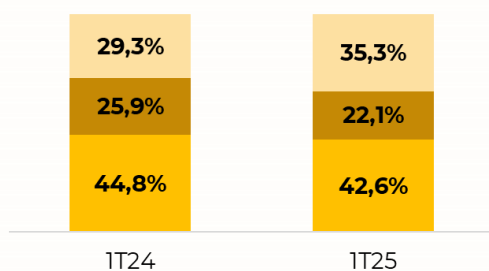
(a) A região “Outros Países” considera somente operações próprias controladas na região (Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai); (b) “Bio Ritmo e outras” inclui as operações da Bio Ritmo e Nation. Até 2024, esta linha também incluía a academia da operação da marca O2 no Chile, unidade esta que foi convertida em Bio Ritmo em 2025; (c) “Outras” inclui royalties recebidos de franquias no Brasil e internacionais (exceto México) e a receita de outras marcas operadas pela Companhia no Brasil, incluindo TotalPass, Queima Diária e os *studios*. Até o 3T24, os royalties referentes as franquias da Colômbia, que foram convertidas em unidades próprias no 4T24, também não eram somados à linha de “Outras”.

Evolução Receita Líquida (por Região)

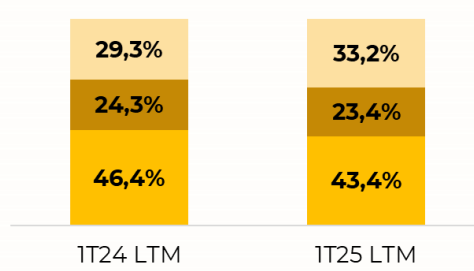
R\$ milhões



(%) Receita Líquida por Região (bases trimestrais)



(%) Receita Líquida por Região (bases anuais)



■ Brasil

■ México

■ Outros Países

No 1T25, a receita líquida das academias Smart Fit atingiu R\$1.538,5 milhões, crescimento de 33% frente ao 1T24 e de 11% em relação ao 4T24. Esse desempenho foi impulsionado pelo aumento no número médio de alunos em academias próprias e pelo incremento do ticket médio.

No Brasil, a receita líquida das academias Smart Fit atingiu R\$577,5 milhões no 1T25, um crescimento de 24% em relação ao 1T24 devido ao sólido aumento de 14% na base média de clientes em academias próprias e do incremento de 9% no ticket médio. Na comparação com o 4T24, a receita líquida cresceu 10%, refletindo a expansão da base média de alunos em academias próprias e o aumento de ticket médio.

No México, a receita líquida no trimestre foi de R\$370,2 milhões, um aumento de 14% frente ao 1T24, que reflete principalmente a expansão de 13% da base média de clientes em academias próprias, enquanto o ticket médio ficou estável em BRL, mas com incremento em moeda local. Vale destacar que, em moeda local, o ticket médio por aluno cresceu 2% frente ao mesmo período de 2024. Este aumento é reflexo do primeiro e único repasse de preços no Plano “Black” na história da região, realizado ao final de 2023, e dos aumentos de preços no Plano “Smart” ao longo dos últimos trimestres. Ao final de março de 2025, a penetração dos clientes matriculados no Plano “Black” em academias próprias atingiu 53%, um incremento frente a 49% no mesmo período do ano anterior. Quando comparada com o 4T24, a receita líquida cresceu 7%, devido principalmente ao aumento de 4% do ticket médio, além da expansão da base média de alunos em academias próprias.

A receita líquida das academias Smart Fit em Outros Países alcançou R\$590,8 milhões no 1T25, sendo a região com maior nível de receita entre as regiões e com um expressivo crescimento de 61% em relação

ao 1T24 devido à expansão de 30% da base média de alunos em academias próprias na região e ao incremento de 24% do ticket médio. Vale destacar que, em Outros Países, seguimos avançando com a agenda de *pricing*, com assertivos repasses de preços no Plano “Black” ao longo dos últimos períodos, com destaque para a Colômbia, Chile, Panamá, Peru e Costa Rica e dos reajustes nas mensalidades do Plano “Smart”. Nesse contexto, a penetração de clientes matriculados no Plano “Black”, se manteve estável frente ao 1T24. Na comparação com o 4T24, o crescimento da receita foi de 9%, reflexo da expansão de 7% da base média de alunos em academias próprias na região e do ticket médio.

A linha de “Outras” encerrou o 1T25 com receita de R\$95,6 milhões, crescimento de 50% frente a R\$63,8 milhões no mesmo período do ano anterior. Este incremento é explicado pelo crescimento do resultado das outras unidades de negócios e pela aquisição do Grupo Velocity, concluída ao final de 2024. Frente ao 4T24, a receita líquida de “Outras” reduziu 14% em função principalmente da sazonalidade apresentada entre os períodos na linha de outras unidades de negócio.

CUSTO CAIXA DOS SERVIÇOS PRESTADOS

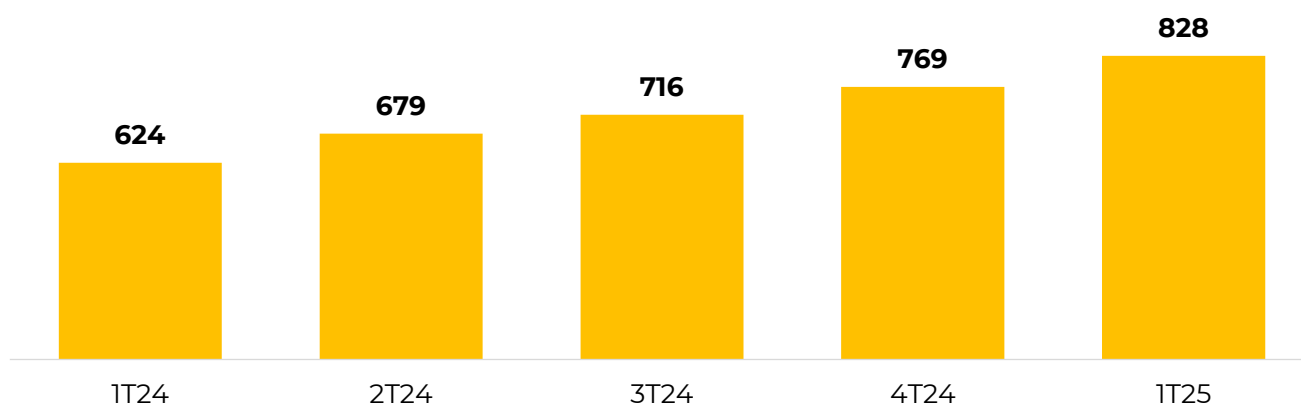
O custo caixa dos serviços prestados totalizou R\$827,6 milhões no 1T25, um aumento de 33% em relação ao 1T24. Esse crescimento reflete principalmente a expansão de 22% da base média de academias próprias, que suportou a forte adição de 640 mil alunos nas unidades próprias. Além disso, vale mencionar o incremento de custos das academias em processo de *ramp-up*, especialmente das unidades inauguradas nos últimos 12 meses, assim como a maior quantidade de academias maduras.

Custo Caixa dos Serviços Prestados por Natureza

Custo Caixa dos Serviços Prestados ^a (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Ocupação	316,5	241,9	31%	291,3	9%
Pessoal e serviços de terceiros	304,5	220,2	38%	273,3	11%
Consumo	134,1	109,2	23%	124,0	8%
Outros	72,5	53,2	36%	80,1	(10%)
Custo Caixa dos Serviços Prestados	827,6	624,5	33%	768,6	8%

(a) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, apresentamos o "Custo Caixa dos Serviços Prestados", que exclui os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações. O valor do aluguel dos imóveis é considerado nesta conta em "Ocupação".

Evolução do Custo Caixa dos Serviços Prestados (R\$ milhões)



Em comparação ao 4T24, o custo caixa do 1T25 aumentou 8%, abaixo do crescimento da receita líquida no período. Esse crescimento ocorreu devido principalmente ao incremento de 6% na base média de unidades próprias, com a dinâmica de *ramp-up* das novas academias, e aumento de 5% na base média de alunos nestas unidades e do crescimento dos custos de pessoal, reflexo principalmente dos dissídios realizados em algumas regiões do Brasil e também no México, Peru e Colômbia no trimestre.

Considerando somente as academias maduras, os custos por unidade cresceram 3% frente ao 4T24, em linha com o incremento de receita dessas unidades, que avançou 3% no período em função principalmente do aumento de ticket médio. O crescimento de custos nessas unidades ocorreu devido, principalmente, aos dissídios aplicados e encargos no período na linha de pessoal e serviço de terceiros. Vale ressaltar que a Companhia continua focada na busca por maior eficiência operacional com o objetivo de mitigar o impacto do ambiente inflacionário sobre o negócio, incluindo constante negociação de contratos de aluguel e incremento de produtividade de pessoal e outros serviços.

LUCRO BRUTO CAIXA

O lucro bruto caixa no 1T25 totalizou R\$850,6 milhões, um crescimento de 34% quando comparado ao 1T24, resultado principalmente da maturação consistente das unidades inauguradas nos últimos três anos e da manutenção do patamar de margem das unidades maduras no período. A margem bruta caixa atingiu 50,7% no 1T25, um aumento de 0,3p.p. em comparação com o 1T24, reflexo do sólido crescimento da receita líquida e da gestão eficiente de custos, que resultaram na diluição de custos fixos, mesmo em um cenário de expansão recorde da rede de academias. Nos últimos 12 meses, o lucro bruto caixa totalizou R\$3.007,2 milhões, com uma margem bruta caixa de 50,1%.

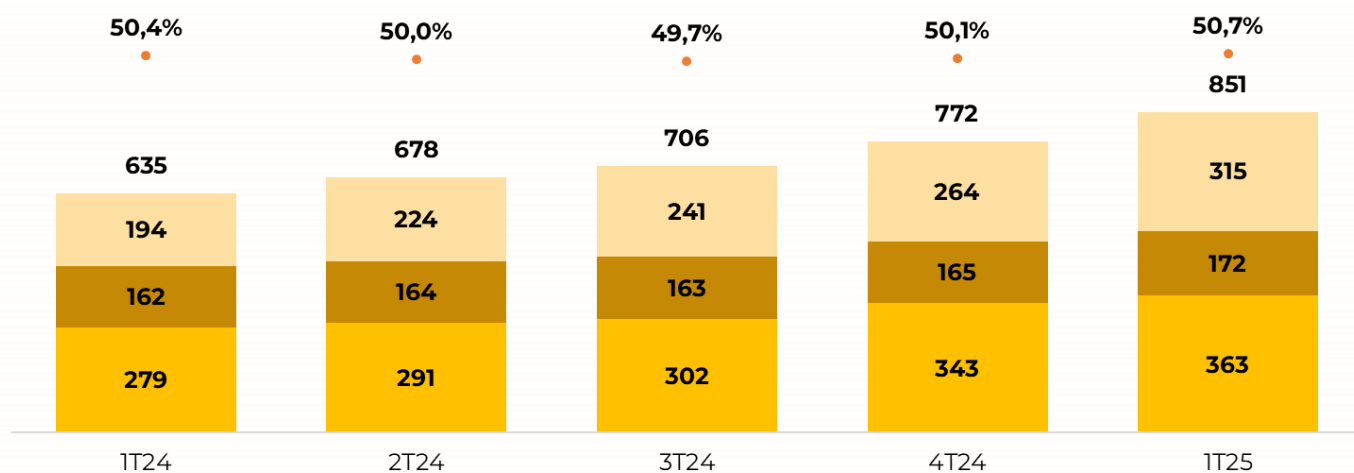
A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais, ou seja, aqueles relacionados às aberturas, foi de 51,3% no 1T25, um aumento de 0,3p.p. quando comparada ao mesmo período do ano anterior. Essa expansão de margem reflete a alavancagem operacional do negócio resultante da combinação entre o contínuo incremento da receita média por academia, especialmente nas unidades em maturação, e uma gestão eficiente de custos. Nos últimos 12 meses, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais somou R\$3.062,5 milhões, resultando em margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais de 51,1%.

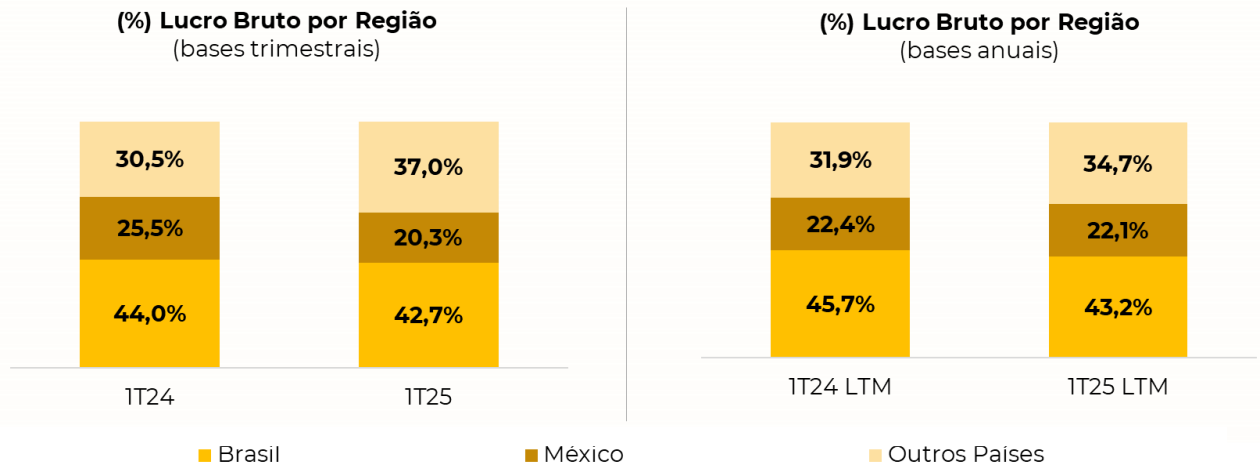
Lucro Bruto Caixa^a (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Receita Líquida	1.678,2	1.259,9	33%	1.540,6	9%
(-) Custo Caixa dos Serviços Prestados	827,6	624,5	33%	768,6	8%
Lucro Bruto Caixa^b	850,6	635,4	34%	772,0	10%
<i>Margem Bruta Caixa</i>	<i>50,7%</i>	<i>50,4%</i>	<i>0,3 p.p.</i>	<i>50,1%</i>	<i>0,6 p.p.</i>
(+) Custos pré-operacionais	10,6	7,8	35%	20,8	(49%)
Lucro Bruto Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais^c	861,2	643,3	34%	792,8	9%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>51,3%</i>	<i>51,1%</i>	<i>0,3 p.p.</i>	<i>51,5%</i>	<i>(0,1 p.p.)</i>

(a) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, todos indicadores excluem os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações; (b) "Lucro bruto caixa" exclui depreciação e amortização; (c) "Lucro bruto caixa antes de Custos Pré-operacionais" exclui depreciação, amortização e custos com abertura de unidades.

Evolução Lucro Bruto Caixa (por Região)

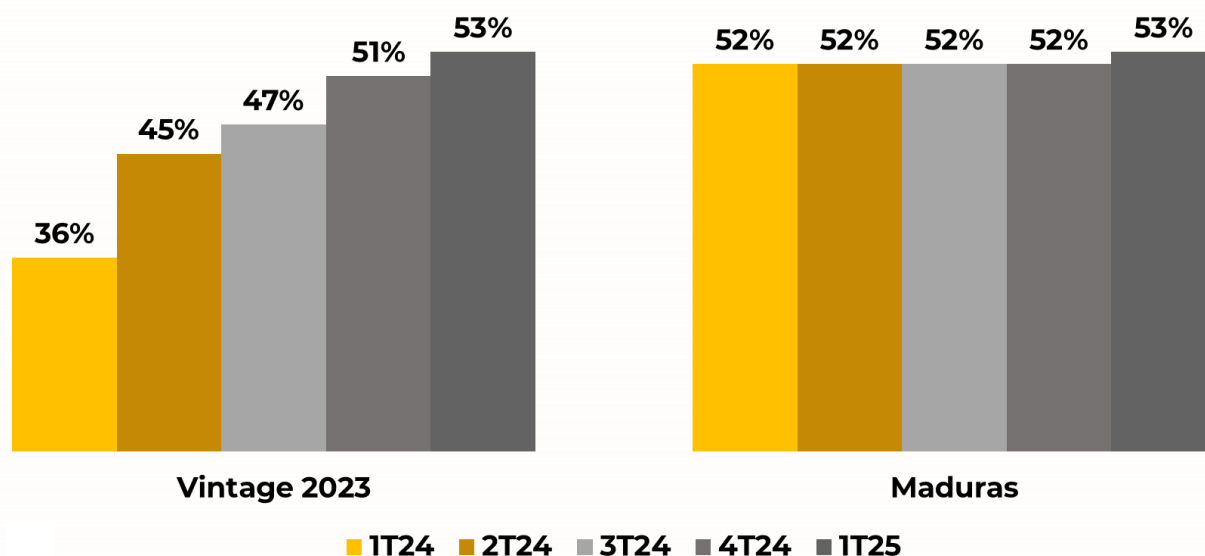
R\$ milhões | % Margem Bruta





Se comparado ao 4T24, o lucro bruto caixa aumentou R\$78,7 milhões no 1T25, crescimento de 10%, e a margem bruta caixa apresentou uma expansão de 0,6p.p., reflexo principalmente do *ramp-up* das unidades inauguradas ao longo dos últimos 3 anos, assim como a maior quantidade de academias maduras. A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais, ou seja, aqueles relacionados às aberturas, foi 0,1p.p. inferior quando comparada ao trimestre anterior.

Margem Bruta por Vintage (Smart Fit próprias)



No 1T25, a margem bruta caixa das academias Smart Fit Maduras atingiu patamar recorde de 53%, acima do sólido patamar de 52% dos oito trimestres anteriores. Essa sólida performance é reflexo das iniciativas para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia e dos intensos e assertivos esforços nos pilares de eficiência operacional. Nesse mesmo conceito de unidades maduras, o lucro bruto por unidade anualizado do trimestre foi de R\$2,5 milhões, 4% superior ao 4T24 e 10% vs. o 1T24.

Outro importante destaque são as unidades inauguradas em 2023 (“Vintage 2023”), que apresentaram uma margem bruta caixa de 53%, uma expansão de 2p.p. vs. 4T24, com incremento de 10% no lucro bruto por unidade anualizado neste mesmo período, atingindo R\$2,2 milhões por unidade. A sólida performance das unidades próprias do Vintage 2023, que ainda está em processo de maturação, é resultado de uma combinação do forte crescimento de receita, reflexo da inteligência de expansão e força da marca Smart Fit, com um custo de ocupação estruturalmente inferior ao das unidades maduras.

Vale comentar que as unidades inauguradas em 2024 (“Vintage 2024”) mantém a sólida trajetória de maturação. As academias do Vintage 2024 atingiram 2,7 mil alunos em março de 2025, com receita líquida média anualizada por unidade de R\$3,2 milhões e margem bruta caixa de 42% no 1T25, apresentando uma forte expansão de margem versus o trimestre anterior. Vale reforçar que das 242 academias próprias adicionadas em 2024, 120 foram inauguradas no 4T24, ou seja, apresentando estágio ainda inicial de processo de maturação.

EBITDA por região

Com a finalidade de permitir uma melhor análise da performance e contribuição de cada região para o EBITDA consolidado, a Companhia passou a calcular o EBITDA de cada região subtraindo do lucro bruto caixa as respectivas despesas com vendas. As despesas gerais e administrativas (G&A) e outras despesas operacionais são analisadas de forma consolidada, pois suportam a operação de toda a companhia.

EBITDA ^{a,b} (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Brasil	280,3	223,2	26%	276,6	1%
México	139,6	137,2	2%	134,9	4%
Outros Países	281,2	172,8	63%	234,3	20%
Despesas G&A e outras operacionais	(183,9)	(136,8)	34%	(159,7)	15%
Equivalência Patrimonial	3,0	(1,1)	-	1,0	200%
EBITDA	520,2	395,3	32%	487,1	7%

(a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) O EBITDA por região considera o lucro bruto caixa deduzido das despesas com vendas. As despesas gerais e administrativas (G&A) e outras despesas operacionais serão analisadas de forma consolidada pois suportam a operação de toda a companhia;

No Brasil, o EBITDA no 1T25 foi de R\$280,3 milhões, um crescimento de 26% em relação ao 1T24, impulsionado pela elevação na receita média por academia própria. A margem EBITDA da região foi de 39,2% no 1T25, uma queda de 0,3p.p. em comparação ao mesmo período do ano anterior, em função da aceleração nos investimentos de marketing. Este aumento de despesas mais do que compensou uma margem bruta da região superior em 1,3p.p. frente ao 1T24., reflexo principalmente da expansão de 2,0p.p. da margem da marca Smart Fit. Em relação ao 4T24, a margem EBITDA do Brasil apresentou uma redução de 1,6p.p. também impactada pelos maiores investimentos despesas com vendas, com estabilidade na margem bruta caixa em comparação ao trimestre anterior. Nos últimos 12 meses, o EBITDA do Brasil totalizou R\$1.030,6 milhões, com margem de 39,6%, representando 41% do EBITDA total das 3 regiões reportadas (vs. 44% no ano anterior).

No México, o EBITDA no 1T25 foi de R\$139,6 milhões, crescimento de 2% e com margem inferior frente ao 1T24, devido ao incremento nos custos de aluguel e pessoal, além das maiores despesas com vendas. Vale destacar que o 1T24 apresentou o maior patamar de margem bruta caixa após o período de pandemia do Covid-19. Se comparado ao 4T24, o EBITDA da região foi 4% superior, com queda de margem de 1.4p.p. devido aos maiores custos de pessoal e despesas com vendas. Nos últimos 12 meses, o EBITDA do México totalizou R\$543,3 milhões, com 38,6% de margem, e representou 22% do EBITDA total por região (vs. 22% no ano anterior).

Nos Outros Países, o EBITDA do 1T25 foi de R\$281,2 milhões, crescimento de 63% frente ao mesmo período do ano anterior, positivamente impactado pela forte elevação da receita média por academia com expansão de margem bruta caixa de 0,6p.p. Se comparado ao 4T24, o EBITDA da região cresceu R\$46,8 milhões no trimestre, com margem EBITDA de 47,4%, sendo 2,2p.p. superior ao trimestre anterior. Nos últimos 12 meses, o EBITDA da região totalizou R\$935,0 milhões, 47,0% de margem, representando 37% do EBITDA total por região (vs. 34% no ano anterior).

DESPESAS COMERCIAIS E ADMINISTRATIVAS

Despesas com vendas, gerais e administrativas ^{a,b} (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Despesas com Vendas	142,2	95,1	50%	114,6	24%
Gerais e Administrativas	174,1	126,7	37%	155,0	12%
Despesas Pré-Operacionais	7,3	7,2	2%	11,6	(37%)
Total	323,6	228,9	41%	281,2	15%

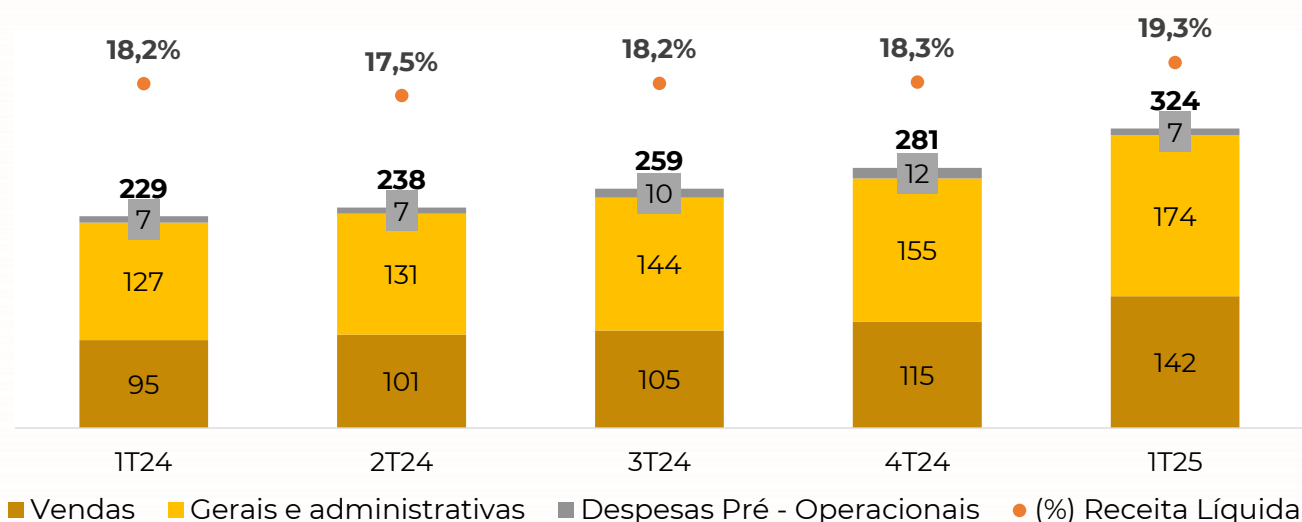
(a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios (b) Não considera "Outras (despesas) receitas".

As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$323,6 milhões no trimestre, 41% superior ao 1T24, representando 19,3% da receita líquida, aumento de 1,1p.p. em comparação a 18,2% no mesmo período do ano anterior.

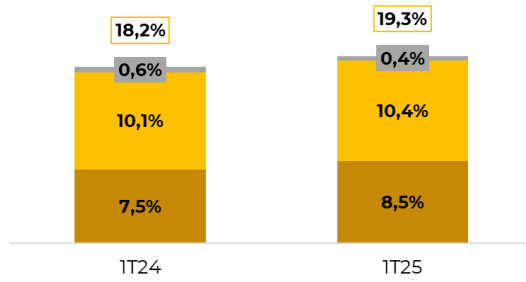
As despesas com vendas somaram R\$142,2 milhões no 1T25, 50% acima versus 1T24, representando 8,5% da receita líquida (0,9p.p. acima do 1T24). O aumento das despesas com vendas reflete a forte expansão da rede de academias, com um número maior de unidades inauguradas nos últimos 12 meses (1T25 vs. 1T24), além dos investimentos pontuais realizados em marketing voltados para o fortalecimento da marca Smart Fit, da nova campanha institucional do TotalPass e dos investimentos realizados para reforçar o posicionamento das marcas do segmento de Studios.

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$174,1 milhões no 1T25, um crescimento de 37% versus o 1T24, representando 10,4% da receita líquida do período, um incremento de 0,3p.p. frente ao mesmo período do ano anterior. Esse aumento das despesas gerais e administrativas reflete os maiores investimentos na estruturação de novos negócios, principalmente relacionados ao TotalPass, além de reforços na estrutura de pessoal em Outros Países.

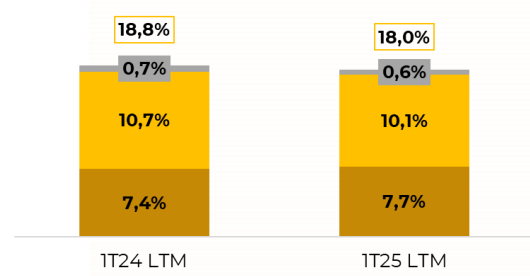
Evolução das Despesas com Vendas, Gerais, Administrativas e Despesas Pré-Operacionais (R\$ milhões)



Despesas comerciais e administrativas (%) Receita Líquida | Bases trimestrais



Despesas comerciais e administrativas (%) Receita Líquida | Bases anuais



■ Vendas ■ Gerais e administrativas ■ Despesas Pré - Operacionais □ (%) Receita Líquida

Em comparação com o 4T24, as despesas com vendas, gerais e administrativas aumentaram 15%, representando um incremento de 1,0p.p. como percentual da receita líquida. As despesas com vendas cresceram 24% em relação ao 4T24, acima da evolução da receita líquida, devido ao aumento no número de inaugurações de unidades nos últimos 12 meses e ao maior nível de investimento em marketing, em preparação para o período de vendas no início de 2025. As despesas gerais e administrativas cresceram 12% frente ao trimestre anterior, em razão dos maiores investimentos na estruturação de novos negócios, reforços na linha de pessoal e do maior volume de eventos corporativos realizados no período.

EBITDA

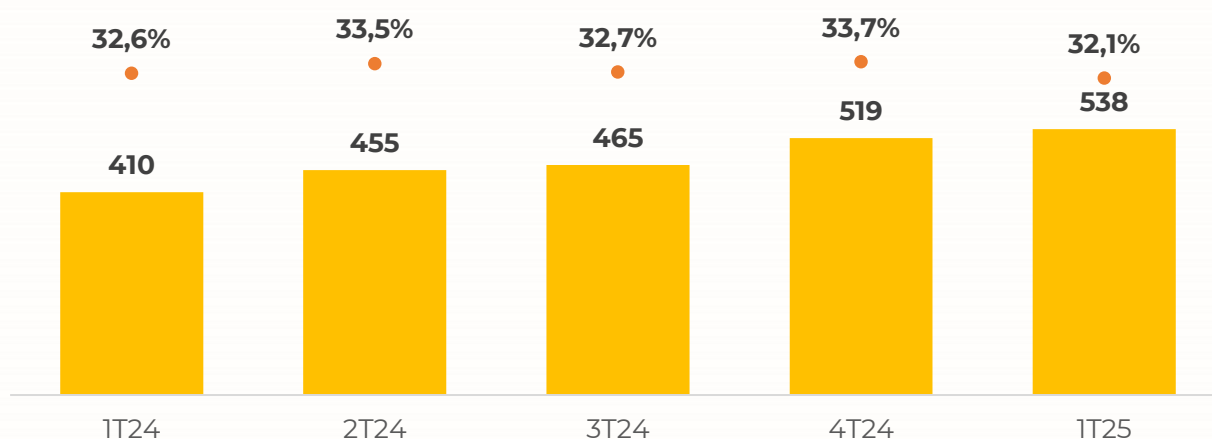
Composição do EBITDA ^a (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Lucro (prejuízo) líquido	140,3	110,4	27%	196,5	(29%)
(+) IR & CSLL	46,2	32,5	42%	(11,9)	–
(+) Resultado Financeiro	105,4	70,0	51%	93,5	13%
(+) Depreciação	228,3	182,4	25%	209,0	9%
EBITDA	520,2	395,3	32%	487,1	7%
Mg. EBITDA	31,0%	31,4%	(0,4) p.p.	31,6%	(0,6) p.p.
(+) Gastos pré-operacionais	17,9	15,0	19%	32,4	(45%)
EBITDA antes dos gastos pré-operacionais	538,0	410,3	31%	519,5	4%
Mg. EBITDA antes dos gastos pré-operacionais	32,1%	32,6%	(0,5) p.p.	33,7%	(1,7) p.p.

(a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios.

O EBITDA totalizou R\$520,2 milhões no 1T25, maior nível já registrado para um trimestre, apresentando um expressivo crescimento de 32% frente ao mesmo período do ano anterior, com margem de 31,0%, uma redução de 0,4p.p. em relação ao 1T24. Nos últimos 12 meses, o EBITDA totalizou R\$1.887,0 milhões, resultando em uma margem de 31,5%.

O EBITDA antes dos gastos pré-operacionais totalizou R\$538,0 milhões no 1T25, um crescimento de 31% frente ao 1T24. A margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais foi de 32,1% no período, uma redução de 0,5p.p. frente ao 1T24, reflexo do crescimento das despesas. Nos últimos 12 meses, o EBITDA antes dos gastos pré-operacionais totalizou R\$1.977,6 milhões, resultando em margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais de 33,0%.

Evolução do EBITDA e Margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais (R\$ milhões e % da receita líquida)



Se comparado ao 4T24, o EBITDA antes dos gastos pré-operacionais do 1T25 apresentou um crescimento de 4%, o que resultou em uma margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais 1,7p.p. inferior vs. o trimestre anterior.

LUCRO LÍQUIDO

Composição do Lucro Líquido Recorrente^a (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Lucro (prejuízo) líquido	140,3	110,4	27%	196,5	(29%)
<i>Margem líquida</i>	8,4%	8,8%	(0,4) p.p.	12,8%	(4,4) p.p.
(+) Reavaliação Panamá	0,3	4,4	(93%)	0,3	-
Lucro (prejuízo) líquido recorrente^b	140,6	114,8	22%	196,8	(29%)
<i>Margem líquida recorrente</i>	8,4%	9,1%	(0,7) p.p.	12,8%	(4,4) p.p.

(a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos indicadores excluem efeitos do IFRS 16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) "Lucro (prejuízo) líquido recorrente" exclui os impactos referentes à (i) reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica.

No 1T25, o lucro líquido totalizou R\$140,3 milhões, um sólido crescimento de 27% em relação aos R\$110,4 milhões no 1T24. Essa forte performance reflete, principalmente, a alavancagem operacional do negócio, impulsionada pela rentabilidade consistente das unidades maduras e pelo sólido *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos anos.

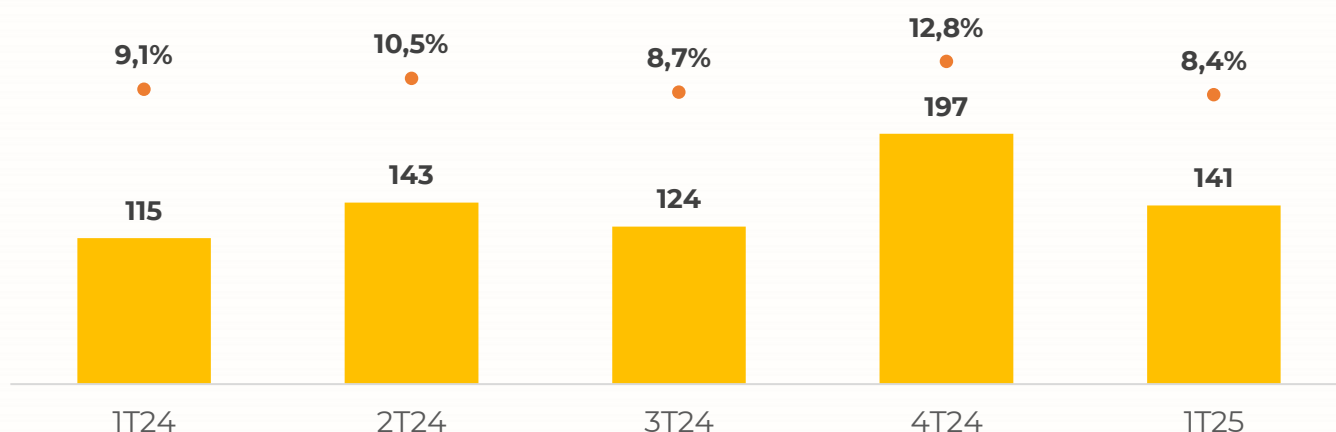
O lucro líquido recorrente totalizou R\$140,6 milhões no 1T25, um sólido crescimento de 22% em relação aos R\$114,8 milhões no 1T24. Vale mencionar que o resultado do 1T24 ainda foi positivamente impactado pelo aproveitamento de créditos tributários decorrentes de prejuízos fiscais nas subsidiárias da Companhia, resultando em uma alíquota efetiva de IRPJ/CSLL maior no 1T25 frente ao mesmo período do ano anterior, mesmo com o impacto positivo da declaração de R\$40 milhões de juros sobre capital próprio ("JCP") realizada no trimestre.

Na comparação com o 4T24, o lucro líquido recorrente no 1T25 foi impactado, principalmente, pela maior alíquota de imposto de renda e contribuição social em razão da declaração de um montante significativamente maior de JCP no trimestre anterior, que totalizou R\$258 milhões.

Nos últimos 12 meses do 1T25, o lucro líquido recorrente atingiu R\$604,1 milhões, resultando em uma margem líquida de 10,1%. O lucro líquido recorrente dos últimos 12 meses do 1T25 desconsidera despesas financeiras não-recorrentes, após IR/CSLL, de R\$22,1 milhões no 2T24, referentes ao pré-pagamento da 6ª emissão, e de R\$5,3 milhões no 3T24, referentes ao pré-pagamento da 5ª emissão e à outras dívidas bilaterais na Colômbia e R\$7,5 milhões referentes a reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica.

Evolução do Lucro Líquido Recorrente e Margem Líquida Recorrente

(R\$ milhões e % da receita líquida)



CAPEX

Capex ^{a,b} (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Capex	441,4	303,3	46%	721,4	(39%)
Expansão	350,1	245,7	43%	602,4	(42%)
Manutenção	74,2	45,6	63%	95,3	(22%)
Corporativo / Inovação	17,1	12,1	41%	23,7	(28%)

(a) Não considera investimentos em cessão de direito de uso relacionado a compra de pontos comerciais. (b) A partir do 1T25, os montantes de capex não consideram os custos financeiros capitalizados, que totalizaram R\$6,9 milhões no trimestre.

No 1T25, o capex foi de R\$441,4 milhões, um aumento de 46% em relação ao 1T24. O capex de expansão apresentou um crescimento de 43% frente ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$350,1 milhões no trimestre. Essa evolução reflete principalmente o fluxo de investimentos das unidades abertas no 4T24, especialmente as inauguradas durante o mês de dezembro, além dos investimentos na construção de unidades com expectativa de abertura nos trimestres subsequentes. Em comparação com o 4T24, o capex de expansão apresentou uma redução de R\$252,3 milhões, ou 42%, em função do maior número de unidades próprias abertas no período. Nos últimos 12 meses, o capex de expansão totalizou R\$1.637,1 milhões.

O capex de manutenção totalizou R\$74,2 milhões no 1T25, 63% acima do 1T24, devido (i) à estratégia de preservar a oferta de alto padrão em nossas unidades; (ii) ao incremento na quantidade de academias maduras; (iii) à continuidade dos investimentos no programa para aumentar a oferta de equipamentos em algumas unidades, que tem como objetivo atender o maior fluxo e a mudança de hábito dos alunos; e (iv) ao projeto de eficiência energética, que inclui a automação do ar-condicionado, entre outras iniciativas.

Nos últimos 12 meses, o capex de manutenção das academias da marca Smart Fit atingiu R\$259,8 milhões, representando 6,3% da receita bruta das unidades maduras, alinhado com a estratégia de oferecer uma experiência de alto padrão.

O capex com projetos corporativos e inovação totalizou R\$17,1 milhões no 1T25, um crescimento de 41% frente ao mesmo período do ano anterior.

VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA

A Companhia apresentou um aumento da Dívida Líquida ajustada de apenas R\$10,6 milhões no trimestre frente ao 4T24, reflexo da sólida Geração de caixa operacional, que mais do que compensou o pagamento de juros sobre capital próprio (JCP) no 1T25 e os investimentos realizados no período.

No 1T25, a Geração de caixa operacional foi positiva em R\$492,8 milhões, devido ao EBITDA recorde do período e a alta conversão de EBITDA em caixa operacional de 95%.

A Variação do capital de giro no 1T25 apresentou uma geração negativa de caixa de R\$13,7 milhões. Essa performance é explicada pelo consumo de caixa de R\$61,7 milhões no 1T25 da linha de Clientes, em função da maior participação do TotalPass, somado a sazonalidade do período para captação de alunos e nível de atividade promocional. A linha de Fornecedores apresentou uma geração de caixa de R\$35,5 milhões, reflexo do aumento da representatividade do TotalPass, bem como da antecipação do fluxo de compras das atividades de investimentos, que ocorreram ao longo de 2024, apesar da alta concentração de inaugurações no 4T24. Por fim, vale mencionar o impacto positivo de R\$19,6 milhões na linha de Impostos no trimestre, decorrente do maior aproveitamento de créditos gerados em trimestres anteriores, relacionados as remessas internacionais de recursos das subsidiárias internacionais para o Brasil.

As Atividades de investimento totalizaram R\$452,1 milhões, devido principalmente ao capex referente à abertura de novas unidades, que totalizou R\$350,1 milhões no 1T25. As Outras atividades representaram uma adição de R\$51,3 milhões na dívida líquida ajustada, reflexo principalmente do pagamento de JCP declarados no 4T24.

Variação da Dívida Líquida Ajustada (R\$ milhões)	1T25
Dívida Líquida Ajustada Inicial (4T24)	3.104,1
EBITDA	520,2
Itens de resultado sem impacto em caixa ^a	11,1
IR/CSLL pago	(24,8)
Variação no capital de giro^b	(13,7)
<i>Clientes</i>	<i>(61,7)</i>
<i>Fornecedores</i>	<i>35,5</i>
<i>Salários, provisões e contribuições sociais</i>	<i>10,6</i>
<i>Impostos^c</i>	<i>19,6</i>
<i>Outros</i>	<i>(17,7)</i>
Geração de Caixa Operacional	492,8
<i>Conversão EBITDA em Caixa Operacional</i>	<i>95%</i>
Capex Expansão	(350,1)
Capex Manutenção	(74,2)
Capex Corporativo/Inovação	(17,1)
Outros Investimentos e aquisições	(10,7)
Atividades de investimento	(452,1)
Resultado Financeiro e variação cambial	(12,1)
Dividendos/JCP	(67,5)
Outras variações de ativos e passivos	28,4
Outras atividades	(51,3)
Variação da dívida líquida do período	(10,6)
Dívida Líquida Ajustada Final (1T25)	3.114,8

(a) Inclui principalmente equivalência patrimonial, baixa de ativos, receita diferida e provisões; (b) A partir do 1T25, a Companhia passou a usar as variações no capital de giro conforme a Demonstração de Fluxo de Caixa das demonstrações financeiras; (c) Inclui impostos sobre vendas e serviços.

CAIXA E ENDIVIDAMENTO

Caixa e Endividamento ^{a,b} (R\$ milhões)	1T24	2T24	3T24	4T24	1T25
Caixa e aplicações financeiras	2.337	2.815	2.967	2.947	2.951
Dívida Bruta	4.163	4.870	5.212	5.945	5.965
Por natureza:					
Empréstimos e debêntures	4.075	4.794	5.176	5.915	5.945
Passivo de arrendamento - equipamentos	89	76	36	30	20
Por vencimento:					
Curto prazo	764	682	650	778	819
Longo prazo	3.399	4.188	4.562	5.167	5.145
Dívida Líquida	1.826	2.056	2.245	2.998	3.014
Outros Passivos e Ativos ^c	43	89	81	107	101
Dívida Líquida Ajustada	1.869	2.145	2.326	3.104	3.115
Dívida Líquida Ajustada / EBITDA LTM ^d	0,80x	0,93x	0,94x	1,16x	1,09x

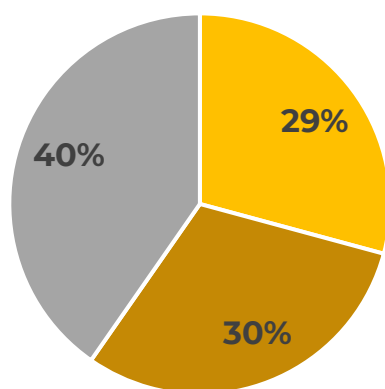
(a) "Dívida Bruta" considera empréstimos, financiamentos e arrendamento operacional (excluindo arrendamento de imóveis) com instituições financeiras, de curto e longo prazo; (b) "Dívida líquida", considera "Dívida Bruta" menos "Caixa e Garantias"; (c) "Outros Passivos e Ativos" utiliza a definição das debêntures da Companhia referentes a outros itens a serem considerados no cálculo da dívida líquida, incluindo mas não se limitando a contraprestações contingentes e instrumentos financeiros derivativos, tais como parcelas a pagar de aquisições realizadas, opções de compra e venda de acionistas minoritários e/ou swap de taxa de juros; (d) "Dívida Líquida Ajustada / EBITDA LTM", considera o indicador "Dívida Líquida Ajustada" dividido pelo "EBITDA LTM", utilizando a definição de dívida líquida e EBITDA das debêntures da Companhia. Para mais detalhes, vide [escritura das debêntures](#).

Ao final do 1T25, a Companhia possuía uma sólida posição de caixa de R\$2.951 milhões e dívida bruta de R\$5.965 milhões, sendo 86% com vencimento no longo prazo. A dívida líquida ajustada era de R\$3.115 milhões, resultando em um índice de dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, seguindo a definição das debêntures da Companhia, de 1,09x. Esse índice foi 0,07x inferior ao registrado no 4T24 reflexo da sólida geração de caixa operacional, que mais do que compensou o pagamento de juros sobre capital próprio (JCP) no 1T25 e os investimentos realizados no período.

Vale comentar que o índice dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis, terminou o 1T25 em 1,65x vs. 1,76x no 4T24. Consideramos esse patamar saudável, especialmente devido à alta previsibilidade de resultados da Companhia e o perfil de vencimento da dívida bastante alongado. Além disso, o índice dívida líquida ajustada/EBITDA 1T25 anualizado excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis é de 1,50x.

A Companhia apresenta robusta liquidez financeira, resultado da captação de R\$2,6 bilhões na oferta pública primária de ações e das captações de empréstimos, com gradual melhoria nos termos nos últimos 18 meses, que proporcionaram o alongamento dos vencimentos da dívida com menor custo financeiro.

A Companhia busca financiar sua necessidade de expansão em cada um dos países onde opera, combinando a geração de caixa da operação local com captação de recursos junto a bancos. Nesse cenário, é importante destacar que a composição da dívida líquida da Companhia é diversificada, sendo que Brasil, México e Outros Países representam, respectivamente, 29%, 30% e 40% da dívida líquida da Companhia ao final do 1T25. Na maioria dos países onde a Companhia opera academias próprias e possui dívida local, a perspectiva atual é de continuidade da redução da taxa de juros local. Ao final do 1T25, a dívida líquida da Companhia era composta da seguinte forma.



■ Brasil ■ México ■ Outros Países

A Companhia mantém os vencimentos de empréstimos e financiamentos adequados à capacidade de geração de caixa operacional e acessa linhas de financiamento locais para suportar a expansão nos diferentes países em que opera. Ao final do 1T25, o cronograma de vencimentos da dívida bruta era composto da seguinte forma:

Prazo de Vencimento da Dívida Bruta ^a	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Total
% do total	11%	12%	15%	23%	23%	10%	5%	100%
Total	676	702	912	1.394	1.374	605	300	5.965
Brasil	192	0	128	929	1.230	599	300	3.378
México	175	244	292	176	63	0	0	951
Outros Países ^b	309	458	492	290	81	6	0	1.636

(a) "Dívida Bruta" considera empréstimos, financiamentos e arrendamento operacional (excluindo arrendamento de imóveis) com instituições financeiras, de curto e longo prazo; (b) "Outros Países" inclui endividamento financeiro no Chile, Colômbia, Peru, Panamá, Argentina, Paraguai e Uruguai.

EVENTOS SUBSEQUENTES

Aumento de participação na Fitmaster LLC

Em 01 de Abril de 2025, Companhia celebrou um Contrato de Compra e Venda para aquisição de 45% das quotas da empresa Chromo Ventures Fund LLC ("Chromo Invest") que representa 4.500.000 unidades ordinárias, sendo esta empresa sediada no Estados Unidos da América. Como a Companhia já detinha 55%, passou a ter a totalidade de participação na empresa FitMaster. O valor total da operação foi de USD 6,545 milhões, equivalente aproximadamente R\$37.294, sendo o pagamento realizado a vista.

A Companhia efetuará o PPA para a correta alocação de preço atendendo as normas do CPC 15 / IFRS 3.

IMPACTO DA ADOÇÃO DO IFRS 16

A Companhia adotou em 1º de janeiro de 2019 a norma IFRS 16 / CPC 06 (R2) – Operações de arrendamento. A aplicação da norma afetou substancialmente a contabilização de contratos de aluguel dos espaços nos quais funcionam as academias da Companhia. Os compromissos futuros dos contratos de aluguel são reconhecidos como passivos de arrendamento, e o direito de uso dos espaços é reconhecido como um ativo de mesmo valor. Para fins de efeitos no resultado, os pagamentos fixos de aluguel são substituídos por uma depreciação do direito de arrendamento e uma despesa financeira sobre o passivo de arrendamento. Os pagamentos variáveis de aluguel continuam sendo reconhecidos como custo dos serviços prestados.

A Companhia optou na adoção do IFRS 16 / CPC 06(R2) pelo método retrospectivo modificado aplicado somente a partir de 1º de janeiro de 2019. Os impactos do IFRS 16 /CPC 06(R2) nos resultados da Companhia são detalhados abaixo.

Demonstração de Resultados (R\$ milhões)	IT25 Reportado	Impactos do IFRS 16	IT25 excluindo IFRS 16	IT24 Reportado	Impactos do IFRS 16	IT24 excluindo IFRS 16
Receita Líquida	1.678,2	-	1.678,2	1.259,9	-	1.259,9
Custo dos serviços	(961,1)	88,4	(1.049,5)	(736,6)	64,3	(800,9)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(58,3)	266,3	(324,6)	(40,2)	205,8	(246,0)
Depreciação e amortização (custo)	(399,8)	(177,9)	(221,9)	(317,9)	(141,5)	(176,4)
Lucro bruto	717,1	88,4	628,7	523,3	64,3	459,0
SG&A	(339,7)	0,3	(339,9)	(244,5)	0,6	(245,0)
Despesas com vendas	(142,2)	-	(142,2)	(95,1)	-	(95,1)
Gerais e administrativas	(171,0)	3,0	(174,1)	(124,2)	2,5	(126,7)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(2,3)	3,0	(5,3)	(1,6)	2,5	(4,1)
Despesas com abertura de novas unidades	(7,3)	-	(7,3)	(7,2)	-	(7,2)
Depreciação e amortização (despesa)	(9,2)	(2,8)	(6,4)	(7,9)	(1,9)	(5,9)
Outras (despesas) receitas	(9,9)	-	(9,9)	(10,2)	-	(10,2)
Equivalência patrimonial	3,0	-	3,0	(1,1)	-	(1,1)
Lucro (prejuízo) operacional antes do resultado financeiro	380,5	88,6	291,9	277,8	64,9	212,9
Resultado Financeiro	(225,4)	(120,0)	(105,4)	(161,2)	(91,3)	(70,0)
Imposto de Renda e Contribuição Social ^a	(34,2)	12,0	(46,2)	(22,1)	10,5	(32,5)
Lucro (prejuízo) líquido	120,9	(19,3)	140,3	94,5	(15,9)	110,4

Impactos do IFRS-16 na composição do Lucro Bruto excluindo depreciação e amortização e do EBITDA

Lucro bruto	717,1	88,4	628,7	523,3	64,3	459,0
(-) Depreciação e amortização (custo)	399,8	177,9	221,9	317,9	141,5	176,4
Lucro bruto excluindo depreciação	1.116,9	266,3	850,6	841,2	205,8	635,4
<i>Margem Bruta excluindo depreciação</i>	66,6%		50,7%	66,8%		50,4%
Lucro (prejuízo) líquido	120,9	(19,3)	140,3	94,5	(15,9)	110,4
(-) IR & CSLL	34,2	(12,0)	46,2	22,1	(10,5)	32,5
(-) Resultado Financeiro	225,4	120,0	105,4	161,2	91,3	70,0
(-) Depreciação e amortização	409,0	180,7	228,3	325,8	143,4	182,4
EBITDA	789,5	269,3	520,2	603,5	208,3	395,3
<i>Margem EBITDA</i>	47,0%		31,0%	47,9%		31,4%

(a) Efeito de IR diferido sobre as diferenças temporais de IFRS16 no IT25 e IT24;

*Custos, Despesas com Vendas e Gerais e Administrativas incluem despesas pré-operacionais

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A Companhia possui operações próprias no Brasil, México, Colômbia, Chile, Peru, Panamá, Costa Rica, Argentina, Paraguai e Uruguai e operações franqueadas no Brasil, México, Colômbia, República Dominicana, El Salvador, Equador, Guatemala e Honduras. A consolidação na Demonstração de Resultado para cada período é detalhada abaixo:

Operação	Reconhecimento na Demonstração de Resultado do período		Reconhecimento no Balanço Patrimonial do período	
	2025	2024	2025	2024
Brasil, México, Colômbia, Chile, Peru, Argentina, Paraguai, Panamá, Costa Rica, Uruguai, Queima Diária e TotalPass Brasil	Consolidado	Consolidado	Consolidado	Consolidado
República Dominicana, El Salvador, Equador, Guatemala e Honduras	Royalties pelo uso da marca	Royalties pelo uso da marca	n/a	n/a

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DRE (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
Receita Operacional Líquida	1.678,2	1.259,9	33%	1.540,6	9%
Custo dos Serviços Prestados	(961,1)	(736,6)	30%	(894,1)	7%
Lucro Bruto	717,1	523,3	37%	646,5	11%
Receitas (despesas) operacionais					
Vendas	(149,6)	(102,2)	46%	(126,2)	19%
Gerais e administrativas	(180,2)	(132,0)	37%	(160,6)	12%
Equivalência patrimonial	3,0	(1,1)	-	1,0	200%
Outras (despesas) receitas	(9,9)	(10,2)	(3%)	(4,7)	112%
Lucro antes do resultado financeiro	380,5	277,8	37%	356,1	7%
Resultado financeiro	(225,4)	(161,2)	40%	(215,1)	5%
Lucro antes do IR/CS	155,1	116,6	33%	141,0	10%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(34,2)	(22,1)	55%	24,1	-
Lucro (prejuízo) líquido	120,9	94,5	28%	165,1	(27%)

BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO (R\$ milhões)	1T25	1T24
CIRCULANTE	4.156	3.239
Caixa e equivalentes de caixa	2.951	2.337
Clientes	614	449
Instrumentos financeiros derivativos	8	11
Outros Créditos	584	442
NÃO CIRCULANTE	14.099	11.508
Imobilizado	5.551	4.257
Ativos de direito de uso	4.878	3.998
Intangível	2.360	1.987
Investimentos	50	43
Outros ativos	1.260	1.224
TOTAL DO ATIVO	18.255	14.747
PASSIVO (R\$ milhões)	1T25	1T24
CIRCULANTE	2.709	2.227
Empréstimos	810	713
Passivos de arrendamentos	659	572
Fornecedores	479	341
Receita diferida	216	222
Outros passivos	545	380
NÃO CIRCULANTE	10.003	7.227
Empréstimos	5.135	3.362
Passivos de arrendamentos	4.693	3.763
Outros passivos	175	101
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	5.544	5.293
Capital social	3.148	2.970
Reservas de capital	849	963
Reserva legal	74	771
Reserva de lucros	905	93
Outros resultados abrangentes	551	472
Participação não controladora	16	23
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	18.255	14.747

FLUXO DE CAIXA

Demonstrativo de Fluxo de Caixa (R\$ milhões)	1T25	1T24	1T25 vs. 1T24	4T24	1T25 vs. 4T24
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS					
Resultado do Período	120,9	94,5	28%	165,1	(27%)
Depreciações e amortizações	409,0	325,8	26%	382,1	7%
Baixa de intangível e imobilizado	8,3	5,9	42%	19,6	(57%)
Juros provisionados sobre dívida e variação cambial	172,9	125,4	38%	158,2	9%
Juros provisionados sobre arrendamentos	125,3	96,3	30%	119,7	5%
Outros	(42,8)	(14,9)	188%	(84,3)	(49%)
Variação no capital de giro	(13,7)	(223,9)	(94%)	(77,3)	(82%)
Caixa gerado pelas (aplicado nas) operações	780,1	409,1	91%	683,1	14%
Juros pagos sobre empréstimos e debêntures	(90,1)	(49,1)	84%	(205,8)	(56%)
Juros pagos sobre arrendamentos	(125,1)	(95,6)	31%	(119,2)	5%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(24,8)	(16,2)	-	(19,1)	30%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades operacionais	540,0	248,3	118%	339,1	59%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO					
Adições do ativo imobilizado	(438,5)	(299,8)	46%	(710,9)	(38%)
Adições do ativo intangível	(2,9)	(10,0)	(71%)	(26,5)	(89%)
Custos diretos iniciais de ativos de direito de uso	(9,6)	(45,7)	-	(9,1)	6%
Pagamento de aquisição de grupo de ativos, controlada e controlada em conjunto	(1,1)	(181,8)	(99%)	(89,8)	-
Aumento de capital em controlada e controlada em conjunto	-	(0,4)	-	0,1	(100%)
Aplicações financeiras	50,7	166,9	(70%)	49,2	3%
Partes relacionadas e mútuos com terceiros	6,7	(26,2)	-	4,3	58%
Pagamento de contraprestação contingente	-	-	-	-	-
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(394,4)	(396,9)	(1%)	(782,7)	(50%)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO					
Pagamento de empréstimos e custos	(143,8)	(249,1)	(42%)	(130,2)	10%
Captação de empréstimos	216,0	387,1	-	730,3	(70%)
Pagamento de arrendamento	(161,9)	(136,2)	19%	(154,2)	5%
Aquisição de participação de não controladores	-	-	-	(73,2)	-
Outros	(67,5)	(0,7)	10148%	(1,0)	6935%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	(157,2)	1,1	-	371,8	-
AUMENTO (REDUÇÃO) DO SALDO DE CAIXA E EQUIV.					
Saldo inicial	1.490,6	1.103,4	35%	1.520,9	(2%)
Saldo final	1.441,5	961,8	50%	1.490,6	(3%)
Variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	(37,5)	5,9	-	41,6	-



Relações com Investidores

André Pezeta | CFO

José Luís Rizzardo | Diretor de RI, M&A e Tesouraria

Matheus Nascimento | Gerente de RI

Juliana Pallot | Coordenadora de RI

Larissa Cristovão | Analista de RI

ri@smartfit.com

smart fit



1Q25 Results

Results Webinar

May 9th, 2025

11 a.m. (Brasilia) | 10 a.m. (NY) | 3 p.m. (London)

Conference Call in Portuguese with simultaneous translation into English

[Click here](#)

smart **fit**

1Q25 EARNINGS RELEASE

São Paulo, May 8th, 2025 – Smart Fit (SMFT3), the leader in the fitness industry across Latin America in memberships and number of clubs¹, announces its 1Q25 results. To facilitate analysis, the results are shown without the effect of IFRS 16/CPC 06 (R02). The effects of adopting IFRS 16/CPC 06 (R02) on the result are detailed from page 28 onwards.

HIGHLIGHTS OF THE PERIOD

- **Solid growth of 20% in the club network vs. 1Q24, totaling 1,759 units in 15 countries in Latin America**

290 clubs added in the last 12 months. The Company remains confident in the guidance² of 340-360 openings in 2025.
- **The member base in clubs reached the mark of 5.3 million in 1Q25, +16% vs. 1Q24 and +9% vs. 4Q24**

Addition of 717,000 members in clubs in the last 12 months, reflecting the expansion of the club network and the successful efforts in attracting and retaining members.
- **Net revenue reached R\$1.7 billion in 1Q25, with strong growth of 33% vs. 1Q24 and 9% vs. 4Q24**

The solid performance reflects a 19% increase in the average member base in Smart Fit owned clubs and a 12% increase in the average ticket during the period.
- **Cash gross margin of 50.7% in 1Q25, an expansion of 0.3p.p. vs. 1Q24 and 0.6p.p. vs. 4Q24, combining strong expansion of the club network with solid profitability**

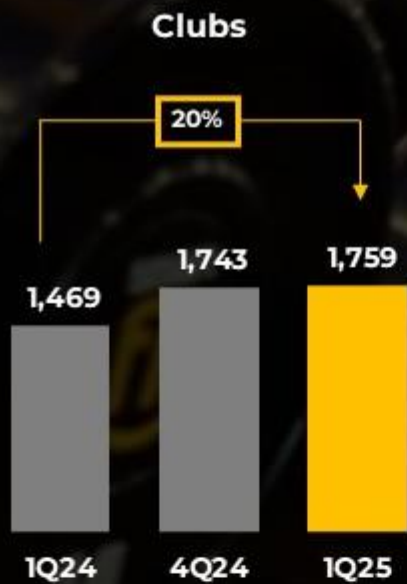
Cash gross margin of mature clubs³ reached a record level of 53%, and the maturation of units opened in recent years is consistent with historical levels.
- **Record EBITDA of R\$520 million in 1Q25, solid growth of 32% vs. 1Q24, with strong operating cash flow of R\$493 million, representing a high 95% conversion rate**

EBITDA of R\$1.9 billion over the last 12 months, with a margin of 31.5%.
- **Recurring net income⁴ of R\$141 million in 1Q25, +22% vs. 1Q24**

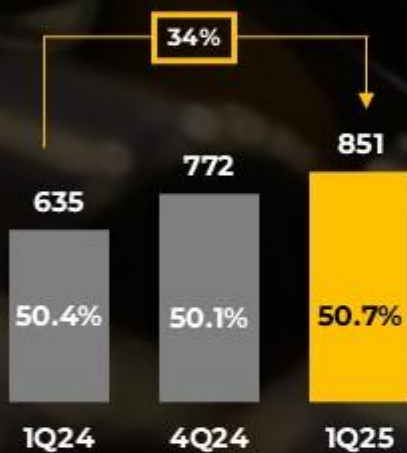
Recurring net margin of 8.4%, driven by the consistent profitability of mature units and the solid ramp-up process of the clubs opened in recent years, despite the strong growth.

1Q25 Highlights	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Clubs	1,759	1,469	20%	1,743	1%
Members in clubs (000) ^a	5,253	4,536	16%	4,839	9%
Net Revenue (R\$ million)	1,678	1,260	33%	1,541	9%
EBITDA ^b (R\$ million)	520	395	32%	487	7%
EBITDA Margin	31.0%	31.4%	(0.4) p.p.	31.6%	(0.6) p.p.
Recurring Net Income ^c (R\$ million)	141	115	22%	197	(29%)

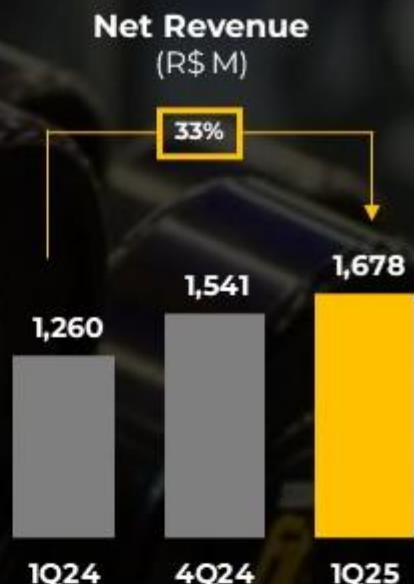
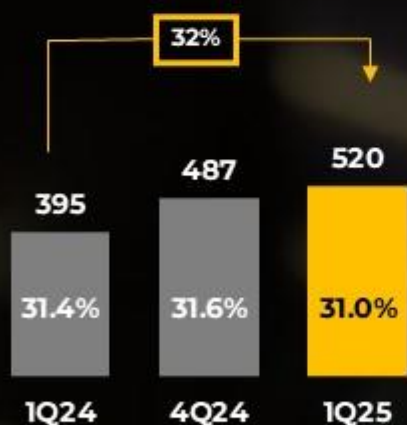
(1) According to the International Health, Racquet & Sports club Association data, disclosed in 2024, with a base date of 2023 ("IHRSA"); (2) As per the guidance disclosed to the market through a material fact in March 2025; (3) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year; (4) Excludes the impacts related to the revaluation of the stake in the Panama and Costa Rica operations. See "Net Income" section; (a) "Members in clubs" does not include TotalPass members; (b) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2). See "EBITDA Breakdown" section; (c) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2) and non-recurring impacts, as defined in Recurring Net Income ("3"). See "Net Income" section;



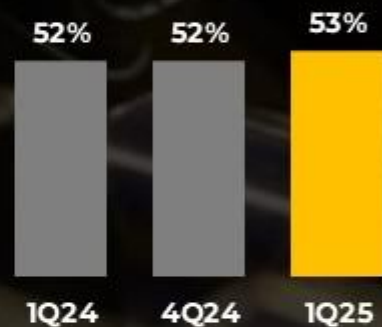
Cash Gross Profit and Margin ^(a) (R\$ M)



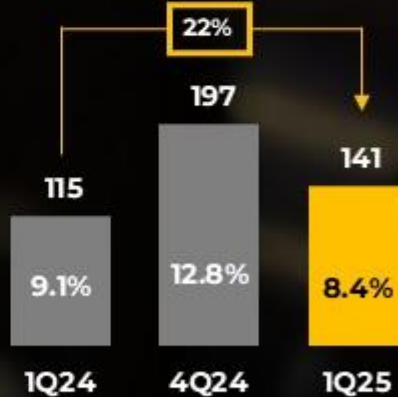
EBITDA (R\$ M) and margin ^(a) (%)



Gross Margin Mature Clubs ^(b) (%)



Recurring Net Profit (R\$ M) and recurring margin ^(c) (%)



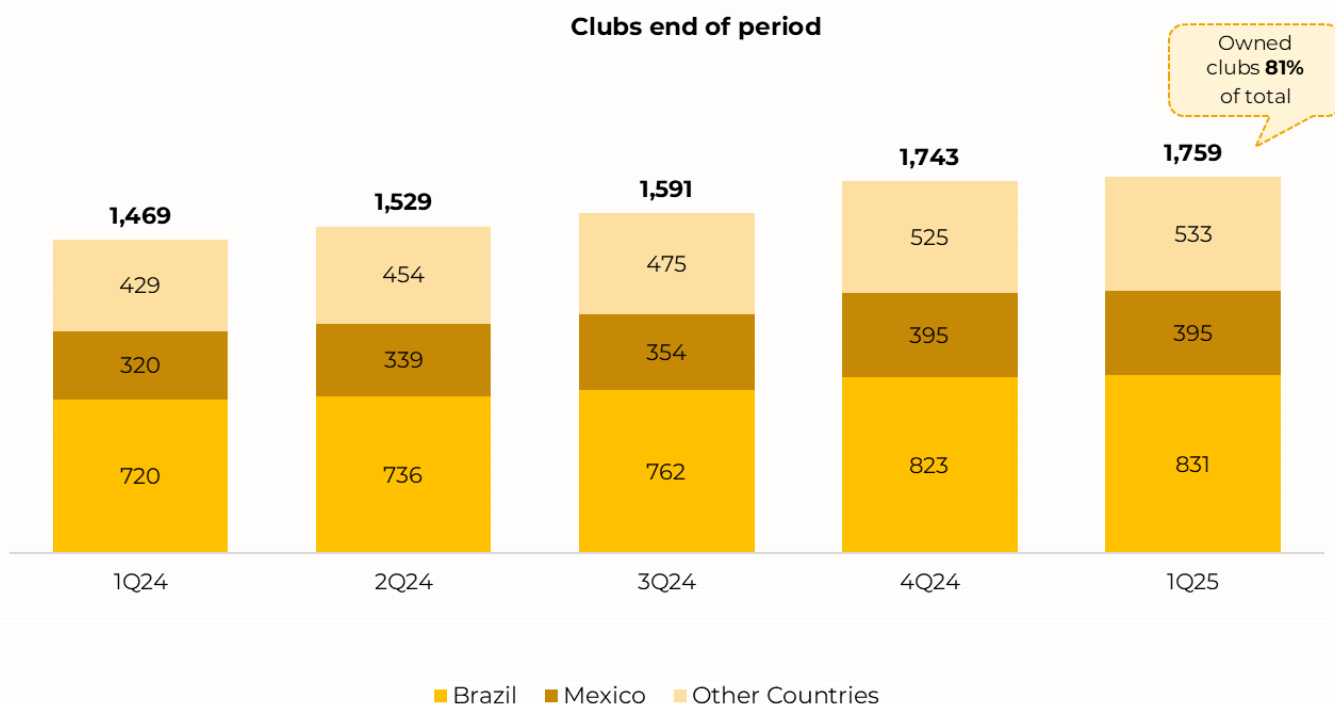
(a) Excludes the effects of IFRS 16/CPC06 (R2), see "Cash Gross Profit" and "EBITDA Breakdown" sections;
 (b) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year; and
 (c) Excludes the effects of IFRS 16/CPC06 (R2) and non-recurring effects, see "Net Income" section.

OPERATING PERFORMANCE

CLUB NETWORK

The Company ended the first quarter of 2025 with 1,759 clubs in 15 countries, representing a 20% network growth compared to the same period of the previous year, reinforcing its leadership position in the fitness industry in Latin America. At the end of the period, the club network comprised 1,416 owned units (81% of the total) and 343 franchises. In terms of geographic distribution, there was a notable increase in the share of Other Countries, which concluded the period representing 30% of the clubs, an increase of 1.1 p.p. compared to 1Q24. Meanwhile, Brazil and Mexico accounted for 47% and 22%, respectively.

During the quarter, 16 units were added: 15 under the Smart Fit brand and 1 under Bio Ritmo, with the latter being the brand's first high-end unit inaugurated in Peru. Of these additions, 8 are located in Other Countries and 8 in Brazil. Additionally, of the clubs inaugurated, 9 are owned clubs (56%) and 7 are franchises.



In the last 12 months, 290 clubs were added, 285 under the Smart Fit brand, 4 Bio Ritmo units, and 1 Nation unit. Of this total, 87% correspond to owned clubs, among which 17 franchised units were converted into owned clubs in 4Q24. By region, Brazil accounted for 38% of the additions, the Other Countries region for 36%, and Mexico for 26%.

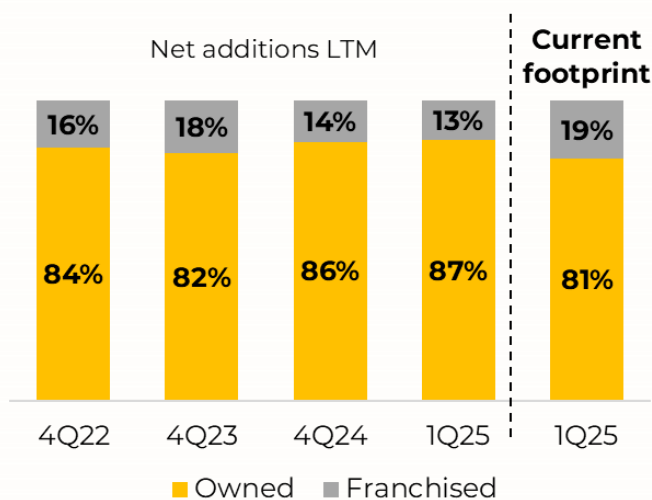
The Company ended April 2025 with 104 units under construction and 278 signed contracts for new units, with most of these units set to open in 2025. In this context, we remain confident about the guidance⁽¹⁾ for opening 340-360 clubs in 2025, with approximately 80% being owned units. The decision to accelerate the pace of expansion beyond the 305 units added in 2024 is grounded in: (i) the consistent performance of established clubs and the solid ramp-up of units opened in recent years; (ii) strong discipline in execution and the capital allocation process for the approval and opening of new units; (iii) the robustness of the Company's financial position; (iv) favorable market conditions, particularly the pipeline of high-quality real estate opportunities; and (v) the increasing demand in the fitness segment, driven by long-term trends.

(1) As per the guidance disclosed to the market through a material fact in March 2025;

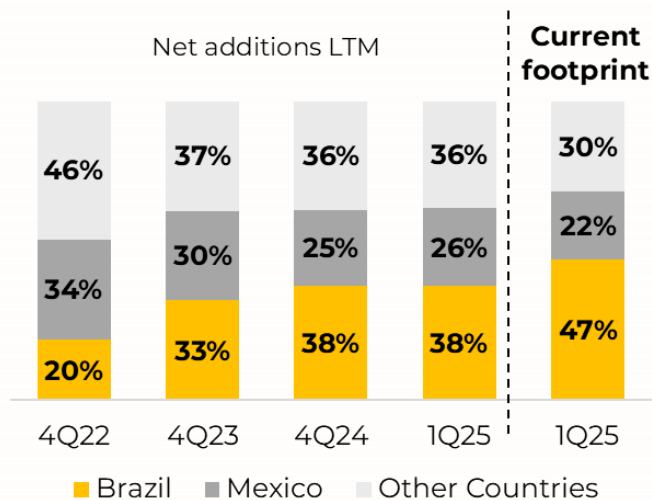
Note that, at the end of 1Q25, 956 owned clubs under the Smart Fit brand were mature (69% of the base of owned clubs), compared to 790 in the same period last year, considering the definition that a unit is mature when it had been operating for at least 24 months at the start of the year.

Additionally, in the Studios segment, we ended the quarter with 153 units, representing significant growth compared to the 23 and 135 units at the end of 1Q24 and 4Q24, respectively. Note that, of this total, 128 units are franchises and 25 are owned.

Club distribution^(a) by type

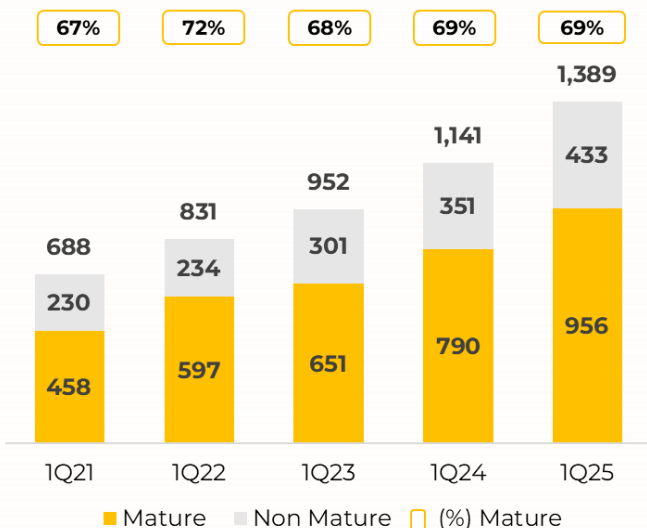


Club distribution^(a) by region

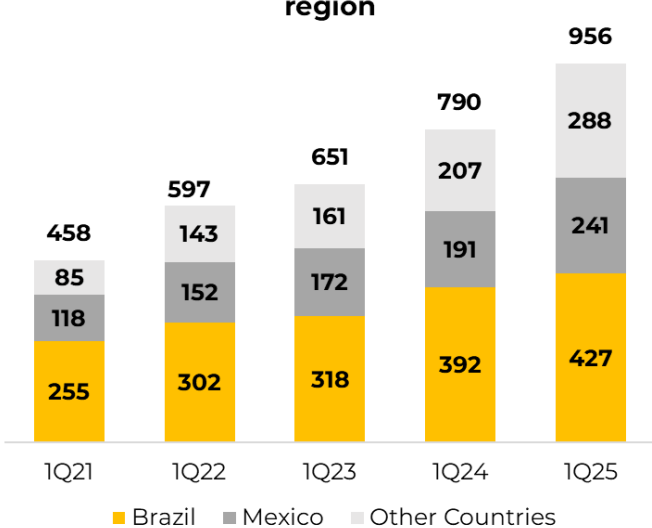


(a) Includes only the Company's clubs (excludes studios).

Smart Fit Own Units per aging



Smart Fit Own Mature Units^(b) per region



(b) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year.

EVOLUTION OF CLUB NETWORK

Clubs	End of Period					Growth 1Q25 vs.		Variation 1Q25 vs.	
	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	4Q24	1Q24	4Q24	1Q24
Total Clubs	1,469	1,529	1,591	1,743	1,759	16	290	1%	20%
By Type									
Owned	1,164	1,214	1,267	1,407	1,416	9	252	1%	22%
Franchised	305	315	324	336	343	7	38	2%	12%
By Brand									
Smart Fit	1,441	1,500	1,561	1,711	1,726	15	285	1%	20%
Owned	1,141	1,190	1,243	1,381	1,389	8	248	1%	22%
Brazil	493	506	525	569	573	4	80	1%	16%
Mexico	304	320	334	372	372	0	68	-	22%
Other Countries ^a	344	364	384	440	444	4	100	1%	29%
Franchised	300	310	318	330	337	7	37	2%	12%
Brazil	200	202	208	224	228	4	28	2%	14%
Mexico	16	19	20	23	23	0	7	-	44%
Other Countries ^a	84	89	90	83	86	3	2	4%	2%
Bio Ritmo and others ^b	28	29	30	32	33	1	5	3%	18%
Owned	23	24	24	26	27	1	4	4%	17%
Franchised	5	5	6	6	6	0	1	-	20%
By Region									
Brazil	720	736	762	823	831	8	111	1%	15%
Mexico	320	339	354	395	395	0	75	-	23%
Other Countries ^a	429	454	475	525	533	8	104	2%	24%

(a) "Other Countries" includes owned operations in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru and Uruguay and the franchises in El Salvador, Ecuador, Guatemala, Dominican Republic and Honduras; (b) "Bio Ritmo and others" includes 32 Bio Ritmo units and 1 Nation unit. Until 2024, this line also included the club of the operation of the O2 brand in Chile, a unit that was converted into Bio Ritmo in 2025.

MEMBER BASE

In 1Q25, the total member base in clubs continued its expansion trend, adding 414,000 members in the quarter to reach the record level of 5.3 million, up 9% from 4Q24 and 16% from 1Q24. This base expansion primarily reflects a strong intake performance in the quarter, due to the positive seasonality of the period, which has historically been one of the peak times of the year for attracting members in some of the countries where we operate. This solid intake performance throughout the first quarter of 2025 is explained by the combination of: (i) the strong pace of expansion of the club network in recent years and the maturation of the units; (ii) the positive seasonality of the period; and (iii) effective commercial efforts combined with pricing intelligence in member acquisition, anchored in the strength of the Smart Fit Group's brands and their unique value proposition.

EVOLUTION OF MEMBER BASE

Clients ('000)	End of Period					Growth 1Q25 vs.		Variation 1Q25 vs.	
	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	4Q24	1Q24	4Q24	1Q24
Clubs^a	4,536	4,624	4,826	4,839	5,253	414	717	9%	16%
By Type									
Owned	3,594	3,658	3,833	3,894	4,235	341	640	9%	18%
Franchised	941	967	993	945	1,018	73	77	8%	8%
By Brand									
Smart Fit	4,482	4,571	4,772	4,786	5,201	414	718	9%	16%
Owned	3,550	3,613	3,789	3,851	4,192	342	642	9%	18%
Brazil	1,525	1,515	1,559	1,560	1,715	155	190	10%	12%
Mexico	903	953	976	949	1,039	90	136	10%	15%
Other Countries ^b	1,122	1,146	1,255	1,342	1,438	96	316	7%	28%
Franchised	932	958	984	936	1,009	73	76	8%	8%
Bio Ritmo and others ^c	53	53	54	53	52	(1)	(1)	(2%)	(2%)
By Region									
Brazil	2,163	2,137	2,189	2,190	2,389	198	226	9%	10%
Mexico	958	1,016	1,043	1,013	1,114	101	156	10%	16%
Other Countries ^b	1,415	1,471	1,593	1,635	1,750	114	335	7%	24%

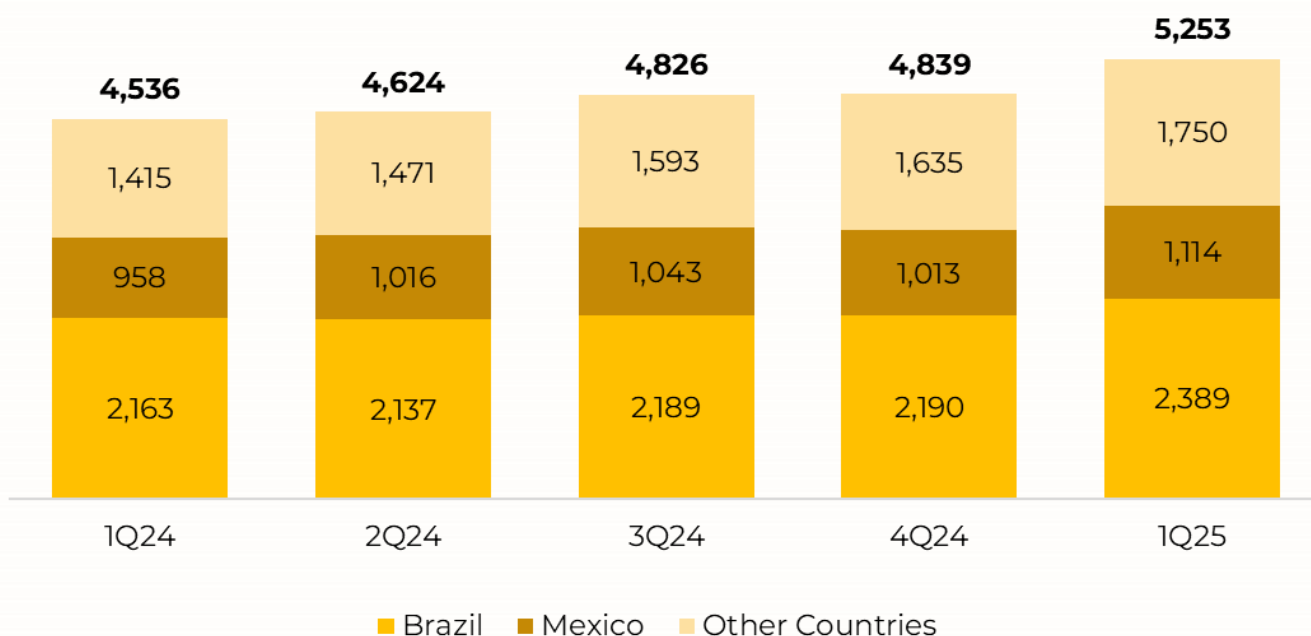
(a) The member base in clubs does not include the TotalPass members; (b) "Other Countries" include owned clubs in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru and Uruguay. For franchises, they include El Salvador, Ecuador, Guatemala, Dominican Republic and Honduras; (c) "Bio Ritmo and others" includes the operations of Bio Ritmo and Nation. Until 2024, this line also included the club of the operation of the O2 brand in Chile, a unit that was converted into Bio Ritmo in 2025.

In Brazil, the member base in clubs totaled 2.4 million in 1Q25, a 10% growth compared to 1Q24, which represents 1.0% of the population enrolled in one of the Company's clubs in the country. During this period, 226,000 members were added to the base driven by the solid maturation curve of the 111 units inaugurated in the last 12 months. Compared to 4Q24, a total of 198,000 members were added, due to the intake performance at the beginning of the year, particularly due to the solid ramp-up of the clubs opened in the last 18 months and the evolution of the member base in mature units.

Mexico ended 1Q25 with 1.1 million members, which represents 0.8% of the people enrolled in one of the Company's clubs in the country, a 16% increase compared to 1Q24. In the quarter, the base registered an addition of 101,000 members, 10% more than in 4Q24, reflecting the solid maturation of the 107 clubs added in the last 18 months and the evolution of the base in mature units in the region.

In Other Countries, the member base reached 1.8 million in 1Q25, up 24% from 1Q24. In the quarter, 114,000 members were added, representing a 7% growth compared to 4Q24, positively impacted by the addition of 173 units in the region over the past 18 months and the solid evolution of the base in mature units in the region.

Club Members end of period



The Company has been expanding and enhancing the offer of digital products and services, with the aim of complementing the in-person training experience at the clubs and strengthening the members relationship.

Currently, the main digital services include:

- (i) Queima Diária, one of Latin America's largest digital fitness platforms, which offers access to on-demand physical exercise programs and other content on nutrition and healthier lifestyle habits. At the end of 1Q25, the platform had 400,000 members, 9% more than in 4Q24, and 28% more than in the same period of the previous year. This result reflects the increase in B2B operations, which offers exclusive subscriptions for corporate partners of Queima Diária, and B2C operations, driven by intake in the quarter;
- (ii) As part of its digital add-ons strategy, the Company includes in its portfolio the products Smart Fit Nutri — the app-based nutritional tracking service, featuring bioimpedance assessments using scales installed in Smart Fit clubs and teleconsultations with nutritionists

— and Smart Fit Coach, the online personal trainer service through customized consulting that guides members in their fitness routines.

At the end of the first quarter of 2025, the digital-only members totaled 412,000, representing a 30% increase vs. 1Q24, and 12% growth vs. 4Q24.

In 1Q25, TotalPass, a B2B fitness market aggregator, once again registered consistent growth, establishing itself as one of the main corporate wellness benefits in Brazil and Mexico. The partner club network in Brazil reached 23,000 units, with presence in more than 1,550 cities, an important milestone for our business unit. In Mexico, we ended the first quarter with approximately 7,000 registered units. TotalPass members can access 30,000 different clubs, including the Company's clubs and studios. We believe that TotalPass' value proposition for companies' Human Resources departments and potential partners is becoming increasingly differentiated and attractive.

FINANCIAL PERFORMANCE

Main financial indicators ^a (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Gross Revenue	1,781.4	1,343.6	33%	1,641.7	9%
Net Revenue	1,678.2	1,259.9	33%	1,540.6	9%
Cash costs of services ^b	(827.6)	(624.5)	33%	(768.6)	8%
Cash gross profit^b	850.6	635.4	34%	772.0	10%
<i>Cash gross margin</i>	50.7%	50.4%	0.3 p.p.	50.1%	0.6 p.p.
Pre-operating Costs	(10.6)	(7.8)	35%	(20.8)	(49%)
Cash gross profit before pre-operating costs ^b	861.2	643.3	34%	792.8	9%
<i>Gross margin before pre-operating costs</i>	51.3%	51.1%	0.3 p.p.	51.5%	(0.1) p.p.
SG&A	(333.5)	(239.1)	39%	(285.9)	17%
<i>% Net Revenue</i>	19.9%	19.0%	0.9 p.p.	18.6%	1.3 p.p.
Selling Expenses ^c	(142.2)	(95.1)	50%	(114.6)	24%
<i>% Net Revenue</i>	8.5%	7.5%	0.9 p.p.	7.4%	1.0 p.p.
General and administrative expenses ^d	(174.1)	(126.7)	37%	(155.0)	12%
<i>% Net Revenue</i>	10.4%	10.1%	0.3 p.p.	10.1%	0.3 p.p.
Pre-operating expenses	(7.3)	(7.2)	2%	(11.6)	(37%)
Other (expenses) revenues	(9.9)	(10.2)	(3%)	(4.7)	112%
Equity Income	3.0	(1.1)	-	1.0	200%
EBITDA^e	520.2	395.3	32%	487.1	7%
<i>EBITDA Margin</i>	31.0%	31.4%	(0.4) p.p.	31.6%	(0.6) p.p.
EBITDA before pre-operating expenses^f	538.0	410.3	31%	519.5	4%
<i>EBITDA Margin before pre-operating expenses</i>	32.1%	32.6%	(0.5) p.p.	33.7%	(1.7) p.p.
Depreciation and amortization	(228.3)	(182.4)	25%	(209.0)	9%
Financial Result	(105.4)	(70.0)	51%	(93.5)	13%
EBT	186.5	142.9	30%	184.6	1%
Income tax and Social Contribution	(46.2)	(32.5)	42%	11.9	-
Profit (loss) for the period	140.3	110.4	27%	196.5	(29%)
<i>Net Margin</i>	8.4%	8.8%	(0.4) p.p.	12.8%	(4.4) p.p.

(a) All indicators exclude the effects of IFRS-16 in relation to the commercial leases of clubs and offices; (b) For a better analysis of our operational performance, we have shown "Cash Cost of Services," which excludes the effects of IFRS-16, depreciation and amortization. "Cash gross profit before pre-operating expenses" also excludes pre-operating costs with opening of new units. See "Gross Profit" section for the calculation of these measurements; (c) "Selling expenses" exclude pre-operating expenses; (d) "General and administrative expenses" excludes depreciation and effects of IFRS-16; (e) See the "EBITDA Breakdown" section for the calculation of this measurement; (f) "EBITDA before pre-operating costs and expenses" excludes costs and expenses with openings of new units. See the "EBITDA Breakdown" section for the calculation of this measurement.

NET REVENUE

In 1Q25, net revenue totaled R\$1,678.2 million, up 33% from 1Q24. This performance mainly reflects the 19% increase in the average member base in Smart Fit owned clubs, driven by the solid 22% expansion of the brand's average owned club network and the maturation of these units, as well as the 12% increase in the average ticket compared to the same period last year. In the quarter, the Other Countries and Mexico region accounted for 57% of net revenue, representing a 2.2 p.p. increase compared to 1Q24. In the last 12 months, net revenue reached a record level of R\$6.0 billion.

The strong growth in net revenue for the quarter also reflects the numerous initiatives aimed at sustainably optimizing revenue per club. In this context, it is important to note that the significant increase in the average ticket of Smart Fit members, especially in Other Countries, is primarily due to the strategic price adjustments implemented over the past few years across various regions, along with the effective commercial and operational efforts to attract and retain members, all anchored in the brand's strength and the unique value proposition of our business model. Certain commercial and operational initiatives, including the expansion of club network, have contributed to the strong percentage increase in members enrolled in the Black membership, which accounted for 67% of the member base of owned clubs at the end of 1Q25, compared to the 66% in the previous year.

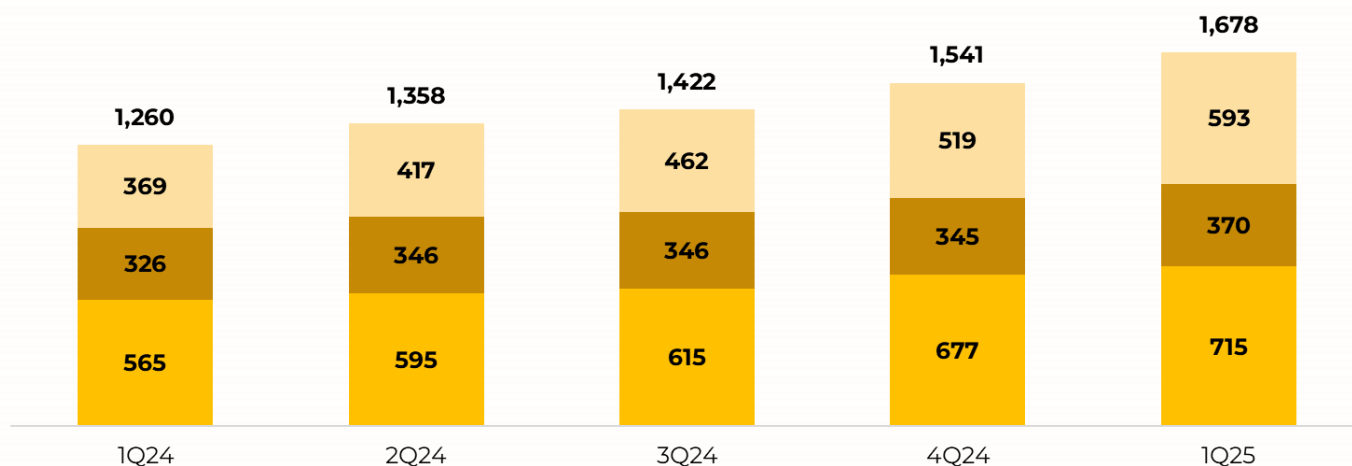
Net Revenue by Brand and Region

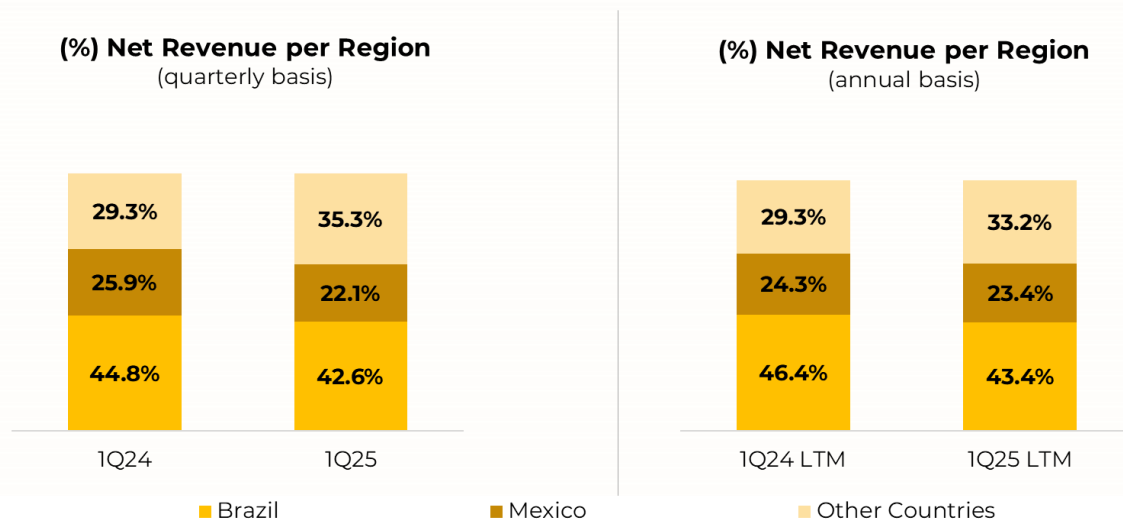
Net Revenue (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Smart Fit	1,538.5	1,158.5	33%	1,385.4	11%
Brazil	577.5	464.8	24%	524.0	10%
Mexico	370.2	326.1	14%	344.5	7%
Other Countries ^a	590.8	367.6	61%	516.9	14%
Bio Ritmo and others ^b	44.1	37.6	17%	44.6	(1%)
Others ^c	95.6	63.8	50%	110.6	(14%)
Total	1,678.2	1,259.9	33%	1,540.6	9%
International Revenue (% total)	57%	55%	2.2 p.p.	56%	1.4 p.p.

(a) The "Other Countries" region considers only owned operations controlled in the region (Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru and Uruguay); (b) "Bio Ritmo and others" includes the operations of Bio Ritmo and Nation. Until 2024, this line also included the club of the operation of the O2 brand in Chile, which was converted into Bio Ritmo in 2025; (c) "Other" includes royalties received from franchises in Brazil and abroad, (excluding Mexico) as well as revenue from other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass, Queima Diária and Studios. Until 3Q24, royalties from the Colombia franchises – which were converted into owned units in 4Q24 – were also not included in the "Others".

Evolution of Net Revenue (per Region)

R\$ million





In 1Q25, net revenue at Smart Fit clubs totaled R\$1,538.5 million, up 33% from 1Q24 and 11% from 4Q24. This performance was driven by the increase in the average number of members in owned clubs and the increase in the average ticket.

In Brazil, net revenue at Smart Fit clubs totaled R\$577.5 million in 1Q25, increasing 24% from 1Q24, due to the solid 14% growth in average member base in owned clubs and the 9% increase in average ticket. Compared to 4Q24, net revenue grew by 10%, reflecting the expansion of the average member base in owned clubs and the increase in average ticket.

In Mexico, net revenue in the quarter was R\$370.2 million, a 14% increase compared to 1Q24, which mainly reflects a 13% expansion in the average member base in owned clubs, while the average ticket remained stable in BRL terms but increased in local currency. It is worth noting that, in local currency, the average ticket per member grew 2% compared to the same period in 2024. This increase reflects the first and only price adjustment in the “Black Card Plan” ever in the region, implemented at the end of 2023, and the price adjustments in the “Smart Plan”, over the last quarters. By the end of March 2025, the penetration rate of members enrolled in the “Black Card Plan” in owned clubs reached 53%, up from 49% in the same period the previous year. Compared to 4Q24, net revenue increased 7%, mainly due to the 4% increase in average ticket, in addition to the expansion of the average member base in owned clubs.

Net revenue at Smart Fit clubs in the Other Countries region totaled R\$590.8 million in 1Q25, being the region with the highest level of revenue among the regions and showing a strong growth of 61% when compared to 1Q24, due to the 30% increase in average member base of owned clubs in the region and the 24% increase in the average ticket. It is worth mentioning that, in Other Countries, the Company continues to advance with the pricing strategy, with effective price adjustments in the “Black Card Plan” over recent periods, particularly in Colombia, Chile, Panama, Peru and Costa Rica, as well as the adjustments in the monthly fees of the “Smart Plan”. In the context, the penetration of members enrolled in the “Black Card Plan”, remained stable compared to 1Q24. Compared to 4Q24, net revenue grew 9%, due to the 7% expansion in average member base of owned clubs in the region and in the average ticket.

The "Others" line ended 1Q25 with revenue of R\$95.6 million, a 50% increase compared to R\$63.8 million in the same period of the previous year. This increase is explained by the revenue growth of other business units and the acquisition of the Velocity Group, which was completed at the end of 2024. Compared to 4Q24, net revenue of "Others" decreased by 14% mainly due to the seasonal effects across the segment of other business units.

CASH COST OF SERVICES PROVIDED

Cash cost of services provided totaled R\$827.6 million in 1Q25, 33% higher than in 1Q24. This growth mainly reflects the 22% expansion in the average number of owned clubs, supporting the strong addition of 640,000 members at owned clubs. Additionally, it is worth noting the increase in costs for clubs in the ramp-up phase, particularly those opened in the last 12 months, as well as the higher number of mature clubs.

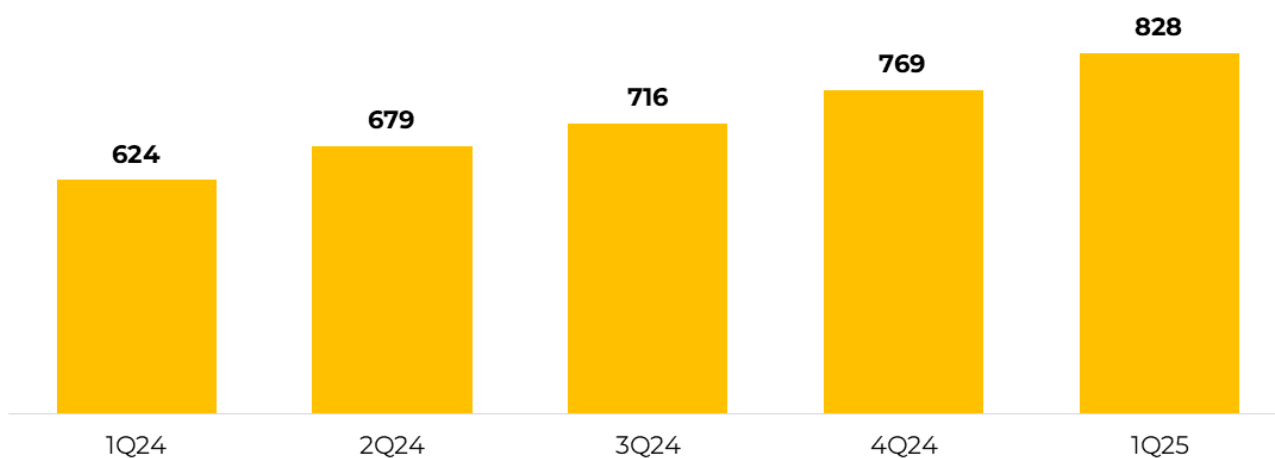
Cash Cost of Services Provided by Type

Cash Cost of Services Provided ^a (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Occupation	316.5	241.9	31%	291.3	9%
Personnel and third-party services	304.5	220.2	38%	273.3	11%
Consumption	134.1	109.2	23%	124.0	8%
Other	72.5	53.2	36%	80.1	(10%)
Cash Cost of Services Provided	827.6	624.5	33%	768.6	8%

(a) For a better analysis of our operational performance, we have shown "Cash Cost of Services Provided" which excludes the effects of IFRS-16, depreciation and amortization. The rent of properties is considered in this caption.

Evolution of Cash Cost of Services Provided

(R\$ million)



Compared to 4Q24, cash cost in 1Q25 increased by 8%, below the net revenue growth for the period. This growth was mainly due to a 6% increase in the average number of owned clubs, reflecting the ramp-up process of new clubs, along with a 5% increase in the average member base in owned clubs. Additionally, personnel costs grew during the quarter, primarily due to the wage adjustments in certain regions of Brazil, as well as in Mexico, Peru and Colombia.

Considering only mature clubs, costs by unit increased 3% from 4Q24, in line with the 3% increase in revenue from these units during the period, mainly due to the increase in average ticket. The increase in costs of these units was driven primarily by wage adjustment and related charges in the personnel and third-party services during the period. It is worth highlighting that the Company remains focused on improving operational efficiency to mitigate the impact of inflationary scenario on the business, including ongoing rent contract negotiations and productivity improvements in personnel and other services.

CASH GROSS PROFIT

The cash gross profit in 1Q25 totaled R\$850.6 million, a 34% increase compared to 1Q24, mainly reflecting the consistent maturation of units opened in the last three years and the stable margin levels of mature units during the period. The cash gross margin reached 50.7% in 1Q25, an increase of 0.3 p.p. compared to 1Q24, reflecting the solid growth in net revenue and efficient cost management, which resulted in fixed cost dilution, despite the record expansion of the club network. In the last 12 months, cash gross profit totaled R\$3,007.2 million, resulting in cash gross margin of 50.1%.

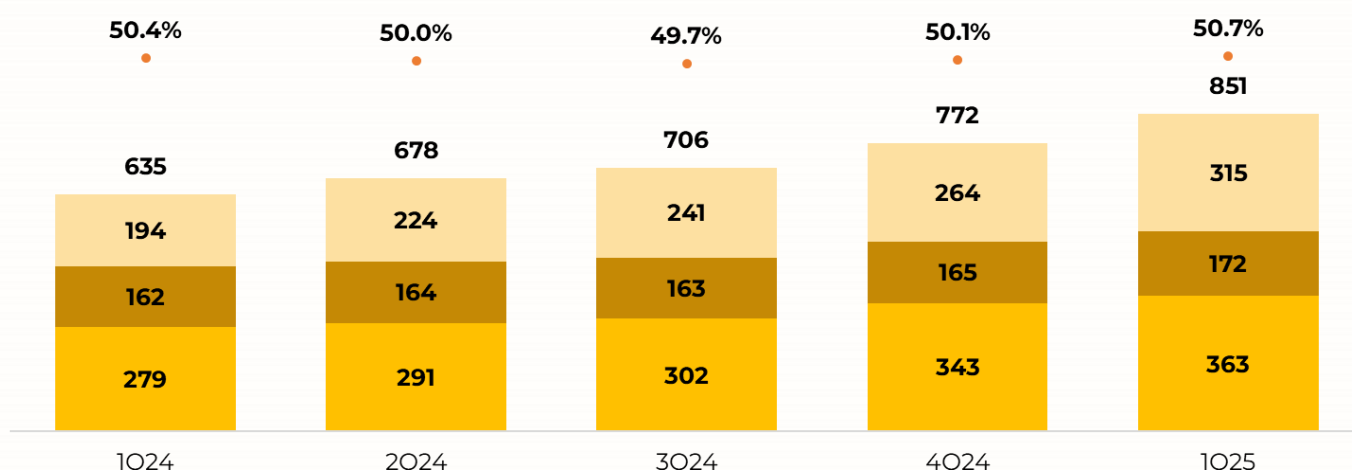
The cash gross margin before pre-operating costs, that is, those related to the openings, was 51.3% in 1Q25, increasing 0.3 p.p. when compared to the same period of the previous year. This margin expansion reflects the business's operating leverage, resulting from a combination of the continuous increase in average revenue per club, especially from maturing units, and efficient cost management. In the last 12 months, the cash gross profit before pre-operating costs totaled R\$3,062.5 million, resulting in a cash gross margin before pre-operating costs of 51.1%.

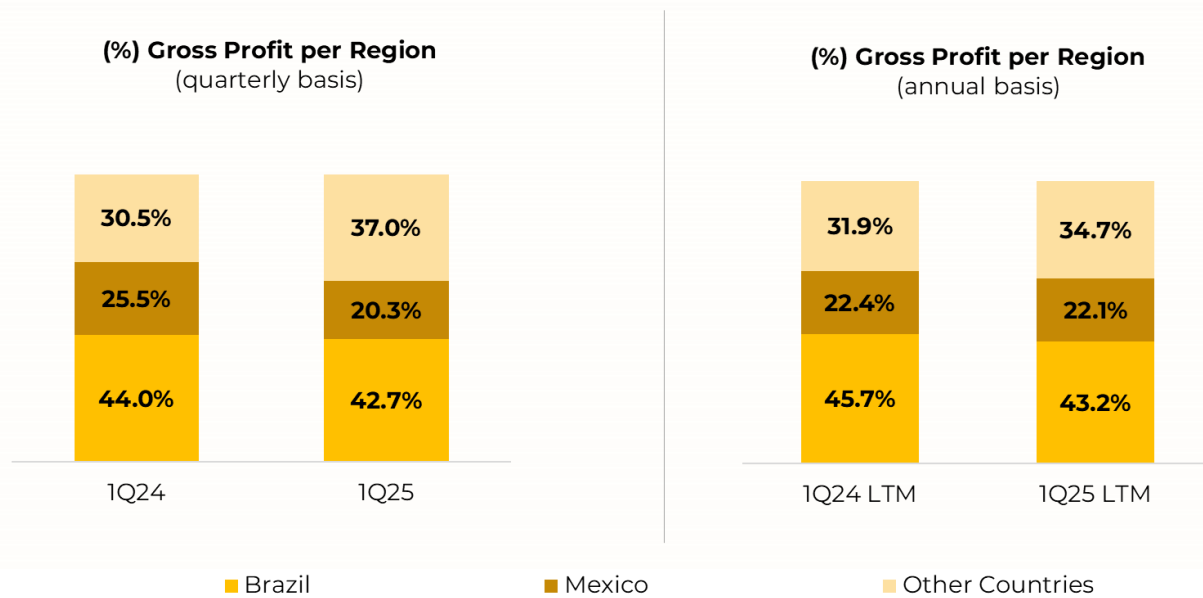
Cash Gross Profit ^a (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Net Revenue	1,678.2	1,259.9	33%	1,540.6	9%
(-) Cash Costs of Services Provided	827.6	624.5	33%	768.6	8%
Cash Gross Profit^b	850.6	635.4	34%	772.0	10%
Cash Gross Margin	50.7%	50.4%	0.3 p.p.	50.1%	0.6 p.p.
(+) Pre-Operating Costs	10.6	7.8	35%	20.8	(49%)
Cash Gross Profit before Pre-Operating Costs^c	861.2	643.3	34%	792.8	9%
Cash Gross Margin before Pre-Operating Costs	51.3%	51.1%	0.3 p.p.	51.5%	(0.1 p.p.)

(a) For a better analysis of the performance of our operations, all indicators exclude the effects of IFRS-16, depreciation and amortization; (b) "Cash gross profit" excludes depreciation and amortization; (c) "Cash gross profit before pre-operating costs" excludes depreciation, amortization, and the cost of opening new units.

Evolution of Cash Gross Profit (per Region)

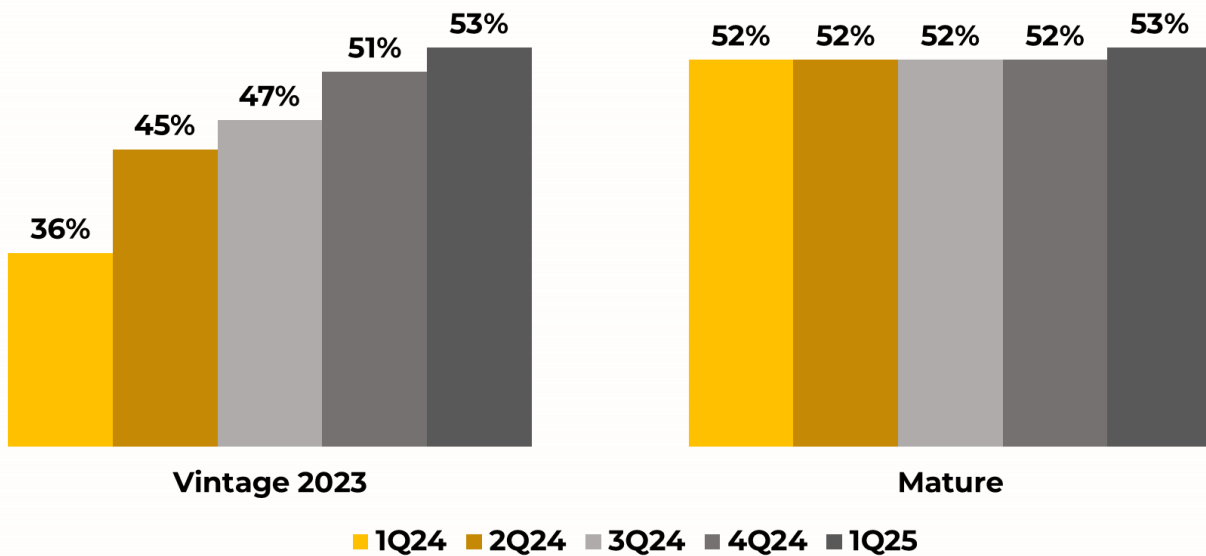
R\$ million | % Gross Margin





Compared to 4Q24, the cash gross profit increased by R\$78.7 million in 1Q25, a growth of 10%, and the cash gross margin expanded by 0.6 p.p., mainly reflecting the ramp-up process of the units opened over the last three years and the higher number of mature clubs. The cash gross margin before pre-operating costs, that is, those related to the openings, decreased 0.1p.p. compared to the previous quarter.

Gross Margin per Vintage per Unit (Owned Smart Fit units)



In 1Q25, the cash gross margin of mature Smart Fit clubs reached a record level of 53%, above the solid 52% level maintained over the previous eight straight quarters. This solid performance is a result of the initiatives to sustainably optimize revenue per club alongside assertive efforts to improve operational efficiency. Annualized gross profit per unit for these mature units for the quarter was R\$2.5 million, up 4% and 10% from 4Q24 and 1Q24, respectively.

Another highlight was the units opened in 2023 (“Vintage 2023”) which registered cash gross margin of 53%, an expansion of 2 p.p. compared to 4Q24, with a 10% increase in annualized gross profit per unit, reaching R\$2.2 million per unit. The solid performance of owned clubs within the 2023 Vintage units, which are still in the maturation process, resulted from a combination of strong revenue growth, reflecting the expansion intelligence and Smart Fit brand’s strength, and structurally lower occupancy costs compared to mature units.

Note that the units opened in 2024 (“Vintage 2024”) maintain their solid maturation pace. The Vintage 2024 clubs achieved 2,700 members in March 2025, with an average annualized net revenue per unit of R\$3.2 million and cash gross margin of 42% in 1Q25, a strong margin expansion when compared to the previous quarter. Note that of the 242 owned clubs added in 2024, 120 were inaugurated in 4Q24, are still at early stage of maturation process.

EBITDA by Region

To enable a better analysis of the performance and contribution of each region to the company's consolidated EBITDA, the company now calculates the EBITDA of each region by subtracting the respective selling expenses from cash gross profit. General and administrative expenses (G&A) and other operating expenses are analyzed on a consolidated basis as they sustain the operations of the entire company.

EBITDA ^{a,b} (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Brazil	280.3	223.2	26%	276.6	1%
Mexico	139.6	137.2	2%	134.9	4%
Other Countries	281.2	172.8	63%	234.3	20%
G&A expenses and other operating expenses	(183.9)	(136.8)	34%	(159.7)	15%
Equity Income	3.0	(1.1)	–	1.0	200%
EBITDA	520.2	395.3	32%	487.1	7%

(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS-16 regarding commercial leases related to the rents of clubs and offices; (b) EBITDA by region considers cash gross profit subtracting the selling expenses. General and administrative expenses (G&A) and other operating expenses will be analyzed on a consolidated basis as they sustain the operations of the entire company.

In Brazil, EBITDA in 1Q25 was R\$280.3 million, up 26% from 1Q24, driven by the increase in average revenue per owned club. EBITDA margin in the region was 39.2% in 1Q25, a decrease of 0.3 p.p. compared to the same period of the previous year, reflecting the accelerated marketing investments. This increase in expenses more than offset the 1.3p.p. vs. 1Q24 improvement in gross margin, mainly reflecting a 2.0 p.p. expansion in Smart Fit brand margin. Compared to 4Q24, EBITDA margin in Brazil declined 1.6 p.p., also impacted by higher selling expenses, while cash gross margin remained stable vs. 4Q24. In the last 12 months, EBITDA in Brazil totaled R\$1,030.6 million, with a margin of 39.6%, representing 41% of the total EBITDA of the three reported regions (vs. 44% in the previous year).

In Mexico, EBITDA in 1Q25 was R\$139.6 million, up 2% from 1Q24, but with a lower margin compared to 1Q24 due to higher rental and personnel costs, as well as higher selling expenses. It is worth noting that 1Q24 recorded the highest cash gross margin level since the Covid-19 pandemic. Compared to 4Q24, the region's EBITDA grew by 4%, with a 1.4 p.p. margin decline due to higher personnel costs and selling expenses. In the last 12 months, Mexico's EBITDA reached R\$543.3 million, with a 38.6% margin, representing 22% of total regional EBITDA (vs. 22% in the prior year).

In Other Countries, EBITDA in 1Q25 was R\$281.2 million, up 63% from the same period last year, positively impacted by strong growth in average revenue per club with an expansion of cash gross margin by 0.6p.p. Compared to 4Q24, EBITDA in the region grew by R\$46.8 million in the quarter, with an EBITDA margin of 47.4%, which is 2.2 p.p. higher than the previous quarter. In the last 12 months, EBITDA in the region totaled R\$935.0 million, with margin of 47.0%, and accounting for 37% of total EBITDA by region (vs. 34% in the previous year).

GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

Selling, general, and administrative expenses ^{a,b} (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Selling expenses	142.2	95.1	50%	114.6	24%
General and administrative expenses	174.1	126.7	37%	155.0	12%
Pre-operating expenses	7.3	7.2	2%	11.6	(37%)
Total	323.6	228.9	41%	281.2	15%

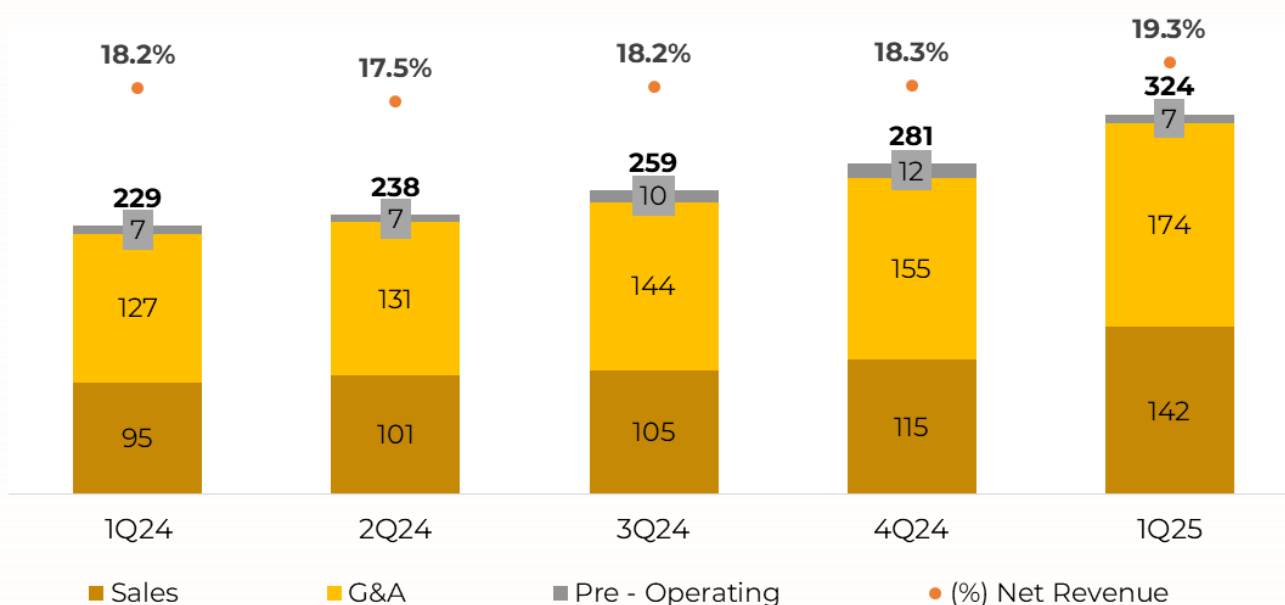
(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS-16 regarding commercial leases related to the rents of clubs and offices; (b) Excludes "Other (expenses) / revenues".

Selling, general and administrative expenses totaled R\$323.6 million in the quarter, 41% higher than in 1Q24, representing 19.3% of net revenue, an increase of 1.1 p.p., compared to 18.2% in the same period of the previous year.

Selling expenses totaled R\$142.2 million in 1Q25, a 50% increase when compared to 1Q24, corresponding to 8.5% of net revenue (up 0.9 p.p. from 1Q24). The increase in selling expenses reflects the strong expansion of the club network, with a higher number of units opened in the last 12 months (1Q25 vs. 1Q24), in addition to targeted marketing investments to strengthen the Smart Fit brand, the launch of TotalPass's new institutional campaign, and efforts to reinforce the positioning of brands within the Studios segment.

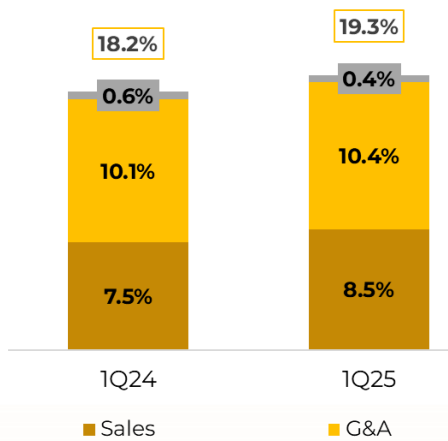
General and administrative expenses totaled R\$174.1 million in 1Q25, a 37% increase compared to 1Q24, and represented 10.4% of the net revenue for the period, a 0.3 p.p. increase compared to the same period of the previous year. This increase in general and administrative expenses reflects the higher investments in structuring new business, mainly related to TotalPass, and personnel reinforcement in Other Countries.

Evolution of Selling, General and Administrative Expenses and Pre-Operating Expenses (R\$ million)



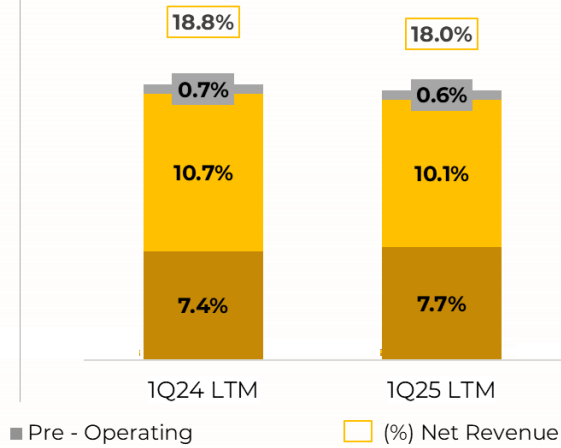
Commercial and administrative expenses

(%) Net Revenue | Quarterly basis



Commercial and administrative expenses

(%) Net Revenue | Annual basis



Compared to 4Q24, selling, general and administrative expenses increased 15%, representing a 1.0 p.p. increase as a percentage of net revenue. Selling expenses grew by 24% compared to 4Q24, outpacing the growth in net revenue, due to a higher number of unit openings in the last 12 months and an increased level of marketing investment, in preparation for the intake period at the beginning of 2025. General and administrative expenses increased by 12% compared to the previous quarter, driven by greater investments in the structuring of new businesses, increases in personnel line item, and a higher number of corporate events conducted during the period.

EBITDA

EBITDA Breakdown ^a (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Net Income	140.3	110.4	27%	196.5	(29%)
(+) Income Taxes (IR & CSLL)	46.2	32.5	42%	(11.9)	–
(+) Financial Result	105.4	70.0	51%	93.5	13%
(+) Depreciation	228.3	182.4	25%	209.0	9%
EBITDA	520.2	395.3	32%	487.1	7%
<i>EBITDA Margin</i>	<i>31.0%</i>	<i>31.4%</i>	<i>(0.4) p.p.</i>	<i>31.6%</i>	<i>(0.6) p.p.</i>
(+) Pre-operating costs and expenses	17.9	15.0	19%	32.4	(45%)
EBITDA before pre-operating expenses	538.0	410.3	31%	519.5	4%
<i>EBITDA margin before pre-operating expenses</i>	<i>32.1%</i>	<i>32.6%</i>	<i>(0.5) p.p.</i>	<i>33.7%</i>	<i>(1.7) p.p.</i>

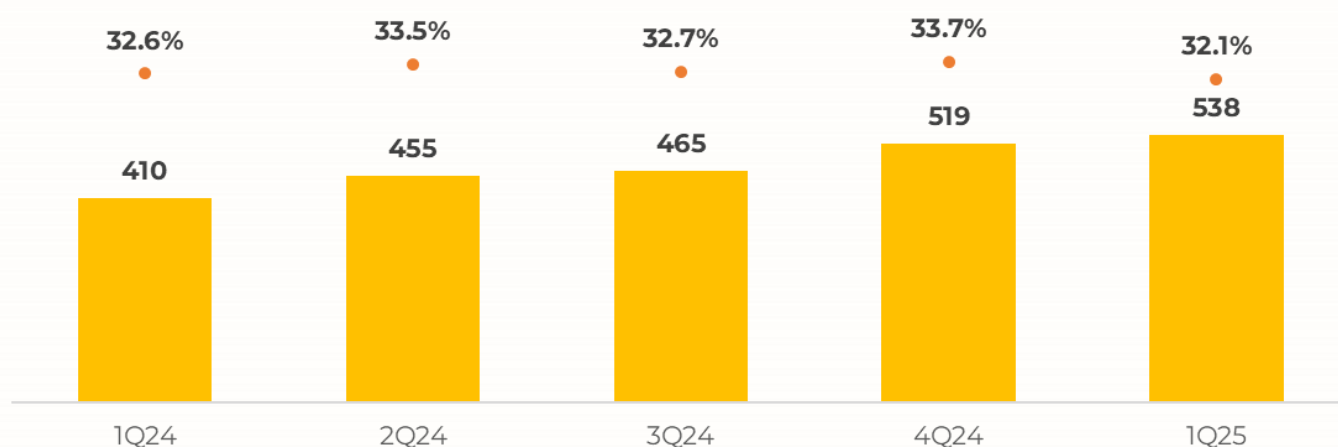
(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS-16 regarding commercial leases related to the rents of clubs and offices;

EBITDA totaled R\$520.2 million in 1Q25, the highest level ever recorded for a quarter, representing a significant growth of 32% compared to the same period of the previous year, with a margin of 31.0%, down 0.4 p.p. from 1Q24. In the last 12 months, EBITDA totaled R\$1,887.0 million, resulting in a margin of 31.5%.

EBITDA before pre-operating expenses totaled R\$538.0 million in 1Q25, a 31% increase compared to 1Q24. Adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses was 32.1% in the period, a reduction of 0.5 p.p. compared to 1Q24, reflecting the increase in expenses. In the last 12 months, EBITDA before pre-operating expenses totaled R\$1,977.6 million, resulting in an EBITDA margin before pre-operating expenses of 33.0%.

Evolution of EBITDA and EBITDA Margin before pre-operating expenses

(R\$ million and % of net revenue)



Compared to 4Q24, EBITDA before pre-operating expenses in 1Q25 increased 4%, resulting in an EBITDA margin before pre-operating expenses 1.7 p.p. lower than in the previous quarter.

NET INCOME

Recurring Net Profit^a (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Net profit (loss)	140.3	110.4	27%	196.5	(29%)
<i>Net margin</i>	8.4%	8.8%	(0.4) p.p.	12.8%	(4.4) p.p.
(+) Panama Revaluation	0.3	4.4	(93%)	0.3	–
Recurring net profit (loss)^b	140.6	114.8	22%	196.8	(29%)
<i>Recurring net margin</i>	8.4%	9.1%	(0.7) p.p.	12.8%	(4.4) p.p.

(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS-16 regarding commercial leases related to the rents of clubs and offices; (b) "Recurring net profit (loss)" excludes the impacts related to the revaluation of the stake in the Panama and Costa Rica operations.

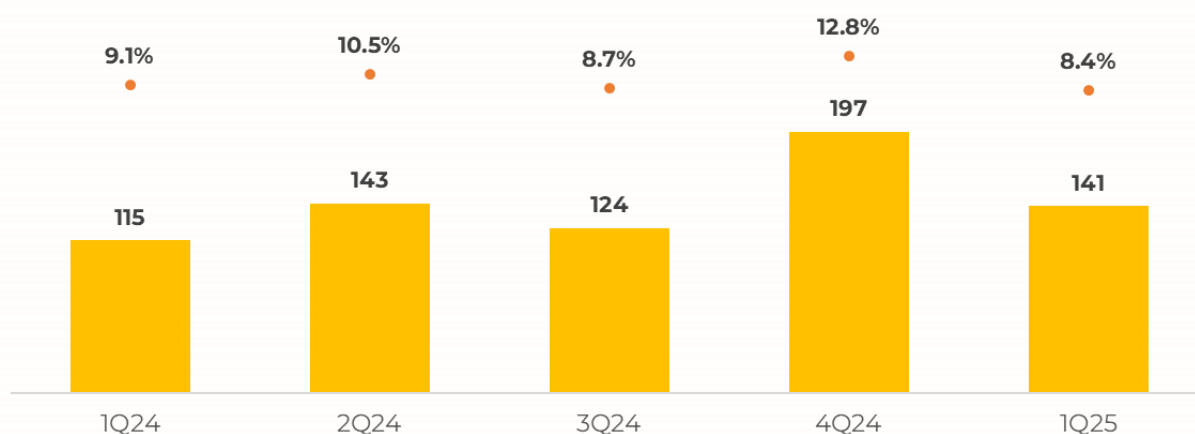
In 1Q25, net income totaled R\$140.3 million, a solid growth of 27% compared to R\$110.4 million in 1Q24. This strong performance was primarily driven by the Company's operating leverage, supported by the consistent profitability of mature clubs and the solid ramp-up of units opened in recent years.

In 1Q25, recurring net income totaled R\$140.6 million, a solid growth of 22% compared to R\$114.8 million in 1Q24. It is worth noting that the 1Q24 result benefited from the recognition of tax credits related to tax loss in the Company's subsidiaries, which resulted in a higher effective income tax and social contribution rate in 1Q25 compared to the same period last year – despite the positive impact from the R\$ 40 million in interest on equity ("IoE") declared in 1Q25.

Compared to 4Q24, however, the recurring net income in 1Q25 was mainly impacted by the higher income tax and social contribution rate due to the significantly higher amount of IoE declared in the previous quarter, which totaled R\$258 million.

In the last 12 months to 1Q25, recurring net income reached R\$604.1 million, resulting in a recurring net margin of 10.1%. Recurring net income for the last 12 months to 1Q25 excludes non-recurring financial expenses of R\$22.1 million in 2Q24, related to the prepayment of the 6th issue, and R\$5.3 million in 3Q24, related to the prepayment of the 5th issue and other bilateral debts in Colombia, and R\$7.5 million related to the revaluation of the stakes in operations in Panama and Costa Rica.

Evolution of Recurring Net Profit and Net Margin (R\$ million and % of net revenue)



CAPEX

Capex ^{a,b} (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Capex	441.4	303.3	46%	721.4	(39%)
Expansion	350.1	245.7	43%	602.4	(42%)
Maintenance	74.2	45.6	63%	95.3	(22%)
Corporate and Innovation	17.1	12.1	41%	23.7	(28%)

(a) Excludes investments in the grant of right of use related to the acquisition of commercial points; (b) As of 1Q25, capex amounts do not include capitalized financial costs, which totaled R\$ 6.9 million in the quarter.

In 1Q25, capex was R\$441.4 million, an increase of 46% compared to 1Q24. The expansion capex grew by 43% compared to the same period of the previous year, totaling R\$350.1 million in the quarter. The increase mainly reflects the flow of investments in the units opened in 4Q24, especially those inaugurated in December, in addition to the investments in the construction of units expected to be opened in the subsequent quarters. Compared to 4Q24, expansion capex decreased R\$252.3 million, or 42%, due to the higher number of owned clubs opened in the period. In the last 12 months, expansion capex totaled R\$1,637.1 million.

Maintenance capex totaled R\$74.2 million in 1Q25, 63% increase from 1Q24, due to: (i) the strategy of maintaining a high-standard offering in our units; (ii) the increase in the number of mature clubs; (iii) the ongoing investments in the program to expand equipment availability in certain units, aimed at accommodating higher traffic and the changes in members' habits; and (iv) the energy efficiency project, which includes air conditioning automation among other initiatives.

In the last 12 months, maintenance capex of Smart Fit clubs came to R\$259.8 million, representing 6.3% of gross revenue of mature units, which is in line with the strategy of offering a high standard experience.

Capex for corporate and innovation projects totaled R\$17.1 million in 1Q25, up 41% year on year.

VARIATION IN ADJUSTED NET DEBT

The Company reported an increase of only R\$10.6 million in adjusted net debt in the quarter compared to 4Q24, reflecting strong operating cash generation, which more than offset the payment of interest on equity (JCP) in 1Q25 and the investments made during the period. In 1Q25, operating cash generation was positive at R\$492.8 million, driven by record EBITDA for the quarter and a high EBITDA-to-cash conversion rate of 95%.

Working capital variation in 1Q25 resulted in a negative cash generation of R\$13.7 million. This performance was mainly due to a R\$61.7 million cash consumption in the Accounts Receivable line, explained by the greater share of TotalPass in the revenue mix, seasonality related to member acquisition, and the level of promotional activity during the period.

The Suppliers line contributed R\$35.5 million in positive cash generation, reflecting both the increased share of TotalPass and the acceleration of purchase flows related to investment activities that occurred throughout 2024, despite the concentration of openings in 4Q24. Finally, the Taxes line had a positive impact of R\$19.6 million in the quarter, due to the greater use of tax credits generated in prior quarters, related to the repatriation of funds from international subsidiaries to Brazil.

Investing activities totaled R\$452.1 million, mainly driven by capex related to new unit openings, which reached R\$350.1 million in 1Q25. Other activities accounted for an addition of R\$51.3 million to adjusted net debt, mainly reflecting the payment of interest on equity (IoE) declared in 4Q24.

Variation in Adjusted Net Debt (R\$ million)	1Q25
Initial Adjusted Net Debt (4Q24)	3,104.1
EBITDA	520.2
Items of result with no impact in cash ^a	11.1
IR/CSLL paid	(24.8)
Working capital variation^b	(13.7)
<i>Receivables</i>	(61.7)
<i>Suppliers</i>	35.5
<i>Wages, provisions and social contributions</i>	10.6
<i>Taxes^c</i>	19.6
<i>Others</i>	(17.7)
Operating Cash Flow	492.8
<i>Conversion of EBITDA into operating cash</i>	95%
Expansion Capex	(350.1)
Maintenance Capex	(74.2)
Corporate and Innovation Capex	(17.1)
Other Investments and acquisitions	(10.7)
Investment activities	(452.1)
Financial Result and FX Rate Variations	(12.1)
Dividends/Interest on equity	(67.5)
Other variations in assets and liabilities	28.4
Other Activities	(51.3)
Variation of Adjusted Net Debt in the period	(10.6)
Final Adjusted Net Debt (1Q25)	3,114.8

(a) Mainly includes equity income, asset write-offs deferred revenue and provisions; (b) As of 1Q25, the Company began using working capital variations in accordance with the Statement of Cash Flows presented in the financial statements; (c) Includes taxes on sales and services.

CASH AND DEBT

Cash and Debt ^{a,b} (R\$ million)	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25
Cash and financial investments	2,337	2,815	2,967	2,947	2,951
Gross Debt	4,163	4,870	5,212	5,945	5,965
By nature:					
Loans and debentures	4,075	4,794	5,176	5,915	5,945
Lease liability - equipment	89	76	36	30	20
By maturity					
Short-term	764	682	650	778	819
Long-term	3,399	4,188	4,562	5,167	5,145
Net Debt (Net Cash)	1,826	2,056	2,245	2,998	3,014
Other Liabilities and Assets ^c	43	89	81	107	101
Adjusted Net Debt	1,869	2,145	2,326	3,104	3,115
Adjusted Net Debt / EBITDA LTM ^d	0.80x	0.93x	0.94x	1.16x	1.09x

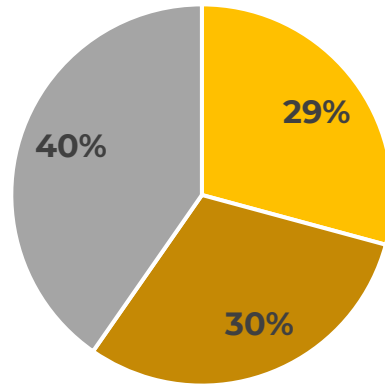
(a) "Gross debt" considers short- and long-term loans, financing and operating leases (excluding property leases) with financial institutions; (b) "Net debt" refers to "Gross debt" less "Cash and guarantees"; (c) "Other Liabilities and Assets" use the definition of the company's debentures related to other items to be considered while calculating net debt, including, but not limited to, contingent considerations and derivative financial instruments, such as installments payable for acquisitions, stock options of non-controlling shareholders and/or interest rate swaps; (d) "Adjusted Net Debt/EBITDA LTM" is the "Adjusted Net Debt" divided by "EBITDA LTM" using the definition of net debt and EBITDA of the company's debentures. For more information, see [the indenture](#) (Portuguese only).

At the end of 1Q25, the Company had a solid cash balance of R\$2,951 million and gross debt of R\$5,965 million, with 86% maturing in the long term. Adjusted net debt was R\$3,115 million, resulting in an adjusted net debt/EBITDA LTM ratio of 1.09x (as defined in the Company's debentures). This ratio was 0.07x lower than in 4Q24, reflecting strong operating cash flow, which more than offset the payment of interest on equity (IoE) in 1Q25 and the investments made during the period.

Note that the adjusted net debt/EBITDA LTM ratio excluding the effects of IFRS-16 related to property leases at the end of 1Q25 is 1.65x vs. 1.76x in 4Q24. We consider this a healthy level, especially due to the high predictability of the Company's results and the very long debt maturity profile. On an annualized 1Q25 basis, excluding the effects of IFRS-16, the adjusted net debt/EBITDA ratio was 1.50x.

The Company has strong financial liquidity, resulting from the R\$2.6 billion raised from the primary offering of shares and from borrowings, whose terms have improved gradually in the last 18 months, which enabled the company to lengthen its debt maturities at a lower financial cost.

The Company seeks to finance its expansion needs in each country where it operates by combining the cash generation from the local operation with funding from banks. In this context, it is important to highlight that the composition of the Company's net debt is diversified, with Brazil, Mexico and Other Countries accounting for 29%, 30% and 40% of the Company's net debt, respectively, by the end of 1Q25. In most of the countries where the Company operates owned clubs and has local debt, the current outlook is for a continued reduction in the local interest rate. At the end of 1Q25, the Company's net debt was structured as follows:



■ Brazil ■ Mexico ■ Other Countries

The Company maintains the maturities of loans and financing in alignment with its capacity to generate operating cash flow and accesses local financing lines to drive its expansion in the countries where it operates. At the end of 1Q25, the gross debt maturity schedule was structured as follows:

Gross Debt Maturities ^a	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Total
% of total	11%	12%	15%	23%	23%	10%	5%	100%
Total	676	702	912	1,394	1,374	605	300	5,965
Brazil	192	0	128	929	1,230	599	300	3,378
Mexico	175	244	292	176	63	0	0	951
Other Countries ^b	309	458	492	290	81	6	0	1,636

(a) "Gross debt" considers short- and long-term loans, financing and operating leases (excluding property leases) with financial institutions; (b) "Other Countries" includes financial debt in Chile, Colombia, Peru, Panama, Argentina, Paraguay and Uruguay.

EVENTS AFTER THE REPORTING PERIOD

Increase in equity interest in Sports World

On April 1, 2025, the Board of Directors entered into an agreement for acquisition of 45% of the share units of Chromo Ventures Fund LLC (“Chromo Invest”), which represents 4,500,000 common share units. This company is based in the United States of America. Since the Company already held 55%, it now holds the entire stake in the Company FitMaster. The total amount of the operation was USD 6.545 million, equivalent to approximately R\$37,294, in a cash payment.

The Company will carry out the PPA for the correct price allocation in compliance with the standards of CPC 15 / IFRS 3. Financial numbers shown from this point reflect the adoption of IFRS-16.

IMPACT OF THE ADOPTION OF IFRS 16

On January 1, 2019, the company adopted the IFRS 16/CPC 06 (R2) – Leases standard. The application of the standard substantially affected the booking of lease agreements for spaces where the company's clubs operate. Future commitments from lease agreements are recognized as lease liabilities and the right to use the spaces is recognized as an asset of the same value. For the purpose of effects in the result, the fixed lease payments are replaced by depreciation of the lease right and a financial expense on the lease liability. Variable lease payments continue to be recognized as costs of services provided.

The company chose to adopt IFRS 16/CPC 06(R2) by the modified retrospective method applied only from January 1, 2019. The impacts of IFRS 16/CPC 06(R2) on the company's results are detailed below.

Statement of Profit and Loss (R\$ million)	1Q25 Reported	Impacts of IFRS 16	1Q25 excluding IFRS 16	1Q24 Reported	Impacts of IFRS 16	1Q24 excluding IFRS 16
Net Revenue	1,678.2	–	1,678.2	1,259.9	–	1,259.9
Cost of services	(961.1)	88.4	(1,049.5)	(736.6)	64.3	(800.9)
Rents and other occupation costs	(58.3)	266.3	(324.6)	(40.2)	205.8	(246.0)
Depreciation and amortization (cost)	(399.8)	(177.9)	(221.9)	(317.9)	(141.5)	(176.4)
Gross profit	717.1	88.4	628.7	523.3	64.3	459.0
SG&A	(339.7)	0.3	(339.9)	(244.5)	0.6	(245.0)
Selling expenses	(142.2)	–	(142.2)	(95.1)	–	(95.1)
General and administrative	(171.0)	3.0	(174.1)	(124.2)	2.5	(126.7)
Rents and other occupation costs	(2.3)	3.0	(5.3)	(1.6)	2.5	(4.1)
Pre-operating expenses	(7.3)	–	(7.3)	(7.2)	–	(7.2)
Depreciation and amortization (costs)	(9.2)	(2.8)	(6.4)	(7.9)	(1.9)	(5.9)
Others (expenses) revenue	(9.9)	–	(9.9)	(10.2)	–	(10.2)
Equity Income	3.0	–	3.0	(1.1)	–	(1.1)
Operating profit (loss) before financial result	380.5	88.6	291.9	277.8	64.9	212.9
Financial Result	(225.4)	(120.0)	(105.4)	(161.2)	(91.3)	(70.0)
Income tax and Social Contribution ^a	(34.2)	12.0	(46.2)	(22.1)	10.5	(32.5)
Net profit	120.9	(19.3)	140.3	94.5	(15.9)	110.4

Impacts of IFRS-16 in the breakdown of Gross Profit excluding depreciation, amortization, and EBITDA

Gross profit	717.1	88.4	628.7	523.3	64.3	459.0
Depreciation and amortization (costs)	399.8	177.9	221.9	317.9	141.5	176.4
Gross profit excluding depreciation	1,116.9	266.3	850.6	841.2	205.8	635.4
<i>Gross Margin excluding depreciation</i>	66.6%		50.7%	66.8%		50.4%
Net profit	120.9	(19.3)	140.3	94.5	(15.9)	110.4
(-) IR & CSLL	34.2	(12.0)	46.2	22.1	(10.5)	32.5
(-) Financial Result	225.4	120.0	105.4	161.2	91.3	70.0
(-) Depreciation and amortization	409.0	180.7	228.3	325.8	143.4	182.4
EBITDA	789.5	269.3	520.2	603.5	208.3	395.3
<i>EBITDA Margin</i>	47.0%		31.0%	47.9%		31.4%

(a) Effect of deferred income tax on the temporary differences of IFRS16 in 1Q25 and 1Q24

*Costs and Selling, General and Administrative Expenses include pre-operating expenses

PRESENTATION OF RESULTS

The company has its own operations in Brazil, Mexico, Colombia, Chile, Peru, Panama, Costa Rica, Argentina, Paraguay and Uruguay and franchised operations in Brazil, Mexico, Colombia, Dominican Republic, El Salvador, Ecuador, Guatemala and Honduras. The consolidation in the Income Statement for each period is detailed below:

Operation	Recognition in Income Statement for the period		Recognition in Balance sheet for the period	
	2025	2024	2025	2024
Brazil, Mexico, Colombia, Chile, Peru, Argentina, Paraguay, Panama, Costa Rica, Uruguay, Queima Diária and TotalPass Brasil	Consolidated	Consolidated	Consolidated	Consolidated
Dominican Republic, El Salvador, Ecuador, Guatemala and Honduras	Royalties for use of brand	Royalties for use of brand	n/a	n/a

INCOME STATEMENT

INCOME STATEMENT (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
Net Revenue	1,678.2	1,259.9	33%	1,540.6	9%
Costs of Services Rendered	(961.1)	(736.6)	30%	(894.1)	7%
Gross Profit	717.1	523.3	37%	646.5	11%
Operating revenues (expenses)					
Sales	(149.6)	(102.2)	46%	(126.2)	19%
General and administrative	(180.2)	(132.0)	37%	(160.6)	12%
Equity accounting	3.0	(1.1)	–	1.0	200%
Other (expenses) revenues	(9.9)	(10.2)	(3%)	(4.7)	112%
Profit before financial result	380.5	277.8	37%	356.1	7%
Financial result	(225.4)	(161.2)	40%	(215.1)	5%
Profit before IR/CS	155.1	116.6	33%	141.0	10%
Income tax and Social Contribution	(34.2)	(22.1)	55%	24.1	–
Net profit (loss)	120.9	94.5	28%	165.1	(27%)

BALANCE SHEET

ASSETS (R\$ million)	1Q25	1Q24
CURRENT	4,156	3,239
Cash and cash equivalents	2,951	2,337
Customers	614	449
Derivative financial instruments	8	11
Other receivables	584	442
NON-CURRENT	14,099	11,508
Permanent assets	5,551	4,257
Right-of-use assets	4,878	3,998
Intangible assets	2,360	1,987
Investment	50	43
Other assets	1,260	1,224
TOTAL ASSETS	18,255	14,747
LIABILITY (R\$ million)	1Q25	1Q24
CURRENT	2,709	2,227
Borrowings	810	713
Lease liabilities	659	572
Suppliers	479	341
Deferred revenue	216	222
Other liabilities	545	380
NON-CURRENT	10,003	7,227
Borrowings	5,135	3,362
Lease liabilities	4,693	3,763
Other liabilities	175	101
SHAREHOLDERS' EQUITY	5,544	5,293
Share capital	3,148	2,970
Capital reserves	849	963
Legal reserves	74	771
Profit Reserve	905	93
Other comprehensive income	551	472
Noncontrolling interest	16	23
TOTAL LIABILITY AND SHAREHOLDERS' EQUITY	18,255	14,747

CASH FLOW

Cash Flow Statement (R\$ million)	1Q25	1Q24	1Q25 vs. 1Q24	4Q24	1Q25 vs. 4Q24
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES					
Result for the Period	120.9	94.5	28%	165.1	(27%)
Depreciation and amortization	409.0	325.8	26%	382.1	7%
Write-off of intangible assets and fixes assets	8.3	5.9	42%	19.6	(57%)
Accrued interest on debt and exchange variation	172.9	125.4	38%	158.2	9%
Accrued interest on leases	125.3	96.3	30%	119.7	5%
Others	(42.8)	(14.9)	188%	(84.3)	(49%)
Working capital variation	(13.7)	(223.9)	(94%)	(77.3)	(82%)
Cash generated by (used in) operating activities	780.1	409.1	91%	683.1	14%
Interest paid on loans and debentures	(90.1)	(49.1)	84%	(205.8)	(56%)
Interest paid on leases	(125.1)	(95.6)	31%	(119.2)	5%
Income tax and social contribution paid	(24.8)	(16.2)	-	(19.1)	30%
Net cash generated by (used in) operating activities	540.0	248.3	118%	339.1	59%
CASH FLOW FROM INVESTMENT ACTIVITIES					
Additions to fixed asset	(438.5)	(299.8)	46%	(710.9)	(38%)
Additions to intangible assets	(2.9)	(10.0)	(71%)	(26.5)	(89%)
Initial direct costs of right-of-use assets	(9.6)	(45.7)	-	(9.1)	6%
Payments for the acquisition of group of assets, subsidiary and joint venture	(1.1)	(18181%)	(99%)	(89.8)	-
Capital increase in subsidiary and joint venture	-	(35%)	-	14%	(100%)
Financial Investments	50.7	166.9	(70%)	49.2	3%
Related parties and loans with third parties	6.7	(26.2)	-	4.3	58%
Payment of contingent consideration	-	-	-	-	-
Net cash used in investment activities	(394.4)	(396.9)	(1%)	(782.7)	(50%)
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES					
Payment of loans and costs	(143.8)	(249.1)	(42%)	(130.2)	10%
Proceeds from loans	216.0	387.1	-	730.3	(70%)
Payment of lease	(161.9)	(136.2)	19%	(154.2)	5%
Acquisition of non-controlling interests	0.0	0.0	-	(73.2)	-
Others	(67.5)	(0.7)	10148%	(1.0)	6935%
Net cash generated by (used in) financing activities	(157.2)	1.1	-	371.8	-
INCREASE (REDUCTION) OF BALANCE OF CASH AND EQUIVALENT					
	(11.6)	(147.5)	(92%)	(71.8)	(84%)
Opening balance	1,490.6	1,103.4	35%	1,520.9	(2%)
Closing balance	1,441.5	961.8	50%	1,490.6	(3%)
Exchange variation on cash and cash equivalents	(37.5)	5.9	-	41.6	-



Investor Relations

André Pezeta | CFO

José Luís Rizzardo | IRO and M&A/Treasury Director

Matheus Nascimento | IR Manager

Juliana Pallot | IR Coordinator

Larissa Cristovão | IR Analyst

ri@smartfit.com

