



## Resultados 4T25

### Webinar de Resultados

12 de março de 2026

11hrs (Brasília) | 10hrs (NY) | 14hrs (Londres)

Teleconferência em português com tradução simultânea em inglês

[Clique Aqui](#)

smart **fit**

# DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T25

São Paulo, 11 de março de 2026 – A Smart Fit (SMFT3), líder no setor fitness na América Latina em número de clientes e academias<sup>1</sup> anuncia os resultados do 4T25. 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 37.

## DESTAQUES DO PERÍODO

- **Sólido crescimento de 20% da rede de academias vs. 4T24, totalizando 2.084 unidades em 16 países**  
*Recorde de 341 academias adicionadas em 2025, em linha com o guidance<sup>2</sup> de aberturas líquidas.*
- **Receita líquida atingiu R\$1,9 BI no 4T25, com forte crescimento de 26% vs. 4T24 e 7% vs. 3T25**  
*Receita líquida de R\$7,2 bilhões em 2025, incremento de 30% vs. 2024, devido ao crescimento de 88% na receita das Outras unidades de negócio, combinado com a expansão da base média de alunos em academias próprias e o incremento do ticket médio.*
- **Lucro bruto caixa<sup>3</sup> de R\$972 M no 4T25, crescimento de 26% vs. 4T24 e margem de 49,9%**  
*Em 2025, a margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais<sup>3</sup> foi de 51,4% (+0,5p.p.vs. 2024), com margem das academias maduras<sup>4</sup> em 52% e maturação das unidades inauguradas nos últimos anos consistente com o histórico além do forte incremento do lucro bruto caixa de “Outros”.*
- **EBITDA ajustado<sup>5</sup> recorde de R\$610 M no 4T25, sólido crescimento de 25% vs. 4T24 e margem de 31,3%. Robusta geração de caixa operacional de R\$600 M, representando alta conversão de 98%**  
*EBITDA ajustado recorde de R\$2,3 bilhões em 2025, forte crescimento de 30% vs. 2024, com margem de 31,7%.*
- **Crescimento de 19% do lucro líquido recorrente<sup>6</sup> vs. 4T24, atingindo R\$235 M no 4T25 e uma margem líquida de 12,0%**  
*Em 2025, o lucro líquido recorrente atingiu R\$741 milhões, crescimento de 28% vs. 2024, com margem líquida de 10,2%.*

Destaque do 4T25	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
Academias	2.084	1.743	20%	1.867	12%	2.084	1.743	20%
Clientes em academias (000) <sup>a</sup>	5.210	4.839	8%	5.228	(0%)	5.210	4.839	8%
Receita Líquida (R\$ M)	1.948	1.541	26%	1.824	7%	7.242	5.580	30%
Lucro Bruto Caixa <sup>3</sup>	972	772	26%	906	7%	3.639	2.792	30%
Margem Bruta Caixa	49,9%	50,1%	(0,2) p.p.	49,6%	0,2 p.p.	50,3%	50,0%	0,2 p.p.
EBITDA Ajustado <sup>5</sup> (R\$ M)	610	487	25%	586	4%	2.292	1.762	30%
Margem EBITDA	31,3%	31,6%	(0,3) p.p.	32,1%	(0,8) p.p.	31,7%	31,6%	0,1 p.p.
Lucro Líquido Recorrente <sup>6</sup> (R\$ M)	235	197	19%	177	33%	741	578	28%

(1) De acordo com os dados da Health & Fitness Association, divulgados em 2025, com data-base de 2024 (“HFA”); (2) Conforme *guidance* divulgado ao mercado, por meio de Fato Relevante, em março de 2025; (3) Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2), vide seções “Lucro Bruto Caixa”. O Lucro Bruto Caixa antes dos custos pré-operacionais exclui também os custos pré-operacionais com aberturas de novas unidades; (4) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; (5) “EBITDA ajustado” exclui o impacto positivo da receita não recorrente de R\$10,7 M auferida no 4T25 correspondente à reavaliação da participação detida na FitMaster; e (6) Exclui os impactos não recorrentes de aquisições, com destaque para a reavaliação da participação nas operações da FitMaster, Panamá e Costa Rica, Velocity e outras aquisições e as despesas financeiras não-recorrentes sendo R\$1,8 milhão após IR/CSLL devido ao pré-pagamento parcial da 8ª emissão de debêntures no 3T25, R\$22,1 milhões após IR/CSLL no 2T24 relacionadas ao pré-pagamento da 6ª emissão de debêntures e R\$5,3 milhões no 3T24 referentes ao pré-pagamento da 5ª emissão e outras iniciativas de *liability management*. Vide seção “Lucro Líquido e Lucro Líquido Recorrente”; (a) Base de clientes em academias não inclui os alunos do TotalPass

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2025 representou mais um capítulo emblemático na trajetória da Companhia. Ultrapassamos a marca de 2.000 academias Smart Fit, registramos novo recorde de aberturas no período, iniciamos nossa expansão em um outro continente com a entrada no Marrocos e aceleramos o crescimento em mercados estratégicos.

Avançamos também no reposicionamento estratégico da Bio Ritmo no segmento *high-end* e na evolução do seu produto, além da expansão da plataforma de Studios (BeOn), com a integração da aquisição da Velocity e o fortalecimento da estrutura operacional da vertical. O TotalPass, por sua vez, superou a marca de 40.000 academias cadastradas no Brasil e México, consolidando-se como uma vertical de alto crescimento e um importante diferencial competitivo para o Grupo Smart Fit.

Esses marcos reforçam a solidez do nosso modelo de negócios, a força das nossas marcas e a consistência da nossa estratégia de crescimento com geração sustentável de valor.

Mais do que avanços pontuais, 2025 foi um ano de continuidade na evolução estrutural do Grupo Smart Fit. Ampliamos investimentos em pessoas, marketing e tecnologia, avançamos na integração das unidades de negócio e dos países e das regiões. Esse conjunto de iniciativas consolidou uma visão integrada do ecossistema, fortalecendo nosso posicionamento como um dos principais vetores de crescimento do setor *Fitness* e *Wellness* na América Latina.

No segmento de academias, a Companhia acelerou de forma significativa o ritmo de expansão em 2025, registrando um novo recorde anual de adições, com 341 novas unidades - cumprindo o plano de crescimento divulgado para o ano. Ultrapassamos a marca de 2.000 academias da marca Smart Fit, tornando-nos a primeira rede a atingir esse patamar na América Latina e uma das poucas no mundo. Encerramos o ano com 2.084 unidades em 16 países, consolidando nossa liderança absoluta na região.

Entre os marcos estratégicos do ano, destacam-se a entrada no Marrocos - que representou o início da expansão em um novo continente - e a aceleração da expansão na Argentina, ampliando a presença em mercados com sólido potencial de crescimento. Esses movimentos posicionam a Smart Fit como uma das maiores plataformas do setor do mundo, sustentada por um modelo de negócios escalável, eficiente e focado na democratização do acesso ao *fitness* de alta qualidade.

Paralelamente à expansão da rede de academias Smart Fit, avançamos de forma consistente no pilar de experiência do cliente, eixo central da nossa estratégia. Investimos continuamente na modernização e ampliação do portfólio de equipamentos e produtos, sempre alinhados às demandas e preferências dos nossos clientes.

Na Bio Ritmo, nossa rede de academias no segmento *high-end*, 2025 marcou o início de um novo ciclo estratégico. Reposicionamos a marca, redesenhamos o produto - com equipamentos diferenciados e evolução do projeto arquitetônico - e aprimoramos a experiência do cliente, aperfeiçoando o portfólio de aulas e serviços complementares. Trata-se de uma proposta inovadora no mercado brasileiro, alinhada às tendências globais, com foco em oferecer uma experiência integrada de *wellness*, baseada em atendimento personalizado, serviços diferenciados e uma jornada integrada de saúde e bem-estar.

A nova proposta reforça o papel das academias Bio Ritmo como espaço de convivência, socialização e conexão, elevando a entrega superior de valor oferecida pela marca junto ao seu público. Em paralelo, aceleramos o crescimento da Bio Ritmo, com 6 novas unidades em 2025, incluindo a entrada em dois novos países: Chile e Peru. Esses vetores estratégicos — posicionamento claro, relevância de Bio Ritmo, diferenciação de produto e forte aderência às tendências do setor — nos dão confiança para acelerar o crescimento da marca, com expansão nas praças mais relevantes do Brasil e em parte dos demais

mercados em que atuamos na América Latina.

Também aceleramos de forma significativa o desenvolvimento da nossa plataforma de Studios, atingindo 100 unidades da Velocity e consolidando a marca como uma das principais referências do segmento. O ano de 2025 foi determinante para o avanço da integração de processos e sistemas estabelecendo uma base operacional mais eficiente, padronizada e escalável. Com isso, entendemos que a unidade de negócios está preparada para acelerar o crescimento nos próximos anos, apoiada por uma rede de franqueados qualificada e por um portfólio de marcas bem-posicionadas nas principais modalidades do universo fitness.

Realizamos ainda o *relaunch* do nosso produto de Pilates, agora sob a marca Aera Pilates, com proposta mais moderna e fortemente orientada à experiência do cliente. Paralelamente, iniciativas de marketing de experiência, como o Race Run Club e o Vidya Sessions, reforçam o posicionamento estratégico dos Studios como o “terceiro espaço” na vida dos alunos, além do trabalho e da residência. O objetivo é fortalecer o senso de comunidade, ampliar o engajamento dos alunos e impulsionar a recorrência ao longo do tempo.

Nesse contexto, já no início de 2026, lançamos a marca corporativa BeOn para o segmento, com o propósito de ampliar a integração entre as marcas, franqueados e demais *stakeholders*, além de aprimorar a jornada e a experiência dos alunos em todos os pontos de contato. A iniciativa marca uma nova fase para os Studios, consolidando-se como a principal plataforma do segmento, com portfólio completo de produtos e presença nacional.

Outro vetor central da evolução do ecossistema do Grupo Smart Fit foi o crescimento do TotalPass, que se consolidou como uma plataforma agregadora relevante de bem-estar e atividade física, com aproximadamente 32.000 academias parceiras no Brasil, e presença em quase 1.900 cidades, e mais de 8.000 academias parceiras no México. Ao longo do ano, o TotalPass assumiu papel cada vez mais estratégico no *core business* da Companhia, ampliando sua relevância na geração de demanda, recorrência e diversificação de fontes de receita do ecossistema. Em 2025, os acessos de alunos TotalPass representaram 15% da frequência total dos usuários nas academias próprias Smart Fit no Brasil.

No TotalPass, observamos também um crescimento expressivo de empresas contratando o produto e oferecendo esse benefício com proposta de valor inigualável aos seus colaboradores, acompanhado pelo fortalecimento do relacionamento com parceiros e usuários finais. Esse movimento foi sustentado pela evolução da proposta de valor do produto, pelo fortalecimento da rede dos parceiros e das marcas próprias, e pela presença ativa junto à comunidade de RH, com posicionamento cada vez mais relevante da marca e presença ativa em eventos estratégicos do setor, além de campanhas de marketing direcionadas ao público B2C para ampliação de *brand awareness* em canais relevantes de mídia.

Esse conjunto de iniciativas reforça o potencial de crescimento de longo prazo do TotalPass e sua contribuição crescente para a estratégia integrada da Smart Fit, ampliando o alcance do ecossistema e fortalecendo a proposta de valor da Companhia.

No mercado de capitais, as ações da Smart Fit passaram a integrar o Ibovespa e o IBRX-50, os dois principais índices de liquidez da B3, além de ampliarem sua participação em índices globais relevantes, como o MSCI. Esses avanços reforçam a relevância e a maturidade da Companhia, ampliando sua visibilidade junto a investidores locais e internacionais e contribuindo para o aumento da liquidez de suas ações. A inclusão nesses índices representa um passo importante na diversificação e robustez da nossa base acionária e no fluxo de capital, consolidando a Smart Fit entre as principais companhias do setor listadas no Brasil.

Olhando para 2026, iniciamos um novo ciclo com a mesma confiança, vontade e determinação dos ciclos

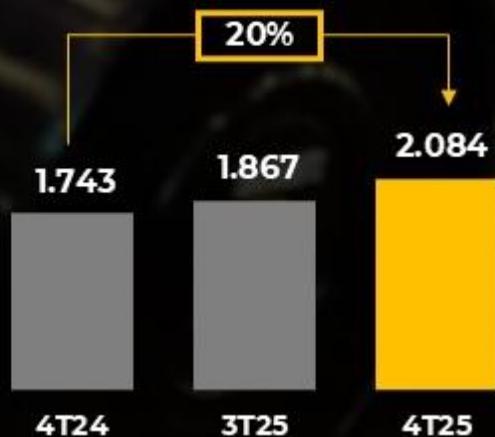
anteriores. Após mais um ano de expansão recorde, consolidação do nosso modelo de negócio, fortalecimento do TotalPass e evolução estratégica de Bio Ritmo e BeOn, estamos preparados para avançar com maior escala, integração e diferenciação operacional.

No início de 2026, anunciamos mudanças em nossa estrutura de liderança. Edgard Corona assumiu a Presidência Executiva do Conselho de Administração, fortalecendo sua atuação estratégica de longo prazo, enquanto Diogo Corona assumiu como CEO, dando continuidade à execução da estratégia e à consolidação do ecossistema Grupo Smart Fit. Na área financeira, José Luís Rizzardo assumiu como CFO, acumulando também a função de Diretor de Relações com Investidores, sucedendo André Pezeta. Essa transição foi conduzida de forma estruturada e planejada, com a ascensão de executivos da Companhia, visando à continuidade e perenidade do projeto de longo prazo, com geração sustentável de valor.

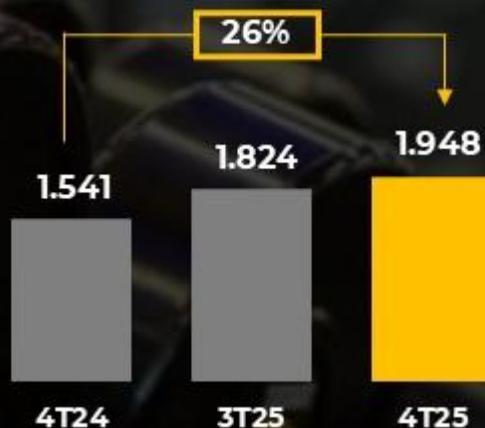
Somos uma empresa sólida, ágil e financeiramente robusta, preparada para navegar em um ambiente que combina desafios e oportunidades. Estamos construindo não apenas a maior plataforma de fitness da região, mas uma Companhia preparada para liderar a transformação estrutural do setor nos próximos anos. A disciplina na alocação de capital, o foco em rentabilidade no médio e longo-prazo junto com os pilares de foco no cliente e a capacidade de adaptação e inovação continuarão guiando nossas decisões e a evolução do ecossistema do Grupo Smart Fit.

Ao concluirmos mais um ano relevante na trajetória da Smart Fit, reiteramos nosso reconhecimento aos mais de 23 mil colaboradores, cujo comprometimento é decisivo para ampliar o acesso ao fitness de alto padrão na América Latina, bem como aos nossos clientes, fornecedores, parceiros, acionistas e debenturistas, que seguem confiando em nossa estratégia e contribuindo para a evolução do negócio. O desempenho de 2025 reforça a consistência da nossa execução e a solidez da visão de longo prazo, e entramos em 2026 confiantes nas oportunidades à frente, mantendo o foco na disciplina estratégica, na consolidação da liderança e na expansão da experiência Smart Fit para um número cada vez maior de pessoas.

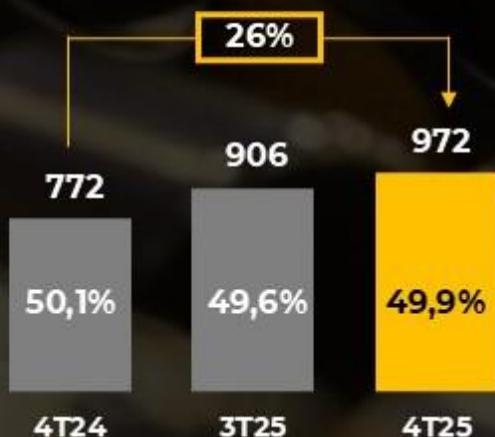
### Academias



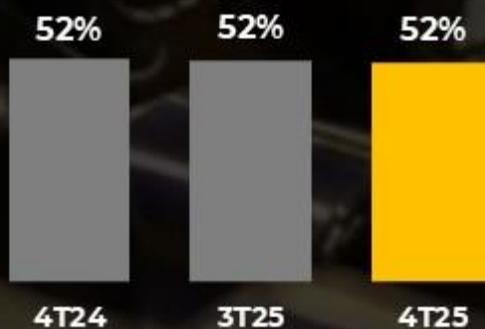
### Receita Líquida (R\$ M)



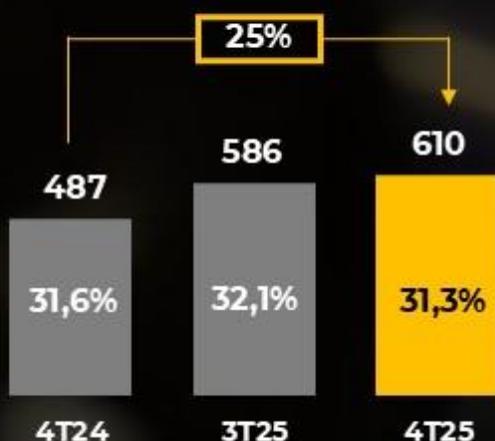
### Lucro Bruto Caixa e Margem <sup>(a)</sup> (R\$ M)



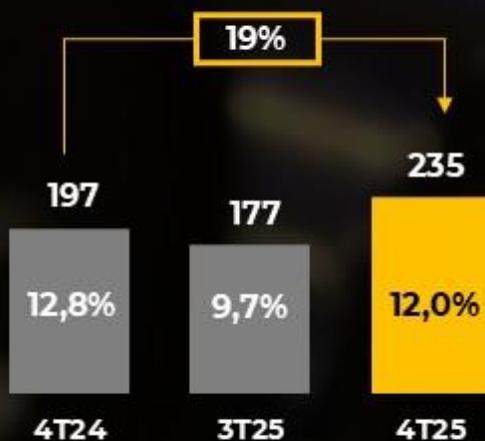
### Margem Bruta Maduras <sup>(b)</sup> (%)



### EBITDA Aj. (R\$ M) e Margem <sup>(a,c)</sup> (%)



### Lucro Líquido Recorrente (R\$ M) e Margem <sup>(c)</sup> (%)



(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 não recorrentes, vide seção "EBITDA" e "Lucro Líquido e Lucro Líquido Recorrente".

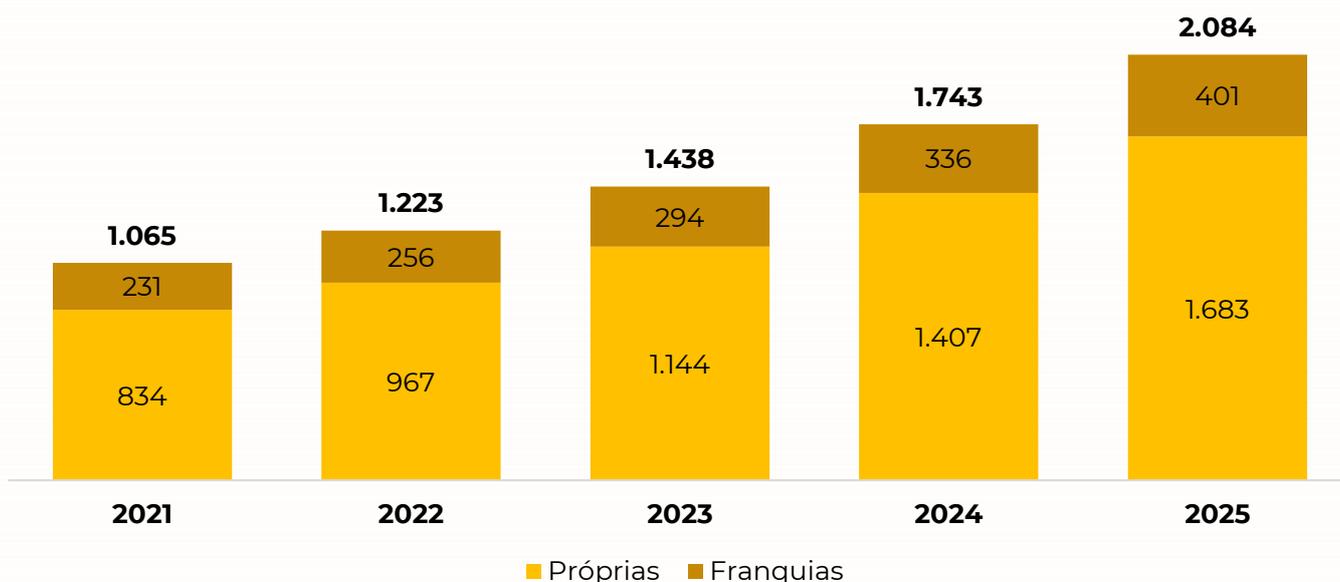
# PERFORMANCE OPERACIONAL

## REDE DE ACADEMIAS

A Companhia ultrapassou a marca de 2.000 unidades e encerrou o ano de 2025 com 2.084 academias em 16 países, representando um crescimento de 20% da rede quando comparado ao ano anterior e reforçando sua posição de liderança no segmento *Fitness* na América Latina e uma das maiores do mundo. Ao final do período, a rede era composta por 1.683 unidades próprias (81% do total) e 401 franquias (19%).

Em 2025, foram adicionadas 341 academias, a maior expansão da história da Companhia e um incremento de 12% em relação a expansão de 305 unidades registrada em 2024. Vale destacar que, desde 2021, a rede apresentou uma sólida trajetória de crescimento, com CAGR<sup>21-25</sup> de 18%. Como resultado, a Companhia alcançou o marco recorde de mais de 1.000 academias inauguradas nesse período, totalizando 1.019 adições líquidas no período, o equivalente a uma média de 204 novas unidades ao ano.

### Evolução da rede de academias desde 2021



Das adições líquidas de academias em 2025, 276 são unidades próprias (81% do total). Considerando a distribuição geográfica das aberturas, 161 academias foram adicionadas no Brasil (47% do total), 110 na região Outros Países (32%) e 70 no México (21%). Em conjunto, as operações da região Outros Países e do México representaram 53% das adições do ano versus 62% no ano anterior.

Na região Outros Países, destaca-se a entrada da Smart Fit no Marrocos, com a abertura de 2 unidades, marcando o início da expansão da Companhia em um novo continente. Também vale destacar a reaceleração da expansão na Argentina, com adição de 7 novas unidades, dobrando o número de academias no país. Em paralelo, iniciamos a implementação do modelo de franquias no mercado argentino, que apresenta um dos maiores níveis de penetração *fitness* da América Latina, ainda em um mercado fragmentado – que representa uma oportunidade para a expansão da rede.

A expansão de 2025 aumentou a capilaridade da rede de academias da Companhia, com a entrada em

mais de 80 novos municípios. Ao final do período, a Companhia possui presença em mais de 550 cidades em 16 países, incluindo Casablanca, no Marrocos.

No México, a Companhia encerrou 2025 com presença em todas as 32 entidades federativas do país. Em 24 delas, o número de unidades é igual ou superior a 5 academias, reforçando o efeito rede em todo território mexicano. No Brasil, a região Sudeste concentrou 48% das adições Smart Fit do período, seguida pelo Nordeste, com 19%.

A expansão de 2025 também aumentou a capilaridade da Smart Fit em cidades de médio porte. Enquanto capitais e regiões metropolitanas com população superior a 1 milhão de habitantes representaram 35% das inaugurações (vs. 41% em 2024), as cidades entre 300 mil e 1 milhão de habitantes elevaram sua participação para 31% da expansão do ano (vs. 24% no ano anterior). Ao final do período, praças com menos de 1 milhão de habitantes passaram a representar 51% da rede total, um incremento de 3p.p. frente a 2024.

No que se refere ao perfil imobiliário, as novas unidades localizadas em shoppings, centros comerciais, hipermercados e supermercados representaram 69% das aberturas em 2025. Esse movimento consolida a presença estratégica do Grupo em *clusters* de alta conveniência, alavancada por parcerias de longo prazo no setor de *real estate*, que asseguram acesso preferencial a ativos exclusivos e de alto valor comercial. Como resultado, ao final do 4T25, 68% da rede estava estabelecida nesses formatos de complexos comerciais.

O ano também foi marcado pela inauguração da unidade de número 2.000 da marca Smart Fit, localizada na cidade de São Paulo, no Brasil, tornando a Companhia a primeira rede de academias a alcançar esse patamar na América Latina. Esse marco consolida a liderança da Smart Fit no segmento *Fitness* da região e reforça sua posição como uma das maiores empresas do setor do mundo, sustentada por um modelo de negócios que democratiza o acesso ao *fitness* de alto padrão, combinando qualidade, conveniência, eficiência operacional e preços acessíveis.

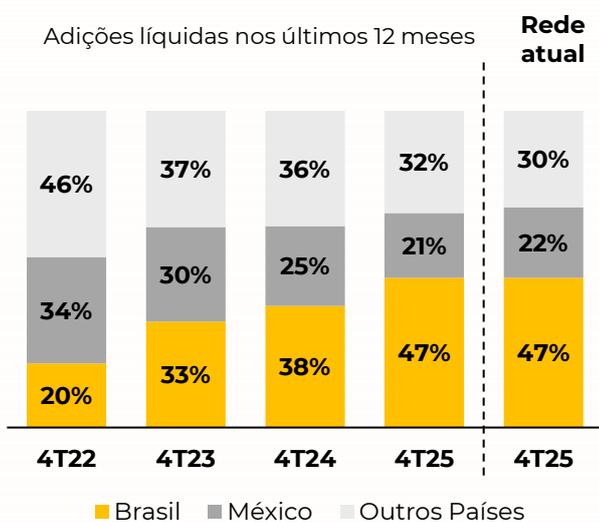
Para a Bio Ritmo e Outras, no segmento *high-end*, foram adicionadas 4 novas unidades em 2025. Vale destacar que, para essa unidade de negócios, o ano foi marcado por avanços significativos em seu posicionamento, identidade visual e melhorias na proposta de valor, alinhados às tendências globais do setor. Entre as inaugurações, destaca-se a academia do Shopping Ibirapuera, em São Paulo, a primeira sob o novo conceito da marca. Também foram abertas 2 unidades Bio Ritmo em Lima, no Peru, e a primeira unidade da marca no Chile, em Santiago.

O 4T25 foi marcado pela aceleração no ritmo de abertura de academias e pela maior expansão trimestral da história, com 217 adições no período, com destaque para o mês de dezembro que atingiu um novo recorde mensal, quando foram adicionadas 150 unidades. Das adições do trimestre, 182 são unidades próprias (84% do total) e 35 franquias. Em relação ao mix por geografia, 106 unidades estão no Brasil, 62 na região Outros Países e 49 no México.

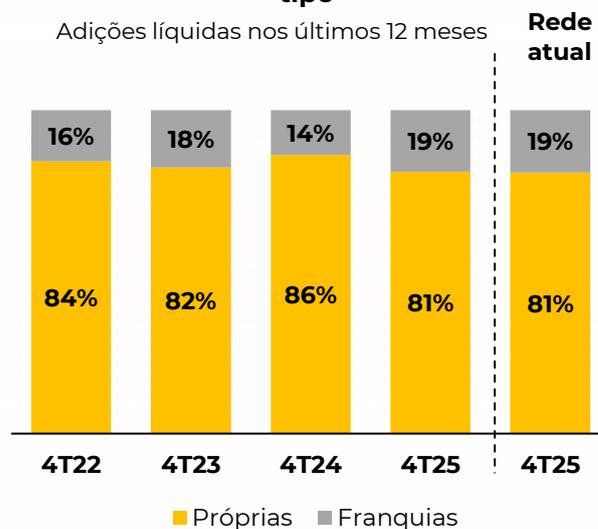
Vale ressaltar que, ao final do 4T25, 950 unidades próprias da Smart Fit eram maduras (57% da base de unidades próprias), versus 788 (57% da base) no mesmo período do ano anterior. Considera-se madura a unidade que possui pelo menos 24 meses de operação no início do ano.

No segmento de Studios, o ano de 2025 foi marcado por avanços estratégicos relevantes e aceleração da expansão. A Companhia encerrou o ano com 180 unidades de studios, sendo 154 franquias e 26 próprias. Em 2025, foram adicionadas 45 unidades (41 franquias e 4 próprias), representando mais de 90 novas salas. Destaca-se a marca Velocity atingiu o patamar de 100 unidades em operação, tornando-se a primeira rede de studios de *indoor cycling* do Brasil e da América Latina a alcançar esse marco. Em adição, a Companhia realizou o *rebranding* e *relançamento* do produto de Pilates, agora sob a marca Aera Pilates.

### Composição das academias<sup>(a)</sup> por região

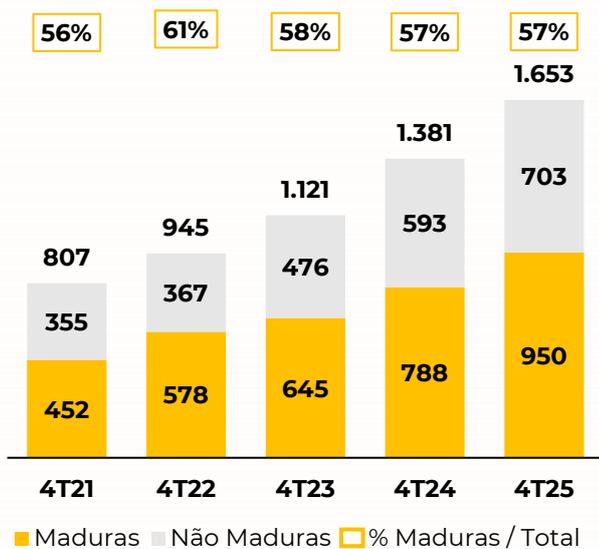


### Composição das academias<sup>(a)</sup> por tipo

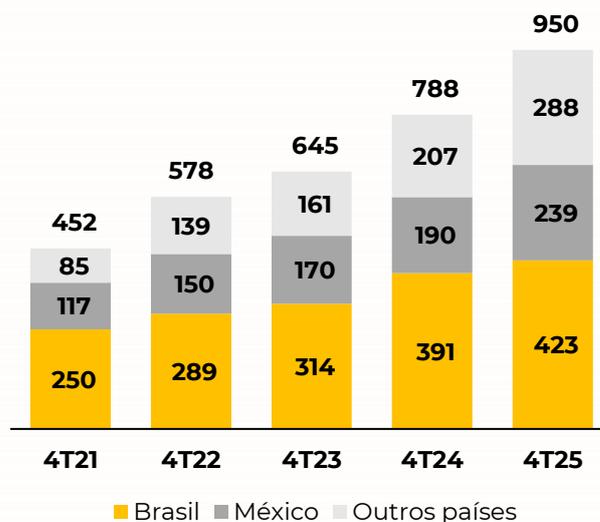


(a) Considera somente as academias da Companhia (não considera Studios).

### Composição Academias Smart Fit Próprias por aging



### Composição Academias Smart Fit Próprias Maduras<sup>(b)</sup> 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 4T25 vs.		Variação 4T25 vs.	
	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25	3T25	4T24	3T25	4T24
<b>Academias Total</b>	<b>1.743</b>	<b>1.759</b>	<b>1.818</b>	<b>1.867</b>	<b>2.084</b>	<b>217</b>	<b>341</b>	<b>12%</b>	<b>20%</b>
<b>Por Tipo</b>									
Próprias	1.407	1.416	1.459	1.501	1.683	182	276	12%	20%
Franquias	336	343	359	366	401	35	65	10%	19%
<b>Por Marca</b>									
Smart Fit	1.711	1.726	1.783	1.831	2.048	217	337	12%	20%
Próprias	1.381	1.389	1.430	1.471	1.653	182	272	12%	20%
Brasil	569	573	587	605	693	88	124	15%	22%
México	372	372	379	390	435	45	63	12%	17%
Outros Países <sup>a</sup>	440	444	464	476	525	49	85	10%	19%
Franquias	330	337	353	360	395	35	65	10%	20%
Brasil	224	228	237	241	259	18	35	7%	16%
México	23	23	24	26	30	4	7	15%	30%
Outros Países <sup>a</sup>	83	86	92	93	106	13	23	14%	28%
Bio Ritmo e outras <sup>b</sup>	32	33	35	36	36	0	4	-	13%
Próprias	26	27	29	30	30	0	4	-	15%
Franquias	6	6	6	6	6	0	0	-	-
<b>Por região</b>									
Brasil	823	831	856	878	984	106	161	12%	20%
México	395	395	403	416	465	49	70	12%	18%
Outros Países <sup>a</sup>	525	533	559	573	635	62	110	11%	21%

(a) "Outros Países" inclui as operações próprias da Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Marrocos e as franquias de El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana, Honduras e Argentina; (b) "Bio Ritmo e outras" inclui 34 unidades Bio Ritmo e 2 unidades 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 4T25, a base de clientes em academias alcançou 5,2 milhões, representando crescimento de 8% frente ao mesmo período do ano anterior, com adição de 370 mil clientes. Esse avanço reflete, principalmente, a forte expansão da rede e a sólida maturação das unidades inauguradas nos últimos anos. Em comparação ao 3T25, a base de clientes em academias permaneceu estável, em linha com a sazonalidade histórica do trimestre.

Cabe destacar que a maior concentração de inaugurações no final de 2025 resultou em uma menor contribuição dessas unidades para a base de clientes do ano, quando comparada a 2024. Esse efeito está associado ao estágio inicial de *ramp-up* das novas academias, dado que o cronograma de inaugurações foi mais concentrado nos últimos meses de 2025 comparado ao observado em 2024.

Vale ressaltar que a Base de Clientes em Academias, bem como as análises apresentadas abaixo, contempla exclusivamente o “canal de vendas direto (B2C)”. Dessa forma, os usuários que acessam as academias por meio do agregador (TotalPass), no Brasil e no México, não estão incluídos nesta seção. Para uma melhor visão da performance operacional nessas regiões, torna-se cada vez mais relevante considerar também a frequência dos clientes TotalPass nas unidades Smart Fit.

## EVOLUÇÃO DA BASE DE CLIENTES EM ACADEMIAS

Clientes ('000)	Final de Período					Crescimento 4T25 vs.		Variação 4T25 vs.	
	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25	3T25	4T24	3T25	4T24
<b>Em academias<sup>a</sup></b>	<b>4.839</b>	<b>5.253</b>	<b>5.151</b>	<b>5.228</b>	<b>5.210</b>	<b>(19)</b>	<b>370</b>	<b>(0%)</b>	<b>8%</b>
<b>Por Tipo</b>									
Próprias	3.894	4.235	4.149	4.232	4.222	(11)	328	(0%)	8%
Franquias	945	1.018	1.002	996	988	(8)	43	(1%)	5%
<b>Por Marca</b>									
Smart Fit	<b>4.786</b>	<b>5.201</b>	<b>5.097</b>	<b>5.174</b>	<b>5.157</b>	<b>(17)</b>	<b>371</b>	<b>(0%)</b>	<b>8%</b>
Próprias	3.851	4.192	4.104	4.187	4.178	(10)	327	(0%)	8%
Brasil	1.560	1.715	1.635	1.620	1.595	(25)	35	(2%)	2%
México	949	1.039	1.035	1.042	1.007	(35)	58	(3%)	6%
Outros Países <sup>b</sup>	1.342	1.438	1.434	1.525	1.576	50	234	3%	17%
Franquias	936	1.009	993	987	979	(7)	44	(1%)	5%
Bio Ritmo e outras <sup>c</sup>	<b>53</b>	<b>52</b>	<b>55</b>	<b>54</b>	<b>53</b>	<b>(2)</b>	<b>(0)</b>	<b>(3%)</b>	<b>(1%)</b>
<b>Por região</b>									
Brasil	2.190	2.389	2.282	2.250	2.216	(34)	26	(2%)	1%
México	1.013	1.114	1.110	1.116	1.079	(37)	66	(3%)	7%
Outros Países <sup>b</sup>	1.635	1.750	1.760	1.862	1.915	53	279	3%	17%

(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, Uruguai e Marrocos. Para franquias, inclui El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana, Honduras e Argentina; (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.

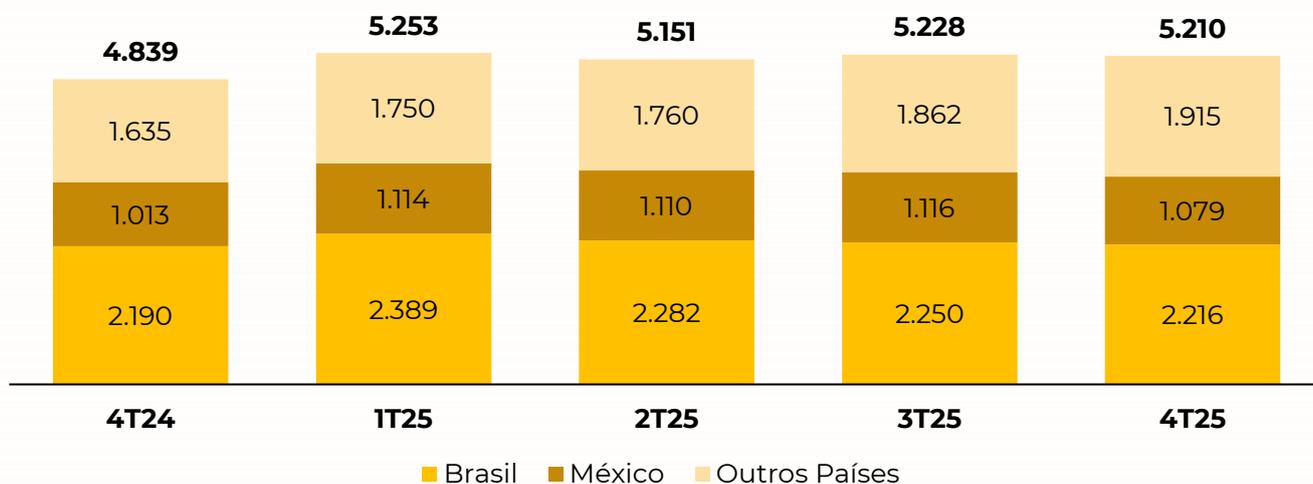
No Brasil, a base de clientes encerrou o 4T25 com 2,2 milhões, crescimento de 1% em relação ao 4T24, o que representa 1,0% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país. No período, foram adicionados 26 mil clientes, impulsionados pela maturação das unidades inauguradas nos últimos 24 meses. Em comparação ao 3T25, a base de clientes apresentou uma redução de 2%, refletindo as tendências de mercado observadas ao longo dos últimos períodos na região.

É importante destacar que a performance da base de clientes nas academias Smart Fit no Brasil vem sendo impactada pela crescente representatividade dos acessos (*check-ins*) dos usuários do TotalPass. Neste contexto os clientes TotalPass não estão contemplados na Base de Clientes reportada. Assim, vale mencionar que este canal de vendas vem aumentando a representatividade a cada trimestre, contribuindo positivamente com o fluxo de usuários e com a receita das academias. No consolidado de 2025, os *check-ins* dos alunos TotalPass corresponderam a 15% da frequência média nas academias próprias no país.

O México encerrou o 4T25 com 1,1 milhão de alunos, um crescimento de 7% em relação ao 4T24. Isso equivale a 0,8% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país. O avanço foi impulsionado pelo *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos 24 meses. Frente ao 3T25, a base apresentou uma retração de 37 mil alunos (3% abaixo), em função da sazonalidade histórica do trimestre na região e em linha com o observado no mesmo período em 2024.

Na região Outros Países, a base de clientes atingiu 1,9 milhão no 4T25, um sólido crescimento de 17% quando comparada ao 4T24, resultado do *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos anos. No trimestre, foram adicionados 53 mil alunos, sendo 3% superior em relação ao 3T25. A sólida performance das unidades inauguradas nos últimos 24 meses mais do que compensou a sazonalidade do trimestre na região, com destaque positivo para as operações no Chile e Peru.

### Clientes em academias no final do período



No segmento de agregadores do mercado *fitness* B2B, a marca TotalPass apresentou novamente um forte crescimento, consolidando-se como um dos principais benefícios corporativos de bem-estar no Brasil e no México.

No Brasil, a base de academias parceiras atingiu aproximadamente 32 mil unidades no 4T25, com presença em cerca de 1.900 cidades, representando um marco importante para essa unidade de negócio. No México, a rede de parceiros do TotalPass encerrou o quarto trimestre com mais de 8 mil unidades credenciadas.

Com isso, os clientes do TotalPass passaram a poder frequentar mais de 40 mil estabelecimentos diferentes incluindo as academias e studios da própria Companhia, reforçando o posicionamento do TotalPass como uma das maiores plataformas de bem-estar corporativo da América Latina.

Com o crescimento da base de academias e a ampliação da cobertura geográfica, a proposta de valor do TotalPass torna-se progressivamente mais robusta e diferenciada para as empresas, usuários finais e potenciais parceiros. Vale ressaltar que o TotalPass encerrou o ano de 2025 com 1,7 milhão usuários finais no Brasil e no México.

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, fortalecer o relacionamento com os clientes, incrementar e diversificar suas fontes de receita.

Atualmente os principais serviços digitais incluem:

- (i) Queima Diária, uma das maiores plataformas digitais de *fitness* 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 4T25, a plataforma possuía 438 mil clientes, um crescimento de 3% comparado ao 3T25, e de 19% comparado ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado reflete o aumento das operações B2B, que contam com assinaturas exclusivas para empresas parceiras do Queima Diária;
- (ii) Add-ons digitais, incluindo o produto Smart Fit Nutri — serviço de acompanhamento nutricional oferecido via aplicativo, que inclui medição de bioimpedância por meio de balanças instaladas em academias Smart Fit e tele-consultas com nutricionistas. Em 2025, seguimos avançando na instalação de balanças na América Latina, que representa uma alavanca importante para o incremento da base de usuários. Também vale mencionar o Smart Fit Coach, um serviço de consultoria *on-line* individualizada voltado a orientar os clientes em suas rotinas de treino.

Ao final do quarto trimestre de 2025, os clientes exclusivamente digitais somavam 455 mil, incremento de 23% versus o 4T24 e 4% frente ao 3T25.

# DESEMPENHO FINANCEIRO

Principais indicadores financeiros <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
Receita bruta	2.069,0	1.641,7	26%	1.937,9	7%	7.689,5	5.946,1	29%
<b>Receita líquida</b>	<b>1.948,2</b>	<b>1.540,6</b>	<b>26%</b>	<b>1.824,2</b>	<b>7%</b>	<b>7.241,7</b>	<b>5.580,3</b>	<b>30%</b>
Custo caixa dos serviços <sup>b</sup>	(976,4)	(768,6)	27%	(918,6)	6%	(3.602,6)	(2.788,2)	29%
<b>Lucro bruto caixa<sup>b</sup></b>	<b>971,8</b>	<b>772,0</b>	<b>26%</b>	<b>905,6</b>	<b>7%</b>	<b>3.639,1</b>	<b>2.792,1</b>	<b>30%</b>
Margem bruta caixa	49,9%	50,1%	(0,2) p.p.	49,6%	0,2 p.p.	50,3%	50,0%	0,2 p.p.
Custos pré-operacionais	(36,8)	(20,8)	77%	(21,6)	70%	(86,0)	(52,6)	64%
Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais <sup>b</sup>	1.008,6	792,8	27%	927,2	9%	3.725,1	2.844,6	31%
Margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais	51,8%	51,5%	0,3 p.p.	50,8%	0,9 p.p.	51,4%	51,0%	0,5 p.p.
SG&A	(362,3)	(285,9)	27%	(322,4)	12%	(1.352,0)	(1.030,8)	31%
% Receita Líquida	(18,6%)	(18,6%)	(0,0) p.p.	(17,7%)	(0,9) p.p.	18,7%	18,5%	0,2 p.p.
Despesas com vendas <sup>c</sup>	(132,8)	(114,6)	16%	(127,1)	4%	(540,3)	(415,8)	30%
% Receita Líquida	6,8%	7,4%	(0,6) p.p.	7,0%	(0,2) p.p.	7,5%	7,5%	0,0 p.p.
Despesas gerais e administrativas <sup>d</sup>	(202,1)	(155,0)	30%	(185,1)	9%	(738,8)	(556,0)	33%
% Receita Líquida	10,4%	10,1%	0,3 p.p.	10,1%	0,2 p.p.	10,2%	10,0%	0,2 p.p.
Despesas pré-operacionais	(22,2)	(11,6)	92%	(9,4)	135%	(46,1)	(35,2)	31%
Outras (despesas) receitas	(5,3)	(4,7)	13%	(0,9)	517%	(26,8)	(23,9)	12%
Itens Extraordinários <sup>e</sup>	10,7	-	-	-	-	10,7	-	-
Equivalência patrimonial	0,2	1,0	(76%)	3,2	(92%)	5,0	0,8	494%
<b>EBITDA<sup>f</sup></b>	<b>620,5</b>	<b>487,1</b>	<b>27%</b>	<b>586,4</b>	<b>6%</b>	<b>2.302,7</b>	<b>1.762,1</b>	<b>31%</b>
Margem EBITDA	31,8%	31,6%	0,2 p.p.	32,1%	(0,3) p.p.	31,8%	31,6%	0,2 p.p.
<b>EBITDA ajustado<sup>g</sup></b>	<b>609,8</b>	<b>487,1</b>	<b>25%</b>	<b>586,4</b>	<b>4%</b>	<b>2.292,1</b>	<b>1.762,1</b>	<b>30%</b>
Margem EBITDA ajustada	31,3%	31,6%	(0,3) p.p.	32,1%	(0,8) p.p.	31,7%	31,6%	0,1 p.p.
<b>EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais<sup>h</sup></b>	<b>668,7</b>	<b>519,5</b>	<b>29%</b>	<b>617,4</b>	<b>8%</b>	<b>2.424,2</b>	<b>1.849,8</b>	<b>31%</b>
Margem EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais	34,3%	33,7%	0,6 p.p.	33,8%	0,5 p.p.	33,5%	33,1%	0,3 p.p.
Depreciação e amortização	(262,4)	(209,0)	26%	(250,0)	5%	(979,7)	(782,2)	25%
Resultado financeiro	(124,1)	(93,5)	33%	(110,2)	13%	(438,5)	(349,5)	25%
<b>EBT</b>	<b>233,9</b>	<b>184,6</b>	<b>27%</b>	<b>226,3</b>	<b>3%</b>	<b>884,5</b>	<b>630,4</b>	<b>40%</b>
IRPJ & CSLL	7,6	11,9	(36%)	(56,2)	-	(146,2)	(91,0)	61%
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>241,5</b>	<b>196,5</b>	<b>23%</b>	<b>170,0</b>	<b>42%</b>	<b>738,4</b>	<b>539,4</b>	<b>37%</b>
Margem líquida	12,4%	12,8%	(0,4) p.p.	9,3%	3,1 p.p.	10,2%	9,7%	0,5 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) Impacto extraordinário positivo referente a receita não recorrente de R\$10,7 M auferida no 4T25 correspondente à reavaliação da participação detida na FitMaster; (f) Vide seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição; (g) "EBITDA ajustado" exclui os "Itens Extraordinários"; (h) "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 4T25 totalizou R\$1.948,2 milhões, um sólido crescimento de 26% em relação ao 4T24. O desempenho do trimestre reflete, principalmente, o aumento de 9% na base média de alunos em academias próprias Smart Fit, impulsionado pela sólida expansão de 19% da rede média de unidades próprias da marca e pela maturação dessas unidades.

Além disso, o ticket médio apresentou incremento de 12% frente ao mesmo período do ano anterior, com crescimento em todas as regiões de atuação. Destaca-se também a contribuição da linha de “Outras”, que registrou forte crescimento de 80% frente ao mesmo período do ano anterior, com destaque para a robusta performance do TotalPass Brasil, além da consolidação da FitMaster. Com este desempenho, esta linha passou a representar 10% da receita líquida da Companhia (vs. 7% no 4T24).

O forte crescimento do ticket médio em 2025 reflete diversas iniciativas para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia. Neste sentido, o sólido incremento de ticket médio dos alunos Smart Fit, registrado em todas as regiões, decorre principalmente dos assertivos repasses de preços realizados ao longo dos últimos anos, além de iniciativas comerciais e operacionais eficazes para captação e retenção de clientes, ancorados na força da marca e proposta de valor única do modelo da Companhia.

Adicionalmente, algumas iniciativas como o aumento da oferta de *add-ons* e o próprio avanço da expansão da rede de academias, têm contribuído para o robusto percentual de clientes matriculados no Plano “Black”, que representou 70% da base de clientes de academias próprias ao término do 4T25, um incremento de 4p.p. frente ao 4T24. Destaca-se também o aumento dos acessos (*check-ins*) dos usuários do TotalPass, que contribuem para o crescimento da receita da marca Smart Fit, no Brasil e no México.

Em 2025, a receita líquida superou pela primeira vez a marca histórica de R\$7,0 bilhões, atingindo R\$7.241,7 milhões, com forte crescimento de 30% em relação ao ano anterior. A receita líquida das academias próprias Smart Fit totalizou R\$6.432,4 milhões, expansão de 26% frente a 2024, representando 89% da receita líquida da Companhia no período. Esse crescimento foi acompanhado por um ganho de representatividade de 4p.p. das operações na região Outros Países. Como resultado, a região de Outros Países e o México combinados corresponderam a 63% da receita das academias próprias (+2p.p. vs. 2024).

Adicionalmente, destaca-se o robusto crescimento de 88% da receita do segmento de “Outras”, que totalizou R\$601,8 milhões no ano, representando 8% da receita líquida da Companhia frente a 6% em 2024.

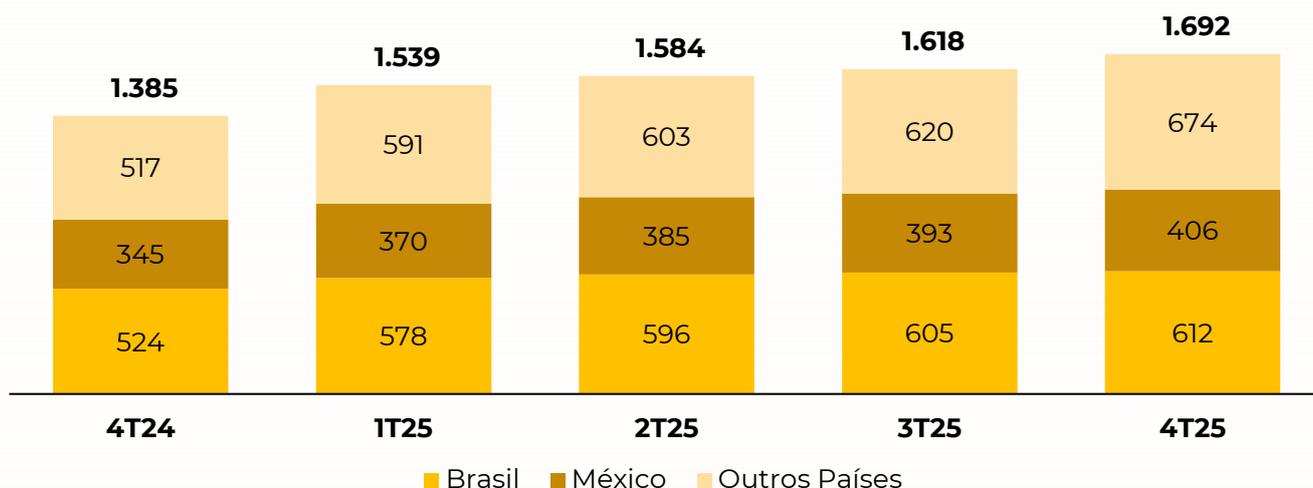
### Receita Líquida por Marca e Região

Receita Líquida (R\$ milhões)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
Smart Fit	1.692,2	1.385,4	22%	1.617,8	5%	6.432,4	5.095,7	26%
Brasil	611,7	524,0	17%	605,3	1%	2.390,2	1.974,6	21%
México	406,3	344,5	18%	392,7	3%	1.554,1	1.362,2	14%
Outros Países <sup>a</sup>	674,2	516,9	30%	619,8	9%	2.488,2	1.758,9	41%
Bio Ritmo e outras <sup>b</sup>	56,8	44,6	27%	55,7	2%	207,5	165,2	26%
Outras <sup>c</sup>	199,2	110,6	80%	150,6	32%	601,8	319,4	88%
<b>Total</b>	<b>1.948,2</b>	<b>1.540,6</b>	<b>26%</b>	<b>1.824,2</b>	<b>7%</b>	<b>7.241,7</b>	<b>5.580,3</b>	<b>30%</b>

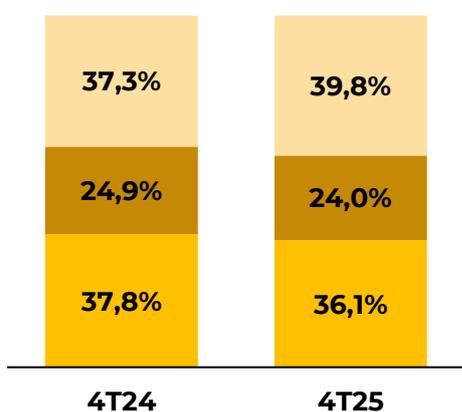
(a) A região “Outros Países” considera somente operações próprias controladas na região (Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Marrocos); (b) “Bio Ritmo e outras” inclui as operações da Bio Ritmo e Nation. Até 2024, esta linha também incluía a academia da operação 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 Colômbia) e a receita de outras marcas operadas pela Companhia no Brasil, incluindo TotalPass, Queima Diária e Studios e, no México a *Fitmaster*. 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 Smart Fit (Por Região)

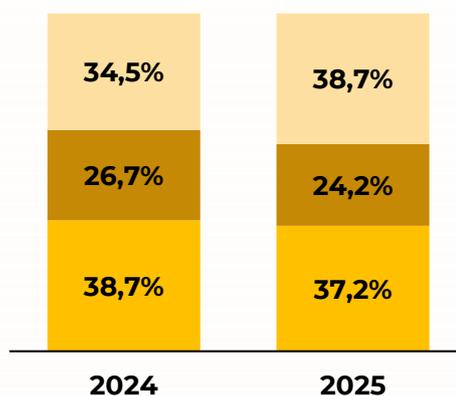
R\$ milhões



(%) Receita Líquida por Região (bases trimestrais)



(%) Receita Líquida por Região (bases anuais)



■ Brasil ■ México ■ Outros Países

(%) Receita Líquida por Região considera apenas a receita líquida das academias próprias da marca Smart Fit.

No 4T25, a receita líquida das academias Smart Fit atingiu R\$1.692,2 milhões, crescimento de 22% frente ao 4T24 e de 5% em relação ao 3T25. Esse desempenho em ambos os períodos comparativos foi impulsionado pelo incremento do ticket médio e pelo aumento no número médio de alunos em academias próprias. Em relação ao mix de geografia, destaca-se o ganho na participação da região de Outros Países que, em conjunto com México, representaram 64% da receita líquida das academias Smart Fit, +2p.p. frente ao 4T24.

No Brasil, a receita líquida das academias Smart Fit atingiu R\$611,7 milhões no 4T25, sendo 17% superior em relação ao 4T24. Esse resultado reflete principalmente o sólido incremento de 13% no ticket médio e expansão de 3% na base média de clientes em academias próprias. Na comparação com o 3T25, a receita líquida cresceu 1%, refletindo o incremento do ticket médio.

O ticket médio foi positivamente impactado pela assertiva estratégia de *pricing*, com destaque para o reajuste de preços na mensalidade do Plano “Black”, realizado no início de 2025, somado à maior

representatividade dos acessos do agregador na frequência total dentro das academias próprias. Nesse sentido, a receita proveniente dos acessos de clientes TotalPass nas academias Smart Fit próprias representou 12% da receita líquida das unidades próprias no país em 2025 (vs. 8% em 2024).

No México, a receita líquida das academias Smart Fit ultrapassou pela primeira vez a marca de R\$400 milhões em um trimestre, encerrando o 4T25 em R\$406,3 milhões, um aumento de 18% frente ao 4T24. Esse resultado foi impulsionado pelo incremento de 11% no ticket médio e pela expansão de 6% na base média de clientes em academias próprias.

O aumento do ticket médio 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” e “Fit” ao longo dos últimos trimestres. Como resultado da estratégia de expansão baseada em *clusters* e no fortalecimento do efeito rede, a penetração dos clientes matriculados no plano “Black” em academias próprias atingiu 62% no 4T25, um expressivo crescimento de 15p.p. frente ao mesmo período do ano anterior. Quando comparada com o 3T25, a receita líquida cresceu 3% devido ao incremento no ticket médio.

A receita líquida das academias Smart Fit em Outros Países totalizou R\$674,2 milhões neste trimestre, sendo a região com maior nível de receita da marca e com um forte crescimento de 30% em relação ao 4T24. Esse crescimento ocorre devido à expansão de 19% da base média de alunos em academias próprias na região e ao incremento de 9% 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” e “Fit”. Nesse contexto, a penetração de clientes em academias próprias matriculados no plano “Black” atingiu 75%, um incremento de 1p.p. frente ao 4T24. Na comparação com o 3T25, o crescimento da receita foi de 9%, reflexo da expansão de 5% da base média de alunos em academias próprias na região pelo *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos 24 meses e do incremento no ticket médio de 4%.

A linha de “Outras” totalizou R\$199,2 milhões no 4T25, sendo 80% superior ao montante registrado no mesmo período do ano anterior, representando 10% da receita líquida total (+3p.p. vs. 4T24). Este incremento é explicado pelo crescimento do resultado das outras unidades de negócios, com destaque para a robusta performance do TotalPass Brasil. Além disso, vale comentar a consolidação da Fitmaster, que passou a compor os resultados da linha de “Outras” após a aquisição do controle das operações em abril de 2025. Frente ao 3T25, a receita líquida de “Outras” aumentou 32% em função, principalmente, sazonalidade apresentada entre os períodos no TotalPass.

## CUSTO CAIXA DOS SERVIÇOS PRESTADOS

O custo caixa dos serviços prestados totalizou R\$976,4 milhões no 4T25, um aumento de 27% em relação ao 4T24, em linha com o crescimento da receita no período. Esse incremento dos custos reflete, principalmente, a expansão de 19% da base média de academias próprias, que suportou a forte adição de 328 mil alunos nas unidades próprias.

Em relação aos custos relacionados às academias, vale destacar também o aumento dos custos pré-operacionais, ou seja, os gastos relacionados principalmente às academias abertas no período e das unidades em construção que serão inauguradas nos próximos trimestres. Esse aumento reflete o forte crescimento no número de unidades inauguradas no período, bem como o aumento dos custos das academias em processo de *ramp-up*, especialmente das unidades inauguradas nos últimos 24 meses. Adicionalmente, destaca-se o crescimento na linha de Outros devido principalmente à consolidação do resultado da Fitmaster a partir do 2T25.

Considerando somente as academias maduras, os custos por unidade aumentaram 5% frente ao 4T24. Esse crescimento de custos nessas unidades ocorre, principalmente, devido aos dissídios e encargos aplicados no período na linha de pessoal e serviço de terceiros, mais do que compensando a redução nas despesas de consumo, reflexo dos projetos de eficiência energética.

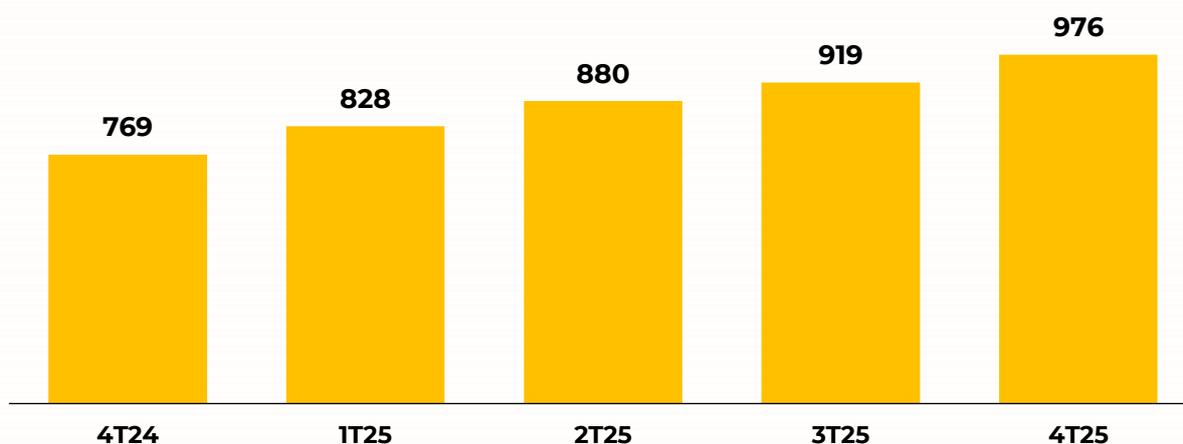
A Companhia continua focada na busca por maior eficiência operacional com o objetivo de mitigar o impacto do ambiente inflacionário sobre o negócio.

### Custo Caixa dos Serviços Prestados por Natureza

Custo Caixa dos Serviços Prestados <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
Ocupação	349,5	291,3	20%	335,0	4%	1.329,1	1.063,3	25%
Pessoal e serviços de terceiros	358,8	273,3	31%	335,8	7%	1.319,1	988,5	33%
Consumo	140,9	124,0	14%	137,7	2%	554,9	471,7	18%
Outros	127,2	80,1	59%	110,1	15%	399,5	264,7	51%
<b>Custo Caixa dos Serviços Prestados</b>	<b>976,4</b>	<b>768,6</b>	<b>27%</b>	<b>918,6</b>	<b>6%</b>	<b>3.602,6</b>	<b>2.788,2</b>	<b>29%</b>

(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 3T25, o custo caixa do trimestre apresentou um aumento de 6%, abaixo do crescimento da receita líquida de 7% no período. Esse incremento nos custos é resultado, principalmente, do incremento de 8% na base média de unidades próprias, além do crescimento dos gastos relacionados a abertura de novas unidades, incluindo tanto as unidades inauguradas no período quanto as que serão abertas nos trimestres subsequentes.

## LUCRO BRUTO CAIXA

O lucro bruto caixa no 4T25 atingiu R\$971,8 milhões, 26% acima do registrado no 4T24. Esse resultado reflete principalmente a maturação consistente das unidades inauguradas nos últimos dois anos e da manutenção do patamar de margem das unidades maduras no período, reforçando a resiliência do modelo de negócios. Adicionalmente, destaca-se o robusto crescimento de 75% no lucro bruto caixa da linha de Outros, com incremento de 4p.p. de representatividade no lucro bruto caixa da Companhia (14% no 4T25 frente a 10% no 4T24).

A margem bruta caixa atingiu 49,9% no 4T25, uma redução de 0,2p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse movimento reflete principalmente o aumento dos gastos relacionados à abertura de novas unidades, em função da maior concentração de unidades inauguradas no período e o crescimento nos custos das unidades em processo de *ramp-up*, com destaque para as academias inauguradas nos últimos 24 meses, que mais do que compensaram a gestão eficiente dos custos.

Em 2025, o lucro bruto caixa totalizou R\$3.639,1 milhões, crescimento de 30% vs. 2024, com uma margem bruta caixa de 50,3%, expansão de 0,2p.p. frente ao ano anterior.

A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais - ou seja, aqueles relacionados às aberturas, foi de 51,8% no 4T25 (+0,3p.p. vs. 4T24), com manutenção de margem das academias Smart Fit, mesmo com o forte aumento do número de inaugurações, e melhores margens sequenciais em "Outras". Esse resultado reflete a diversificação, a resiliência do negócio e a combinação entre o contínuo incremento da receita média por academia, especialmente nas unidades em maturação, e uma gestão eficiente de custos.

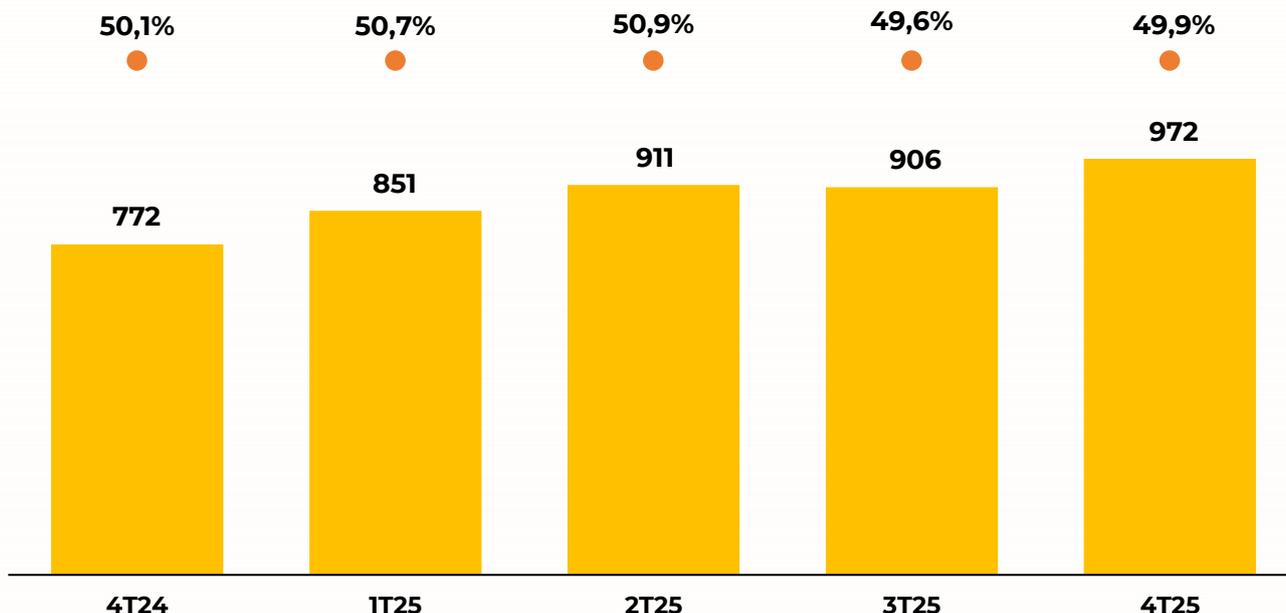
Em 2025, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais totalizou R\$3.725,1 milhões, crescimento de 31% vs. 2024, resultando em margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais de 51,4%, uma expansão de 0,5p.p. frente ao ano anterior, com destaque para a expansão de margem nas academias Smart Fit (+0,6p.p. vs. 2024).

Lucro Bruto Caixa <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>Receita Líquida</b>	<b>1.948,2</b>	<b>1.540,6</b>	<b>26%</b>	<b>1.824,2</b>	<b>7%</b>	<b>7.241,7</b>	<b>5.580,3</b>	<b>30%</b>
(-) Custo Caixa dos Serviços Prestados	976,4	768,6	27%	918,6	6%	3.602,6	2.788,2	29%
<b>Lucro Bruto Caixa<sup>b</sup></b>	<b>971,8</b>	<b>772,0</b>	<b>26%</b>	<b>905,6</b>	<b>7%</b>	<b>3.639,1</b>	<b>2.792,1</b>	<b>30%</b>
Margem Bruta Caixa	49,9%	50,1%	(0,2 p.p.)	49,6%	0,2 p.p.	50,3%	50,0%	0,2 p.p.
(+) Custos pré-operacionais	36,8	20,8	77%	21,6	70%	86,0	52,6	64%
<b>Lucro Bruto Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais<sup>c</sup></b>	<b>1.008,6</b>	<b>792,8</b>	<b>27%</b>	<b>927,2</b>	<b>9%</b>	<b>3.725,1</b>	<b>2.844,6</b>	<b>31%</b>
Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais	51,8%	51,5%	0,3 p.p.	50,8%	0,9 p.p.	51,4%	51,0%	0,5 p.p.

(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 e Margem Bruta Caixa

R\$ milhões | % Receita Líquida

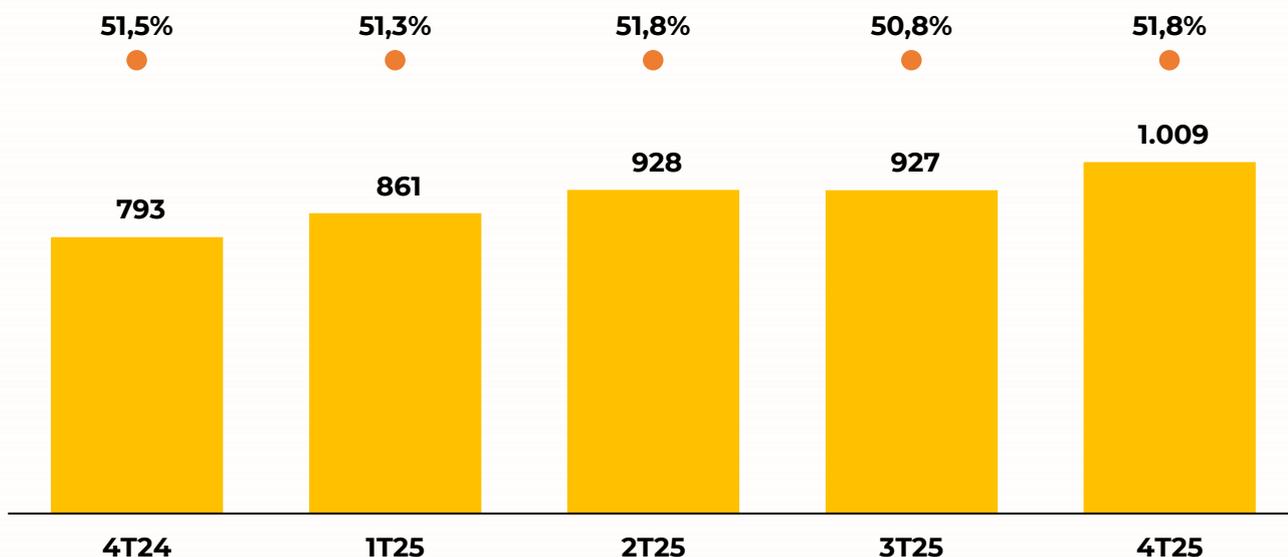


Em comparação ao 3T25, o lucro bruto caixa apresentou um crescimento de 7%, com um ganho de 0,2p.p. de margem bruta caixa devido, principalmente, ao impacto positivo da sazonalidade apresentada entre os períodos no TotalPass, além da melhor performance de Studios.

Esse efeito na unidade de negócio TotalPass ocorre também em função do menor patamar de repasses para as redes parceiras, explicado pela redução na frequência de uso no trimestre. A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais, ou seja, aqueles relacionados às aberturas, foi 0,9p.p. acima quando comparada ao trimestre anterior.

## Evolução Lucro Bruto Caixa e Margem Bruta Caixa antes dos custos pré-operacionais

R\$ milhões | % Receita Líquida



## Lucro Bruto Caixa por Segmento antes dos Custos Pré-Operacionais

Com o objetivo de ampliar a transparência e permitir uma análise mais detalhada da performance e da contribuição de cada segmento, a Companhia passou a incluir, a partir do 3T25, no *Earnings Release* a abertura do lucro bruto caixa por segmento antes dos custos pré-operacionais.

Lucro Bruto Caixa <sup>a,b,c</sup> (Por Segmento   R\$ milhões)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>Smart Fit</b>	<b>844,1</b>	<b>689,5</b>	<b>22%</b>	<b>808,4</b>	<b>4%</b>	<b>3.220,2</b>	<b>2.522,2</b>	<b>28%</b>
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	49,9%	49,8%	0,1 p.p.	50,0%	(0,1) p.p.	50,1%	49,5%	0,6 p.p.
<b>Brasil</b>	<b>283,2</b>	<b>248,4</b>	<b>14%</b>	<b>289,8</b>	<b>(2%)</b>	<b>1.143,1</b>	<b>919,2</b>	<b>24%</b>
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	46,3%	47,4%	(1,1) p.p.	47,9%	(1,6) p.p.	47,8%	46,6%	1,3 p.p.
<b>México</b>	<b>181,5</b>	<b>167,5</b>	<b>8%</b>	<b>176,2</b>	<b>3%</b>	<b>709,1</b>	<b>660,6</b>	<b>7%</b>
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	44,7%	48,6%	(4,0) p.p.	44,9%	(0,2) p.p.	45,6%	48,5%	(2,9) p.p.
<b>Outros Países</b>	<b>379,4</b>	<b>273,6</b>	<b>39%</b>	<b>342,4</b>	<b>11%</b>	<b>1.368,0</b>	<b>942,4</b>	<b>45%</b>
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	56,3%	52,9%	3,3 p.p.	55,2%	1,0 p.p.	55,0%	53,6%	1,4 p.p.
<b>Bio Ritmo e Outras<sup>d</sup></b>	<b>23,6</b>	<b>22,8</b>	<b>3%</b>	<b>24,4</b>	<b>(3%)</b>	<b>90,9</b>	<b>77,5</b>	<b>17%</b>
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	41,5%	50,6%	(9,1) p.p.	43,8%	(2,3) p.p.	43,8%	46,9%	(3,1) p.p.
<b>Outras<sup>e</sup></b>	<b>140,7</b>	<b>80,4</b>	<b>75%</b>	<b>94,4</b>	<b>49%</b>	<b>413,7</b>	<b>245,0</b>	<b>69%</b>
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	73,1%	70,7%	2,4 p.p.	62,7%	10,4 p.p.	68,8%	76,7%	(7,9) p.p.
<b>Lucro Bruto Caixa antes dos Custos Pré-operacionais</b>	<b>1.008,3</b>	<b>792,8</b>	<b>27%</b>	<b>927,2</b>	<b>9%</b>	<b>3.724,8</b>	<b>2.844,6</b>	<b>31%</b>
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	51,8%	51,5%	0,3 p.p.	50,8%	0,9 p.p.	51,4%	51,0%	0,5 p.p.
Custos pré-operacionais	(36,8)	(20,8)	77%	(21,6)	70%	(86,0)	(52,6)	64%
<b>Lucro Bruto Caixa<sup>c</sup></b>	<b>971,6</b>	<b>772,0</b>	<b>26%</b>	<b>905,6</b>	<b>7%</b>	<b>3.638,8</b>	<b>2.792,1</b>	<b>30%</b>
<i>Margem Bruta Caixa</i>	49,9%	50,1%	(0,2 p.p.)	49,6%	0,2 p.p.	50,3%	50,0%	0,2 p.p.

Note que, com objetivo de aprimorar a análise por unidade de negócio, os critérios de segmentação apresentados na nota explicativa "Nota de Segmento" foram revisados a partir do 1T25 no *Earnings Release*. Assim, para fins comparativos, a tabela acima apresenta os dados de 2024 e 2025 de acordo com os novos critérios, enquanto, nas Demonstrações Financeiras, os dados de 2024 permanecem apresentados conforme o formato anterior. (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 bruto caixa antes dos Custos Pré-operacionais" exclui depreciação, amortização e custos com abertura de unidades; (c) "Lucro bruto caixa" exclui depreciação e amortização; (d) "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; (e) "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 Studios, no México, Fitmaster. 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".

No 4T25, o lucro bruto caixa das academias Smart Fit antes dos custos pré-operacionais totalizou R\$844,1 milhões, crescimento de 22% em relação ao 4T24 e de 4% frente ao 3T25. A margem bruta caixa no trimestre foi de 49,9%, em linha com o mesmo período do ano anterior e com o 3T25. Em 2025, o lucro bruto caixa das academias Smart Fit antes dos custos pré-operacionais totalizou R\$3.220,2 milhões, crescimento de 28% vs. 2024, expansão de 0,6p.p. na margem, que totalizou 50,1%, refletindo a maior rentabilidade na região de Outros Países e no Brasil, com destaque para a margem bruta nas maduras atingindo 48,5% (+0,6p.p. vs. 2024).

Na Smart Fit Brasil, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais no 4T25 foi de R\$283,2 milhões, 14% superior em relação ao 4T24. A margem bruta caixa do trimestre foi de 46,3%, redução de 1,1p.p. frente ao 4T24, negativamente impactada pela adição recorde de 88 unidades próprias em um trimestre (vs. 44 no 4T24), sendo 64 adicionadas no mês de dezembro. Essas unidades, por estarem em estágio inicial de maturação, contribuem com um patamar inferior de receita por unidade. Adicionalmente, esse desempenho reflete principalmente o aumento nos custos de manutenção, além de maiores custos de pessoal e serviço de terceiros nas unidades maduras.

Comparado ao 3T25, a margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais da Smart Fit Brasil reduziu 1,6p.p., refletindo o menor patamar de receita por academia nas unidades maduras em função da sazonalidade do período, além do incremento nos custos de consumo nas unidades maduras.

No México, o lucro bruto antes dos custos pré-operacionais das academias Smart Fit totalizou R\$181,5 milhões, crescimento de 8% frente ao 4T24. A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais reduziu 4,0p.p. frente ao mesmo período do ano anterior refletindo principalmente a estabilidade no nível de receita por academia, combinada ao incremento nos custos de pessoal e serviço de terceiros

nas unidades maduras. Importante mencionar que parte desse aumento decorre do reforço da estrutura operacional, com destaque para o incremento do quadro de recepcionistas, que tem como objetivo aumentar a conversão de vendas.

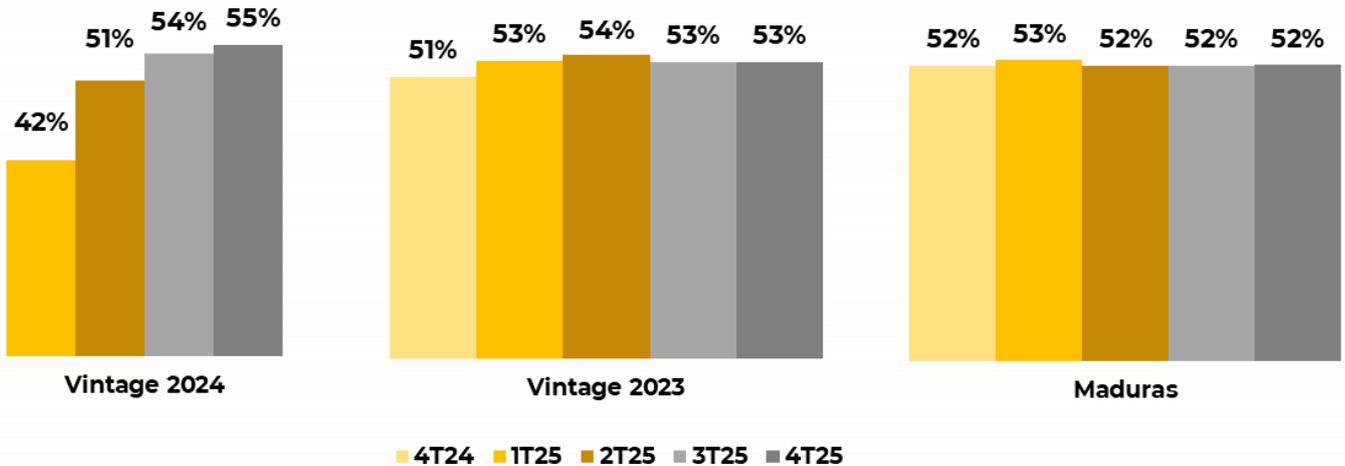
Na comparação com o 3T25, a margem bruta caixa reduziu em 0,2p.p. devido, principalmente, aos maiores custos de pessoal e serviço de terceiros e de manutenção nas academias maduras, que mais do que compensaram a *performance de ramp-up dos novos vintages* e a redução nos custos de consumo no trimestre.

Nos Outros Países, o lucro bruto caixa do 4T25 foi de R\$379,4 milhões, crescimento de 39% frente ao mesmo período do ano anterior. A margem bruta caixa do trimestre foi de 56,3%, sendo 3,3p.p. superior ao 4T24, impulsionada pelo sólido ramp-up das unidades inauguradas nos últimos 24 meses somada à maior eficiência de custos de consumo nas unidades maduras. Se comparado ao 3T25, o lucro bruto caixa da região cresceu 11% no trimestre, com expansão de margem de 1,0p.p..

Na linha de Outras, o lucro bruto totalizou R\$140,9 milhões, 75% superior ao 4T24, em função do crescimento de outros negócios, especialmente do TotalPass, além da consolidação do resultado da Fitmaster a partir do 2T25.

Na comparação com o 3T25, o lucro bruto caixa apresentou um incremento de R\$46,3 milhões, com margem bruta 10,4p.p. superior, refletindo principalmente a melhor sazonalidade apresentada entre os períodos no TotalPass. Esse efeito ocorre devido ao menor patamar de repasse, explicado pela redução na frequência de uso no trimestre.

## Margem Bruta por Vintage (Smart Fit Próprias)



No 4T25, a margem bruta caixa das academias Smart Fit Maduras atingiu 52%, patamar consistente com os últimos onze trimestres. Nesse mesmo conceito de unidades maduras, o lucro bruto caixa anualizado por unidade no trimestre foi de R\$2,5 milhões, crescimento de 1% frente ao 4T24. Esse resultado evidencia a resiliência do modelo de negócios e os intensos e assertivos esforços nos pilares de eficiência operacional.

As unidades inauguradas em 2023 ("Vintage 2023"), registraram uma margem bruta caixa de 53% no 4T25, mantendo desempenho acima do patamar das unidades maduras pelo quarto trimestre consecutivo. A sólida performance das unidades próprias do Vintage 2023, que concluíram o processo de maturação ao final do 4T25, reflete a inteligência da estratégia de expansão e força da marca Smart Fit, além de um custo de ocupação estruturalmente inferior ao das unidades maduras. O lucro bruto caixa anualizado por unidade atingiu R\$2,3 milhões no 4T25, crescimento de 2% frente ao 3T25.

Destaca-se também a sólida trajetória de maturação das unidades inauguradas em 2024 ("Vintage 2024"). As academias desse vintage apresentaram receita líquida média anualizada por unidade de R\$4,4 milhões e lucro bruto anualizado por unidade de R\$2,4 milhões, resultando em margem bruta caixa de 55% no 4T25, com expansão de margem em relação ao trimestre anterior. É importante ressaltar que o Vintage 2024 ainda se encontra em processo de maturação.

## DESPESAS COMERCIAIS E ADMINISTRATIVAS

Despesas com vendas, gerais e administrativas <sup>a,b</sup> (R\$ milhões)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
Despesas com Vendas	132,7	114,6	16%	127,1	4%	540,3	415,8	30%
Gerais e Administrativas	202,0	155,0	30%	185,1	9%	738,8	556,0	33%
Despesas Pré-Operacionais	22,2	11,6	92%	9,4	135%	46,1	35,2	31%
<b>Total</b>	<b>357,0</b>	<b>281,2</b>	<b>27%</b>	<b>321,6</b>	<b>11%</b>	<b>1.325,2</b>	<b>1.007,0</b>	<b>32%</b>
% Receita Líquida	18,3%	18,3%	0,1 p.p.	17,6%	0,7 p.p.	18,3%	18,0%	0,3 p.p.

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

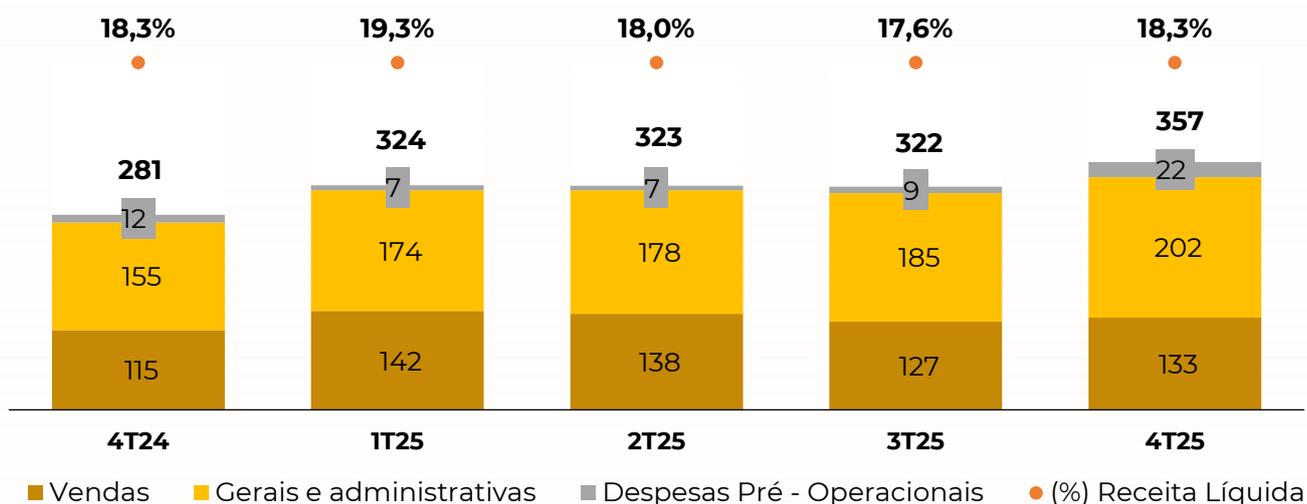
As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$357,0 milhões no trimestre, 27% superior ao 4T24, equivalente a 18,3% da receita líquida, estável em relação ao mesmo período do ano anterior.

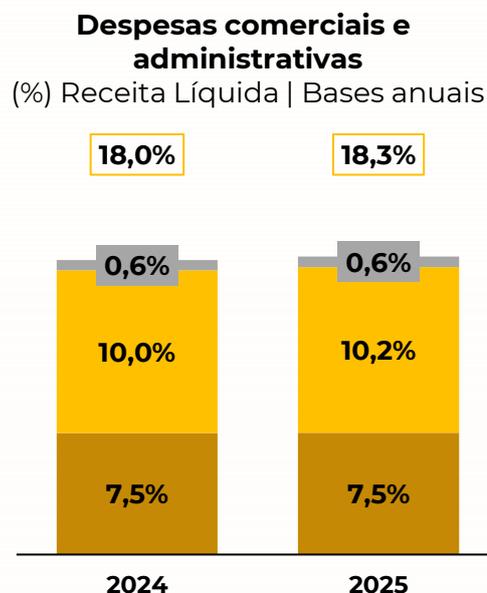
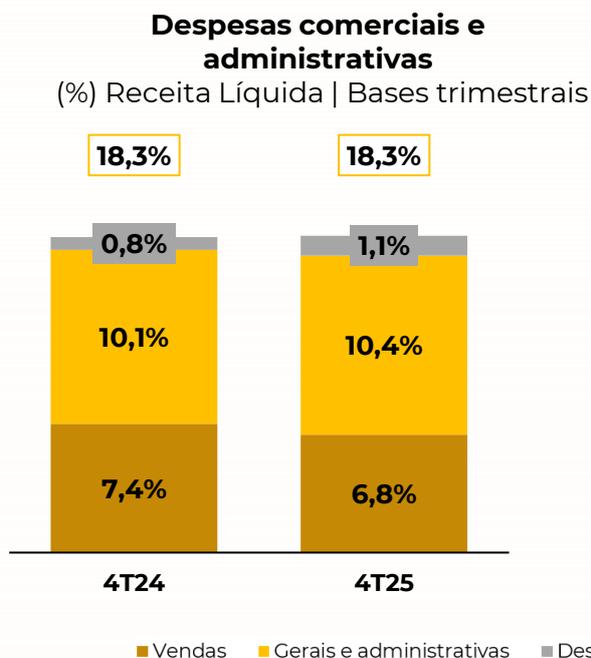
As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$202,0 milhões no 4T25, crescimento de 30% comparado ao mesmo trimestre do ano anterior, representando 10,4% da receita líquida do período (+0,3p.p. vs. 4T24). Esse desempenho reflete principalmente o impacto dos maiores investimentos na estruturação de novos negócios, especialmente relacionados ao TotalPass, além do efeito da consolidação da FitMaster, parcialmente compensado pela alavancagem operacional do negócio.

As despesas com vendas somaram R\$132,7 milhões no 4T25, 16% acima versus 4T24, representando 6,8% da receita líquida (0,6p.p. inferior comparado ao 4T24).

Por fim, as despesas pré-operacionais totalizaram R\$22,2 milhões no 4T25, vs. R\$11,6 milhões no mesmo período do ano anterior, refletindo o maior volume de aberturas de academias próprias no trimestre (184 adições no 4T25 vs. 122 no 4T24, desconsiderando a compra de unidades franqueadas na Colômbia).

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





Em comparação com o 3T25, as despesas com vendas, gerais e administrativas apresentaram um incremento de 0,7p.p. como percentual da receita líquida.

As despesas gerais e administrativas cresceram 9% frente ao 3T25, sendo 0,2p.p. superior como percentual da receita líquida. Essa performance reflete os maiores investimentos na estruturação de novos negócios, principalmente relacionados ao TotalPass, além de reforços na estrutura de pessoal no Brasil.

As despesas com vendas cresceram em 4% impulsionadas pelo maior volume de inaugurações no trimestre e pelo maior nível de investimento em marketing, em preparação para o período de vendas no início de 2026. Adicionalmente, as despesas pré-operacionais cresceram em R\$12,8 milhões frente ao 3T25, reflexo do maior ritmo de adição de academias próprias no trimestre.

## EBITDA

Composição do EBITDA <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>241,5</b>	<b>196,5</b>	<b>23%</b>	<b>170,0</b>	<b>42%</b>	<b>738,4</b>	<b>539,4</b>	<b>37%</b>
(+) IR & CSLL	(7,6)	(11,9)	(36%)	56,2	-	146,2	91,0	61%
(+) Resultado Financeiro	124,1	93,5	33%	110,2	13%	438,5	349,5	25%
(+) Depreciação	262,4	209,0	26%	250,0	5%	979,7	782,2	25%
<b>EBITDA</b>	<b>620,5</b>	<b>487,1</b>	<b>27%</b>	<b>586,4</b>	<b>6%</b>	<b>2.302,7</b>	<b>1.762,1</b>	<b>31%</b>
Mg. EBITDA	31,8%	31,6%	0,2 p.p.	32,1%	(0,3) p.p.	31,8%	31,6%	0,2 p.p.
Itens Extraordinários <sup>b</sup>	(10,7)	-	-	-	-	(10,7)	-	-
<b>EBITDA ajustado<sup>c</sup></b>	<b>609,8</b>	<b>487,1</b>	<b>25%</b>	<b>586,4</b>	<b>4%</b>	<b>2.292,1</b>	<b>1.762,1</b>	<b>30%</b>
Mg. EBITDA ajustada	31,3%	31,6%	(0,3) p.p.	32,1%	(0,8) p.p.	31,7%	31,6%	0,1 p.p.
(+) Gastos pré-operacionais	59,0	32,4	82%	31,1	90%	132,1	87,8	51%
<b>EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais</b>	<b>668,7</b>	<b>519,5</b>	<b>29%</b>	<b>617,4</b>	<b>8%</b>	<b>2.424,2</b>	<b>1.849,8</b>	<b>31%</b>
Mg. EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais	34,3%	33,7%	0,6 p.p.	33,8%	0,5 p.p.	33,5%	33,1%	0,3 p.p.

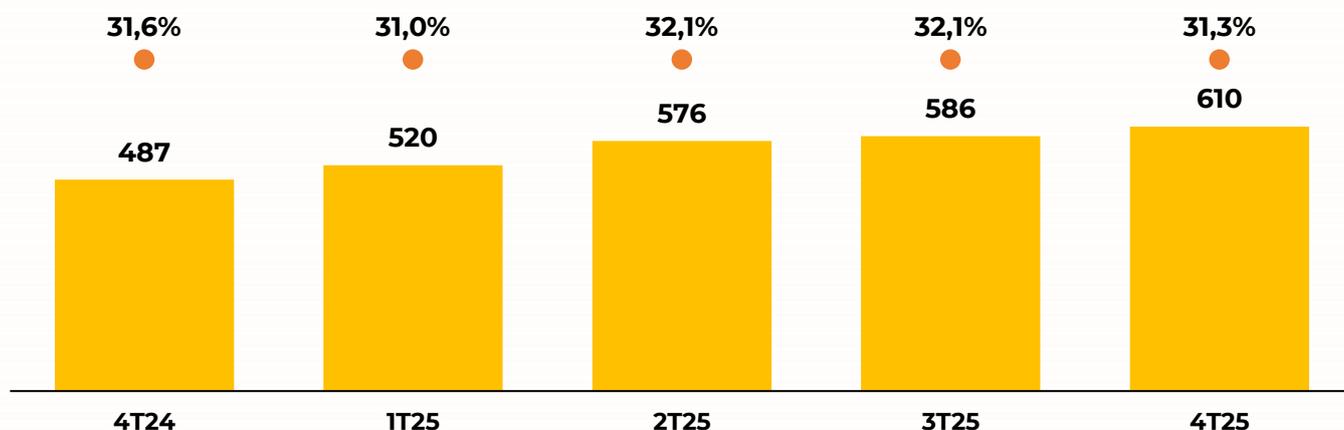
a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados aos alugueis das academias e escritórios; (b) Impacto extraordinário pela receita não-recorrente de R\$10,7 M auferida no 4T25 correspondente à reavaliação da participação detida na FitMaster; (c) "EBITDA Extraordinário" exclui os "Itens Extraordinários"

O EBITDA ajustado superou a marca histórica de R\$600 milhões, atingindo R\$609,8 milhões no 4T25, com forte crescimento de 25% frente ao 4T24. A margem EBITDA ajustada alcançou 31,3% no trimestre, uma redução de 0,3p.p. comparado ao mesmo período do ano anterior.

Em 2025, o EBITDA ajustado totalizou R\$2.292,1 milhões, crescimento de 30% frente ao ano anterior, com margem ajustada de 31,7%, em linha com 2024.

### Evolução do EBITDA ajustado e Margem EBITDA ajustada

R\$ milhões | % Receita Líquida

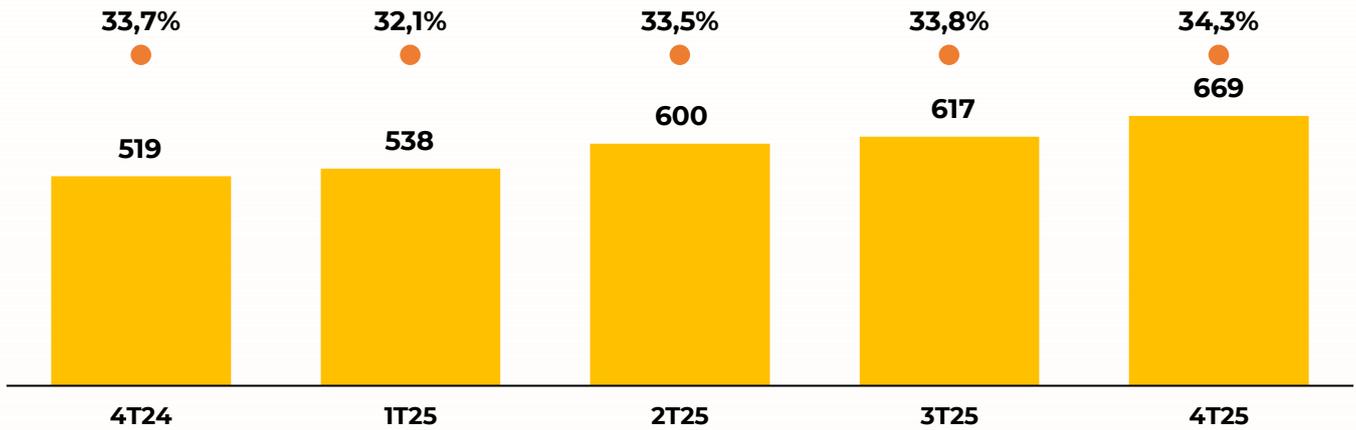


O EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais totalizou R\$668,7 milhões no 4T25, um crescimento de 29% frente ao 4T24. A margem EBITDA ajustada antes dos gastos pré-operacionais atingiu 34,3% no período, uma expansão de 0,6p.p. vs. 4T24.

Em 2025, o EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais totalizou R\$2.424,2 milhões, crescimento de 31% frente ao ano anterior, com margem EBITDA ajustada antes dos gastos pré-operacionais de 33,5%, uma expansão de 0,3p.p. em relação a 2024.

## Evolução do EBITDA ajustado e Margem EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais

R\$ milhões | % Receita Líquida



Na comparação com o 3T25, o EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais do 4T25 apresentou crescimento de 8%, resultando em expansão de 0,5p.p. na margem EBITDA ajustada antes dos gastos pré-operacionais vs. o trimestre anterior.

## LUCRO LÍQUIDO E LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

Composição do Lucro Líquido Recorrente <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>241,5</b>	<b>196,5</b>	<b>23%</b>	<b>170,0</b>	<b>42%</b>	<b>738,4</b>	<b>539,4</b>	<b>37%</b>
Margem líquida	12,4%	12,8%	(0,4) p.p.	9,3%	3,1 p.p.	10,2%	9,7%	0,5 p.p.
(+) Não recorrente de aquisições	(6,9)	0,3	-	5,1	(236%)	1,1	11,6	(90%)
(+) Resgate antecipado de debêntures	-	-	-	1,8	(100%)	1,8	27,4	(93%)
<b>Lucro (prejuízo) líquido recorrente<sup>b</sup></b>	<b>234,6</b>	<b>196,8</b>	<b>19%</b>	<b>176,9</b>	<b>33%</b>	<b>741,3</b>	<b>578,4</b>	<b>28%</b>
Margem líquida recorrente	12,0%	12,8%	(0,7) p.p.	9,7%	2,3 p.p.	10,2%	10,4%	(0,1) 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) não recorrente de aquisições, com destaque para a reavaliação da participação nas operações da FitMaster, Panamá e Costa Rica, Velocity e outras aquisições; e (ii) das despesas financeiras não-recorrentes relacionadas à agenda de *liability management*, sendo R\$1,8 milhão após IR/CSLL referente ao pré-pagamento parcial da 8ª emissão de debêntures no 3T25, R\$22,1 milhões após IR/CSLL no 2T24 relacionadas ao pré-pagamento da 6ª emissão de debêntures e R\$5,3 milhões no 3T24 referentes ao pré-pagamento da 5ª emissão e à outras iniciativas de *liability management*.

O lucro líquido totalizou R\$738,4 milhões em 2025, apresentando forte crescimento de 37% em relação a 2024 e resultando em margem líquida de 10,2%, um incremento de 0,5p.p. Essa 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. Além disso, o lucro líquido foi positivamente impactado pelo incremento de representatividade dos Outros Negócios.

Em 2025, o lucro líquido recorrente totalizou R\$741,3 milhões, representando um forte crescimento de 28% em relação a 2024 e resultando em uma margem líquida recorrente de 10,2%. Essa performance é explicada principalmente pelo crescimento de 30% do EBITDA ajustado.

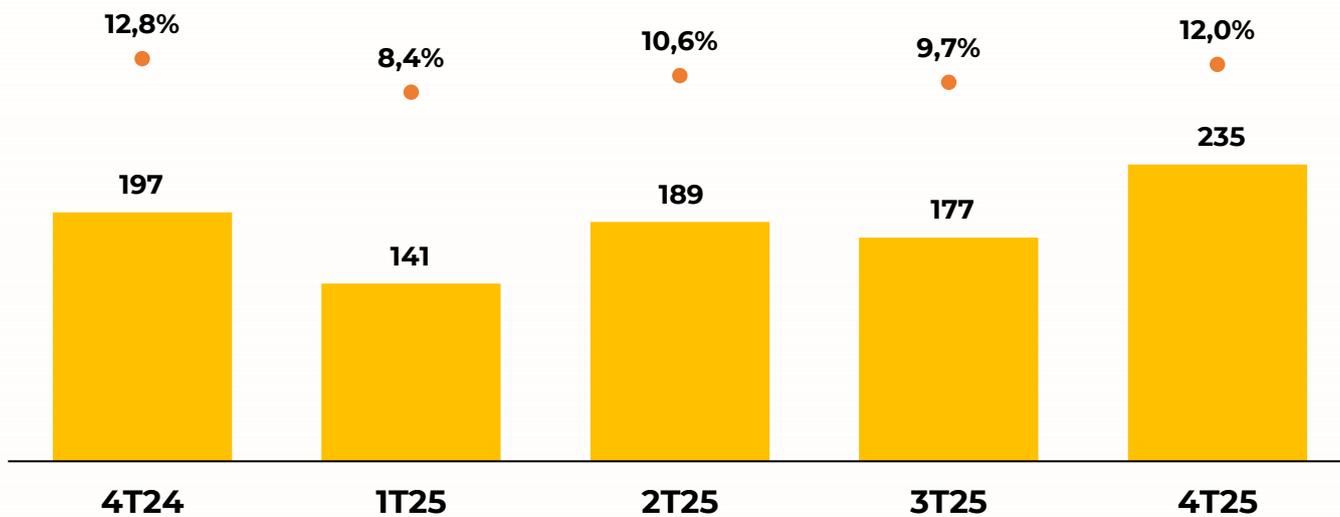
Destaca-se que o lucro líquido recorrente de 2025 desconsidera o impacto de R\$1,1 milhões referentes à reavaliação da participação em aquisições e de R\$1,8 milhão referente ao pré-pagamento da 7ª emissão de debêntures. Já em 2024, o lucro líquido recorrente desconsidera o impacto de R\$27,4 milhões referentes ao pré-pagamento das 6ª e 5ª emissões, bem como de outras dívidas bilaterais na Colômbia, além de R\$11,6 milhões referentes à reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica.

No 4T25, o lucro líquido recorrente totalizou R\$234,6 milhões, um crescimento de 19% em relação a 4T24, resultando em uma margem líquida recorrente de 12,0%. Esse desempenho é explicado pelo aumento dos impostos referente aos resultados das operações fora do Brasil devido ao impacto da TBU (Tributação em Bases Universais), que compensou parcialmente o impacto positivo de um montante maior de declaração de juros sobre o capital próprio ("JCP") realizada no 4T25 vs. 4T24.

Adicionalmente, o lucro líquido recorrente do 4T25 desconsidera o impacto positivo da reavaliação da participação na FitMaster (R\$10,7 milhões) e ágio de aquisições, principalmente de Velocity, que somados totalizaram R\$6,9 milhões. O lucro líquido recorrente do 4T24 desconsidera o impacto de R\$0,3 milhões referente à reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica.

## Evolução do Lucro Líquido Recorrente e Margem Líquida Recorrente

R\$ milhões | % Receita Líquida



## CAPEX

Capex <sup>a,b</sup> (R\$ milhões)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>Capex</b>	<b>920,7</b>	<b>721,4</b>	<b>28%</b>	<b>513,0</b>	<b>79%</b>	<b>2.332,0</b>	<b>1.843,5</b>	<b>26%</b>
Expansão	783,5	602,4	30%	426,2	84%	1.915,6	1.532,7	25%
Manutenção	112,0	95,3	18%	72,1	55%	345,9	251,8	37%
Corporativo / Inovação	25,2	23,7	6%	14,7	71%	70,5	59,1	19%

(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\$8,9 milhões no 4T25 e R\$16,9 milhões em 2025.

No 4T25, o capex totalizou R\$920,7 milhões, um aumento de 28% em relação ao 4T24. O capex de expansão cresceu 30% frente ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$783,5 milhões no trimestre. Esse aumento reflete, principalmente, a aceleração no número de inaugurações de academias próprias no período (184 aberturas no 4T25 vs. 122 no 4T24, desconsiderando a compra de unidades franqueadas na Colômbia).

Em 2025, o capex de expansão totalizou R\$1.915,6 milhões, crescimento de 25% em relação ao ano anterior. O capex de expansão relacionado às academias da marca Smart Fit, excluindo Bio Ritmo e Studios, foi de R\$1.801,4 milhões, 22% superior a 2024, em função da forte aceleração na abertura de unidades próprias em 2025.

Foram inauguradas 275 unidades próprias da marca Smart Fit no ano de 2025, desconsiderando os encerramentos de academias e as aquisições de franqueados, um aumento de 14% frente às 242 unidades em 2024, resultando em um capex por unidade de R\$6,3 milhões, comparado aos R\$5,9 milhões registrados em 2024, refletindo a evolução contínua do produto Smart Fit. A Companhia vem ampliando e atualizando o seu conjunto de equipamentos, incorporando soluções mais completas e alinhadas às principais tendências do segmento fitness. Além disso, esse crescimento reflete as oscilações cambiais no período, bem como a própria inflação observada nas principais linhas de capex.

O capex de manutenção totalizou R\$112,0 milhões no 4T25, 18% acima do 4T24, devido (i) à estratégia de preservar a oferta de alto padrão em nossas unidades; e (ii) ao aumento na quantidade de academias maduras.

Em 2025, o capex de manutenção das academias da marca Smart Fit atingiu R\$321,8 milhões, representando 7,1% da receita líquida das unidades maduras, alinhado com a estratégia de oferecer continuamente uma experiência de alto padrão aos clientes. Esse capex também inclui investimentos no programa de ampliação da oferta de equipamentos e até da área útil em determinadas unidades, em resposta ao maior fluxo de alunos em algumas unidades e a mudança nos hábitos dos clientes, bem como o projeto de eficiência energética, como a automação do sistema de ar-condicionado, entre outras iniciativas.

O capex com projetos corporativos e inovação totalizou R\$25,2 milhões no 4T25, um crescimento de 6% frente ao mesmo período do ano anterior. Em 2025, o capex relacionado aos projetos corporativos e de inovação somou R\$70,5 milhões, um crescimento de 19% frente a 2024. Esse crescimento é explicado, principalmente, pelos investimentos em *add-ons* e em sistemas para as marcas do grupo.

## VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA

### 4T25 vs. 3T25

A Companhia apresentou aumento da Dívida líquida ajustada de R\$699,5 milhões no trimestre em relação ao 3T25, refletindo principalmente os investimentos realizados no período, com foco na expansão da rede de academias. Esse movimento foi parcialmente compensado pela sólida Geração de caixa operacional de R\$599,6 milhões, impulsionada pelo EBITDA ajustado do período e pela alta conversão de EBITDA ajustado em caixa operacional, de 98%.

A Variação do capital de giro no 4T25 apresentou geração negativa de caixa de R\$21,5 milhões. Esse resultado é explicado principalmente pela variação na linha de impostos, que apresentou consumo de caixa de R\$73,9 milhões, decorrente do pagamento de IR sobre o JCP do período e de maiores desembolsos de PIS/COFINS, em função do término de saldo de créditos.

Adicionalmente, a linha de Clientes apresentou variação negativa de R\$39,1 milhões, refletindo o aumento da representatividade do TotalPass na receita do Grupo Smart Fit. Por outro lado, a linha de Fornecedores apresentou geração de caixa de R\$103,1 milhões, em função da aceleração do ritmo de expansão no trimestre, especialmente no mês de dezembro.

As Atividades de investimento totalizaram R\$947,4 milhões no 4T25, refletindo principalmente o capex referente à abertura de novas unidades, que totalizou R\$783,5 milhões no período. As Outras atividades representaram uma adição de R\$351,7 milhões à dívida líquida ajustada, devido ao serviço da dívida e a variação cambial, além da distribuição de juros sobre capital próprio.

### 2025 vs. 2024

A Companhia apresentou aumento da Dívida líquida ajustada de R\$993,3 milhões em 2025 em relação ao ano anterior, refletindo principalmente os investimentos realizados no período com foco na expansão da rede de academias. Esse movimento foi parcialmente compensado pela sólida Geração de caixa operacional de R\$2.218,3 milhões, impulsionada pelo EBITDA do período e pela elevada conversão de EBITDA em caixa operacional de 97%.

A Variação do capital de giro em 2025 apresentou geração negativa de caixa de R\$28,9 milhões. Essa performance é explicada principalmente pela variação na linha de Clientes e Impostos, que apresentaram consumo de caixa de R\$131,5 milhões e R\$39,5 milhões respectivamente. Esse movimento está relacionado ao aumento da representatividade do TotalPass, e do pagamento de IR sobre o JCP do período, além de maiores desembolsos de PIS/COFINS, em função do término de saldo de créditos. Por outro lado, a linha de Fornecedores apresentou uma geração de caixa de R\$182,1 milhões, reflexo da aceleração do ritmo de expansão no período, especialmente no mês de dezembro.

As Atividades de investimento totalizaram R\$2.525,2 milhões em 2025, devido principalmente ao capex relacionado à abertura de novas unidades, que somou R\$1.915,8 milhões no período. As Outras atividades representaram uma adição de R\$686,4 milhões à dívida líquida ajustada, refletindo principalmente o serviço da dívida e a variação cambial, além da distribuição de juros sobre capital próprio.

<b>Varição da Dívida Líquida Ajustada (R\$ milhões)</b>	<b>1T25</b>	<b>2T25</b>	<b>3T25</b>	<b>4T25</b>	<b>2025</b>
<b>Dívida Líquida Ajustada Inicial</b>	<b>3.104,1</b>	<b>3.114,8</b>	<b>3.294,3</b>	<b>3.398,0</b>	<b>3.104,1</b>
<b>EBITDA</b>	<b>520,2</b>	<b>575,7</b>	<b>586,4</b>	<b>620,4</b>	<b>2.302,7</b>
Itens extraordinários <sup>a</sup>	-	-	-	(10,7)	(10,7)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>520,2</b>	<b>575,7</b>	<b>586,4</b>	<b>609,8</b>	<b>2.292,0</b>
Itens de resultado sem impacto em caixa <sup>b</sup>	11,0	34,5	10,8	29,0	85,3
IR/CSLL pago	(24,8)	(83,2)	(4,4)	(17,7)	(130,1)
<b>Varição no capital de giro<sup>c</sup></b>	<b>(13,7)</b>	<b>(6,3)</b>	<b>12,6</b>	<b>(21,5)</b>	<b>(28,9)</b>
<i>Clientes</i>	<i>(61,7)</i>	<i>(17,1)</i>	<i>(13,6)</i>	<i>(39,1)</i>	<i>(131,5)</i>
<i>Fornecedores</i>	<i>35,5</i>	<i>11,1</i>	<i>32,4</i>	<i>103,1</i>	<i>182,1</i>
<i>Salários, provisões e contribuições sociais</i>	<i>10,6</i>	<i>28,0</i>	<i>21,2</i>	<i>0,6</i>	<i>60,4</i>
<i>Impostos<sup>d</sup></i>	<i>19,6</i>	<i>23,0</i>	<i>(8,2)</i>	<i>(73,9)</i>	<i>(39,5)</i>
<i>Outros</i>	<i>(17,7)</i>	<i>(51,3)</i>	<i>(19,3)</i>	<i>(12,2)</i>	<i>(100,5)</i>
<b>Geração de Caixa Operacional</b>	<b>492,7</b>	<b>520,6</b>	<b>605,4</b>	<b>599,6</b>	<b>2.218,3</b>
<i>Conversão EBITDA Aj. em Caixa Operacional</i>	<i>95%</i>	<i>90%</i>	<i>103%</i>	<i>98%</i>	<i>97%</i>
Capex Expansão	(350,0)	(356,0)	(426,2)	(783,5)	(1.915,6)
Capex Manutenção	(74,2)	(87,6)	(72,1)	(112,0)	(345,9)
Capex Corporativo/Inovação	(17,1)	(13,5)	(14,7)	(25,2)	(70,5)
Outros Investimentos e aquisições	(10,7)	(106,4)	(49,2)	(26,7)	(193,1)
<b>Atividades de investimento</b>	<b>(452,1)</b>	<b>(563,5)</b>	<b>(562,2)</b>	<b>(947,4)</b>	<b>(2.525,2)</b>
Resultado Financeiro e variação cambial	(12,1)	(133,3)	(107,6)	(319,1)	(572,0)
Dividendos/JCP	(67,5)	(39,0)	(37,5)	(37,9)	(181,9)
Outras variações de ativos e passivos	28,4	35,6	(1,8)	5,4	67,5
<b>Outras atividades</b>	<b>(51,3)</b>	<b>(136,7)</b>	<b>(146,8)</b>	<b>(351,7)</b>	<b>(686,4)</b>
<b>Varição da dívida líquida do período</b>	<b>(10,6)</b>	<b>(179,5)</b>	<b>(103,7)</b>	<b>(699,5)</b>	<b>(993,3)</b>
<b>Dívida Líquida Ajustada Final (4T25)</b>	<b>3.114,8</b>	<b>3.294,3</b>	<b>3.398,0</b>	<b>4.097,5</b>	<b>4.097,5</b>

(a) Exclui os efeitos do IFRS-16/CPC06 e o impacto positivo da reavaliação da participação detida na FitMaster no 4T25 (R2). Vide seção "EBITDA"; (b) Impacto extraordinário positivo referente a receita não recorrente de R\$10,7 M auferida no 4T25 correspondente à reavaliação da participação detida na FitMaster; (c) Inclui principalmente equivalência patrimonial, baixa de ativos, receita diferida e provisões; (d) 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; (e) Inclui impostos sobre vendas e serviços.

## CAIXA E ENDIVIDAMENTO

Caixa e Endividamento <sup>a,b</sup> (R\$ milhões)	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25
Caixa e aplicações financeiras	2.947	2.951	2.733	2.958	3.426
Dívida Bruta	5.945	5.965	5.979	6.316	7.504
Por natureza:					
Empréstimos e debêntures	5.915	5.945	5.952	6.290	7.477
Passivo de arrendamento - equipamentos	30	20	26	26	27
Por vencimento:					
Curto prazo	778	819	817	873	939
Longo prazo	5.167	5.145	5.161	5.442	6.538
Dívida Líquida	2.998	3.014	3.246	3.357	4.078
Outros Passivos e Ativos <sup>c</sup>	107	101	48	40	19
Dívida Líquida Ajustada	3.104	3.115	3.294	3.398	4.098
Dívida Líquida Ajustada / EBITDA LTM <sup>d</sup>	1,16x	1,09x	1,08x	1,04x	1,19x

(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 4T25, a Companhia possuía uma sólida posição de caixa de R\$3.426 milhões e dívida bruta de R\$7.504 milhões, sendo 87% com vencimento no longo prazo. A dívida líquida ajustada era de R\$4.098 milhões, resultando em um índice de dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, seguindo a definição das debêntures da Companhia, de 1,19x.

Esse índice apresentou leve elevação frente ao registrado no 3T25, refletindo principalmente os maiores investimentos na expansão de academias no período, que mais do que compensaram o sólido crescimento do EBITDA LTM da Companhia, combinado com a forte geração de caixa operacional.

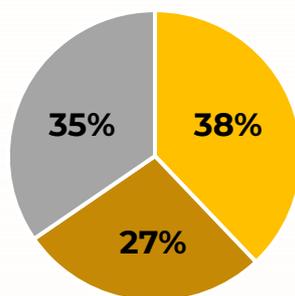
O índice dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis, terminou o 4T25 em 1,78x (vs. 1,57x no 3T25), patamar considerado saudável, especialmente diante da alta previsibilidade de resultados da Companhia e do perfil de vencimento da dívida bastante alongado. Além disso, o índice dívida líquida ajustada/EBITDA 4T25 anualizado, também excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis, é de 1,65x.

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 melhoria gradual nos termos ao longo dos últimos 24 meses. Essas operações proporcionaram o alongamento dos vencimentos da dívida e redução do custo financeiro.

Adicionalmente, destaca-se a contínua execução de iniciativas de *liability management*, com destaque para a emissão da primeira série de 10 anos na história da Companhia como parte de uma das três séries da 13ª emissão. A operação foi concluída ao menor custo *all-in* dos últimos anos, evidenciando a disciplina financeira da Companhia, o acesso a capital com custos competitivos e capacidade de otimização da estrutura de capital mesmo em um ambiente macroeconômico desafiador.

A Companhia busca financiar sua necessidade de expansão em cada um dos países onde opera, combinando a geração de caixa das operações locais com captação de recursos junto a instituições financeiras. Nesse contexto, a composição da dívida líquida é diversificada: Brasil, México e Outros Países representaram, respectivamente, 38%, 27% e 35% da dívida líquida da Companhia ao final do 4T25.

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 4T25, a dívida líquida da Companhia apresentava a seguinte composição.



■ Brasil ■ México ■ Outros Países

A Companhia mantém o perfil de vencimento de seus empréstimos e financiamentos alinhado à sua capacidade de geração de caixa operacional, utilizando linhas de financiamento locais para apoiar a expansão nos países em que atua. Ao final do 4T25, o cronograma de vencimentos da dívida bruta apresentava a seguinte composição:

Prazo de Vencimento da Dívida Bruta <sup>a</sup>	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	Total
% do total	13%	14%	22%	26%	14%	6%	2%	1%	1%	1%	<b>100%</b>
Total	950	1.083	1.648	1.945	1.080	450	150	67	67	67	<b>7.504</b>
Brasil	159	128	926	1.569	939	450	150	67	67	67	<b>4.520</b>
México	303	409	287	138	0	0	0	0	0	0	<b>1.136</b>
Outros Países <sup>b</sup>	488	545	435	238	141	0	0	0	0	0	<b>1.848</b>

(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 TOTALPASS MEXICO

Em 02 de janeiro de 2026, a subsidiária operacional da Smartfit, LATAMGYM, S.A.P.I. de C.V. (“Latamgym México”), exerceu o direito de subscrever ações que se encontravam em tesouraria da sociedade Total Pass, S.A.P.I. de C.V. Com essa operação, a participação acionária da Latamgym México passa de 33,33% para 66,67%, se tornando o acionista com maior participação, detendo o controle sobre a Companhia.

### AUMENTO DE CAPITAL PRIVADO

Em 04 de fevereiro de 2026, a Companhia divulgou Aviso aos Acionistas para informar que foi homologado o aumento de capital da Companhia, através da subscrição privada de novas ações ordinárias mediante utilização do crédito relativo aos juros sobre capital próprio distribuído em 13 de janeiro de 2026 e aprovado em 01 de dezembro de 2025, totalizando R\$376.463.032,54 com a emissão de 18.879.791 novas ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal. O capital social passou de R\$3.147.667.884,00 para R\$3.524.130.916,54, dividido em 616.129.844 ações. As novas ações emitidas terão os mesmos direitos das ações já existentes, e farão jus ao recebimento integral de dividendos e/ou juros sobre o capital próprio, bem como quaisquer outros direitos.

### ALIENAÇÃO DE PARTICIPAÇÃO ACIONÁRIA E ENCERRAMENTO DO ACORDO DE ACIONISTAS

Conforme Fato Relevante divulgado pela Companhia em 23 de fevereiro de 2026, os Fundos Patria alienaram a totalidade das ações ordinárias de emissão da Companhia por eles detidas, representativas de 6,88% do capital social, por meio de leilão organizado (*block trade*) realizado nesta data na B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão. Em razão da referida alienação houve a resilição automática do Acordo de Acionistas, que deixou de produzir efeitos.

Em razão da referida alienação, a Companhia deixou de ter controlador definido, nos termos da legislação aplicável, mantendo-se a Família Corona como acionista de referência, titular de 14,88% do capital social da Companhia.

### DÉCIMA QUARTA EMISSÃO DE DEBÊNTURES

Em reunião do Conselho de Administração realizada em 03 de março de 2026, a Companhia aprovou a 14ª emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, em até duas séries, para distribuição pública sob o rito de registro automático (Resolução CVM nº 160). O montante inicial da oferta é de R\$ 1.320.000.000,00. A Companhia poderá optar por aumentar a quantidade de debêntures inicialmente ofertada em até 25% correspondente a até 330.000 debêntures adicionais. Os recursos líquidos captados serão destinados integralmente ao resgate antecipado da 1ª e 2ª séries da 9ª emissão de debêntures da Companhia, emitidas em abril de 2024, sendo o saldo remanescente, se houver destinado ao reforço do capital de giro e propósitos corporativos gerais. A conclusão da oferta está sujeita às condições de mercado e à demanda dos investidores na data da liquidação financeira.

## DESTAQUES SUSTENTABILIDADE

Consolidamos nossa agenda ESG por meio da integração de eficiência tecnológica na operação e do fortalecimento de nossos pilares de governança, reforçando a resiliência do negócio e o reconhecimento do mercado.

No pilar ambiental, o foco central foi a otimização da matriz energética e a gestão de recursos naturais. Expandimos nossa base de unidades operando com energia renovável, seja por meio do Mercado Livre ou da Geração Distribuída, para 370 academias no Brasil, 52 unidades no México (Geração Distribuída) e 6 unidades na Colômbia (Geração *roof top*), um crescimento de 95% em relação ao 4T24, reduzindo nossa exposição à volatilidade tarifária e aumento da previsibilidade de custos.

O projeto de automação de ar-condicionado também evoluiu de maneira relevante, alcançando 608 unidades (+84% vs. 4T24), distribuídas no Brasil, México, Colômbia e Peru, com 249, 273, 123 e 69 academias operando com o sistema, respectivamente.

Além disso, a telemetria para monitoramento hídrico avançou para 509 unidades no Brasil e 273 no México, permitindo o acompanhamento em tempo real do consumo e maior controle de ineficiências.

Cabe destacar que o aumento desses indicadores em relação a 2024 reflete a implementação e contabilização desses projetos no México, Colômbia e Peru, uma vez que a base comparativa do ano anterior contemplava apenas os dados do Brasil.

Complementando nossa estratégia climática, concluímos o nosso 1º inventário de emissões de gases de efeito estufa, estabelecendo a linha de base para a definição de nossas metas de descarbonização.

No pilar social, a estratégia concentrou-se no fortalecimento do capital de marca e no impacto nas comunidades onde atuamos.

No Brasil, destinamos R\$ 2,1 milhões a 22 projetos, utilizando de forma eficiente incentivos para fomentar o esporte e a cultura. A colaboração com o UNICEF também apresentou alto engajamento, com destaque para o crescimento de doadores nas marcas Smart Fit (+86% vs. 4T24) e Bio Ritmo (+240% vs. 4T24), além de forte adesão em outros países da América Latina, evidenciando a escala e a capilaridade.

Regionalmente, mobilizamos campanhas de alto impacto, incluindo arrecadação de roupas e brinquedos no México, Peru e Cone Sul. No Chile, destacaram-se iniciativas de economia circular e acessibilidade, que transformaram resíduos têxteis em novos produtos e capacitaram equipes para um atendimento mais inclusivo, reforçando nosso compromisso com a comunidade.

No âmbito interno, a gestão de pessoas avançou na unificação de processos globais, apoiada por uma cultura de dados. A Pesquisa de Clima e Cultura do Grupo foi expandida para todos os países, alcançando adesão superior a 80%, que mapeou o engajamento e orientou decisões estratégicas do Grupo.

Por fim, no pilar de governança, fortalecemos nossa estrutura de compliance e transparência, elevando os padrões de reporte e aprimorando o diálogo com acionistas e demais stakeholders.

Concluímos o processo de Dupla Materialidade, ferramenta essencial para identificar impactos, riscos e oportunidades ESG que podem influenciar o valor do negócio no longo prazo, reforçando a integração da sustentabilidade à estratégia corporativa. O compromisso com a conformidade foi reforçado por meio de Treinamento de Governança Corporativa direcionado a 70 membros da alta liderança, contribuindo para o amadurecimento institucional e a padronização de práticas em todos os níveis da organização.

Esse avanço institucional foi reconhecido pelo mercado com a entrada da SMFT3 na carteira 2025 do IDIVERSA B3 e no prestigiado ranking Extel 2025 (Institutional Investor), onde a Companhia foi destaque na categoria de Melhor Programa de ESG, ratificando a confiança de investidores locais e internacionais na nossa gestão de sustentabilidade. Os detalhes completos dessas iniciativas e a evolução dos nossos indicadores estarão disponíveis no Relatório de Sustentabilidade 2025.

### 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.

<b>Demonstração de Resultados</b> (R\$ milhões)	<b>4T25</b> <b>Reportado</b>	<b>Impactos</b> <b>do</b> <b>IFRS 16</b>	<b>4T25</b> <b>excluindo</b> <b>IFRS 16</b>	<b>4T24</b> <b>Reportado</b>	<b>Impactos</b> <b>do</b> <b>IFRS 16</b>	<b>4T24</b> <b>excluindo</b> <b>IFRS 16</b>	<b>2025</b> <b>Reportado</b>	<b>Impactos</b> <b>do</b> <b>IFRS 16</b>	<b>2025</b> <b>excluindo</b> <b>IFRS 16</b>	<b>2024</b> <b>Reportado</b>	<b>Impactos</b> <b>do</b> <b>IFRS 16</b>	<b>2024</b> <b>excluindo</b> <b>IFRS 16</b>
Receita Líquida	1.948,2	-	1.948,2	1.540,6	-	1.540,6	7.241,7	-	7.241,7	2.617,6	-	2.617,6
Custo dos serviços	(1.125,8)	98,1	(1.223,9)	(894,1)	77,3	(971,4)	(4.164,7)	372,3	(4.537,0)	(1.538,7)	134,0	(1.672,8)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(58,2)	310,0	(368,3)	(53,9)	248,0	(301,9)	(242,4)	1.138,8	(1.381,2)	(85,0)	424,1	(509,1)
Depreciação e amortização (custo)	(459,4)	(212,0)	(247,4)	(373,4)	(170,7)	(202,7)	(1.700,9)	(766,5)	(934,4)	(659,0)	(290,1)	(369,0)
Lucro bruto	822,4	98,1	724,4	646,5	77,3	569,2	3.077,0	372,3	2.704,6	1.078,8	134,0	944,8
SG&A	(365,9)	0,7	(366,6)	(291,5)	0,7	(292,2)	(1.384,1)	13,2	(1.397,3)	(490,3)	1,2	(491,5)
Despesas com vendas	(132,8)	-	(132,8)	(114,6)	-	(114,6)	(540,3)	-	(540,3)	(196,0)	-	(196,0)
Gerais e administrativas	(198,4)	3,6	(202,1)	(151,9)	3,1	(155,0)	(725,3)	13,5	(738,8)	(252,2)	5,0	(257,2)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(2,5)	3,6	(6,1)	(2,4)	3,1	(5,5)	(10,6)	13,5	(24,1)	(3,4)	5,0	(8,4)
Despesas com abertura de novas unidades	(22,2)	-	(22,2)	(11,6)	-	(11,6)	(46,1)	-	(46,1)	(13,8)	-	(13,8)
Depreciação e amortização (despesa)	(17,9)	(3,0)	(15,0)	(8,7)	(2,4)	(6,3)	(56,3)	(11,0)	(45,3)	(15,9)	(3,9)	(12,0)
Outras (despesas) receitas	(5,3)	-	(5,3)	(4,7)	-	(4,7)	(26,8)	-	(26,8)	(12,4)	-	(12,4)
Itens extraordinários <sup>a</sup>	10,7	-	10,7	-	-	-	10,7	-	10,7	(0,0)	-	(0,0)
Equivalência patrimonial	0,2	-	0,2	1,0	-	1,0	5,0	-	5,0	(1,6)	-	(1,6)
Lucro (prejuízo) operacional antes do resultado financeiro	456,8	98,7	358,0	356,1	78,0	278,1	1.697,8	374,8	1.323,0	586,9	135,2	451,7
Resultado Financeiro	(265,3)	(141,2)	(124,1)	(215,1)	(121,6)	(93,5)	(953,4)	(514,9)	(438,5)	(359,0)	(190,8)	(168,2)
Imposto de Renda e Contribuição Social <sup>b</sup>	23,0	15,4	7,6	24,1	12,2	11,9	(103,9)	42,3	(146,2)	(39,1)	19,8	(58,9)
Lucro (prejuízo) líquido	214,4	(27,1)	241,5	165,1	(31,4)	196,5	640,5	(97,8)	738,4	188,9	(35,7)	224,6

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

Lucro bruto	822,4	98,1	724,4	646,5	77,3	569,2	3.077,0	372,3	2.704,6	1.078,8	134,0	944,8
(-) Depreciação e amortização (custo)	459,4	212,0	247,4	373,4	170,7	202,7	1.700,9	766,5	934,4	659,0	290,1	369,0
Lucro bruto excluindo depreciação	1.281,8	310,0	971,8	1.019,9	248,0	772,0	4.777,9	1.138,8	3.639,1	1.737,9	424,1	1.313,8
<i>Margem Bruta excluindo depreciação</i>	<i>65,8%</i>		<i>49,9%</i>	<i>66,2%</i>		<i>50,1%</i>	<i>66,0%</i>		<i>50,3%</i>	<i>66,4%</i>		<i>50,2%</i>
Lucro (prejuízo) líquido	214,4	(27,1)	241,5	165,1	(31,4)	196,5	640,5	(97,8)	738,4	188,9	(35,7)	224,6
(-) IR & CSLL	(23,0)	(15,4)	(7,6)	(24,1)	(12,2)	(11,9)	103,9	(42,3)	146,2	39,1	(19,8)	58,9
(-) Resultado Financeiro	265,3	141,2	124,1	215,1	121,6	93,5	953,4	514,9	438,5	359,0	190,8	168,2
(-) Depreciação e amortização	477,4	214,9	262,4	382,1	173,1	209,0	1.757,2	777,5	979,7	674,9	293,9	381,0
EBITDA	934,1	313,7	620,5	738,2	251,1	487,1	3.455,0	1.152,3	2.302,7	1.261,8	429,1	832,7
<i>Margem EBITDA</i>	<i>47,9%</i>		<i>31,8%</i>	<i>47,9%</i>		<i>31,6%</i>	<i>47,7%</i>		<i>31,8%</i>	<i>48,2%</i>		<i>31,8%</i>

(a) Impacto extraordinário positivo referente a receita não recorrente de R\$10,7 M auferida no 4T25 correspondente à reavaliação da participação detida na FitMaster

(b) Efeito de IR diferido sobre as diferenças temporais de IFRS16 no 4T25, 4T24 e nos doze meses de 2025 e 2024;

\*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, Uruguai e Marrocos 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, Marrocos, 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)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>1.948,2</b>	<b>1.540,6</b>	<b>26%</b>	<b>1.824,2</b>	<b>7%</b>	<b>7.241,7</b>	<b>5.580,3</b>	<b>30%</b>
Custo dos Serviços Prestados	(1.125,8)	(894,1)	26%	(1.061,1)	6%	(4.164,7)	(3.267,4)	27%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>822,4</b>	<b>646,5</b>	<b>27%</b>	<b>763,0</b>	<b>8%</b>	<b>3.077,0</b>	<b>2.312,9</b>	<b>33%</b>
Receitas (despesas) operacionais								
Vendas	(154,9)	(126,2)	23%	(136,5)	13%	(586,4)	(451,0)	30%
Gerais e administrativas	(216,3)	(160,6)	35%	(197,8)	9%	(781,6)	(575,3)	36%
Equivalência patrimonial	0,2	1,0	(76%)	3,2	(92%)	5,0	0,8	494%
Outras (despesas) receitas	5,4	(4,7)	-	(0,9)	-	(16,1)	(23,9)	(32%)
<b>Lucro antes do resultado financeiro</b>	<b>456,8</b>	<b>356,1</b>	<b>28%</b>	<b>431,0</b>	<b>6%</b>	<b>1.697,8</b>	<b>1.263,6</b>	<b>34%</b>
Resultado financeiro	(265,3)	(215,1)	23%	(238,5)	11%	(953,4)	(767,3)	24%
<b>Lucro antes do IR/CS</b>	<b>191,4</b>	<b>141,0</b>	<b>36%</b>	<b>192,5</b>	<b>(1%)</b>	<b>744,4</b>	<b>496,3</b>	<b>50%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	23,0	24,1	(5%)	(48,2)	-	(103,9)	(55,8)	86%
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>214,4</b>	<b>165,1</b>	<b>30%</b>	<b>144,3</b>	<b>49%</b>	<b>640,5</b>	<b>440,6</b>	<b>45%</b>

## BALANÇO PATRIMONIAL

<b>ATIVO (R\$ milhões)</b>	<b>4T25</b>	<b>4T24</b>
<b>CIRCULANTE</b>	<b>4.798</b>	<b>4.112</b>
Caixa e equivalentes de caixa	3.426	2.947
Clientes	685	554
Instrumentos financeiros derivativos	9	7
Outros Créditos	678	604
<b>NÃO CIRCULANTE</b>	<b>16.700</b>	<b>14.238</b>
Imobilizado	6.985	5.537
Ativos de direito de uso	5.713	4.934
Intangível	2.551	2.395
Investimentos	1	55
Outros ativos	1.450	1.316
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>21.498</b>	<b>18.350</b>
<b>PASSIVO (R\$ milhões)</b>	<b>4T25</b>	<b>4T24</b>
<b>CIRCULANTE</b>	<b>3.646</b>	<b>2.792</b>
Empréstimos	939	760
Passivos de arrendamentos	789	650
Fornecedores	626	442
Receita diferida	243	216
Outros passivos	1.048	724
<b>NÃO CIRCULANTE</b>	<b>12.188</b>	<b>10.087</b>
Empréstimos	6.538	5.155
Passivos de arrendamentos	5.485	4.751
Outros passivos	165	181
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>5.663</b>	<b>5.472</b>
Capital social	3.148	2.970
Reservas de capital	831	848
Reserva legal	105	74
Reserva de lucros	810	825
Outros resultados abrangentes	768	739
Participação não controladora	2	16
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>21.498</b>	<b>18.350</b>

## FLUXO DE CAIXA

Demonstrativo de Fluxo de Caixa (R\$ milhões)	4T25	4T24	4T25 vs. 4T24	3T25	4T25 vs. 3T25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>								
Resultado do Período	214,4	165,1	30%	144,3	49%	640,5	440,6	45%
Depreciações e amortizações	477,4	382,1	25%	444,3	7%	1.757,2	1.412,3	24%
Baixa de intangível e imobilizado	15,7	19,6	(20%)	17,3	(10%)	56,8	44,0	29%
Juros provisionados sobre dívida e variação cambial	217,6	158,2	38%	204,5	6%	781,2	599,9	30%
Juros provisionados sobre arrendamentos	148,1	119,7	24%	135,8	9%	540,1	428,1	26%
Outros	(141,4)	(84,3)	68%	(61,8)	129%	(264,7)	(178,8)	48%
Variação no capital de giro	(21,5)	(77,3)	(72%)	12,6	-	(28,9)	(323,7)	(91%)
<b>Caixa gerado pelas (aplicado nas) operações</b>	<b>910,3</b>	<b>683,1</b>	<b>33%</b>	<b>897,0</b>	<b>1%</b>	<b>3.482,3</b>	<b>2.422,4</b>	<b>44%</b>
Juros pagos sobre empréstimos e debêntures	(253,3)	(205,8)	23%	(130,3)	94%	(720,3)	(517,2)	39%
Juros pagos sobre arrendamentos	(148,0)	(119,2)	24%	(135,5)	9%	(539,2)	(425,4)	27%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(17,7)	(19,1)	(7%)	(4,4)	304%	(130,1)	(104,3)	25%
<b>Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades operacionais</b>	<b>491,4</b>	<b>339,1</b>	<b>45%</b>	<b>626,8</b>	<b>(22%)</b>	<b>2.092,7</b>	<b>1.375,5</b>	<b>52%</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>								
Adições do ativo imobilizado	(918,4)	(710,9)	29%	(509,8)	80%	(2.322,9)	(1.819,2)	28%
Adições do ativo intangível	(8,3)	(26,5)	(69%)	(4,1)	101%	(16,2)	(60,9)	(73%)
Custos diretos iniciais de ativos de direito de uso	(5,2)	(9,1)	(43%)	(19,6)	(74%)	(41,3)	(65,1)	(37%)
Pagamento de aquisição de grupo de ativos, controlada e controlada em conjunto	(11,9)	(89,8)	(87%)	(4,1)	188%	(115,9)	(368,2)	(69%)
Aumento de capital em controlada e controlada em conjunto	-	0,1	-	-	-	(0,7)	(0,5)	58%
Aplicações financeiras	(227,8)	49,2	-	(6,6)	3372%	(289,9)	283,3	-
Partes relacionadas e mútuos com terceiros	1,5	4,3	(65%)	0,5	184%	15,9	(24,5)	-
Pagamento de contraprestação contingente	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento</b>	<b>(1.170,0)</b>	<b>(782,7)</b>	<b>49%</b>	<b>(543,8)</b>	<b>115%</b>	<b>(2.771,1)</b>	<b>(2.055,0)</b>	<b>35%</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>								
Pagamento de empréstimos e custos	(184,0)	(130,2)	41%	(835,2)	(78%)	(1.314,8)	(2.070,9)	(37%)
Captação de empréstimos	1.204,9	730,3	65%	1.114,6	8%	2.761,4	3.803,5	(27%)
Pagamento de arrendamento	(186,3)	(154,2)	21%	(167,0)	12%	(677,6)	(605,9)	12%
Aquisição de participação de não controladores	(4,0)	(73,2)	(95%)	(23,6)	(83%)	(27,6)	(73,2)	(62%)
Aquisição de ações em tesouraria	-	-	-	(0,8)	-	(0,8)	-	-
Outros	(39,4)	(1,0)	4000%	(37,5)	5%	(184,1)	(47,2)	290%
<b>Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento</b>	<b>791,3</b>	<b>371,8</b>	<b>113%</b>	<b>50,6</b>	<b>1463%</b>	<b>556,5</b>	<b>1.006,4</b>	<b>(45%)</b>
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DO SALDO DE CAIXA E EQUIV.</b>	<b>112,6</b>	<b>(71,8)</b>	<b>-</b>	<b>133,7</b>	<b>(16%)</b>	<b>(121,9)</b>	<b>326,9</b>	<b>-</b>
Saldo inicial	1.191,2	1.520,9	(22%)	1.059,2	12%	1.490,6	1.103,4	35%
Saldo final	1.330,8	1.490,6	(11%)	1.191,2	12%	1.330,8	1.490,6	(11%)
Variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	27,0	41,6	(35%)	(1,7)	-	(37,9)	60,3	-



# Relações com Investidores

**José Luís Rizzardo** | CFO e Diretor de RI

**Matheus Nascimento** | Gerente de RI

**Juliana Pallot** | Coordenadora de RI

**Luis Fernando Campos** | Especialista de RI

**Marcelo Reis** | Analista Sr. de RI

[ri@smartfit.com](mailto:ri@smartfit.com)





## 4Q25 Results

### Results Webinar

March 12, 2026

11 a.m. (Brasília) | 10 a.m. (NY) | 2 p.m. (London)

Conference call in Portuguese with simultaneous translation into English

[Click here](#)

smart **fit**

## 4Q25 EARNINGS RELEASE

**São Paulo, March 11, 2026** – Smart Fit (SMFT3), the leader in the fitness industry in Latin America in terms of members and clubs<sup>1</sup>, announces its results for 4Q25. To enable better comparability, the figures are presented excluding the effects of IFRS-16/CPC 06 (R2). The impacts of adopting IFRS-16/CPC 06 (R2) on the results are detailed starting on page 37.

### PERIOD HIGHLIGHTS

- Solid 20% growth in the club network vs. 4Q24, totaling 2,084 clubs across 16 countries**  
*Record 341 clubs added in 2025, in line with the net openings guidance<sup>2</sup>.*
- Net revenue reached R\$ 1.9 billion in 4Q25, a strong 26% growth vs. 4Q24 and up by 7% over 3Q25**  
*Net revenue totaled R\$ 7.2 billion in 2025, up by 30% over 2024, driven by the 88% growth in revenue from Other business units, combined with the expansion of the average member base in owned clubs and higher average ticket.*
- Cash Gross Profit<sup>3</sup> of R\$ 972 million in 4Q25, up by 26% over 4Q24, with a 49.9% margin**  
*In 2025, cash gross margin before pre-operating costs<sup>3</sup> was 51.4% (+0.5 p.p. vs. 2024), with margin from mature clubs<sup>4</sup> of 52%, the ramp-up of recently opened clubs consistent with historical trends, and the strong increase in the cash gross profit of the “Others” segment.*
- Record Adjusted EBITDA<sup>5</sup> of R\$ 610 million in 4Q25, a solid growth of 25% vs. 4Q24, with a margin of 31.3%. Strong operational cash generation of R\$ 600 million, representing a high conversion of 98%**  
*Record Adjusted EBITDA of R\$ 2.3 billion in 2025, a strong growth of 30% vs. 2024, with a margin of 31.7%.*
- Growth of 19% in recurring net income<sup>6</sup> vs. 4Q24, reaching R\$ 235 million in 4Q25, with a net margin of 12.0%**  
*In 2025, recurring net income reached R\$ 741 million, up by 28% over 2024, with a net margin of 10.2%.*

4Q25 Highlights	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2025	2024	2025 vs. 2024
Clubs	2,084	1,743	20%	1,867	12%	2,084	1,743	20%
Total Members (000) <sup>a</sup>	5,210	4,839	8%	5,228	(0%)	5,210	4,839	8%
Net Revenue (R\$ million)	1,948	1,541	26%	1,824	7%	7,242	5,580	30%
Cash Gross Profit <sup>b</sup>	972	772	26%	906	7%	3,639	2,792	30%
Cash Gross Margin	49.9%	50.1%	(0.2) p.p.	49.6%	0.2 p.p.	50.3%	50.0%	0.2 p.p.
EBITDA <sup>c</sup> (R\$ million)	610	487	25%	586	4%	2,292	1,762	30%
EBITDA Margin	31.3%	31.6%	(0.3) p.p.	32.1%	(0.8) p.p.	31.7%	31.6%	0.1 p.p.
Recurring Net Income <sup>d</sup> (R\$ million)	235	197	19%	177	33%	741	578	28%

(1) As reported by the Health & Fitness Association in 2025, referencing 2024 data (“HFA”); (2) According to the guidance disclosed to the market through a Material Fact in March 2025; (3) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2). See the “Cash Gross Profit” section. Cash Gross Profit before pre-operating costs excludes the pre-operating costs related to the opening of new clubs; (4) A club is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year; (5) “Adjusted EBITDA” excludes the positive impact of non-recurring revenue of R\$ 10.7 M, recognized in 4Q25 related to the remeasurement of the stake held in FitMaster. and (6) Excludes the the non-recurring impacts from acquisitions, notably the remeasurement of the Company’s equity interests in FitMaster, Panama and Costa Rica operations, Velocity and other acquisitions, as well as non-recurring financial expenses after income tax and social contribution, being R\$ 1.8 million in 3Q25 related to the partial prepayment of the 8th debenture issue, R\$ 22.1 million in 2Q24 related to the prepayment of the 6th debenture issue and R\$ 5.3 million in 3Q24 related to the prepayment of the 5th debenture issue and other liability management initiatives. See the “Net Income and Recurring Net Income” section.

## MESSAGE FROM MANAGEMENT

---

The year 2025 represented another landmark chapter in the Company's trajectory. We surpassed the milestone of 2,000 Smart Fit clubs, setting a new record in the number of openings in the period. We also began our expansion into another continent with our entry into Morocco, and accelerated growth in strategic markets.

Furthermore, we advanced the strategic repositioning of Bio Ritmo and the evolution of its product offering in the high-end segment, as well as the expansion of our Studios platform (BeOn) by integrating the acquisition of Velocity and strengthening the vertical's operating structure. TotalPass, in turn, surpassed 40,000 registered clubs in Brazil and Mexico, consolidating its position as a high-growth vertical and an important competitive advantage for the Smart Fit Group.

These milestones reinforce the strength of our business model, the power of our brands, and the consistency of our growth strategy with sustainable value creation.

Beyond these achievements, 2025 was a year of continued structural evolution for the Smart Fit Group. We increased investments in people, marketing, and technology, advanced the integration of our business units across countries and regions. This set of initiatives consolidated an integrated view of the ecosystem, reinforcing our positioning as one of the leading growth drivers in the Fitness and Wellness industry in Latin America.

In the clubs segment, the Company significantly accelerated the pace of expansion in 2025, setting a new annual record with 341 additions, fully delivering on the growth plan disclosed for the year. We surpassed the milestone of 2,000 Smart Fit-branded clubs, becoming the first network in Latin America to reach this level and one of the few globally. We ended the year with 2,084 units across 16 countries, consolidating our undisputed leadership in the region.

Among the year's strategic milestones, we highlight our entry into Morocco, marking the beginning of the expansion into a new continent, and the acceleration of expansion in Argentina, further strengthening Smart Fit's presence in markets with strong growth potential. These moves position Smart Fit as one of the world's largest platforms in the sector, supported by a scalable and efficient business model focused on democratizing access to high-quality fitness.

Alongside the expansion of the Smart Fit club network, we continued to make consistent progress on the customer experience pillar, the core element of our strategy. We made continuous investments in the modernization and expansion of our equipment and product portfolio, always aligned with the demands and preferences of our clients.

At Bio Ritmo, our high-end club brand, 2025 marked the beginning of a new strategic cycle. We repositioned the brand, redesigned the product offering with premium equipment and enhancements to the architectural concept, and improved customer experience by enhancing both the class offerings portfolio and complementary services. This represents an innovative concept in the Brazilian market, aligned with global trends and focused on delivering an integrated wellness experience built on personalized support, value-added services, and a comprehensive health and wellness journey.

The new proposal reinforces the role of Bio Ritmo's clubs as a space for connection, social interaction, and community, elevating the superior value the brand delivers to its audience. At the same time, we accelerated Bio Ritmo's growth, with six new units opened in 2025, including the expansion into two new countries: Chile and Peru. These strategic drivers — clear positioning, Bio Ritmo's strengthened relevance, product differentiation, and strong alignment with industry trends — give us confidence to

accelerate the brand's growth, expanding in the most relevant cities in Brazil and in selected markets across Latin America where we operate.

We also significantly accelerated the development of our Studios platform, reaching 100 Velocity units and consolidating the brand as one of the leading brands in the segment. The year 2025 was instrumental in advancing the integration of processes and systems, establishing a more efficient, standardized, and scalable operating foundation. Accordingly, we believe this business unit is prepared to accelerate growth in the coming years, supported by a qualified franchisee network and by a portfolio of well-positioned brands across the main modalities within the fitness segment.

We also relaunched our Pilates product, now under the Aera Pilates brand, with a more modern proposal strongly focused on the customer experience. At the same time, experiential marketing initiatives such as Race Run Club and Vidya Sessions reinforce the strategic positioning of the Studios as the "third place" in members' lives, beyond work and home. The objective is to strengthen the sense of community, increase member engagement, and drive long-term retention.

In early 2026, we launched the corporate brand BeOn for the segment, with the purpose of enhancing integration among brands, franchisees, and other stakeholders, as well as improving the journey and the member experience across all touchpoints. This initiative marks a new phase for the Studios, consolidating them as the leading platform in the segment, with a comprehensive product portfolio and nationwide presence.

Another central driver of the evolution of the Smart Fit Group ecosystem was the growth of TotalPass, which consolidated its position as a leading wellness and physical activity aggregation platform, with approximately 32,000 partner clubs in Brazil in nearly 1,900 cities, and more than 8,000 partner clubs in Mexico. Throughout the year, TotalPass has assumed an increasingly strategic role in the Company's core business, expanding its relevance in demand generation and in driving recurrence and diversification of sources of revenue across the ecosystem. In 2025, TotalPass members' check-ins represented 15% of total Smart Fit corporate owned users' attendance in Brazil in 2025.

At TotalPass, we also observed significant growth in the number of companies contracting the product and offering this benefit with an unmatched value proposition to their employees, accompanied by stronger relationships with partners and end users. This momentum was supported by the evolution of the product's value proposition, the strengthening of its partner network and proprietary brands, and the active engagement with the Human Resources community, with an increasingly relevant brand positioning and active participation in key industry events, in addition to B2C marketing campaigns aimed at expanding brand awareness across relevant media channels.

This set of initiatives reinforces TotalPass' long-term growth potential and its increasing contribution to Smart Fit's integrated strategy, expanding the ecosystem's reach and strengthening the Company's overall value proposition.

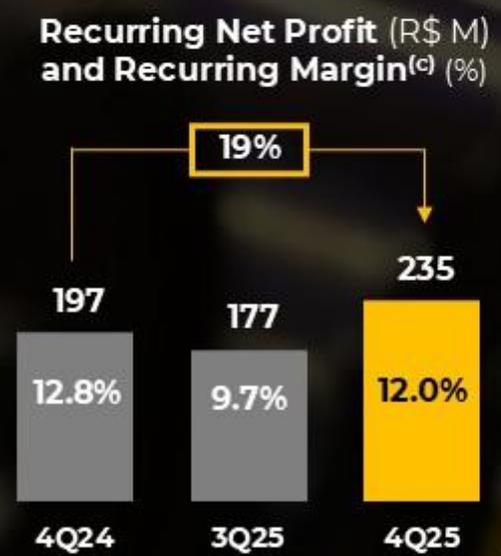
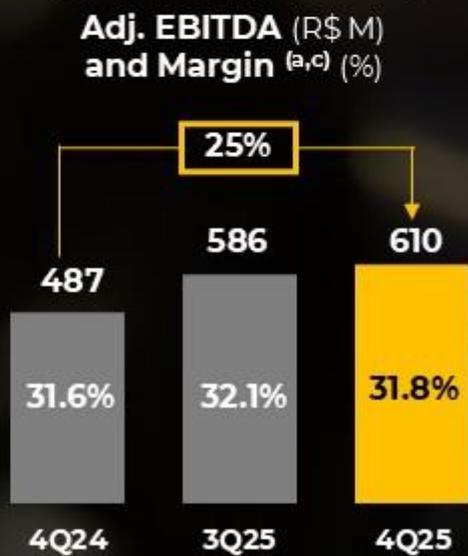
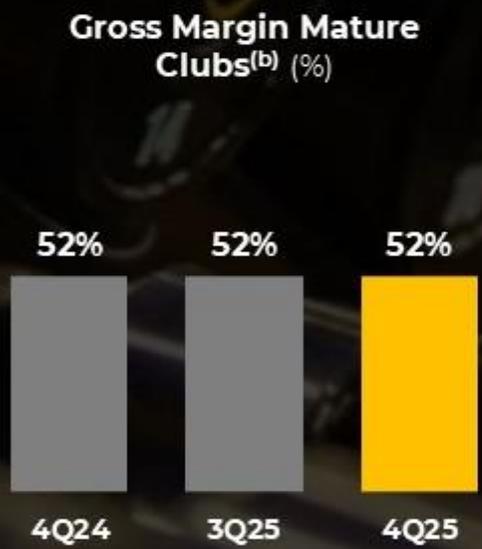
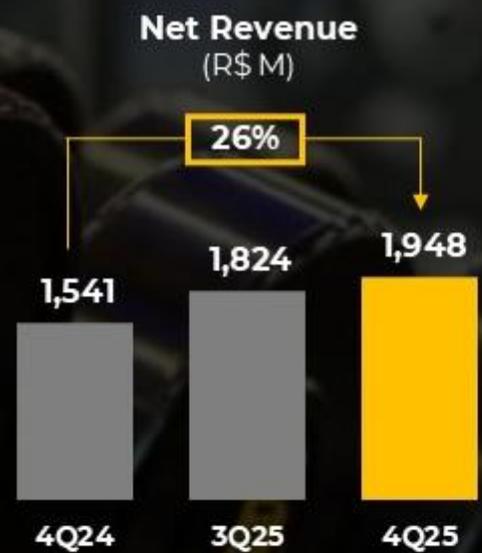
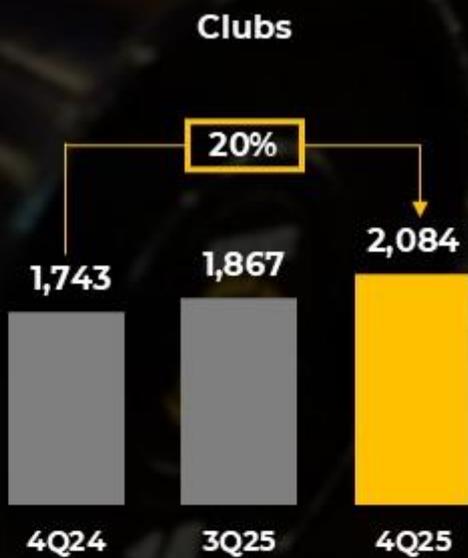
In the capital markets, Smart Fit's shares began trading in Ibovespa and IBRX-50, the two main liquidity indices of B3, and also expanded their presence in relevant global indices, such as MSCI. These developments reinforce the Company's relevance and maturity, increasing its visibility among local and international investors, and contributing to increase the liquidity of its shares. Inclusion in these indices also represents an important step toward further diversifying and strengthening our shareholder base and capital flows, consolidating Smart Fit among the leading listed companies in the sector in Brazil.

Looking ahead to 2026, we begin a new cycle with the same confidence, ambition, and determination that guided previous cycles. After another year of record expansion, consolidation of our business model, strengthening of TotalPass, and the strategic evolution of Bio Ritmo and BeOn, we are prepared to move forward with greater scale, integration, and operational excellence.

In early 2026, we announced changes to our leadership structure. Edgard Corona was appointed Chair of the Board of Directors, strengthening his long-term strategic role, while Diogo Corona took over as CEO, continuing the execution of our strategy and the consolidation of the Smart Fit Group ecosystem. In the finance area, José Luís Rizzardo was appointed CFO, succeeding André Pezeta, besides accumulating the position of Investor Relations Officer. This transition was conducted in a structured and well-planned manner, marked by the promotion of Company executives, ensuring the continuity and longevity of the long-term project and sustainable value creation.

We are a solid, agile, and financially strong company, prepared to navigate an environment that combines challenges and opportunities. We are building not only the largest fitness platform in the region, but a Company prepared to lead the industry's structural transformation in the coming years. The discipline in capital allocation and a focus on medium- and long-term profitability, together with our pillars of customer focus and ability to adapt and innovate, which will continue to guide our decisions and the evolution of the Smart Fit Group ecosystem.

As we conclude another important year in Smart Fit's trajectory, we reiterate our recognition of more than 23,000 employees, whose commitment is essential to expanding access to high-quality fitness across Latin America, as well as to our clients, suppliers, partners, shareholders, and debenture holders, who continue to trust our strategy and contribute to the evolution of the business. The performance in 2025 reinforces the consistency of our execution and the strength of our long-term vision. As we move into 2026, we remain confident about the opportunities ahead, maintaining our focus on strategic discipline, the consolidation of our leadership, and the expansion of the Smart Fit experience to an increasing number of people.



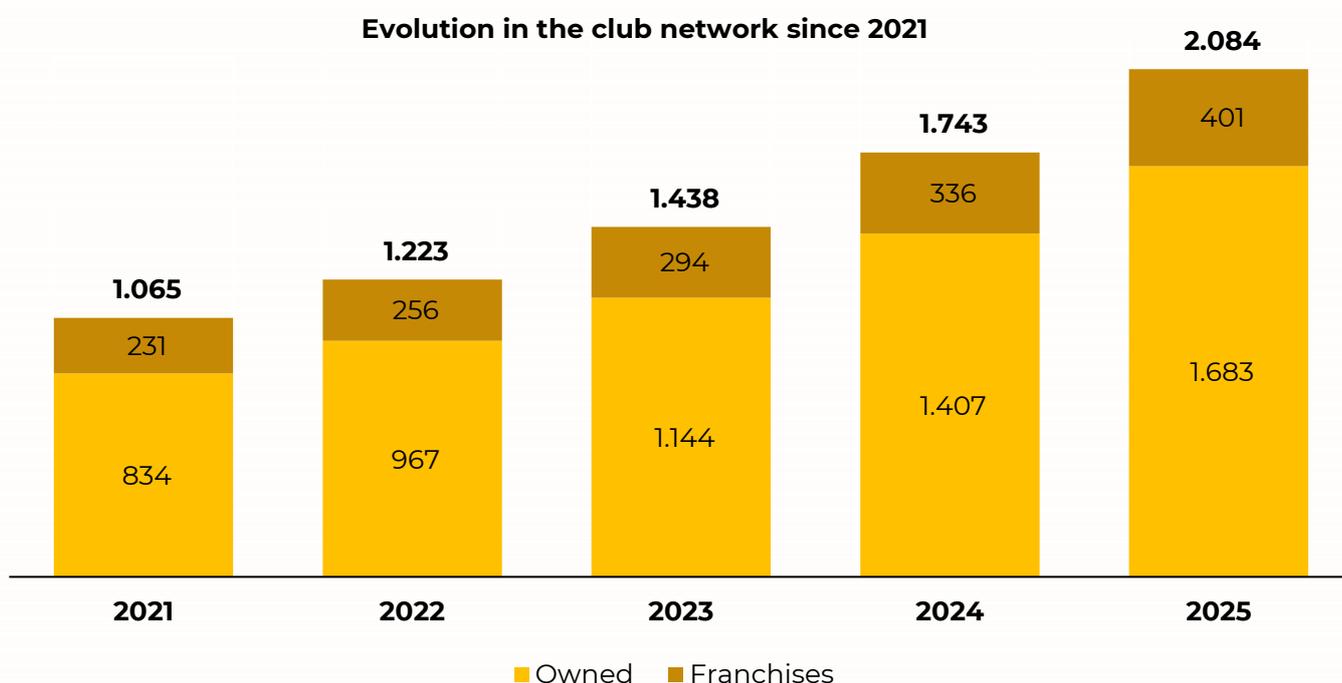
(a) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2). See the "Cash Gross Profit" and "EBITDA breakdown" sections;  
 (b) A club is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year;  
 (c) Excludes non-recurring effects, See the "EBITDA" and "Net Income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

# OPERATING PERFORMANCE

## CLUB NETWORK

The Company surpassed the milestone of 2,000 units and ended 2025 with 2,084 clubs across 16 countries, up by 20% over 2024, reinforcing its leadership position in the Latin American fitness industry and one of the largest in the world. At the end of the period, the network comprised 1,683 owned clubs (81% of the total) and 401 franchises (19%).

In 2025, 341 clubs were added, marking the largest expansion in the Company's history and an increase of 12% over the 305 clubs opened in 2024. It is worth noting that, since 2021, the network has delivered a solid growth trajectory, with a CAGR<sup>21-25</sup> of 18%. As a result, the Company reached the milestone of more than 1,000 clubs opened in the period, totaling 1,019 net additions during the period, equivalent to 204 new clubs opened on average per year.



Of the net additions in 2025, 276 were owned clubs (81% of the total). Considering the openings' geographic distribution, 161 clubs were added in Brazil (47% of the total), 110 in the "Other Countries" region (32%), and 70 in Mexico (21%). Combined, the "Other Countries" and Mexico operations accounted for 53% of additions in the year, compared to 62% in 2024.

In the "Other Countries" region, the highlight was Smart Fit's entry into Morocco, with the opening of two clubs, marking the beginning of the Company's expansion into a new continent. It is also worth noting the reacceleration of growth in Argentina, with seven new units added, doubling the number of clubs in the country. Alongside, the implementation of the franchise model in the Argentine market was initiated. The market has one of the highest fitness penetration levels in Latin America and remains fragmented – which represents an opportunity for network expansion.

The 2025 expansion increased the Smart Fit's club network capillarity, with entry into more than 80 new municipalities. At the end of the period, the Company was present in over 550 cities across 16 countries, which includes Casablanca, in Morocco.



In Mexico, the Company ended 2025 with a presence in all of the 32 federal entities of the country, with 24 of them having five or more clubs, reinforcing the network effect across the Mexican territory. In Brazil, the Southeast region accounted for 48% of new openings during the period, followed by the Northeast region, with 19%.

The 2025 expansion also increased the Smart Fit's capillarity in mid-sized cities. While state capitals and metropolitan regions with populations above 1 million accounted for 35% of openings (vs. 41% in 2024), cities with populations between 300,000 and 1 million increased their share to 31% of the year's expansion (vs. 24% in the previous year). At the end of the period, cities with fewer than 1 million inhabitants accounted for 51% of the total network, up by 3 p.p. over 2024.

Regarding the real estate profile, new clubs located in shopping malls, strip centers, hypermarkets, and supermarkets accounted for 69% of openings in 2025. This movement consolidates the Group's strategic presence in high-convenience clusters, leveraged by long-term partnerships in the real estate sector that ensure preferential access to exclusive, high-value commercial assets. As a result, at the end of 4Q25, 68% of the network was established in these commercial complex formats.

The year was also marked by the opening of the 2,000th Smart Fit-branded club, located in the city of São Paulo, Brazil, making the Company the first fitness chain to reach this milestone in Latin America. This achievement consolidates the Company's leadership in the region's fitness segment and reinforces its position as one of the largest companies in the industry worldwide, supported by a business model that democratizes access to high-quality fitness, combining quality, convenience, operational efficiency, and affordable pricing.

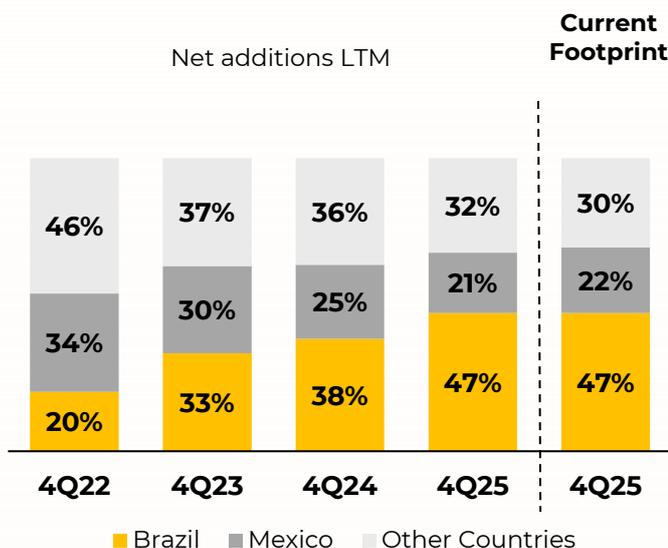
For "Bio Ritmo and Other", four new clubs were added in the high-end segment in 2025. It is worth noting that, for this business unit, the year was marked by significant advances in positioning, visual identity, and enhancements to its value proposition, aligned with global industry trends. Among the openings, the standout was the club at Shopping Ibirapuera, in São Paulo — the first under the brand's new concept. Two Bio Ritmo clubs were also opened in Lima, Peru, and the brand's first club in Santiago, Chile.

4Q25 was marked by an acceleration in the pace of openings and the largest quarterly expansion in the Company's history, with 217 additions during the period. December performance stood out, reaching a new monthly record with 150 clubs added. Of the quarter's additions, 182 were owned clubs (84% of the total), and 35 were franchises. In terms of geographic mix, 106 clubs were added in Brazil, 62 in the "Other Countries" region, and 49 in Mexico.

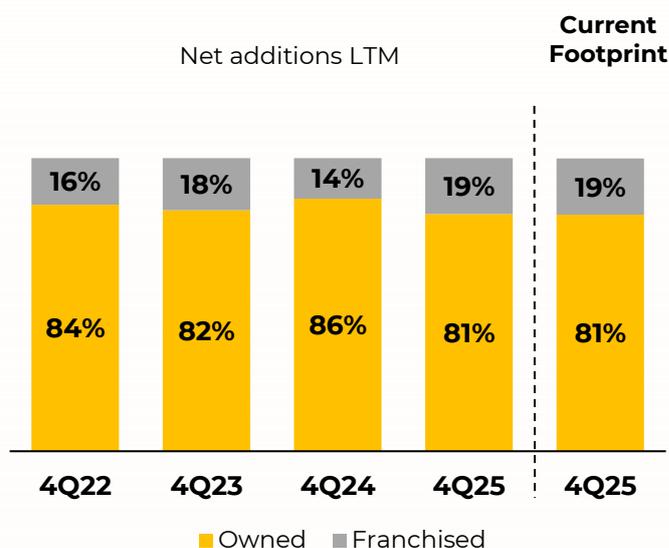
Note that, at the end of 4Q25, 950 Smart Fit-owned clubs were mature (57% of the owned base), compared to 788 (57% of the base) in the same period last year. A club is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the year.

In the Studios segment, 2025 was marked by meaningful strategic advances and an acceleration in expansion. The Company ended the year with 180 studio clubs, of which 154 were franchises and 26 were owned clubs. In 2025, 45 clubs were added (41 franchises and 4 owned clubs), representing more than 90 new rooms. It is worth highlighting that the Velocity brand reached the milestone of 100 clubs in operation, becoming the first indoor cycling studio chain in Brazil and Latin America to achieve this mark. Additionally, the Company carried out the rebranding and relaunch of its Pilates product, under the Aera Pilates brand.

### Club distribution<sup>(a)</sup> by region

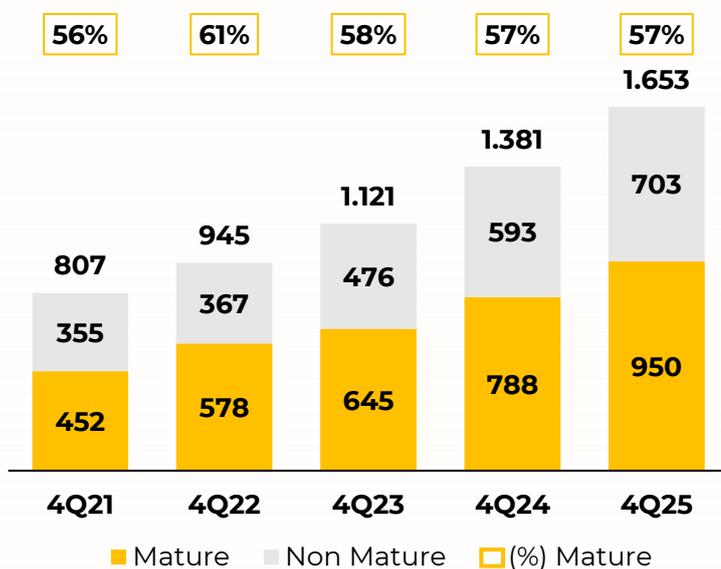


### Club distribution<sup>(a)</sup> by type

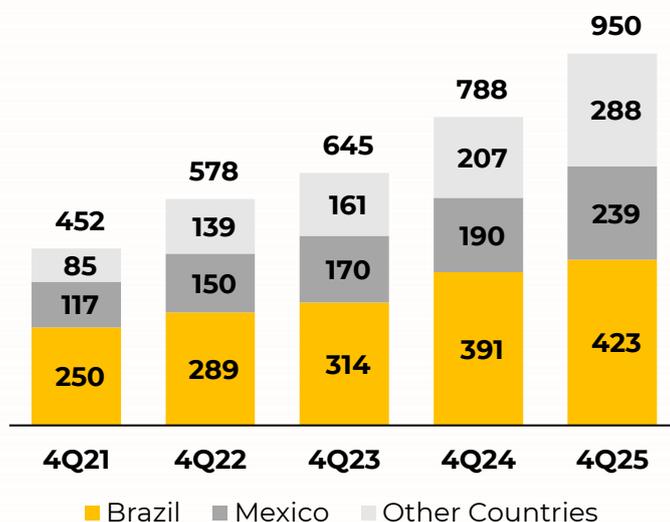


(a) Includes only the Company's clubs (excludes Studios).

### Smart Fit Own Units by aging



### Smart Fit Own Mature Units<sup>(b)</sup> per region



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

## EVOLUTION OF THE CLUB NETWORK

Clubs	End of Period					Growth 4Q25 vs.		Variation 4Q25 vs.	
	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	3Q25	4Q24	3Q25	4Q24
<b>Total Clubs</b>	<b>1,743</b>	<b>1,759</b>	<b>1,818</b>	<b>1,867</b>	<b>2,084</b>	<b>217</b>	<b>341</b>	<b>12%</b>	<b>20%</b>
<b>By Type</b>									
Owned	1,407	1,416	1,459	1,501	1,683	182	276	12%	20%
Franchised	336	343	359	366	401	35	65	10%	19%
<b>By Brand</b>									
Smart Fit	1,711	1,726	1,783	1,831	2,048	217	337	12%	20%
Owned	1,381	1,389	1,430	1,471	1,653	182	272	12%	20%
Brazil	569	573	587	605	693	88	124	15%	22%
Mexico	372	372	379	390	435	45	63	12%	17%
Other Countries <sup>a</sup>	440	444	464	476	525	49	85	10%	19%
Franchised	330	337	353	360	395	35	65	10%	20%
Brazil	224	228	237	241	259	18	35	7%	16%
Mexico	23	23	24	26	30	4	7	15%	30%
Other Countries <sup>a</sup>	83	86	92	93	106	13	23	14%	28%
Bio Ritmo and others <sup>b</sup>	32	33	35	36	36	0	4	–	13%
Owned	26	27	29	30	30	0	4	–	15%
Franchised	6	6	6	6	6	0	0	–	–
<b>By Region</b>									
Brazil	823	831	856	878	984	106	161	12%	20%
Mexico	395	395	403	416	465	49	70	12%	18%
Other Countries <sup>a</sup>	525	534	560	573	635	62	110	11%	21%

(a) "Other Countries" includes owned operations in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru, Uruguay, and Morocco, and franchises in El Salvador, Ecuador, Guatemala, the Dominican Republic, Honduras, and Argentina; (b) "Bio Ritmo and others" includes 34 Bio Ritmo clubs and 2 Nation clubs. Until 2024, this line also included the O2-branded club in Chile, which was converted to Bio Ritmo in 2025.

## MEMBER BASE

In 4Q25, the member base reached 5.2 million, up by 8% over 4Q24, with the addition of 370,000 members. This performance primarily reflects the strong network expansion and the solid maturation of clubs opened in recent years. Compared to 3Q25, the club member base remained flat, in line with the historical seasonality of the quarter.

It is worth noting that the higher concentration of openings toward the end of 2025 resulted in a lower contribution from these clubs to the year's member base compared to 2024. This effect is associated with the initial ramp-up stage of the new clubs, as the opening schedule was more concentrated in the final months of 2025 compared to 2024.

It is worth noting that the Club Member base, as well as the analyses presented below, include exclusively the "direct sale channel (B2C)". Accordingly, members who access the clubs through the aggregator (TotalPass) in Brazil and Mexico are not included in this section. For a more comprehensive view of operating performance in these regions, it is increasingly relevant to also consider the attendance levels of TotalPass members at Smart Fit clubs.

### EVOLUTION OF THE MEMBER BASE IN CLUBS

Clients ('000)	End of Period					Growth 4Q25 vs.		Variation 4Q25 vs.	
	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	3Q25	4Q24	3Q25	4Q24
<b>Clubs<sup>a</sup></b>	<b>4,839</b>	<b>5,253</b>	<b>5,151</b>	<b>5,228</b>	<b>5,210</b>	<b>(19)</b>	<b>370</b>	<b>(0%)</b>	<b>8%</b>
<b>By Type</b>									
Owned	3,894	4,235	4,149	4,232	4,222	(11)	328	(0%)	8%
Franchised	945	1,018	1,002	996	988	(8)	43	(1%)	5%
<b>By Brand</b>									
Smart Fit	<b>4,786</b>	<b>5,201</b>	<b>5,097</b>	<b>5,174</b>	<b>5,157</b>	<b>(17)</b>	<b>371</b>	<b>(0%)</b>	<b>8%</b>
Owned	3,851	4,192	4,104	4,187	4,178	(10)	327	(0%)	8%
Brazil	1,560	1,715	1,635	1,620	1,595	(25)	35	(2%)	2%
Mexico	949	1,039	1,035	1,042	1,007	(35)	58	(3%)	6%
Other Countries <sup>b</sup>	1,342	1,438	1,434	1,525	1,576	50	234	3%	17%
Franchised	936	1,009	993	987	979	(7)	44	(1%)	5%
Bio Ritmo and others <sup>c</sup>	<b>53</b>	<b>52</b>	<b>55</b>	<b>54</b>	<b>53</b>	<b>(2)</b>	<b>(0)</b>	<b>(3%)</b>	<b>(1%)</b>
<b>By Region</b>									
Brazil	2,190	2,389	2,282	2,250	2,216	(34)	26	(2%)	1%
Mexico	1,013	1,114	1,110	1,116	1,079	(37)	66	(3%)	7%
Other Countries <sup>b</sup>	1,635	1,750	1,760	1,862	1,915	53	279	3%	17%

(a) The member base in clubs does not include TotalPass members; (b) "Other Countries" includes owned clubs in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru, Uruguay, and Morocco, as well as franchises in El Salvador, Ecuador, Guatemala, the Dominican Republic, Honduras, and Argentina; (c) "Bio Ritmo and others" includes operations under the Bio Ritmo and Nation brands. Until 2024, this line also included the O2-branded club in Chile, which was converted to Bio Ritmo in 2025.

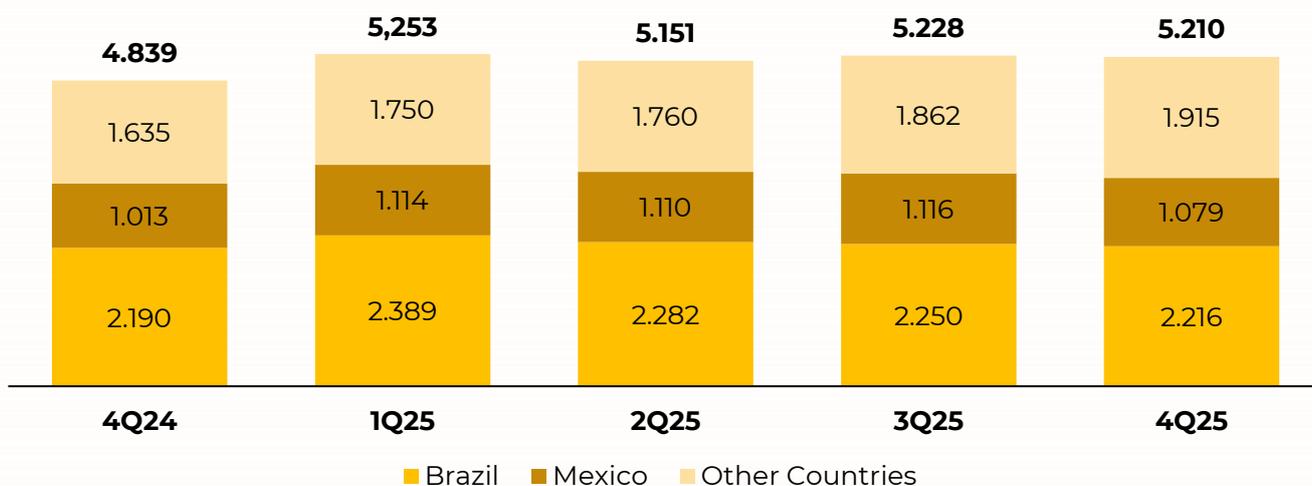
In Brazil, the member base totaled 2.2 million in 4Q25, up by 1% over 4Q24, accounting for 1.0% of Brazil's population enrolled in one of the Company's clubs. During the period, 26,000 members were added, driven by the maturation of the clubs opened in the last 24 months. Compared to 3Q25, the member base declined by 2%, reflecting the market trends observed over the last few periods in the region.

It is worth noting that the performance of the member base at Smart Fit clubs in Brazil has been impacted by the growing share of access (check-ins) from TotalPass members. In this context, TotalPass members are not included in the reported Member Base. Thus, it is worth noting that this sales channel has been increasing its share each quarter, positively contributing to foot traffic and clubs' revenue. In the consolidated figures for 2025, TotalPass member check-ins accounted for 15% of the average attendance at owned clubs in the country.

In Mexico, the member base totaled 1.1 million in 4Q25, up by 7% over 4Q24, accounting for 0.8% of the country's population enrolled in one of the Company's clubs. The progress was driven by the ramp-up of the clubs opened over the last 24 months. Compared to 3Q25, the base declined by 37,000 members (-3%), reflecting the historical seasonality of the quarter in the region and in line with the performance observed in 4Q24.

In the "Other Countries" region, the member base reached 1.9 million in 4Q25, a strong 17% growth over 4Q24, as a result of the ramp-up of the clubs opened over the last few years. During the quarter, 53,000 members were added, up by 3% over 3Q25. The solid performance of the clubs opened over the last 24 months more than offset the seasonal trend in the region, with Chile and Peru operations as the main highlights.

### Club members at the end of the period



TotalPass, the Company's B2B fitness aggregator segment, delivered strong growth once again, consolidating its position as one of the leading corporate wellness benefits in Brazil and Mexico.

In 4Q25, the partner network reached approximately 32,000 clubs across nearly 1,900 cities in Brazil, marking an important milestone for this business unit. In Mexico, the TotalPass partner network ended the fourth quarter with more than 8,000 accredited clubs.

As a result, TotalPass members can now access more than 40,000 different establishments, including the Company's owned clubs and studios, reinforcing TotalPass' positioning as one of the largest corporate well-being platforms in Latin America.

With the growing number of clubs in the network and the expansion of geographic coverage, TotalPass' value proposition becomes progressively more robust and differentiated for corporate clients, end users,

and potential partners. It is worth noting that TotalPass ended 2025 with 1.7 million end users in Brazil and Mexico.

The Company continues to expand and enhance its digital products and services, aiming to complement the in-person training experience at its clubs, strengthen relationships with members, and increase and diversify its revenue streams.

The main digital services currently include:

- (i) *Queima Diária*, one of Latin America's largest digital fitness platforms, which offers on-demand exercise programs, nutrition content, and other materials promoting healthier lifestyles. At the end of 4Q25, the platform had 438,000 members, up by 3% over 3Q25 and by 19% over 4Q24. This performance reflects growth in B2B operations through exclusive subscriptions for *Queima Diária's* partner companies.
- (ii) Digital add-ons, including Smart Fit Nutri product — a nutrition-tracking service available through an app, including bioimpedance assessments using scales installed in Smart Fit clubs and teleconsultations with nutritionists. In 2025, we continued to advance the installation of bioimpedance scales across Latin America, which represents an important lever for increasing the user base. It is also worth noting Smart Fit Coach, a personalized online consulting service designed to guide members through their training routines.

At the end of 4Q25, exclusively digital members totaled 455,000, up by 23% over 4Q24 and by 4% over 3Q25.

# FINANCIAL PERFORMANCE

Main financial indicators <sup>a</sup> (R\$ million)	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2025	2024	2025 vs. 2024
Gross Revenue	2,069.0	1,641.7	26%	1,937.9	7%	7,689.5	5,946.1	29%
<b>Net Revenue</b>	<b>1,948.2</b>	<b>1,540.6</b>	<b>26%</b>	<b>1,824.2</b>	<b>7%</b>	<b>7,241.7</b>	<b>5,580.3</b>	<b>30%</b>
Cash costs of services <sup>b</sup>	(976.4)	(768.6)	27%	(918.6)	6%	(3,602.6)	(2,788.2)	29%
<b>Cash gross profit<sup>b</sup></b>	<b>971.8</b>	<b>772.0</b>	<b>26%</b>	<b>905.6</b>	<b>7%</b>	<b>3,639.1</b>	<b>2,792.1</b>	<b>30%</b>
Cash gross margin	49.9%	50.1%	(0.2) p.p.	49.6%	0.2 p.p.	50.3%	50.0%	0.2 p.p.
Pre-operating Costs	(36.8)	(20.8)	77%	(21.6)	70%	(86.0)	(52.6)	64%
Cash gross profit before pre-operating costs <sup>b</sup>	1,008.6	792.8	27%	927.2	9%	3,725.1	2,844.6	31%
Gross margin before pre-operating costs	51.8%	51.5%	0.3 p.p.	50.8%	0.9 p.p.	51.4%	51.0%	0.5 p.p.
SG&A	(362.3)	(285.9)	27%	(322.4)	12%	(1,352.0)	(1,030.8)	31%
% Net Revenue	(18.6%)	(18.6%)	(0.0) p.p.	(17.7%)	(0.9) p.p.	18.7%	18.5%	0.2 p.p.
Selling Expenses <sup>c</sup>	(132.8)	(114.6)	16%	(127.1)	4%	(540.3)	(415.8)	30%
% Net Revenue	6.8%	7.4%	(0.6) p.p.	7.0%	(0.2) p.p.	7.5%	7.5%	0.0 p.p.
General and administrative expenses <sup>d</sup>	(202.1)	(155.0)	30%	(185.1)	9%	(738.8)	(556.0)	33%
% Net Revenue	10.4%	10.1%	0.3 p.p.	10.1%	0.2 p.p.	10.2%	10.0%	0.2 p.p.
Pre-operating expenses	(22.2)	(11.6)	92%	(9.4)	135%	(46.1)	(35.2)	31%
Other (expenses) revenues	(5.3)	(4.7)	13%	(0.9)	517%	(26.8)	(23.9)	12%
Extraordinary Items <sup>e</sup>	10.7	-	-	-	-	10.7	-	-
Equity Income	0.2	1.0	(76%)	3.2	(92%)	5.0	0.8	494%
<b>EBITDA<sup>e</sup></b>	<b>620.5</b>	<b>487.1</b>	<b>27%</b>	<b>586.4</b>	<b>6%</b>	<b>2,302.7</b>	<b>1,762.1</b>	<b>31%</b>
EBITDA Margin	31.8%	31.6%	0.2 p.p.	32.1%	(0.3) p.p.	31.8%	31.6%	0.2 p.p.
<b>Adjusted EBITDA<sup>g</sup></b>	<b>609.8</b>	<b>487.1</b>	<b>25%</b>	<b>586.4</b>	<b>4%</b>	<b>2,292.1</b>	<b>1,762.1</b>	<b>30%</b>
Adjusted EBITDA Margin	31.3%	31.6%	(0.3) p.p.	32.1%	(0.8) p.p.	31.7%	31.6%	0.1 p.p.
<b>EBITDA before pre-operating expenses<sup>f</sup></b>	<b>668.7</b>	<b>519.5</b>	<b>29%</b>	<b>617.4</b>	<b>8%</b>	<b>2,424.2</b>	<b>1,849.8</b>	<b>31%</b>
EBITDA Margin before pre-operating expenses	34.3%	33.7%	0.6 p.p.	33.8%	0.5 p.p.	33.5%	33.1%	0.3 p.p.
Depreciation and amortization	(262.4)	(209.0)	26%	(250.0)	5%	(979.7)	(782.2)	25%
Financial Result	(124.1)	(93.5)	33%	(110.2)	13%	(438.5)	(349.5)	25%
<b>EBT</b>	<b>233.9</b>	<b>184.6</b>	<b>27%</b>	<b>226.3</b>	<b>3%</b>	<b>884.5</b>	<b>630.4</b>	<b>40%</b>
Income tax and Social Contribution	7.6	11.9	(36%)	(56.2)	-	(146.2)	(91.0)	61%
<b>Profit (loss) for the period</b>	<b>241.5</b>	<b>196.5</b>	<b>23%</b>	<b>170.0</b>	<b>42%</b>	<b>738.4</b>	<b>539.4</b>	<b>37%</b>
Net Margin	12.4%	12.8%	(0.4) p.p.	9.3%	3.1 p.p.	10.2%	9.7%	0.5 p.p.

(a) All indicators exclude the effects of IFRS-16 related to the lease agreements of clubs and offices; (b) To provide a better view of our operating performance, we present the "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 associated with the opening of new clubs. See the "Gross Profit" section for further details on these calculations; (c) "Selling expenses" excludes pre-operating expenses; (d) "General and administrative expenses" excludes depreciation and effects of IFRS-16; (e) Positive extraordinary impact referring to non-recurring revenue of R\$ 10.7 million recognized in 4Q25, corresponding to the remeasurement of the stake held in FitMaster; (f) See the "EBITDA Breakdown" section for further details on this calculation; (g) "Adjusted EBITDA" excludes "Extraordinary items"; (h) "EBITDA before pre-operating costs and expenses" excludes costs and expenses related to the opening of new clubs. See the "EBITDA Breakdown" section for further details on this calculation.

## NET REVENUE

In 4Q25, net revenue totaled R\$ 1,948.2 million, a strong growth of 26% over 4Q24. The quarterly performance primarily reflects a 9% increase in the average member base of Smart Fit-owned clubs, driven by the solid 19% expansion of the brand's average network of owned clubs and their maturation.

Additionally, the average ticket increased by 12% compared to the same period of the previous year, with growth across all operating regions. It is also worth highlighting the contribution of the "Others" segment, which posted a strong growth of 80% compared to the same period of the previous year, featuring the strong performance of TotalPass Brazil, as well as the consolidation of FitMaster. With this performance, the segment now accounts for 10% of the Company's net revenue (vs. 7% in 4Q24).

The strong growth in the average ticket in 2025 reflects several initiatives aimed at sustainably optimizing revenue per club. In this regard, the significant increase in the average ticket of Smart Fit members, in all regions, mainly stems from the effective price adjustments implemented over the past few years, as well as effective commercial and operational initiatives to attract and retain members, supported by the brand's strength and the unique value proposition of the Company's model.

Furthermore, some initiatives, such as the increase in add-ons offering and continued expansion of the club network, have contributed to the solid share of members enrolled in the "Black" Card Membership, which accounted for 70% of the member base of owned clubs at the end of 4Q25, up by 4 p.p. over 4Q24. It is also worth noting the increase in TotalPass members' check-ins, which contribute to a revenue boost for the Smart Fit brand in Brazil and in Mexico.

In 2025, net revenue surpassed the historic R\$ 7.0 billion mark for the first time, reaching R\$ 7,241.7 million, representing a strong growth of 30% compared to the previous year. Net revenue from Smart Fit-owned clubs totaled R\$ 6,432.4 million, up by 26% over 2024, accounting for 89% of the Company's net income for the period. This growth was accompanied by a 4 p.p. increase in the share of operations in the "Other Countries" region. As a result, the "Other Countries" and Mexico regions combined accounted for 63% of revenue from owned clubs (+2 p.p. vs. 2024).

Additionally, it is worth highlighting the strong 88% growth in revenue from the "Others" segment, which totaled R\$ 601.8 million in the year, accounting for 8% of the Company's net revenue compared to 6% in 2024.

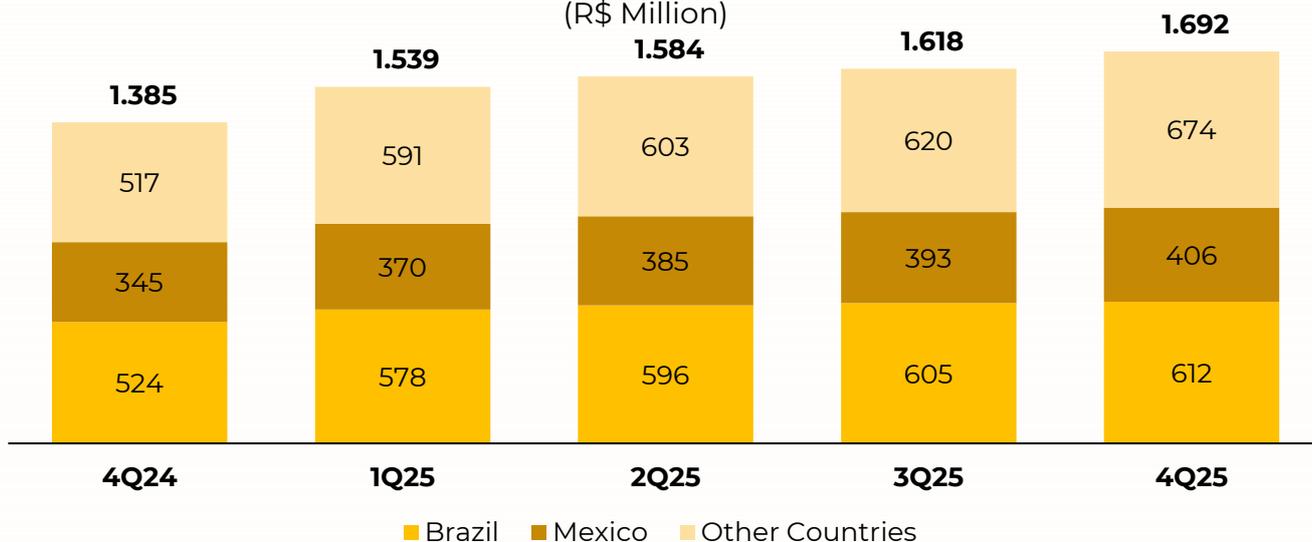
### Net Revenue by Brand and Region

Net Revenue (R\$ million)	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2025	2024	2025 vs. 2024
Smart Fit	1,692.2	1,385.4	22%	1,617.8	5%	6,432.4	5,095.7	26%
Brazil	611.7	524.0	17%	605.3	1%	2,390.2	1,974.6	21%
Mexico	406.3	344.5	18%	392.7	3%	1,554.1	1,362.2	14%
Other Countries <sup>a</sup>	674.2	516.9	30%	619.8	9%	2,488.2	1,758.9	41%
Bio Ritmo and others <sup>b</sup>	56.8	44.6	27%	55.7	2%	207.5	165.2	26%
Others <sup>c</sup>	199.2	110.6	80%	150.6	32%	601.8	319.4	88%
<b>Total</b>	<b>1,948.2</b>	<b>1,540.6</b>	<b>26%</b>	<b>1,824.2</b>	<b>7%</b>	<b>7,241.7</b>	<b>5,580.3</b>	<b>30%</b>

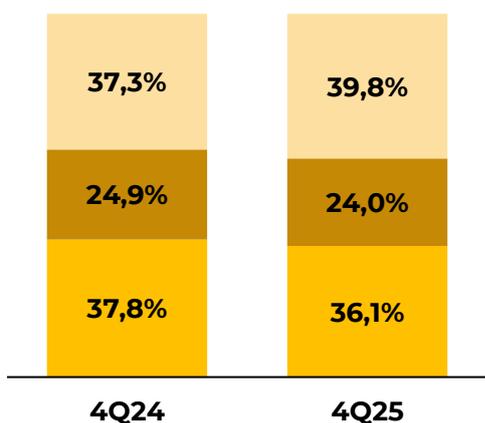
(a) The "Other Countries" region includes only owned operations in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru, Uruguay, and Morocco; (b) "Bio Ritmo and others" includes the operations of Bio Ritmo and Nation. Until 2024, this line also included an O2-branded operation in Chile, which was converted to Bio Ritmo in 2025; (c) "Others" includes royalties received from franchises in Brazil and other countries (except Mexico and Colombia), as well as revenue from other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass, *Queima Diária*, and Studios, and FitMaster in Mexico. Until 3Q24, royalties from Colombia franchises, which were converted to owned clubs in 4Q24, were also excluded from the "Others" line.

## Evolution of Net Revenue Smart Fit (per Region)

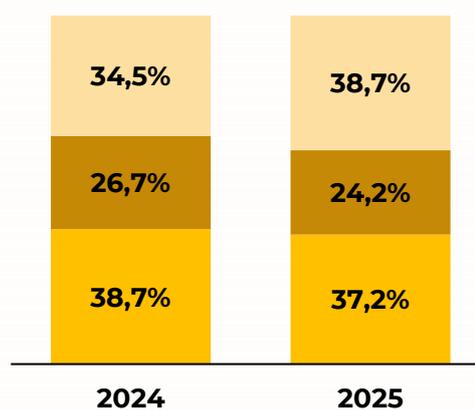
(R\$ Million)



### (%) Net Revenue per Region (quarterly basis)



### (%) Net Revenue per Region (annual basis)



(%) Net Revenue by region considers only the net revenue of the Smart Fit brand-owned clubs.

In 4Q25, net revenue from Smart Fit clubs totaled R\$ 1,692.2 million, up by 22% over 4Q24 and by 5% over 3Q25. This performance in both periods was driven by the increase in the average ticket and the growth in the average member base of owned clubs. Regarding the geographic mix, the “Other Countries” region stood out with increased share and, together with Mexico, accounted for 64% of net revenue from Smart Fit clubs, up by 2 p.p. over 4Q24.

In Brazil, net revenue from Smart Fit clubs reached R\$ 611.7 million in 4Q25, up by 17% over 4Q24. This result mainly reflects the strong 13% growth in the average ticket and a 3% increase in the average member base of owned clubs. Compared to 3Q25, net revenue grew by 1%, reflecting the increase in the average ticket.

The average ticket was positively impacted by the assertive pricing strategy, mainly due to the adjustment in the 'Black' Card Membership monthly fee implemented in early 2025 and by the greater share of check-ins of TotalPass in owned clubs. In this context, revenue from check-ins by TotalPass members at Smart Fit clubs accounted for 12% of net revenue from owned clubs in the country in 2025 (vs. 8% in 2024).

In Mexico, net revenue from Smart Fit clubs surpassed the R\$ 400 million mark in a quarter for the first time, reaching R\$ 406.3 million in 4Q25, up by 18% over 4Q24. This result was driven by the 11% growth in the average ticket and the 6% increase in the average member base of owned clubs.

The increase in the average ticket results from the first and only price adjustment of the "Black" Card Membership in the region's history, at the end of 2023, and from price increases in the "Smart" and "Fit" plans over the past few quarters. As a result of the successful cluster-based expansion strategy and stronger network effects, the penetration of members enrolled in the "Black" Card Membership in owned clubs reached 62% in 4Q25, a significant increase of 15 p.p. over 4Q24. Compared to 3Q25, net revenue rose 3%, as a result of the higher average ticket.

Net revenue from Smart Fit clubs in "Other Countries" totaled R\$ 674.2 million in 4Q25, the highest among the brand's regions, up by 30% over 4Q24. This growth was driven by a 19% increase in the average member base of the region's owned clubs and a 9% increase in the average ticket. In "Other Countries", we continue to advance our pricing agenda, with effective price adjustments to the "Black" Card Membership plan in recent quarters, particularly in Colombia, Chile, Panama, Peru, and Costa Rica, and to the monthly fee of the "Smart" and "Fit" plans. In this context, the penetration of members enrolled in the "Black" Card Membership in owned clubs reached 75%, up by 1 p.p. over 4Q24. Compared to 3Q25, revenue increased by 9%, reflecting a 5% expansion in the average member base of the region's owned clubs due to the ramp-up of clubs opened over the last 24 months and the 4% increase in the average ticket.

Revenue from "Others" totaled R\$ 199.2 million in 4Q25, up by 80% over the amount recorded in 4Q24, accounting for 10% of total net revenue (+3 p.p. vs. 4Q24). This increase reflects the higher contribution from other business units, featuring the strong performance of TotalPass Brazil. It is also worth noting the consolidation of FitMaster, which began to be included in the results of the "Others" segment following the acquisition of control of its operations in April 2025. Compared to 3Q25, net revenue from "Others" increased by 32%, mainly due to seasonal effects in the performance of TotalPass.

## CASH COST OF SERVICES PROVIDED

The cash cost of services provided totaled R\$ 976.4 million in 4Q25, up by 27% over 4Q24, in line with revenue growth during the period. This increase mainly reflects the 19% expansion in the average number of owned clubs, which supported the strong addition of 328,000 members in these clubs.

Regarding club-related costs, it is also worth noting the increase in pre-operating expenses, that is, expenses mainly related to clubs opened during the period and the clubs under construction that will open in the coming quarters. This increase reflects the strong growth in the number of clubs opened during the period, as well as higher costs from clubs in the ramp-up phase, particularly those opened in the past 24 months. In addition, it is worth noting the growth in the "Others" line, mainly due to the consolidation of FitMaster's results starting in 2Q25.

Considering only mature clubs, club costs rose by 5% compared to 4Q24. The increase in these clubs' costs was primarily driven by labor agreements and related taxes during the period in the "Personnel and third-party services" line, which more than offset lower consumption expenses resulting from energy efficiency projects.

The Company remains focused on improving operational efficiency to mitigate the effects of inflationary pressure on the business.

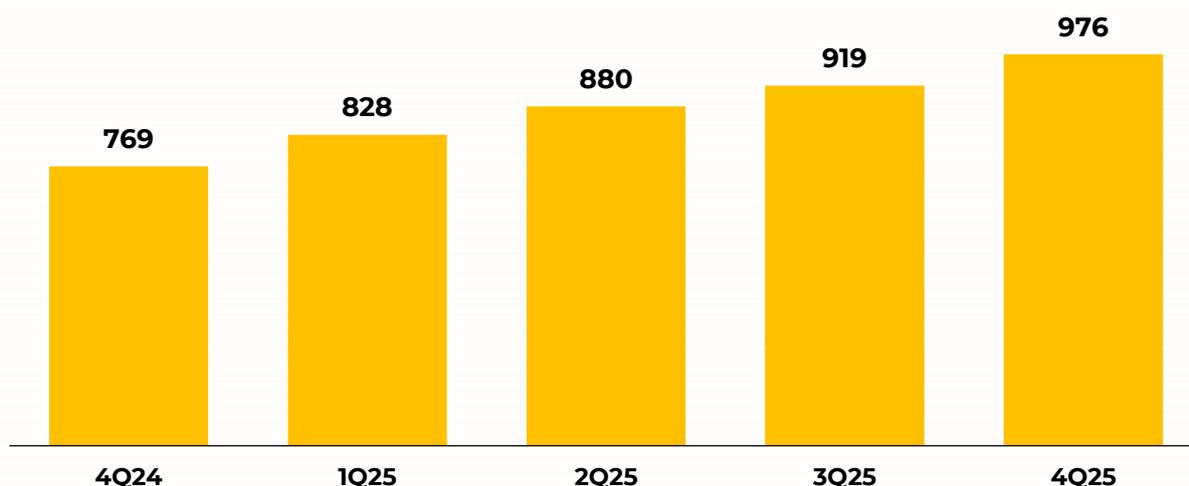
### Cash Cost of Services Provided by Nature

Cash Cost of Services Provided <sup>a</sup> (R\$ million)	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2025	2024	2025 vs. 2024
Occupation	349.5	291.3	20%	335.0	4%	1,329.1	1,063.3	25%
Personnel and third-party services	358.8	273.3	31%	335.8	7%	1,319.1	988.5	33%
Consumption	140.9	124.0	14%	137.7	2%	554.9	471.7	18%
Other	127.2	80.1	59%	110.1	15%	399.5	264.7	51%
<b>Cash Cost of Services Provided</b>	<b>976.4</b>	<b>768.6</b>	<b>27%</b>	<b>918.6</b>	<b>6%</b>	<b>3,602.6</b>	<b>2,788.2</b>	<b>29%</b>

(a) For a better analysis of our operating performance, we present "Cash Cost of Services Provided," which excludes the effects of IFRS-16, depreciation, and amortization. Rent expenses are included under "Occupation".

### Evolution of Cash Cost of Services Provided

(R\$ Million)



Compared to 3Q25, cash costs increased by 6% in 4Q25, below the 7% growth in net revenue for the period. This increase mainly reflects the 8% rise in the average base of owned clubs, as well as higher expenses related to the opening of new clubs, including both those inaugurated during the period and those to be opened in the coming quarters.

## CASH GROSS PROFIT

Cash gross profit reached R\$ 971.8 million in 4Q25, up by 26% over 4Q24. This result was mainly due to the consistent maturation of clubs opened over the past two years and the maintenance of the margin levels in mature clubs during the period, reinforcing the resilience of the business model. Additionally, the “Others” line posted strong growth of 75% in cash gross profit, increasing its share of the Company's cash gross profit by 4 p.p. (14% in 4Q25 vs. 10% in 4Q24).

Cash gross margin was 49.9% in 4Q25, down by 0.2 p.p. from 4Q24, mainly due to higher expenses related to the opening of new clubs, given to the higher concentration of clubs opened during the period and higher costs in clubs in the ramp-up phase, particularly those opened in the last 24 months, which more than offset the efficient cost management.

Cash gross profit totaled R\$ 3,639.1 million in 2025, up by 30% over 2024, with a cash gross margin of 50.3%, growth of 0.2 p.p. over 2024.

Cash gross margin before pre-operating costs, that is, those related to openings, was 51.8% in 4Q25 (+0.3 p.p. vs. 4Q24), with Smart Fit clubs maintaining their margin despite the strong increase in the number of openings and sequential margin improvement in “Others”. This result reflects the diversification, resilience of the business, and the combination of continued growth in average revenue per club, especially in maturing clubs, and efficient cost management.

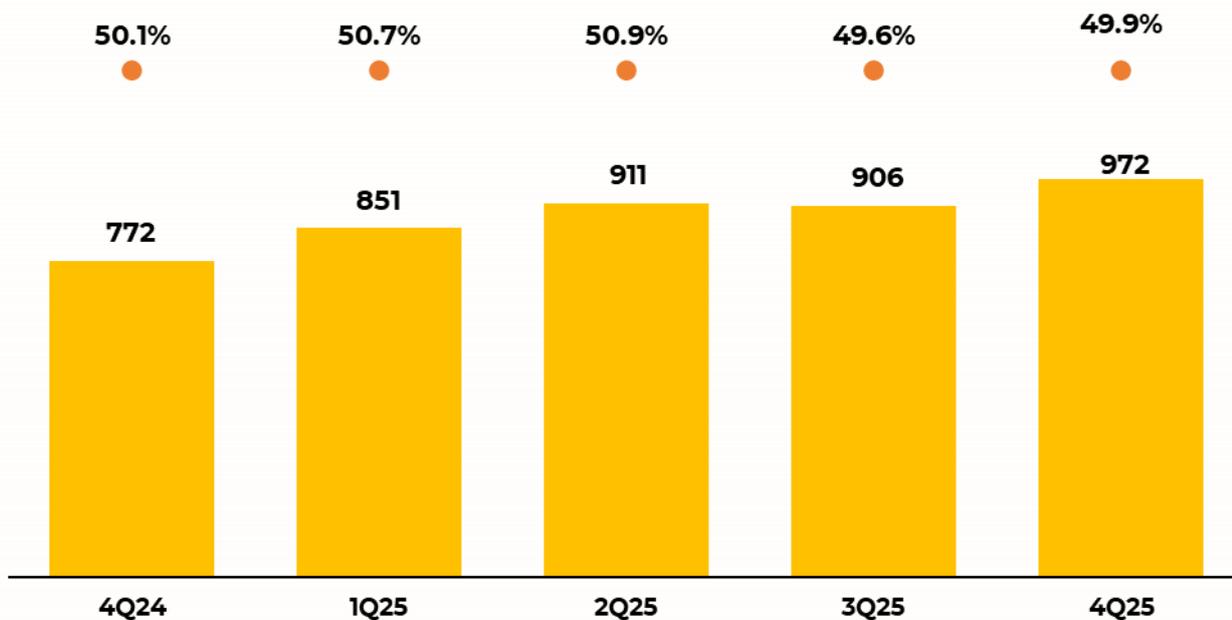
Cash gross profit before pre-operating costs totaled R\$ 3,725.1 million in 2025, up by 31% over 2024, resulting in a cash gross margin before pre-operating costs of 51.4%, up by 0.5 p.p. over the previous year, featuring the margin expansion in Smart Fit clubs (+0.6 p.p. vs. 2024).

Cash Gross Profit <sup>a</sup> (R\$ million)	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>Net Revenue</b>	<b>1,948.2</b>	<b>1,540.6</b>	<b>26%</b>	<b>1,824.2</b>	<b>7%</b>	<b>7,241.7</b>	<b>5,580.3</b>	<b>30%</b>
(-) Cash Costs of Services Provided	976.4	768.6	27%	918.6	6%	3,602.6	2,788.2	29%
<b>Cash Gross Profit<sup>b</sup></b>	<b>971.8</b>	<b>772.0</b>	<b>26%</b>	<b>905.6</b>	<b>7%</b>	<b>3,639.1</b>	<b>2,792.1</b>	<b>30%</b>
Cash Gross Margin	49.9%	50.1%	(0.2 p.p.)	49.6%	0.2 p.p.	50.3%	50.0%	0.2 p.p.
(+) Pre-Operating Costs	36.8	20.8	77%	21.6	70%	86.0	52.6	64%
<b>Cash Gross Profit before Pre-Operating Costs<sup>c</sup></b>	<b>1,008.6</b>	<b>792.8</b>	<b>27%</b>	<b>927.2</b>	<b>9%</b>	<b>3,725.1</b>	<b>2,844.6</b>	<b>31%</b>
Cash Gross Margin before Pre-Operating Costs	51.8%	51.5%	0.3 p.p.	50.8%	0.9 p.p.	51.4%	51.0%	0.5 p.p.

(a) For a better analysis of our operating performance, 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 costs related to the opening of new units.

## Evolution of Cash Gross Profit and Cash Gross Margin

R\$ million | % of Net Revenue

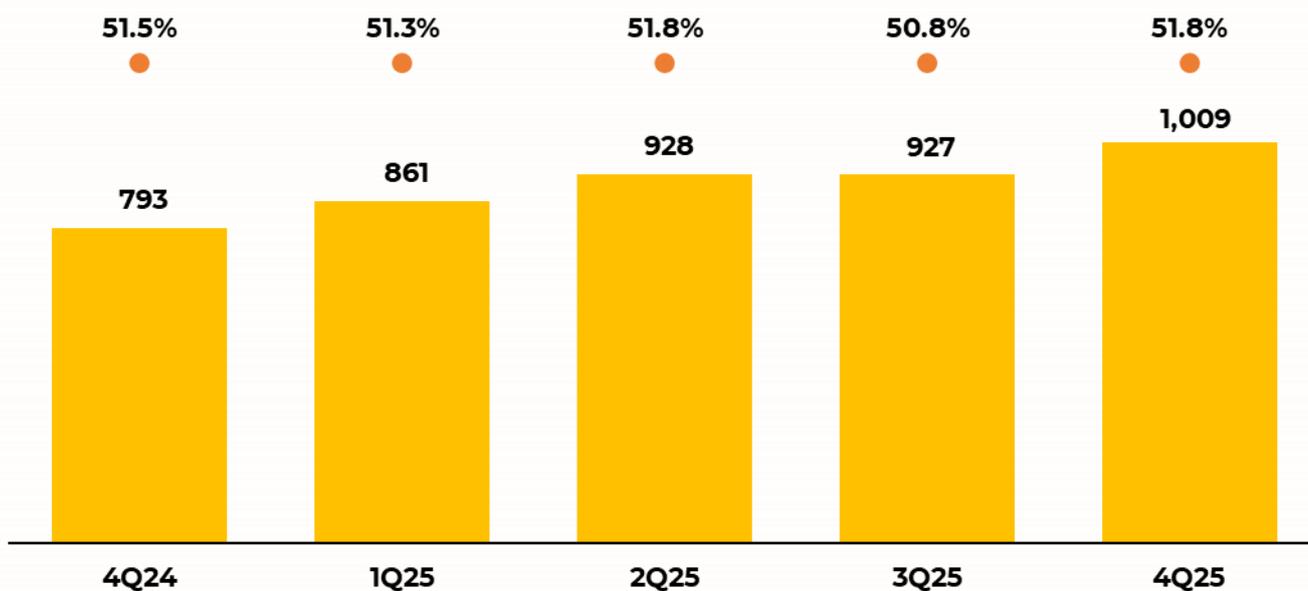


Compared to 3Q25, cash gross profit grew by 7%, a cash gross margin increase of 0.2 p.p., mainly due to the positive impact of the seasonal effects between periods in TotalPass, as well as the increased performance of Studios.

This effect in the TotalPass business also reflects the lower payment to affiliated clubs, driven by lower usage frequency during the quarter. Cash gross margin before pre-operating costs, that is, excluding costs related to openings, increased by 0.9 p.p. over the previous quarter.

### Evolution of Cash Gross Profit and Cash Gross Margin before pre-operating costs

R\$ Million | % of Net Revenue



## Cash Gross Profit by Segment before Pre-Operating Costs

To enhance transparency and enable a more detailed analysis of the performance and contribution of each segment, starting in 3Q25, the Company began including in its Earnings Release a breakdown of cash gross profit by segment before pre-operating costs.

Cash Gross Profit <sup>a,b,c</sup> (Per Segment   R\$ million)	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>Smart Fit</b>	<b>844.1</b>	<b>689.5</b>	<b>22%</b>	<b>808.4</b>	<b>4%</b>	<b>3,220.2</b>	<b>2,522.2</b>	<b>28%</b>
Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs	49.9%	49.8%	0.1 p.p.	50.0%	(0.1) p.p.	50.1%	49.5%	0.6 p.p.
<b>Brazil</b>	<b>283.2</b>	<b>248.4</b>	<b>14%</b>	<b>289.8</b>	<b>(2%)</b>	<b>1,143.1</b>	<b>919.2</b>	<b>24%</b>
Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs	46.3%	47.4%	(1.1) p.p.	47.9%	(1.6) p.p.	47.8%	46.6%	1.3 p.p.
<b>Mexico</b>	<b>181.5</b>	<b>167.5</b>	<b>8%</b>	<b>176.2</b>	<b>3%</b>	<b>709.1</b>	<b>660.6</b>	<b>7%</b>
Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs	44.7%	48.6%	(4.0) p.p.	44.9%	(0.2) p.p.	45.6%	48.5%	(2.9) p.p.
<b>Other Countries</b>	<b>379.4</b>	<b>273.6</b>	<b>39%</b>	<b>342.4</b>	<b>11%</b>	<b>1,368.0</b>	<b>942.4</b>	<b>45%</b>
Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs	56.3%	52.9%	3.3 p.p.	55.2%	1.0 p.p.	55.0%	53.6%	1.4 p.p.
<b>Bio Ritmo and Others<sup>d</sup></b>	<b>23.6</b>	<b>22.8</b>	<b>3%</b>	<b>24.4</b>	<b>(3%)</b>	<b>90.9</b>	<b>77.5</b>	<b>17%</b>
Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs	41.5%	50.6%	(9.1) p.p.	43.8%	(2.3) p.p.	43.8%	46.9%	(3.1) p.p.
<b>Others<sup>e</sup></b>	<b>140.7</b>	<b>80.4</b>	<b>75%</b>	<b>94.4</b>	<b>49%</b>	<b>413.7</b>	<b>245.0</b>	<b>69%</b>
Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs	73.1%	70.7%	2.4 p.p.	62.7%	10.4 p.p.	68.8%	76.7%	(7.9) p.p.
	0.0%	0.0%	0.0 p.p.	0.0%	0.0 p.p.	0.0%	0.0%	0.0 p.p.
<b>Cash Gross Profit Before Pre-Operating Costs</b>	<b>1,008.3</b>	<b>792.8</b>	<b>27%</b>	<b>927.2</b>	<b>9%</b>	<b>3,724.8</b>	<b>2,844.6</b>	<b>31%</b>
Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs	51.8%	51.5%	0.3 p.p.	50.8%	0.9 p.p.	51.4%	51.0%	0.5 p.p.
Pre-Operating Costs	(36.8)	(20.8)	77%	(21.6)	70%	(86.0)	(52.6)	64%
<b>Cash Gross Profit<sup>c</sup></b>	<b>971.6</b>	<b>772.0</b>	<b>26%</b>	<b>905.6</b>	<b>7%</b>	<b>3,638.8</b>	<b>2,792.1</b>	<b>30%</b>
Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs	49.9%	50.1%	(0.2 p.p.)	49.6%	0.2 p.p.	50.3%	50.0%	0.2 p.p.

Please note that, in order to improve analysis by business unit, the segmentation criteria presented in the 'Segment Note' explanatory note were revised as of 1Q25 in the Earnings Release. Thus, for comparative purposes, the table above presents the 2024 and 2025 data according to the new criteria, whereas in the Financial Statements, the 2024 data remain presented in the previous format. (a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS 16 related to commercial leases for clubs and offices. (b) "Cash gross profit before pre-operating expenses" excludes depreciation, amortization, and costs related to the opening of new clubs; (c) "Cash gross profit" excludes depreciation and amortization; (d) "Bio Ritmo and others" includes operations under the Bio Ritmo and Nation brands. Until 2024, this line also included the O2-branded club in Chile, which was converted to Bio Ritmo in 2025; (e) "Others" includes royalties received from franchises in Brazil and other countries (except Mexico), as well as revenue from other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass, Queima Diária, Studios, and FitMaster in Mexico. Until 3Q24, royalties from Colombia franchises, which were converted to owned clubs in 4Q24, were also excluded from the "Others" line.

In 4Q25, cash gross profit before pre-operating costs from Smart Fit clubs totaled R\$ 844.1 million, up by 22% over 4Q24 and by 4% over 3Q25. Cash gross margin for the quarter reached 49.9%, in line with 4Q24 and 3Q25. In 2025, cash gross profit before pre-operating costs from Smart Fit clubs totaled R\$ 3,220.2 million, up by 28% over 2024, with a 0.6 p.p. margin expansion to 50.1%, reflecting higher profitability in the Other Countries region and in Brazil, with highlights to the gross margin in mature clubs reaching 48.5% (+0.6 p.p. vs. 2024).

In Smart Fit Brazil, cash gross profit totaled R\$ 283.2 million in 4Q25, up by 14% over 4Q24. Cash gross margin was 46.3% in the quarter, down by 1.1 p.p. from 4Q24, negatively impacted by the record addition of 88 owned clubs in a single quarter (vs. 44 in 4Q24), of which 64 were added in December. As these clubs are at an early stage of maturation, they contribute with a lower level of revenue per club. This performance mainly reflects higher maintenance costs, as well as increased personnel costs and third-party expenses at mature clubs.

Compared to 3Q25, Smart Fit Brazil's cash gross margin before pre-operating costs declined by 1.6 p.p., reflecting the lower revenue per club at mature clubs due to the seasonality of the period and higher consumption costs at mature clubs.

In Mexico, gross profit before pre-operating costs from Smart Fit clubs totaled R\$ 181.5 million, up by 8% over 4Q24. Cash gross margin before pre-operating costs decreased by 4.0 p.p. compared to the same period of the previous year, mainly due to stable revenue per club combined with higher personnel and third-party service costs at mature clubs. It is also important to note that part of this increase is related

to the strengthening of the operational structure, notably the expansion of the front desk staff, aimed at increasing sales conversion.

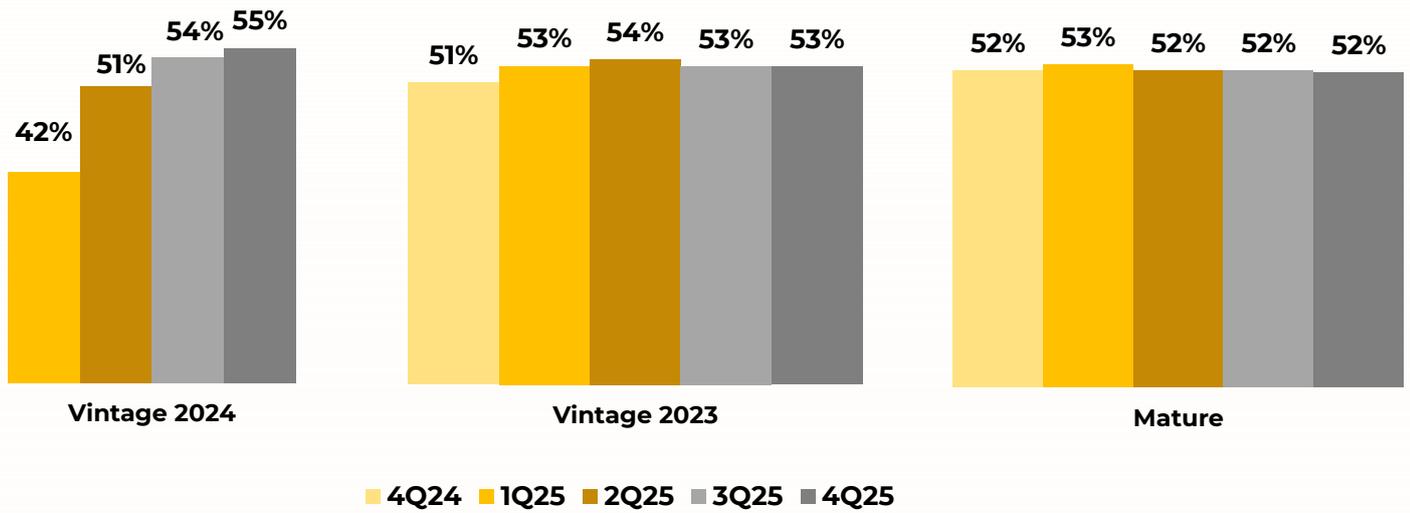
Compared to 3Q25, cash gross margin declined by 0.2 p.p. in Mexico, mainly due to higher personnel, third-party service, and maintenance costs at mature clubs, which more than offset the ramp-up performance of the new Vintage Units and the reduction in consumption costs during the quarter.

In "Other Countries", cash gross profit totaled R\$ 379.4 million in 4Q25, up by 39% over 4Q24. Cash gross margin reached 56.3% in 4Q25, up by 3.3 p.p. over 4Q24, driven by the strong ramp-up of clubs opened over the past 24 months, combined with greater consumption cost efficiency at mature clubs. Compared to 3Q25, cash gross profit grew by 11% in the quarter, with a margin expansion of 1.0 p.p..

In the "Others" line, cash gross profit totaled R\$ 140.9 million, up by 75% over 4Q24, driven by growth in other businesses, particularly TotalPass, as well as the consolidation of FitMaster's results starting in 2Q25.

Compared to 3Q25, cash gross profit grew by R\$ 46.3 million, with a gross margin increase of 10.4 p.p., mainly reflecting the increased seasonal effects between periods in TotalPass. This effect reflects the lower payments to affiliated clubs, driven by lower usage frequency during the quarter.

**Gross Margin by Vintage Unit (Smart Fit Owned Clubs)**



In 4Q25, the cash gross margin of mature Smart Fit clubs reached 52%, in line with the past 11 quarters. Within the same mature club concept, annualized cash gross profit per club was R\$ 2.5 million in the quarter, up by 1% over 4Q24, highlighting the resilience of the business model and the Company's focused efforts on operational efficiency.

Clubs opened in 2023 ("2023 Vintage Units") posted a cash gross margin of 53% in 4Q25, outperforming mature clubs for the fourth consecutive quarter. The strong performance of the 2023 Vintage Owned Units, which completed the maturation process at the end of 4Q25, reflects the intelligence of the expansion strategy and the strength of the Smart Fit brand, as well as structurally lower occupancy costs compared to mature clubs. Annualized cash gross profit per club reached R\$ 2.3 million in 4Q25, up by 2% over 3Q25.

It is also worth noting that clubs opened in 2024 ("2024 Vintage Units") demonstrated a solid ramp-up trajectory. These clubs had average annualized net revenue per unit of R\$ 4.4 million and annualized gross profit per club of R\$ 2.4 million, resulting in a cash gross margin of 55%, representing an expansion compared to the previous quarter. It is worth noting that 2024 Vintage Units remain in the maturation phase.

## SELLING, GENERAL, AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

Selling, general, and administrative expenses <sup>a,b</sup> (R\$ million)	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2025	2024	2025 vs. 2024
Selling expenses	132.7	114.6	16%	127.1	4%	540.3	415.8	30%
General and administrative expenses	202.0	155.0	30%	185.1	9%	738.8	556.0	33%
Pre-operating expenses	22.2	11.6	92%	9.4	135%	46.1	35.2	31%
<b>Total</b>	<b>357.0</b>	<b>281.2</b>	<b>27%</b>	<b>321.6</b>	<b>11%</b>	<b>1,325.2</b>	<b>1,007.0</b>	<b>32%</b>
% Net Revenue	18.3%	18.3%	0.1 p.p.	17.6%	0.7 p.p.	18.3%	18.0%	0.3 p.p.

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

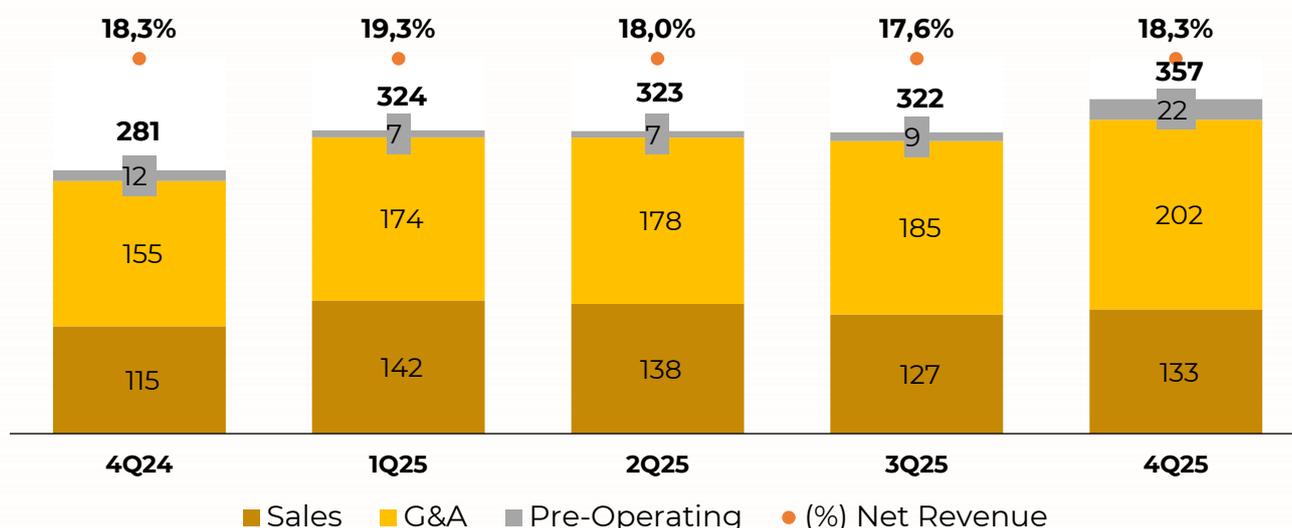
Selling, general, and administrative expenses totaled R\$ 357.0 million in 4Q25, up by 27% over 4Q24, accounting for 18.3% of net revenue, in line with the same period of the previous year.

General and administrative expenses totaled R\$ 202.0 million in 4Q25, up by 30% over 4Q24, accounting for 10.4% of net revenue for the period (+0.3 p.p. vs. 4Q24). This performance mainly reflects the impact of higher investments in structuring new business initiatives, particularly related to TotalPass, as well as the effect of the consolidation of FitMaster, partially offset by the operational leverage of the business.

Selling expenses totaled R\$ 132.7 million in 4Q25, up by 16% over 4Q24, accounting for 6.8% of net revenue (down by 0.6 p.p. from 4Q24).

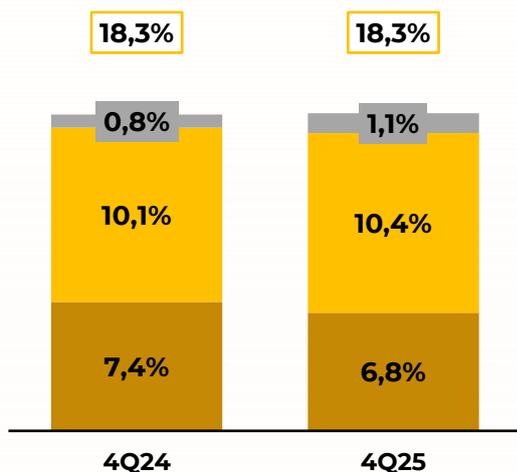
Lastly, pre-operating expenses totaled R\$ 22.2 million in 4Q25, compared to R\$ 11.6 million in 4Q24, reflecting the higher volume of openings of owned clubs during the quarter (184 in 4Q25 vs. 122 in 4Q24, excluding the purchase of franchised units in Colombia).

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



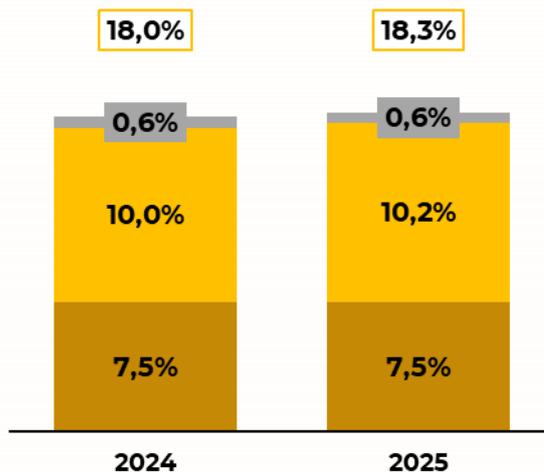
### Commercial and administrative expenses

(%) Net Revenue | Quarterly basis



### Commercial and administrative expenses

(%) Net Revenue | Annual basis



■ Sales    ■ G&A    ■ Pre-Operating    □ (%) Net Revenue

Compared to 3Q25, selling, general, and administrative expenses increased by 0.7 p.p. as a percentage of net revenue.

General and administrative expenses increased by 9% over 3Q25, up by 0.2 p.p. as a percentage of net revenue. This performance reflects higher investments in structuring new business initiatives, particularly related to TotalPass, as well as personnel reinforcements in Brazil.

Selling expenses increased 4%, driven by the higher number of club openings during the quarter and higher marketing investments in preparation for the sales period in early 2026. Additionally, pre-operating expenses increased by R\$ 12.8 million compared to 3Q25, due to the faster pace of owned club additions during the quarter.

## EBITDA

EBITDA Breakdown <sup>a</sup> (R\$ million)	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>Net Income</b>	<b>241,5</b>	<b>196,5</b>	<b>23%</b>	<b>170,0</b>	<b>42%</b>	<b>738,4</b>	<b>539,4</b>	<b>37%</b>
(+) Income Taxes (IR & CSLL)	(7,6)	(11,9)	(36%)	56,2	–	146,2	91,0	61%
(+) Financial Result	124,1	93,5	33%	110,2	13%	438,5	349,5	25%
(+) Depreciation	262,4	209,0	26%	250,0	5%	979,7	782,2	25%
<b>EBITDA</b>	<b>620,5</b>	<b>487,1</b>	<b>27%</b>	<b>586,4</b>	<b>6%</b>	<b>2.302,7</b>	<b>1.762,1</b>	<b>31%</b>
EBITDA Margin	31,8%	31,6%	0,2 p.p.	32,1%	(0,3) p.p.	31,8%	31,6%	0,2 p.p.
Extraordinary Items <sup>b</sup>	(10,7)	–	–	–	–	(10,7)	–	–
<b>Adjusted EBITDA<sup>c</sup></b>	<b>609,8</b>	<b>487,1</b>	<b>25%</b>	<b>586,4</b>	<b>4%</b>	<b>2.292,1</b>	<b>1.762,1</b>	<b>30%</b>
Adjusted EBITDA Margin	31,3%	31,6%	(0,3) p.p.	32,1%	(0,8) p.p.	31,7%	31,6%	0,1 p.p.
(+) Pre-operating costs and expenses	59,0	32,4	82%	31,1	90%	132,1	87,8	51%
<b>EBITDA before pre-operating expenses</b>	<b>668,7</b>	<b>519,5</b>	<b>29%</b>	<b>617,4</b>	<b>8%</b>	<b>2.424,2</b>	<b>1.849,8</b>	<b>31%</b>
EBITDA margin before pre-operating expenses	34,3%	33,7%	0,6 p.p.	33,8%	0,5 p.p.	33,5%	33,1%	0,3 p.p.

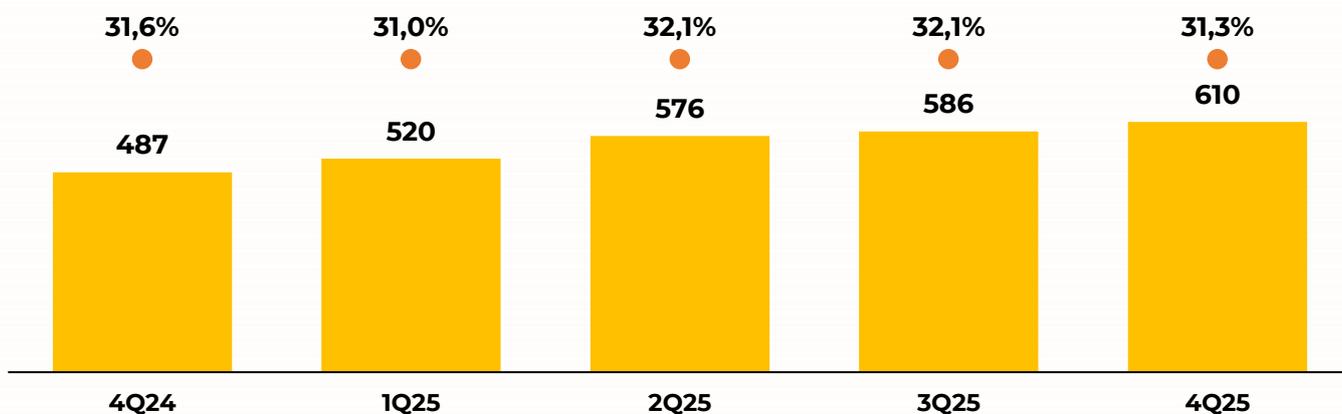
(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS-16 related to commercial leases for clubs and offices; (b) Extraordinary impact due to non-recurring revenue of R\$ 10.7 million recognized in 4Q25 related to the remeasurement of the stake held in FitMaster; (c) "Extraordinary EBITDA" excludes "Extraordinary Items".

Adjusted EBITDA surpassed the historic R\$ 600 million mark, reaching R\$ 609.8 million in 4Q25, with strong growth of 25% compared to 4Q24. The adjusted EBITDA margin reached 31.3% in the quarter, down by 0.3 p.p. from the same period of the previous year.

In 2025, adjusted EBITDA totaled R\$ 2,292.1 million, up by 30% over 2024, with an adjusted margin of 31.7%, in line with 2024.

### Evolution of adjusted EBITDA and adjusted EBITDA Margin

R\$ million | % of Net Revenue

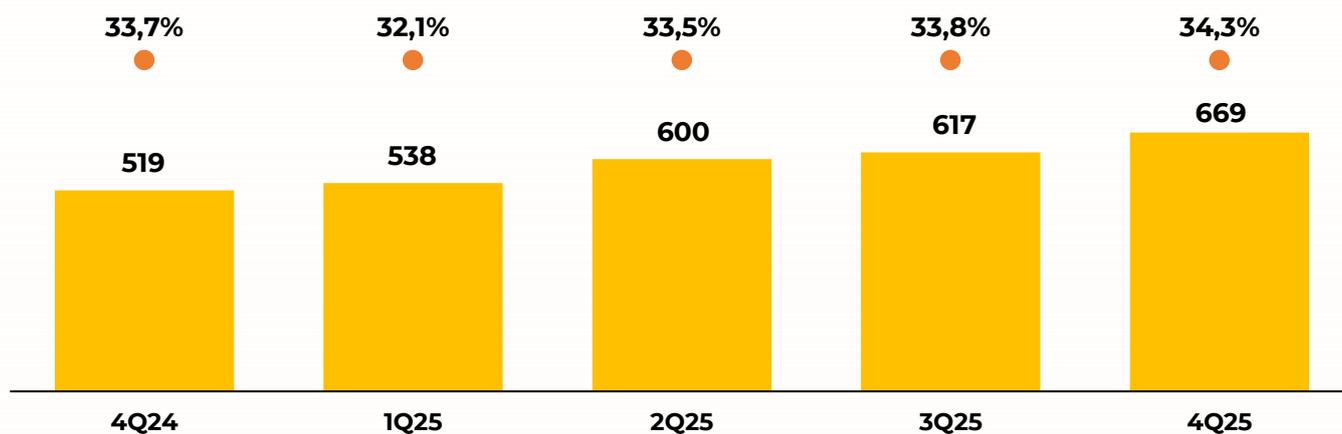


Adjusted EBITDA before pre-operating expenses totaled R\$ 668.7 million in 4Q25, up by 29% over 4Q24. Adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses reached 34.3% in the period, up by 0.6 p.p. over 4Q24.

In 2025, adjusted EBITDA before pre-operating expenses totaled R\$ 2,424.2 million, increasing by 31% over the last year, with an adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses of 33.5%, up by 0.3 p.p. over 2024.

## Evolution of adjusted EBITDA and adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses

R\$ Million | % of Net Revenue



Compared to 3Q25, adjusted EBITDA before pre-operating expenses grew by 8% in 4Q25, with an adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses 0.5 p.p. higher.

## NET INCOME AND RECURRING NET INCOME

Recurring Net Profit <sup>a</sup> (R\$ million)	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2,025.0	2,024.0	2025 vs. 2024
<b>Net profit (loss)</b>	<b>241.5</b>	<b>196.5</b>	<b>23%</b>	<b>170.0</b>	<b>42%</b>	<b>738.4</b>	<b>539.4</b>	<b>37%</b>
<i>Net margin</i>	12.4%	12.8%	(0.4) p.p.	9.3%	3.1 p.p.	10.2%	9.7%	0.5 p.p.
(+) Non-recurring from acquisitions	(6.9)	0.3	-	5.1	(236%)	1.1	11.6	(90%)
(+) Early Redemption of debentures	-	-	-	1.8	(100%)	1.8	27.4	(93%)
<b>Recurring net profit (loss)<sup>b</sup></b>	<b>234.6</b>	<b>196.8</b>	<b>19%</b>	<b>176.9</b>	<b>33%</b>	<b>741.3</b>	<b>578.4</b>	<b>28%</b>
<i>Recurring net margin</i>	12.0%	12.8%	(0.7) p.p.	9.7%	2.3 p.p.	10.2%	10.4%	(0.1) p.p.

(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS 16 related to commercial leases for clubs and offices; (b) "Recurring net income (loss)" excludes the impacts related to (i) non-recurring acquisition effects, notably the revaluation of the Company's stake in FitMaster, Panama and Costa Rica operations, Velocity and other acquisitions; and (ii) non-recurring financial expenses related to the liability management agenda, including R\$ 1.8 million after income tax and social contribution for the partial prepayment of the 8th debenture issue in 3Q25, R\$ 22.1 million after income tax and social contribution in 2Q24 related to the prepayment of the 6th debenture issue, and R\$ 5.3 million in 3Q24 related to the prepayment of the 5th issue and other liability management initiatives.

In 2025, net income totaled R\$ 738.4 million, a strong 37% growth over 2024, with a net margin of 10.2%, representing a 0.5 p.p. increase. This performance mainly reflects the operational leverage of the business, driven by the consistent profitability of mature clubs and the solid ramp-up of recently opened units. Additionally, net income was positively impacted by the increased contribution of Other Business.

In 2025, recurring net income totaled R\$ 741.3 million, a strong 28% growth over 2024, with a recurring net margin of 10.2%. This performance was mainly driven by the 30% growth in adjusted EBITDA.

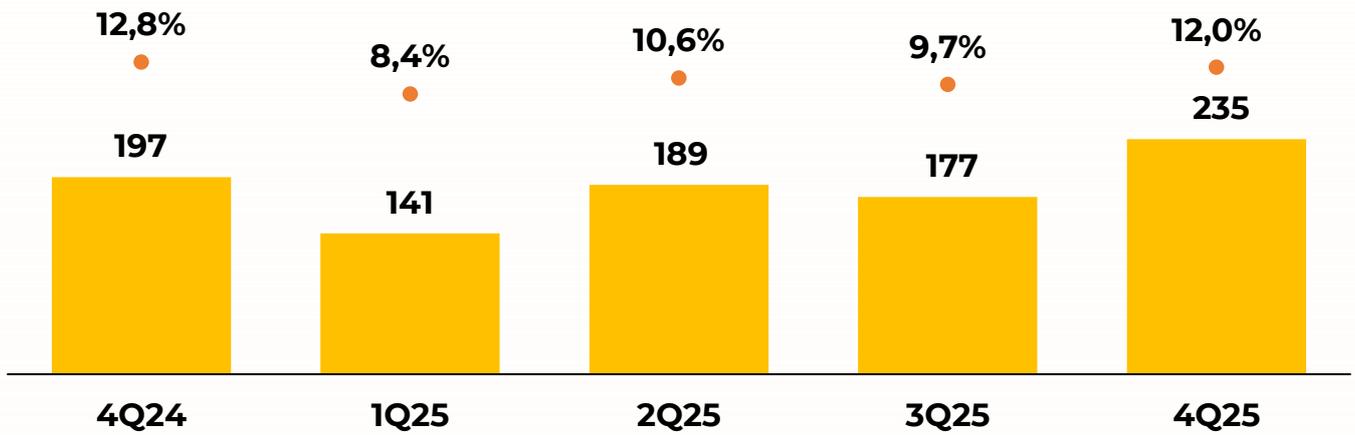
It is worth noting that recurring net income for 2025 excludes the impact of R\$ 1.1 million related to the remeasurement of equity interests in acquisitions and R\$ 1.8 million related to the prepayment of the 7th debenture issue. In 2024, recurring net income excludes the impact of R\$ 27.4 million related to the prepayment of the 6th and 5th debenture issues, as well as other bilateral debt in Colombia, in addition to R\$ 11.6 million related to the remeasurement of equity interests in the Panama and Costa Rica operations.

In 4Q25, recurring net income totaled R\$ 234.6 million, a 19% growth over 4Q24, with a recurring net margin of 12.0%. This performance is explained by the increase in taxes related to the results of operations outside Brazil due to the impact of TBU (Worldwide Taxation / Universal Basis Taxation), which partially offset the positive impact of a higher amount of interest on equity ("IOE") declared in 4Q25 compared to 4Q24.

Additionally, recurring net income for 4Q25 excludes the positive impact of the remeasurement of the stake in FitMaster (R\$ 10.7 million) and goodwill from acquisitions, mainly Velocity, which together totaled R\$ 6.9 million. Recurring net income for 4Q24 excludes the impact of R\$ 0.3 million related to the remeasurement of the stake in the Panama and Costa Rica operations.

## Evolution of Recurring Net Income and Recurring Net Margin

R\$ million | % of Net Revenue



## CAPEX

Capex <sup>a,b</sup> (R\$ million)	3Q25	3Q24	3Q25 vs. 3Q24	2Q25	3Q25 vs. 2Q25	9M25	9M24	9M25 vs. 9M24
<b>Capex</b>	<b>920.7</b>	<b>721.4</b>	<b>28%</b>	<b>513.0</b>	<b>79%</b>	<b>2,332.0</b>	<b>1,843.5</b>	<b>26%</b>
Expansion	783.5	602.4	30%	426.2	84%	1,915.6	1,532.7	25%
Maintenance	112.0	95.3	18%	72.1	55%	345.9	251.8	37%
Corporate and Innovation	25.2	23.7	6%	14.7	71%	70.5	59.1	19%

(a) Excludes investments in right-of-use assignments related to the acquisition of commercial points. (b) Starting in 1Q25, CAPEX amounts do not include capitalized financial costs, which totaled R\$ 8.9 million in 4Q25 and R\$ 16.9 million in 2025.

In 4Q25, CAPEX reached R\$ 920.7 million, up by 28% over 4Q24. Expansion CAPEX from the club network grew by 30% over 4Q24, totaling R\$ 783.5 million for the quarter. This increase reflects, primarily, the rise in the number of owned club openings during the period (184 in 4Q25 vs. 122 in 4Q24, excluding the purchase of franchised units in Colombia).

In 2025, expansion CAPEX totaled R\$ 1,915.6 million, up by 25% over 2024. Expansion CAPEX related to Smart Fit-branded clubs, excluding Bio Ritmo and Studios, totaled R\$ 1,801.4 million, up by 22% over 2024, reflecting the strong acceleration in owned club openings in 2025.

A total of 275 Smart Fit-owned clubs were opened during 2025, excluding club closures and franchisee acquisitions, an increase of 14% compared to the 242 units opened in 2024, resulting in a CAPEX per unit of R\$ 6.3 million, compared to R\$ 5.9 million recorded in 2024, reflecting the continued evolution of the Smart Fit product. The Company has been expanding and upgrading its equipment portfolio, incorporating more comprehensive solutions aligned with the main trends in the fitness segment. Additionally, this increase reflects exchange rate fluctuations during the period, as well as inflation observed in the main capex categories.

Maintenance CAPEX totaled R\$ 112.0 million in 4Q25, up by 18% over 4Q24, driven by (i) the strategy to preserve a high-standard offering in our units; and (ii) the increase in the number of mature clubs.

In 2025, maintenance CAPEX for Smart Fit clubs totaled R\$ 321.8 million, accounting for 7.1% of net revenue from mature clubs, in line with the strategy of continuously providing members with a high-standard experience. This CAPEX also includes investments to expand the equipment offering and, in certain units, the usable area, in response to higher member traffic and changes in member habits, as well as energy efficiency initiatives, such as air-conditioning system automation, among other projects.

CAPEX for corporate and innovation projects reached R\$ 25.2 million in 4Q25, up by 6% over 4Q24. In 2025, CAPEX related to corporate and innovation projects totaled R\$ 70.5 million, up by 19% over 2024. This increase is mainly explained by investments in add-ons and systems for the Group's brands.

## VARIATION OF ADJUSTED NET DEBT

### 4Q25 vs. 3Q25

The Company reported an increase of R\$ 699.5 million in adjusted net debt in the quarter compared to 3Q25, mainly reflecting the investments made during the period, with a focus on expanding the club network, which was partially offset by strong operating cash generation of R\$ 599.6 million, driven by the period's Adjusted EBITDA and a high 98% EBITDA-to-operational cash conversion rate.

In 4Q25, working capital changes resulted in a negative cash generation of R\$ 21.5 million. This result is mainly explained by the variation in the tax line, which recorded cash consumption of R\$ 73.9 million, driven by the payment of income tax on IoE for the period and higher PIS/COFINS disbursements following the depletion of tax credit balances.

Additionally, the Accounts Receivable line recorded a negative variation of R\$ 39.1 million, reflecting the higher share of TotalPass in Smart Fit Group's revenue. On the other hand, the Suppliers line generated R\$ 103.1 million in cash, due to the accelerated expansion pace during the quarter, particularly in December.

Investing activities totaled R\$ 947.4 million in 4Q25, primarily due to CAPEX related to the opening of new clubs, which totaled R\$ 783.5 million in the period. Other activities represented an addition of R\$ 351.7 million to adjusted net debt, mainly due to debt servicing and foreign exchange variation, in addition to IoE distribution.

### 2025 vs. 2024

The Company reported an increase of R\$ 993.3 million in adjusted net debt in 2025 compared to 2024, mainly reflecting the investments made during the period, with a focus on expanding the club network, partially offset by strong operating cash generation of R\$ 2,218.3 million, driven by the period's EBITDA and a high 97% EBITDA-to-operational cash conversion rate.

In 2025, working capital changes resulted in a negative cash generation of R\$ 28.9 million. This performance was mainly driven by the variation in the Accounts Receivable and Taxes lines, which recorded cash consumption of R\$ 131.5 million and R\$ 39.5 million, respectively. This movement reflects the higher share of TotalPass, as well as the payment of income tax on IoE for the period, as well as higher PIS/COFINS disbursements following the depletion of tax credit balances. On the other hand, the Suppliers line generated R\$ 182.1 million in cash, due to the accelerated expansion pace during the period, particularly in December.

Investing activities totaled R\$ 2,525.2 million in 2025, primarily due to CAPEX related to the opening of new clubs, which totaled R\$ 1,915.8 million in the period. Other activities represented an addition of R\$ 686.4 million to adjusted net debt, mainly due to debt servicing and foreign exchange variation, in addition to IoE distribution.

Variation in Adjusted Net Debt (R\$ million)	1T25	2T25	3T25	4T25	2025
<b>Initial Adjusted Net Debt</b>	<b>3.104,1</b>	<b>3.114,8</b>	<b>3.294,3</b>	<b>3.398,0</b>	<b>3.104,1</b>
<b>EBITDA</b>	<b>520,2</b>	<b>575,7</b>	<b>586,4</b>	<b>620,4</b>	<b>2.302,7</b>
Extraordinary Items <sup>a</sup>	-	-	-	(10,7)	(10,7)
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>520,2</b>	<b>575,7</b>	<b>586,4</b>	<b>609,8</b>	<b>2.292,0</b>
Items of result with no impact in cash <sup>b</sup>	11,0	34,5	10,8	29,0	85,3
IR/CSLL paid	(24,8)	(83,2)	(4,4)	(17,7)	(130,1)
<b>Working capital variation<sup>c</sup></b>	<b>(13,7)</b>	<b>(6,3)</b>	<b>12,6</b>	<b>(21,5)</b>	<b>(28,9)</b>
Receivables	(61,7)	(17,1)	(13,6)	(39,1)	(131,5)
Suppliers	35,5	11,1	32,4	103,1	182,1
Wages, provisions and social contributions	10,6	28,0	21,2	0,6	60,4
Taxes <sup>d</sup>	19,6	23,0	(8,2)	(73,9)	(39,5)
Others	(17,7)	(51,3)	(19,3)	(12,2)	(100,5)
<b>Operating Cash Flow</b>	<b>492,7</b>	<b>520,6</b>	<b>605,4</b>	<b>599,6</b>	<b>2.218,3</b>
Conversion of EBITDA into operating cash	95%	90%	103%	98%	97%
Expansion Capex	(350,0)	(356,0)	(426,2)	(783,5)	(1.915,6)
Maintenance Capex	(74,2)	(87,6)	(72,1)	(112,0)	(345,9)
Corporate and Innovation Capex	(17,1)	(13,5)	(14,7)	(25,2)	(70,5)
Other Investments and Acquisitions	(10,7)	(106,4)	(49,2)	(26,7)	(193,1)
<b>Investment activities</b>	<b>(452,1)</b>	<b>(563,5)</b>	<b>(562,2)</b>	<b>(947,4)</b>	<b>(2.525,2)</b>
Financial Result and FX Rate Variations	(12,1)	(133,3)	(107,6)	(319,1)	(572,0)
Dividends/Interest on equity	(67,5)	(39,0)	(37,5)	(37,9)	(181,9)
Other variations in assets and liabilities	28,4	35,6	(1,8)	5,4	67,5
<b>Other Activities</b>	<b>(51,3)</b>	<b>(136,7)</b>	<b>(146,8)</b>	<b>(351,7)</b>	<b>(686,4)</b>
<b>Variation of Adjusted Net Debt in the Period</b>	<b>(10,6)</b>	<b>(179,5)</b>	<b>(103,7)</b>	<b>(699,5)</b>	<b>(993,3)</b>
<b>Final Adjusted Net Debt</b>	<b>3.114,8</b>	<b>3.294,3</b>	<b>3.398,0</b>	<b>4.097,5</b>	<b>4.097,5</b>

(a) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2) and the positive impact related to the remeasurement of the stake held in FitMaster in 4Q25. See the "EBITDA" section; (b) Positive extraordinary impact referring to non-recurring revenue of R\$ 10.7 million recognized in 4Q25 corresponding to the remeasurement of the stake held in FitMaster; (c) Includes mainly equity income, asset write-offs, deferred revenue and provisions; (d) As of 1Q25, the Company began using working capital variations according to the Cash Flow Statement in the financial statements; (e) Includes taxes on sales and services.

## CASH AND INDEBTEDNESS

Cash and Debt <sup>a,b</sup> (R\$ million)	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25
Cash and financial investments	2,947	2,951	2,733	2,958	3,426
Gross Debt	5,945	5,965	5,979	6,316	7,504
By nature:	-	-	-	-	-
Loans and debentures	5,915	5,945	5,952	6,290	7,477
Lease liability - equipment	30	20	26	26	27
By maturity	-	-	-	-	-
Short-term	778	819	817	873	939
Long-term	5,167	5,145	5,161	5,442	6,538
Net Debt (Net Cash)	2,998	3,014	3,246	3,357	4,078
Other Liabilities and Assets <sup>c</sup>	107	101	48	40	19
Adjusted Net Debt	3,104	3,115	3,294	3,398	4,098
Adjusted Net Debt / Adj. EBITDA LTM <sup>d</sup>	1.16x	1.09x	1.08x	1.04x	1.19x

(a) "Gross Debt" includes loans, financing, and operating leases (excluding real estate leases) with financial institutions, both short- and long-term; (b) "Net Debt" considers "Gross Debt" minus "Cash and Guarantees"; (c) "Other Liabilities and Assets" uses the Company's debenture definitions for other items to be considered in the net debt calculation, including, but not limited to, contingent considerations and derivative financial instruments, such as acquisition payables, minority shareholder put and call options, and/or interest rate swaps; (d) "Adjusted Net Debt/LTM EBITDA" considers the "Adjusted Net Debt" indicator divided by "LTM EBITDA", using the definitions of net debt and EBITDA from the Company's debentures. For more details, see the [indenture](#).

At the end of 4Q25, the Company held a solid cash position of R\$ 3,426 million and gross debt of R\$ 7,504 million, with 87% maturing in the long term. Adjusted net debt stood at R\$ 4,098 million, resulting in an adjusted net debt/LTM EBITDA ratio, based on the Company's debenture definitions, of 1.19x.

This ratio slightly increased compared to 3Q25, mainly reflecting higher investments in club expansion during the period, which more than offset the solid growth in the Company's LTM EBITDA combined with strong operating cash generation.

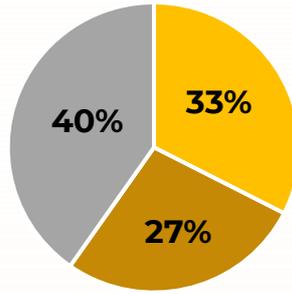
The adjusted net debt/LTM EBITDA ratio, excluding the effects of IFRS 16 related to real estate leases, ended 4Q25 at 1.78x (vs. 1.57x in 3Q25), a healthy level, especially considering the Company's highly predictable results and the long-term maturity profile of its debt. Additionally, the annualized adjusted net debt/LTM EBITDA ratio for 4Q25, excluding IFRS-16 effects on real estate leases, stands at 1.65x.

The Company demonstrates strong financial liquidity, driven by the R\$ 2.6 billion raised in the primary public offering of shares and loan finances, with gradual terms improvement over the past 24 months. These operations allowed for the extension of debt maturities and lower financial costs.

Additionally, the Company continued to execute liability management initiatives, featuring the issue of its first 10-year series in the Company's history as part of one of the three series of the 13th issue. The transaction was concluded at the lowest all-in cost in recent years, demonstrating the Company's financial discipline, access to capital at competitive costs, and ability to optimize its capital structure even in a challenging macroeconomic environment.

The Company seeks to finance its expansion needs in each country where it operates by combining local operating cash generation with funding from financial institutions. Within this context, the net debt breakdown is diversified: Brazil, Mexico, and Other Countries accounted for 38%, 27%, and 35% of the Company's net debt, respectively, at the end of 4Q25.

In most countries where the Company operates owned clubs and holds local debt, the current outlook is for continued reductions in local interest rates. At the end of 4Q25, the Company's net debt was as follows.



■ Brazil ■ Mexico ■ Other Countries

The Company maintains debt and financing maturities aligned with its operational cash generation capacity, using local financing lines to support expansion in the countries where it operates. At the end of 4Q25, the gross debt maturity schedule was as follows:

Gross Debt Maturities <sup>a</sup>	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	Total
% of total	13%	14%	22%	26%	14%	6%	2%	1%	1%	1%	100%
Total	950	1,083	1,648	1,945	1,080	450	150	67	67	67	7,504
Brazil	159	128	926	1,569	939	450	150	67	67	67	4,520
Mexico	303	409	287	138	0	0	0	0	0	0	1,136
Other Countries <sup>b</sup>	488	545	435	238	141	0	0	0	0	0	1,848

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

## **SUBSEQUENT EVENTS**

### **STAKE INCREASE IN TOTALPASS MEXICO**

On January 2, 2026, Smart Fit's operating subsidiary, LATAMGYM, S.A.P.I. de C.V. ("Latamgym México"), exercised its right to subscribe 5,000 shares held in treasury by Total Pass, S.A.P.I. de C.V. As a result of this transaction, Latamgym México's ownership stake increased from 33.33% to 66.67%, becoming the largest shareholder of the company.

### **PRIVATE CAPITAL INCREASE**

On February 04, 2026, the Company published a Notice to the Shareholders to inform the capital increase was ratified through the private subscription of new common shares using the credit related to interest on equity distributed on January 13, 2026, and approved on December 01, 2025, totaling R\$ 376,463,032.54 with the issue of 18,879,791 new registered common shares with no par value. As a result, the Company's share capital increased from R\$ 3,147,667,884.00 to R\$ 3,524,130,916.54, divided into 616,129,844 shares. The newly issued shares will have the same rights as the existing shares and will be fully entitled to dividends and/or interest on equity, as well as any other applicable rights.

### **SHARE DISPOSAL AND TERMINATION OF SHAREHOLDERS' AGREEMENT**

As disclosed in the Notice to the Market dated February 23, 2026, the Pátria Funds sold the entirety of the Company's common shares held by them, representing 6.88% of the share capital, through an organized auction (block trade) carried out on that date on B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão. As a result of this sale, the Shareholders' Agreement was automatically terminated and ceased to produce effects. Following the completion of this transaction, the Company no longer has a defined controlling shareholder under the applicable legislation, with the Corona Family remaining as the reference shareholder, holding 14.88% of the Company's share capital.

### **FOURTEENTH DEBENTURE ISSUE**

On March 03, 2026, the Company released a Notice to the Market informing that the Board of Directors, at a meeting held on that date, approved its 14th issue of simple, unsecured debentures, non-convertible into shares, in up to two series, in the initial amount of R\$ 1,320,000,000.00 (one billion, three hundred and twenty million reais), to be publicly distributed under the automatic registration procedure. The Company may increase the number of Debentures initially offered by up to 25%, corresponding to up to 330,000 additional Debentures, in accordance with the terms and limits established under the applicable legislation.

## SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS

We strengthened our ESG agenda by integrating technological efficiency into our operations and reinforcing our governance pillars, enhancing business resilience and market recognition.

Our environmental strategy focused primarily on optimizing our energy matrix and improving the management of natural resources. We expanded the number of clubs operating with renewable energy — either through the Free Energy Market or Distributed Generation — to 370 clubs in Brazil, 52 in Mexico (Distributed Generation), and 6 in Colombia (rooftop generation), a 95% increase compared to 4Q24, reducing our exposure to tariff volatility and increasing cost predictability.

The air-conditioning automation project also progressed significantly, reaching 608 clubs (+84% vs. 4Q24) across Brazil, Mexico, Colombia, and Peru, with 249, 273, 123, and 69 clubs, respectively, operating with the system.

Additionally, water monitoring telemetry in Brazil and Mexico expanded to 509 and 273 clubs, respectively (+114% vs. 4Q24), enabling real-time monitoring of consumption and improved control of inefficiencies.

It is worth noting that the increase in these indicators compared to 2024 reflects the implementation and recognition of these projects in Mexico, Colombia, and Peru, as the comparative base in the previous year included only data from Brazil.

Complementing our climate strategy, we concluded our first greenhouse gas emissions inventory, establishing the baseline for defining our decarbonization targets.

In the social pillar, our strategy focused on strengthening brand equity and generating positive impact in the communities where we operate.

In Brazil, we allocated R\$ 2.1 million to 22 projects, efficiently leveraging incentives to promote sports and culture. Our collaboration with UNICEF also achieved strong engagement, with a significant increase in donors across the Smart Fit brand (+86% vs. 4Q24) and Bio Ritmo (+240% vs. 4Q24), in addition to strong participation in other Latin American countries, highlighting the scale and reach.

Across the region, we mobilized high-impact campaigns, including clothing and toy donation drives in Mexico, Peru, and the Southern Cone. In Chile, circular economy and accessibility initiatives stood out, transforming textile waste into new products and training teams to provide more inclusive service, reinforcing our social commitment.

Internally, people management advanced through the harmonization of global processes, supported by a strong data-driven culture. The Group's Climate and Culture Survey was expanded to all countries, achieving over 80% participation, mapping employee engagement, and supporting the Group's strategic decision-making.

Finally, within the governance pillar, we strengthened our compliance and transparency framework, elevating reporting standards and enhancing dialogue with shareholders and other stakeholders.

We completed our Double Materiality process, an essential tool to identify ESG impacts, risks, and opportunities that may influence the Company's long-term value, reinforcing the integration of sustainability into corporate strategy. Our commitment to compliance was further strengthened through a Corporate Governance Training Program delivered to 70 senior leadership members, supporting institutional development and the standardization of governance across the organization.

This institutional progress was recognized by the market with the inclusion of SMFT3 in the 2025 IDIVERSA B3 portfolio and in the prestigious Extel 2025 (Institutional Investor) ranking, where the Company stood out in the Best ESG Program category, reaffirming the confidence of both local and international investors in our sustainability management. Full details of these initiatives and the evolution of our ESG indicators will be available in the 2025 Sustainability Report.

Financial figures presented from this point onward reflect the adoption of IFRS-16

### IMPACT OF THE ADOPTION OF IFRS 16

The Company adopted IFRS 16 / CPC 06 (R2) – Leases – on January 01, 2019. The application of this standard substantially affected the accounting of lease contracts for the spaces where the Company's clubs operate. Future lease obligations are recognized as lease liabilities, and the right-of-use assets are recognized at the same value. For income statement purposes, fixed lease payments are replaced by depreciation of the right-of-use asset and financial expense on the lease liability. Variable lease payments continue to be recognized as the cost of services provided.

The Company opted for the modified retrospective approach upon adoption of IFRS 16 / CPC 06 (R2), applied only from January 01, 2019. The impacts of IFRS 16 / CPC 06 (R2) on the Company's results are detailed below.

<b>Statement of Profit and Loss</b> (R\$ million)	<b>4Q25</b> <b>Reported</b>	<b>Impacts of</b> <b>IFRS 16</b>	<b>4Q25</b> <b>excluding</b> <b>IFRS 16</b>	<b>4Q24</b> <b>Reported</b>	<b>Impacts of</b> <b>IFRS 16</b>	<b>4Q24</b> <b>excluding</b> <b>IFRS 16</b>	<b>2025</b> <b>Reported</b>	<b>Impacts of</b> <b>IFRS 16</b>	<b>2025</b> <b>excluding</b> <b>IFRS 16</b>	<b>2024</b> <b>Reported</b>	<b>Impacts of</b> <b>IFRS 16</b>	<b>2024</b> <b>excluding</b> <b>IFRS 16</b>
Net Revenue	1,948.2	–	1,948.2	1,540.6	–	1,540.6	7,241.7	–	7,241.7	2,617.6	–	2,617.6
Cost of services	(1,125.8)	98.1	(1,223.9)	(894.1)	77.3	(971.4)	(4,164.7)	372.3	(4,537.0)	(1,538.7)	134.0	(1,672.8)
Rents and other occupation costs	(58.2)	310.0	(368.3)	(53.9)	248.0	(301.9)	(242.4)	1,138.8	(1,381.2)	(85.0)	424.1	(509.1)
Depreciation and amortization (cost)	(459.4)	(212.0)	(247.4)	(373.4)	(170.7)	(202.7)	(1,700.9)	(766.5)	(934.4)	(659.0)	(290.1)	(369.0)
Gross profit	822.4	98.1	724.4	646.5	77.3	569.2	3,077.0	372.3	2,704.6	1,078.8	134.0	944.8
SG&A	(365.9)	0.7	(366.6)	(291.5)	0.7	(292.2)	(1,384.1)	13.2	(1,397.3)	(490.3)	1.2	(491.5)
Selling expenses	(132.8)	–	(132.8)	(114.6)	–	(114.6)	(540.3)	–	(540.3)	(196.0)	–	(196.0)
General and administrative	(198.4)	3.6	(202.1)	(151.9)	3.1	(155.0)	(725.3)	13.5	(738.8)	(252.2)	5.0	(257.2)
Rents and other occupation costs	(2.5)	3.6	(6.1)	(2.4)	3.1	(5.5)	(10.6)	13.5	(24.1)	(3.4)	5.0	(8.4)
Pre-operating expenses	(22.2)	–	(22.2)	(11.6)	–	(11.6)	(46.1)	–	(46.1)	(13.8)	–	(13.8)
Depreciation and amortization (costs)	(17.9)	(3.0)	(15.0)	(8.7)	(2.4)	(6.3)	(56.3)	(11.0)	(45.3)	(15.9)	(3.9)	(12.0)
Others (expenses) revenue	(5.3)	–	(5.3)	(4.7)	–	(4.7)	(26.8)	–	(26.8)	(12.4)	–	(12.4)
Extraordinary Items	10.7	–	10.7	–	–	–	10.7	–	10.7	(0.0)	–	(0.0)
Equity Income	0.2	–	0.2	1.0	–	1.0	5.0	–	5.0	(1.6)	–	(1.6)
Operating profit (loss) before financial result	456.8	98.7	358.0	356.1	78.0	278.1	1,697.8	374.8	1,323.0	586.9	135.2	451.7
Financial Result	(265.3)	(141.2)	(124.1)	(215.1)	(121.6)	(93.5)	(953.4)	(514.9)	(438.5)	(359.0)	(190.8)	(168.2)
Income tax and Social Contribution <sup>a</sup>	23.0	15.4	7.6	24.1	12.2	11.9	(103.9)	42.3	(146.2)	(39.1)	19.8	(58.9)
Net profit	214.4	(27.1)	241.5	165.1	(31.4)	196.5	640.5	(97.8)	738.4	188.9	(35.7)	224.6

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

Gross profit	822.4	98.1	724.4	646.5	77.3	569.2	3,077.0	372.3	2,704.6	1,078.8	134.0	944.8
Depreciation and amortization (costs)	459.4	212.0	247.4	373.4	170.7	202.7	1,700.9	766.5	934.4	659.0	290.1	369.0
Gross profit excluding depreciation	1,281.8	310.0	971.8	1,019.9	248.0	772.0	4,777.9	1,138.8	3,639.1	1,737.9	424.1	1,313.8
<i>Gross Margin excluding depreciation</i>	<i>65.8%</i>		<i>49.9%</i>	<i>66.2%</i>		<i>50.1%</i>	<i>66.0%</i>		<i>50.3%</i>	<i>66.4%</i>		<i>50.2%</i>
Net profit	214.4	(27.1)	241.5	165.1	(31.4)	196.5	640.5	(97.8)	738.4	188.9	(35.7)	224.6
(-) IR & CSLL	(23.0)	(15.4)	(7.6)	(24.1)	(12.2)	(11.9)	103.9	(42.3)	146.2	39.1	(19.8)	58.9
(-) Financial Result	265.3	141.2	124.1	215.1	121.6	93.5	953.4	514.9	438.5	359.0	190.8	168.2
(-) Depreciation and amortization	477.4	214.9	262.4	382.1	173.1	209.0	1,757.2	777.5	979.7	674.9	293.9	381.0
EBITDA	934.1	313.7	620.5	738.2	251.1	487.1	3,455.0	1,152.3	2,302.7	1,261.8	429.1	832.7
<i>EBITDA Margin</i>	<i>47.9%</i>		<i>31.8%</i>	<i>47.9%</i>		<i>31.6%</i>	<i>47.7%</i>		<i>31.8%</i>	<i>48.2%</i>		<i>31.8%</i>

## RESULTS PRESENTATION

The Company operates owned clubs in Brazil, Mexico, Colombia, Chile, Peru, Panama, Costa Rica, Argentina, Paraguay, and Uruguay, and franchised operations in Brazil, Mexico, Colombia, the Dominican Republic, El Salvador, Ecuador, Guatemala, and Honduras. Consolidation in the Income Statement for each period is detailed below:

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

## INCOME STATEMENT

INCOME STATEMENT (R\$ million)	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>Net Revenue</b>	<b>1,948.2</b>	<b>1,540.6</b>	<b>26%</b>	<b>1,824.2</b>	<b>7%</b>	<b>7,241.7</b>	<b>5,580.3</b>	<b>30%</b>
Costs of Services Rendered	(1,125.8)	(894.1)	26%	(1,061.1)	6%	(4,164.7)	(3,267.4)	27%
<b>Gross Profit</b>	<b>822.4</b>	<b>646.5</b>	<b>27%</b>	<b>763.0</b>	<b>8%</b>	<b>3,077.0</b>	<b>2,312.9</b>	<b>33%</b>
Operating revenues (expenses)								
Sales	(154.9)	(126.2)	23%	(136.5)	13%	(586.4)	(451.0)	30%
General and administrative	(216.3)	(160.6)	35%	(197.8)	9%	(781.6)	(575.3)	36%
Equity accounting	0.2	1.0	(76%)	3.2	(92%)	5.0	0.8	494%
Other (expenses) revenues	5.4	(4.7)	-	(0.9)	-	(16.1)	(23.9)	(32%)
<b>Profit before financial result</b>	<b>456.8</b>	<b>356.1</b>	<b>28%</b>	<b>431.0</b>	<b>6%</b>	<b>1,697.8</b>	<b>1,263.6</b>	<b>34%</b>
Financial result	(265.3)	(215.1)	23%	(238.5)	11%	(953.4)	(767.3)	24%
<b>Profit before IR/CS</b>	<b>191.4</b>	<b>141.0</b>	<b>36%</b>	<b>192.5</b>	<b>(1%)</b>	<b>744.4</b>	<b>496.3</b>	<b>50%</b>
Income tax and Social Contributio	23.0	24.1	(5%)	(48.2)	-	(103.9)	(55.8)	86%
<b>Net profit (loss)</b>	<b>214.4</b>	<b>165.1</b>	<b>30%</b>	<b>144.3</b>	<b>49%</b>	<b>640.5</b>	<b>440.6</b>	<b>45%</b>

## BALANCE SHEET

<b>ASSETS (R\$ million)</b>	<b>4Q25</b>	<b>4Q24</b>
<b>CURRENT</b>	<b>4,798</b>	<b>4,112</b>
Cash and cash equivalents	3,426	2,947
Customers	685	554
Derivative financial instruments	9	7
Other receivables	678	604
<b>NON-CURRENT</b>	<b>16,700</b>	<b>14,238</b>
Permanent assets	6,985	5,537
Right-of-use assets	5,713	4,934
Intangible assets	2,551	2,395
Investment	1	55
Other assets	1,450	1,316
<b>TOTAL ASSETS</b>	<b>21,498</b>	<b>18,350</b>
<b>LIABILITY (R\$ million)</b>	<b>4Q25</b>	<b>4Q24</b>
<b>CURRENT</b>	<b>3,646</b>	<b>2,792</b>
Borrowings	939	760
Lease liabilities	789	650
Suppliers	626	442
Deferred revenue	243	216
Other liabilities	1,048	724
<b>NON-CURRENT</b>	<b>12,188</b>	<b>10,087</b>
Borrowings	6,538	5,155
Lease liabilities	5,485	4,751
Other liabilities	165	181
<b>SHAREHOLDERS' EQUITY</b>	<b>5,663</b>	<b>5,472</b>
Share capital	3,148	2,970
Capital reserves	831	848
Legal reserves	106	74
Profit Reserve	809	825
Other comprehensive income	768	739
Noncontrolling interest	2	16
<b>TOTAL LIABILITY AND SHAREHOLDERS' EQUITY</b>	<b>21,498</b>	<b>18,350</b>

## CASH FLOW

Cash Flow Statement (R\$ million)	4Q25	4Q24	4Q25 vs. 4Q24	3Q25	4Q25 vs. 3Q25	2025	2024	2025 vs. 2024
<b>CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES</b>								
Result for the Period	214.4	165.1	30%	144.3	49%	640.5	440.6	45%
Depreciation and amortization	477.4	382.1	25%	444.3	7%	1,757.2	1,412.3	24%
Write-off of intangible assets and fixes assets	15.7	19.6	(20%)	17.3	(10%)	56.8	44.0	29%
Accrued interest on debt and exchange variation	217.6	158.2	38%	204.5	6%	781.2	599.9	30%
Accrued interest on leases	148.1	119.7	24%	135.8	9%	540.1	428.1	26%
Others	(141.4)	(84.3)	68%	(61.8)	129%	(264.7)	(178.8)	48%
Working capital variation	(21.5)	(77.3)	(72%)	12.6	-	(28.9)	(323.7)	(91%)
<b>Cash generated by (used in) operating activities</b>	<b>910.3</b>	<b>683.1</b>	<b>33%</b>	<b>897.0</b>	<b>1%</b>	<b>3,482.3</b>	<b>2,422.4</b>	<b>44%</b>
Interest paid on loans and debentures	(253.3)	(205.8)	23%	(130.3)	94%	(720.3)	(517.2)	39%
Interest paid on leases	(148.0)	(119.2)	24%	(135.5)	9%	(539.2)	(425.4)	27%
Income tax and social contribution paid	(17.7)	(19.1)	(7%)	(4.4)	304%	(130.1)	(104.3)	25%
<b>Net cash generated by (used in) operating activities</b>	<b>491.4</b>	<b>339.1</b>	<b>45%</b>	<b>626.8</b>	<b>(22%)</b>	<b>2,092.7</b>	<b>1,375.5</b>	<b>52%</b>
<b>CASH FLOW FROM INVESTMENT ACTIVITIES</b>								
Additions to fixed asset	(918.4)	(710.9)	29%	(509.8)	80%	(2,322.9)	(1,819.2)	28%
Additions to intangible assets	(8.3)	(26.5)	(69%)	(4.1)	101%	(16.2)	(60.9)	(73%)
Initial direct costs of right-of-use assets	(5.2)	(9.1)	(43%)	(19.6)	(74%)	(41.3)	(65.1)	(37%)
Payments for the acquisition of group of assets, subsidiary and joint venture	(11.9)	(89.8)	(87%)	(4.1)	188%	(115.9)	(368.2)	(69%)
Capital increase in subsidiary and joint venture	-	0.1	-	-	-	(0.7)	(0.5)	58%
Financial Investments	(227.8)	49.2	-	(6.6)	3372%	(289.9)	283.3	-
Related parties and loans with third parties	1.5	4.3	(65%)	0.5	184%	15.9	(24.5)	-
Payment of contingent consideration	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Net cash used in investment activities</b>	<b>(1,170.0)</b>	<b>(782.7)</b>	<b>49%</b>	<b>(543.8)</b>	<b>115%</b>	<b>(2,771.1)</b>	<b>(2,055.0)</b>	<b>35%</b>
<b>CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES</b>								
Payment of loans and costs	(184.0)	(130.2)	41%	(835.2)	(78%)	(1,314.8)	(2,070.9)	(37%)
Proceeds from loans	1,204.9	730.3	65%	1,114.6	8%	2,761.4	3,803.5	(27%)
Payment of lease	(186.3)	(154.2)	21%	(167.0)	12%	(677.6)	(605.9)	12%
Repurchase of shares, net of receipts	(4.0)	(73.2)	(95%)	(23.6)	(83%)	(27.6)	(73.2)	(62%)
Aquisition of treasury shares	-	-	-	(0.8)	-	(0.8)	-	-
Others	(39.4)	(1.0)	4000%	(37.5)	5%	(184.1)	(47.2)	290%
<b>Net cash generated by (used in) financing activities</b>	<b>791.3</b>	<b>371.8</b>	<b>113%</b>	<b>50.6</b>	<b>1463%</b>	<b>556.5</b>	<b>1,006.4</b>	<b>(45%)</b>
<b>INCREASE (REDUCTION) OF BALANCE OF CASH AND EQUIVALENT</b>								
	<b>112.6</b>	<b>(71.8)</b>	<b>-</b>	<b>133.7</b>	<b>(16%)</b>	<b>(121.9)</b>	<b>326.9</b>	<b>-</b>
Opening balance	1,191.2	1,520.9	(22%)	1,059.2	12%	1,490.6	1,103.4	35%
Closing balance	1,330.8	1,490.6	(11%)	1,191.2	12%	1,330.8	1,490.6	(11%)
Exchange variation on cash and cash equivalents	27.0	41.6	(35%)	(1.7)	-	(37.9)	60.3	-



# Investor Relations

**José Luís Rizzardo** | CFO and IRO  
**Matheus Nascimento** | IR Manager  
**Juliana Pallot** | IR Coordinator  
**Luis Fernando Campos** | IR Specialist  
**Marcelo Reis** | IR Senior Analyst

[ri@smartfit.com](mailto:ri@smartfit.com)

