GRUPO smart fit

APRESENTAÇÃO DE **RESULTADOS**

4T25

BIO RITMO | smart fit | NATION CT | BE N STUDIOS | TOTALPASS | QUEIMA DIÁRIA

AVISO LEGAL

Esta apresentação contém declarações futuras e informações relacionadas à Companhia que refletem as visões atuais e/ou expectativas da Companhia e de sua Administração com respeito à sua performance, seus negócios e eventos futuros. Declarações prospectivas incluem, sem limitação, qualquer declaração que possua previsões, estimativas e projeções sobre resultados futuros, performance ou objetivos, bem como os termos "acreditamos", "antecipamos", "esperamos", "estimamos", "projetamos", entre outros com significado semelhante. Referidas declarações prospectivas estão sujeitas a riscos, incertezas e eventos futuros. Advertimos os investidores que diversos fatores fazem com que os resultados efetivos diferenciem-se de modo relevante de tais planos, objetivos, expectativas, projeções e intenções expressadas nesta apresentação. Em nenhuma circunstância, nem a Companhia, nem suas subsidiárias, conselheiros, diretores, agentes ou funcionários serão responsáveis perante terceiros (incluindo investidores) por qualquer decisão de investimento tomada com base nas informações e declarações presentes nesta apresentação, ou por qualquer dano dela resultante, correspondente ou específico. As informações de posição competitiva, incluindo projeções de mercado citadas ao longo desta apresentação, e informações sobre o potencial do mercado de atuação da Companhia, foram obtidas por meio de pesquisas internas, pesquisas de mercado, informações de domínio público e publicações empresariais. Esta apresentação e seu conteúdo são informações de propriedade da Companhia e não podem ser reproduzidas ou circuladas, parcial e ou totalmente, sem o prévio consentimento por escrito da Companhia.

DESTAQUES 4T25

- **RECORDE DE 341 UNIDADES ADICIONADAS EM 2025 E SÓLIDO CRESCIMENTO DE 20%** DA REDE DE ACADEMIAS, TOTALIZANDO 2.084 UNIDADES EM 16 PAÍSES NO 4T25

- **RECEITA LÍQUIDA COM FORTE CRESCIMENTO DE 26% VS. 4T24 E 30% VS. 2024**

- **MARGEM BRUTA CAIXA ANTES DOS CUSTOS PRÉ-OPERACIONAIS[1] DE 51,8%**, +0,3p.p. VS. 4T24, COM **MANUTENÇÃO** DA MARGEM DE MADURAS[2], **CONSISTENTE *RAMP-UP*** DOS NOVOS VINTAGES E FORTE **INCREMENTO** DE OUTROS NEGÓCIOS

- **EBITDA AJ.[3]** DE **R$610 M** NO 4T25 **(+25% VS. 4T24)** E **ROBUSTA GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL DE R$600 M,** UMA ALTA CONVERSÃO DE 98%

- **CRESCIMENTO DE 19% DO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE[3], TOTALIZANDO R$235 M** NO 4T25, COM MARGEM LÍQUIDA DE **12,0%**

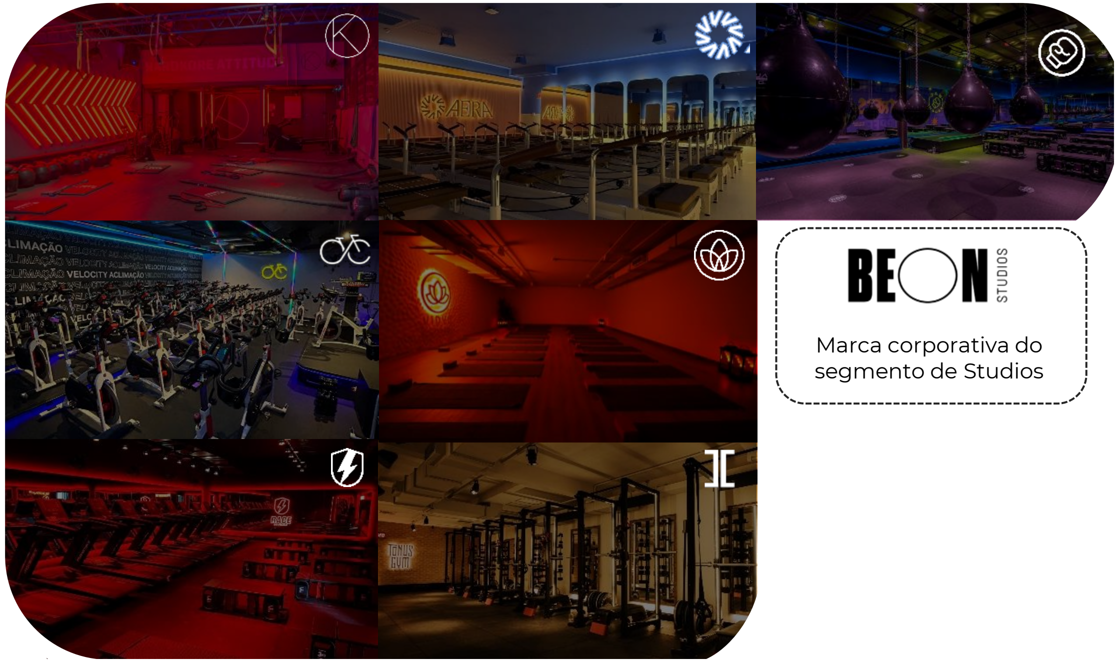
(1) Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2) e os custos pré-operacionais com aberturas de novas unidades; (2) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; (3) Exclui os efeitos do IFRS-16/CPC06 e impactos não recorrentes;

GRUPO SMART FIT: PORTFÓLIO DE MARCAS ÚNICO E ROBUSTO

Marcas que conectam pessoas, tecnologia e propósito, transformando a forma de se relacionar com o *fitness*

ACADEMIAS

STUDIOS



BE ON STUDIOS

Marca corporativa do segmento de Studios

AGREGADOR

PAPEL ESTRATÉGICO DO TP

TotalPass reforça a proposta de valor do Grupo

REPRESENTATIVIDADE RECEITA LÍQUIDA

AS ACADEMIAS SMART FIT PRÓPRIAS REPRESENTAM 89% DA RECEITA LÍQUIDA DO GRUPO *(vs. 91% em 2024)*

Além das marcas mencionadas, a Companhia também inclui outros negócios, com destaque para Queima Diária e FitMaster.

GRUPO SMART FIT: DESTAQUES OPERACIONAIS EM 2025

Expansão recorde, fortalecimento das marcas e evolução do ecossistema da Companhia

ACADEMIAS

smart fit

- **+ de 2 mil academias** em 16 países
- **Recorde** histórico de expansão (337 adições)
- Entrada em um **novo continente,** com a abertura no Marrocos
- **Aceleração da expansão** em mercados estratégicos

BIO RITMO

- **Retomada** da expansão da rede com 6 inaugurações
- **Reposicionamento estratégico** da marca
- **Evolução do produto**, com foco em experiência *premium*

STUDIOS

BEON STUDIOS

- **Conclusão da integração** da Velocity
- Lançamento de um **novo conceito de Pilates**
- Iniciativas de marketing de experiência para **fortalecer** o senso de comunidade

AGREGADOR

TOTALPASS

- **Aumento da capilaridade com** + de 40 mil academias cadastradas no Brasil e no México
- Ampliação do ***brand awareness*** para os públicos relevantes
- **Vertical de alto crescimento e diferencial competitivo único**

AVANÇOS NAS PRINCIPAIS MARCAS DO ECOSSISTEMA, CONSOLIDANDO O GRUPO COMO A PRINCIPAL PLATAFORMA DE *FITNESS* & *WELLNESS*

RECORDE DE EXPANSÃO EM 2025, E CONTINUIDADE DO RITMO EM 2026

Sólida expansão reforça a consistência da estratégia e da execução

2025 MARCA MAIS UM ANO DE FORTE EXPANSÃO DE ACADEMIAS

EXPANSÃO RECORDE EM 2025

GUIDANCE 2025 ✓

341 academias adicionadas, +12% vs. 2024

REDE DE ACADEMIAS DUPLICOU DESDE 2021

18% CAGR[21-25], um dos maiores do mundo

Expansão por região:
Rede ao final de 2025

Brasil **+161 (+20%)** 984 academias

Outros Países **+110 (+21%)** 635 academias

México **+70 (+18%)** 465 academias

2.084 Academias totais **(+20% vs. 2024)**

smart fit · BIO RITMO

Expansão 2025 aumentou a capilaridade da Companhia

79	cidades com **5 ou mais academias Smart Fit**
+80	**Novos municípios,** totalizando presença em mais de 550 cidades
35%	das adições em **cidades com população superior a 1M,** representando 49% da base de academias em 2025

***GUIDANCE[1]* 2026**

CONTINUIDADE NO SÓLIDO PATAMAR DE EXPANSÃO

330 – 350 Academias

Crescimento da rede em **16-17% vs. 2025**

- ✓ Resultado consistente das maduras
- ✓ Crescente demanda *fitness*
- ✓ Performance de *ramp-up* dos novos *vintages*
- ✓ Sólido *know-how* do time
- ✓ Disciplina na alocação de capital

SMART FIT: Argentina (Rosário)

SMART FIT: México (Cabo San Lucas)

BIO RITMO: Brasil (Rio de Janeiro)

NATION: Brasil (São Paulo)

(1) Conforme Fato Relevante divulgado em 11 de março de 2026.

SMART FIT: ANO EMBLEMÁTICO PARA A MARCA

Novo recorde de aberturas, início da operação em novo continente e aceleração do crescimento em mercados estratégicos

Rede com 2.048 unidades
Sendo 952 no Brasil, 465 no México e 631 em Outros Países

Aceleração da expansão
Novo recorde (+337), com aceleração em mercados estratégicos

Branding
Manutenção dos investimentos em marca, consolidando a Smart Fit como *Top of Mind* da categoria

Evolução de produto
Continuidade na ampliação e modernização de equipamentos e produtos

Experiência do cliente
NPS de 73 em dez/25 (vs. 72 em dez/24)

Oportunidade de crescimento
Modelo altamente escalável, com amplo *whitespace*

CRESCIMENTO ACELERADO COM GANHO DE RENTABILIDADE

1ª — **REDE DE ACADEMIAS A ALCANÇAR MAIS DE 2.000 UNIDADES NA AMÉRICA LATINA**

PRESENÇA EM 16 PAÍSES

Sendo 15 na América Latina e 1 na África (Entrada no Marrocos em 2025)

+0,6p.p. — **EXPANSÃO DE MARGEM BRUTA CAIXA EX-PRÉ-OPERACIONAIS[1] EM 2025 VS. 2024**

SMART FIT: Brasil (Goiás)

SMART FIT: Marrocos (Casablanca)

(1) Margem Bruta Caixa ex-Pré-Operacionais desconsidera os custos o os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2) e os custos relacionados a abertura de novas unidades.

BIO RITMO: NOVO CICLO ESTRATÉGICO EM 2025

Retomada da expansão, reposicionamento da marca, redesenho do produto e aprimoramento da experiência do cliente

Rede com 34 unidades
Sendo 28 unidades próprias e 6 franquias

Aceleração da expansão
6 inaugurações brutas, incluindo a entrada no Chile e no Peru

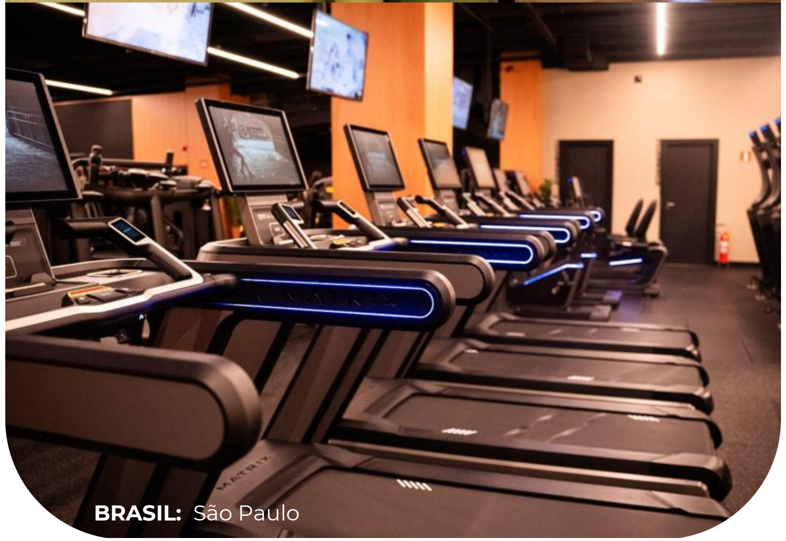
Branding
Reposicionamento de marca, ampliando experiências e maior engajamento da comunidade

Redesenho de produto
Equipamentos diferenciados, evolução do projeto arquitetônico, alinhado às tendencias globais

Experiência do cliente
Atendimento personalizado, serviços exclusivos e jornada integrada de saúde e bem-estar

Oportunidade de crescimento
Sólido pipeline de expansão em praças relevantes do Brasil

BRASIL: Rio de Janeiro



BRASIL: São Paulo

BRAND *AWARENESS*

*Evolução da marca com **novas campanhas e posicionamento***

BRAND EXPERIENCE

*Experiência única **dentro e fora das academias***

Evento Brand Experience no Copacabana Palace

Manhã Wellness Parque Villa-Lobos

Reveillon Carneiros

STUDIOS: CONSOLIDAÇÃO DAS MARCAS E FORTE CRESCIMENTO

Modelo operacional *asset light*, com diferenciais competitivos únicos

Rede com 180 unidades
Sendo 154 franquias e 26 próprias, e + de 270 salas

Aceleração da expansão
45 novas unidades, + de 90 salas, majoritariamente via franquias

Branding
Consolidação das 7 marcas nas suas respectivas modalidades

Redesenho de produto
Relaunch do Pilates, agora sob a marca Aera Pilates, com proposta mais moderna

Experiência do cliente
Melhora da fluidez da jornada e experiência dos alunos

Oportunidade de crescimento
Studios como "terceiro espaço", fortalecendo senso de comunidade

INTEGRAÇÃO APÓS A AQUISIÇÃO DA VELOCITY

*Ampliação da **rede de franqueados**, alavancando o crescimento*

AERA PILATES: São Paulo (Brasil)

BRAND EXPERIENCE

*Fortalecimento do **senso de comunidade**, engajamento e recorrência*

Race Run Club

Vidya Sessions

LANÇAMENTO DA BEON EM 2026

BEON, marca corporativa dos Studios, nasce com propósito de ampliar a integração entre as marcas e aprimorar a jornada do cliente

TOTALPASS REFORÇA A PROPOSTA DE VALOR DO GRUPO

Modelo *asset light* de negócios B2B2C

GRUPO smart fit

FONTES DE RECEITA

Corporativo

1 **Empresas:** No contrato comercial, é cobrado um **valor por colaborador** (“*Fee* RH”)

Usuário Final

2 **Colaborador:** Contrata o TP por meio de **planos mensais** (“*Copay*”)

Mensalidades variam de ***R$39,90 a R$699,90***

Usuário Final

3 **Colaborador com plano ativo utiliza o TP:** Usuário final utiliza a rede parceira

DESEMBOLSO

Rede Parceira

4 **Repasse:** Redes parceiras recebem um **valor por visita** do usuário final

✓ TotalPass **aumenta o mercado endereçável**, adicionando **novas fontes de receitas**

✓ **Marcas fortes e capilaridade única** potencializam o crescimento do TotalPass;

TOTALPASS REFORÇA A PROPOSTA DE VALOR DO GRUPO

Vantagens competitivas únicas, potencializando o crescimento e ganho de *market share*

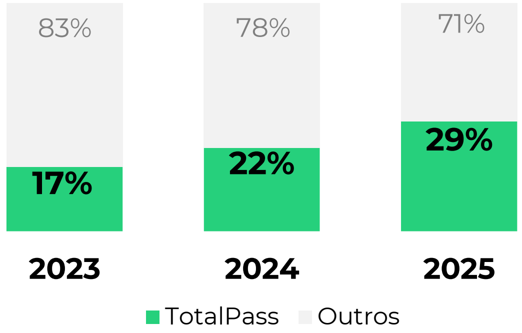
TOTALPASS EM NÚMEROS
BRASIL EM 2025

Expansão da Capilaridade

+ de 32 mil
Redes parceiras
+52% vs. 2024

~1,9 mil
Cidades
+36% vs. 2024

MARKET SHARE DE USUÁRIOS (BR)
Sensor Tower: *Month Activity Users* (MAU)

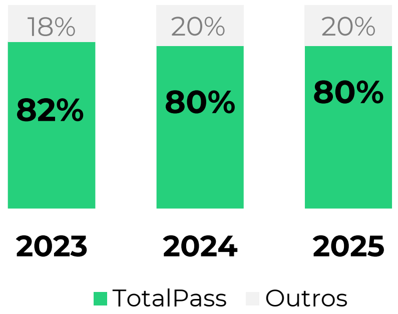


TOTALPASS EM NÚMEROS
MÉXICO EM 2025

Expansão da Capilaridade

+ de 8 mil
Redes parceiras
+46% vs. 2024

MARKET SHARE DE USUÁRIOS (MX)
Sensor Tower: *Month Activity Users* (MAU)



BRAND AWARENESS
1ª grande campanha de marca de grande alcance focada em usuários finais

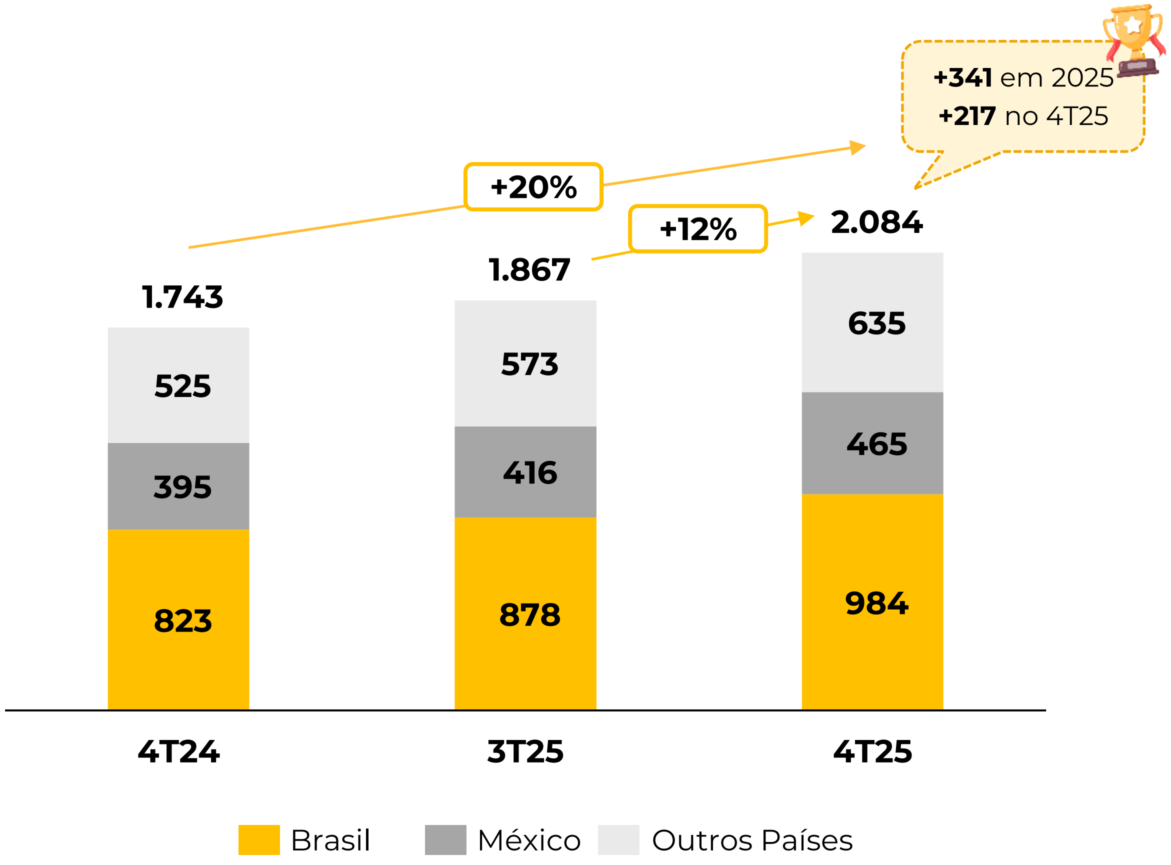
POSICIONAMENTO DE MARCA
Orla TotalPass, localizada no Parque Villa Lobos (SP): espaço para cuidar da saúde

1,7M Usuários finais **(+62% vs. 2024)**

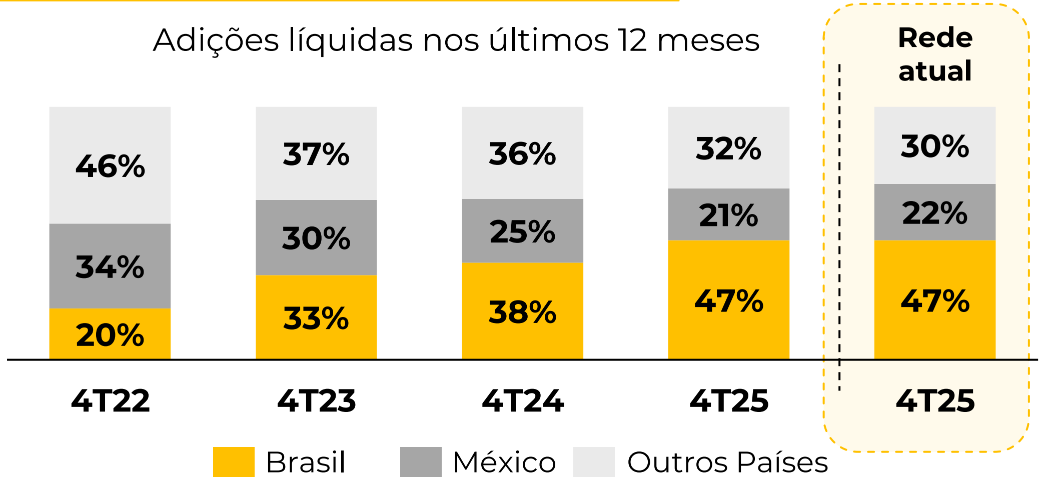
EXPANSÃO DA REDE DE ACADEMIAS

Adição de 341 academias em 2025, com entrada em novo país, totalizando 2.084 no 4T25

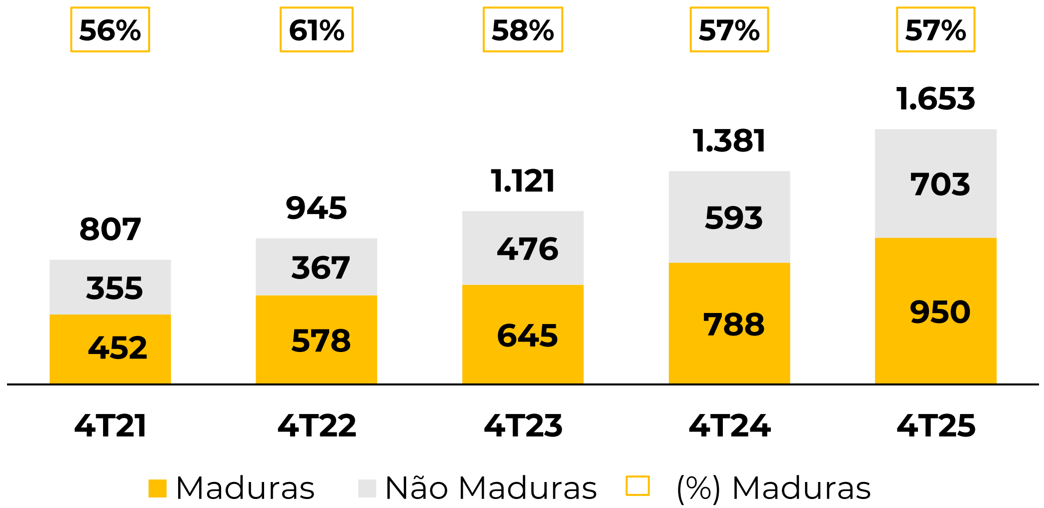
EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE ACADEMIAS[1]



COMPOSIÇÃO DA REDE DE ACADEMIAS POR REGIÃO



EVOLUÇÃO ACADEMIAS PRÓPRIAS SMART FIT POR *AGING*[2]

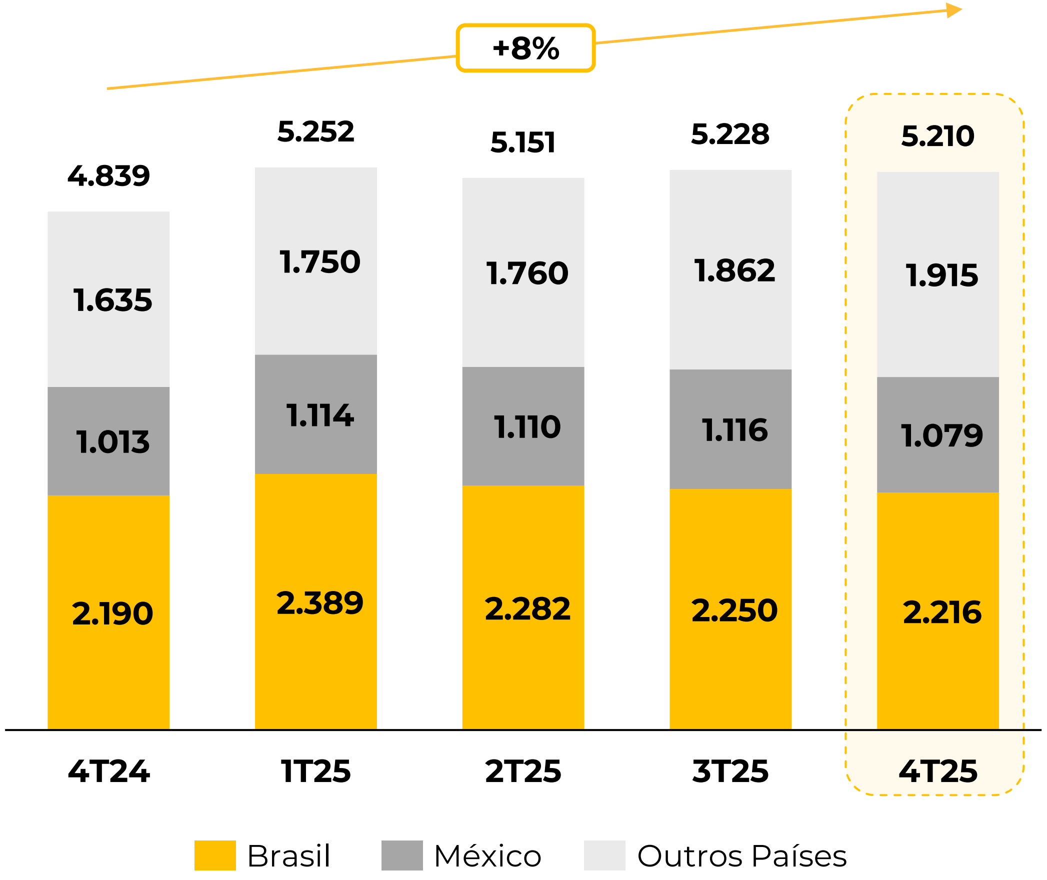


(1) Considera todas as academias da Companhia (não considera Studios); (2) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário.

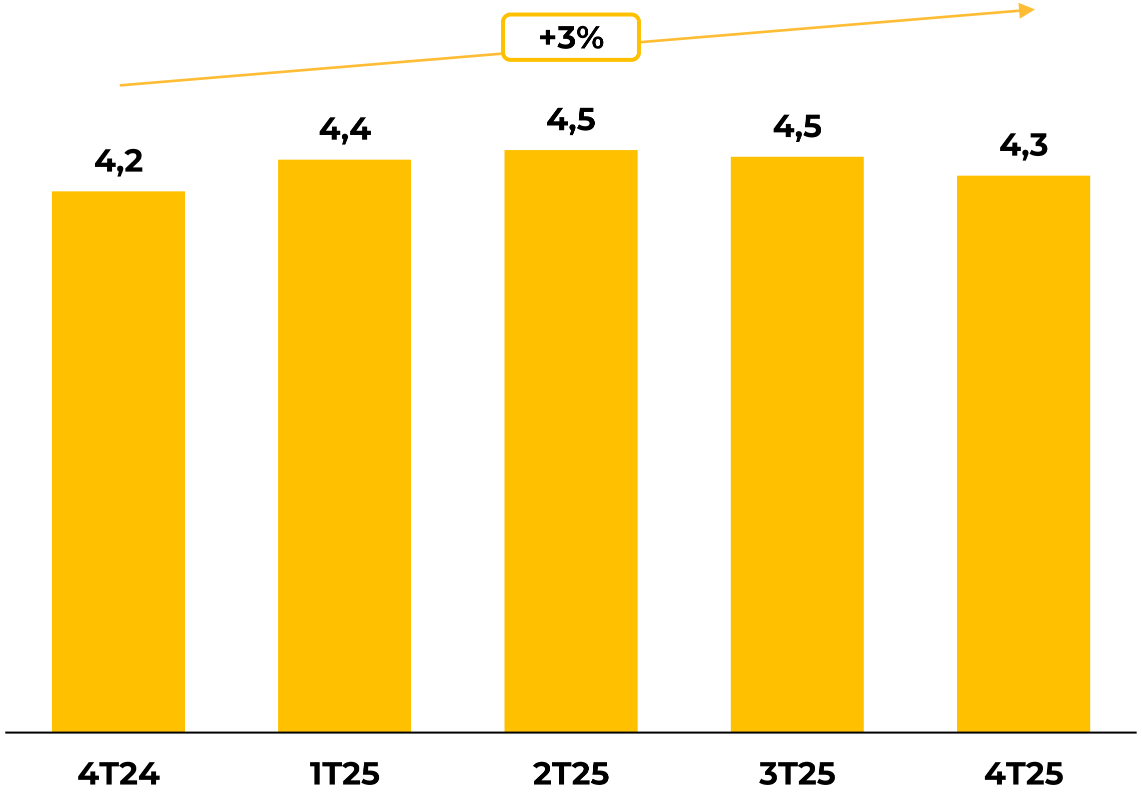
CONTÍNUO CRESCIMENTO DE CLIENTES E RECEITA

No 4T25, a base de clientes em academias ultrapassou 5,2 M (+8% vs. 4T24)

BASE DE CLIENTES EM ACADEMIAS[1]
(# '000 final do período)



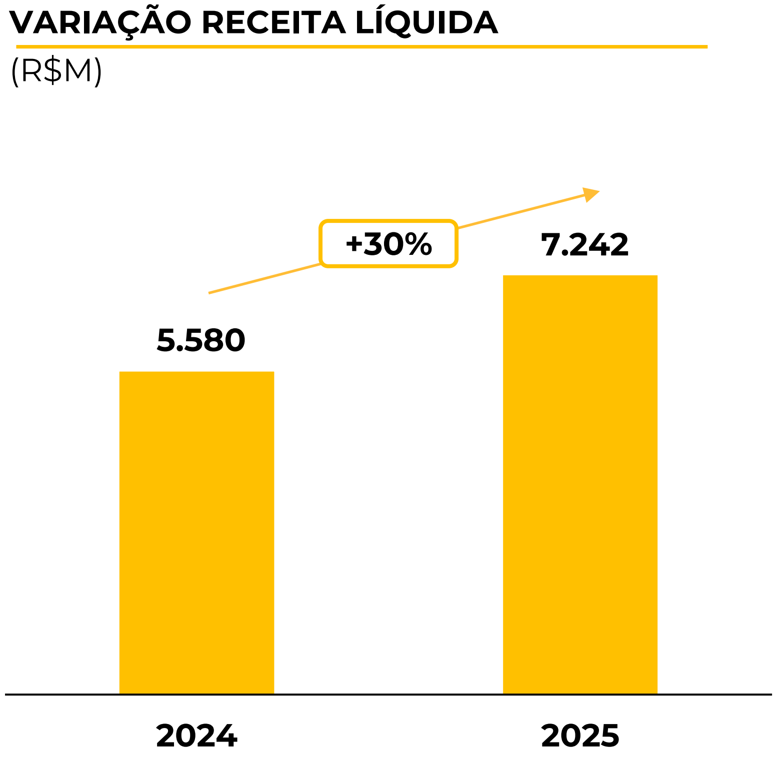
RECEITA LÍQUIDA MÉDIA POR SMART FIT PRÓPRIA (ANUALIZADA)
(R$ M)

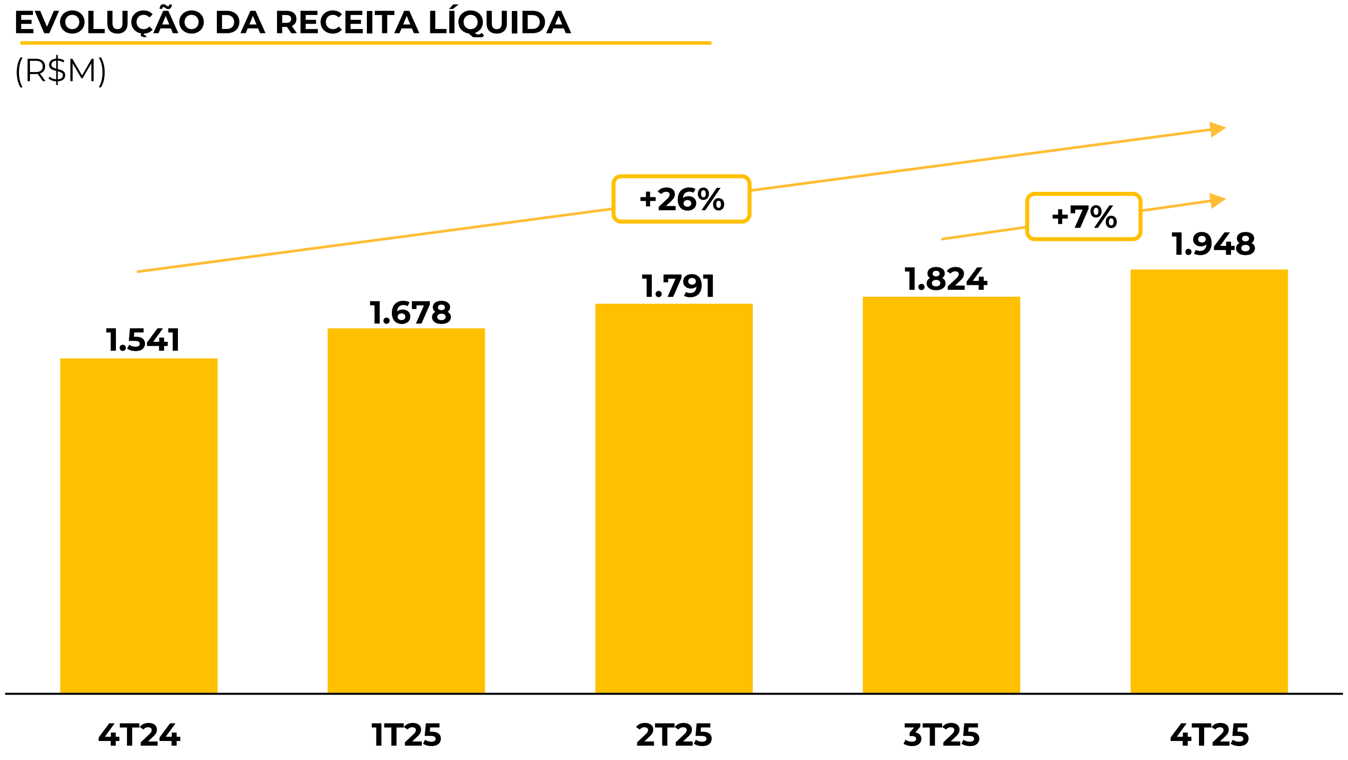


No 4T25, a receita líquida média anualizada por academia própria cresceu **3% vs. 4T24** devido ao **aumento no número médio de alunos e incremento de ticket médio**

(1) Base de clientes em academias não inclui os alunos do TotalPass

RECEITA LÍQUIDA



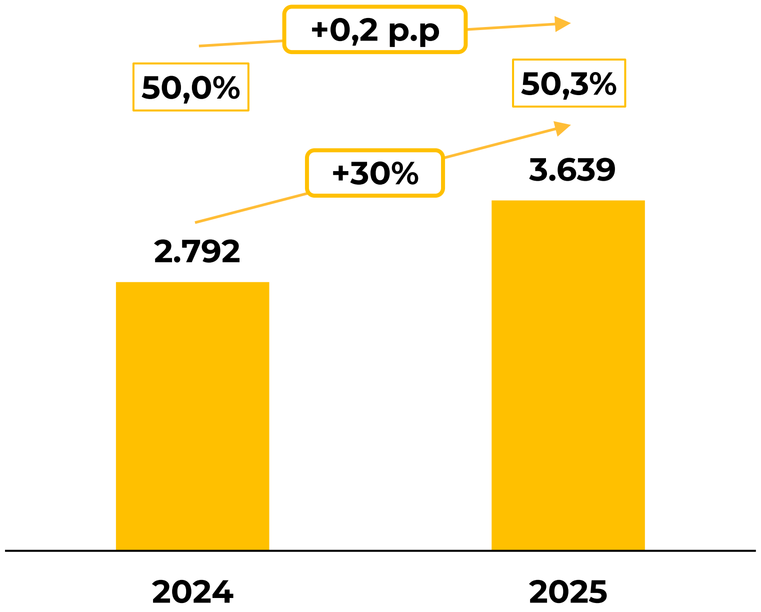


- A receita líquida do 4T25 totalizou **R$1,9 BI**, um sólido crescimento de **+26% vs. 4T24**, reflexo do aumento de 9% na base média de clientes Smart Fit próprias, impulsionado pela sólida expansão de 19% da rede e pela maturação dessas academias
- O ticket médio da Smart Fit próprias aumentou em **12% vs. 4T24**, com crescimento em todas as regiões de atuação
- Outros negócios apresentaram forte crescimento de **80% vs. 4T24**, com destaque para a robusta performance do TotalPass Brasil e consolidação da FitMaster
- Em 2025, a receita líquida ultrapassou o patamar recorde de R$7,0 BI, atingindo **R$7,2 BI (+30% vs. 2024)**.

LUCRO BRUTO CAIXA

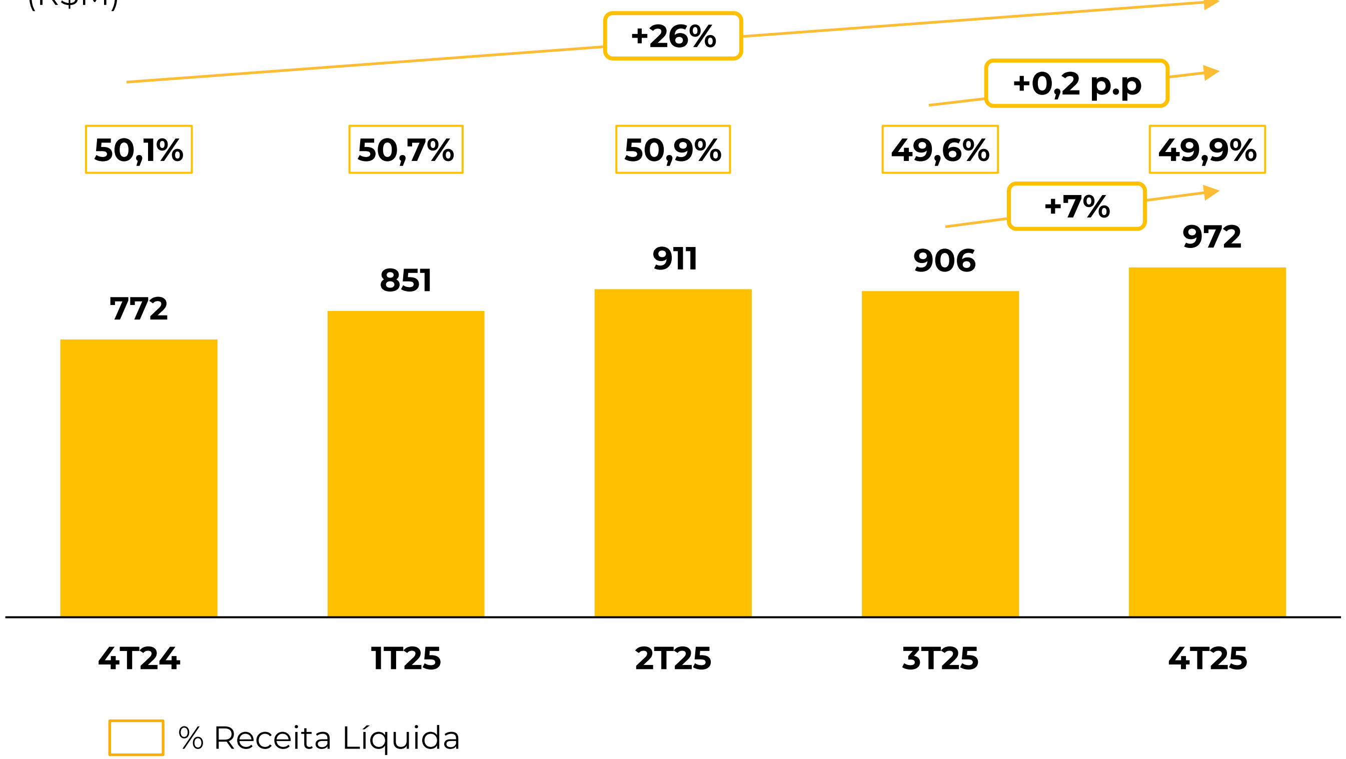
VARIAÇÃO DO LUCRO BRUTO CAIXA[1]

(R$M)



EVOLUÇÃO DO LUCRO BRUTO CAIXA

(R$M)



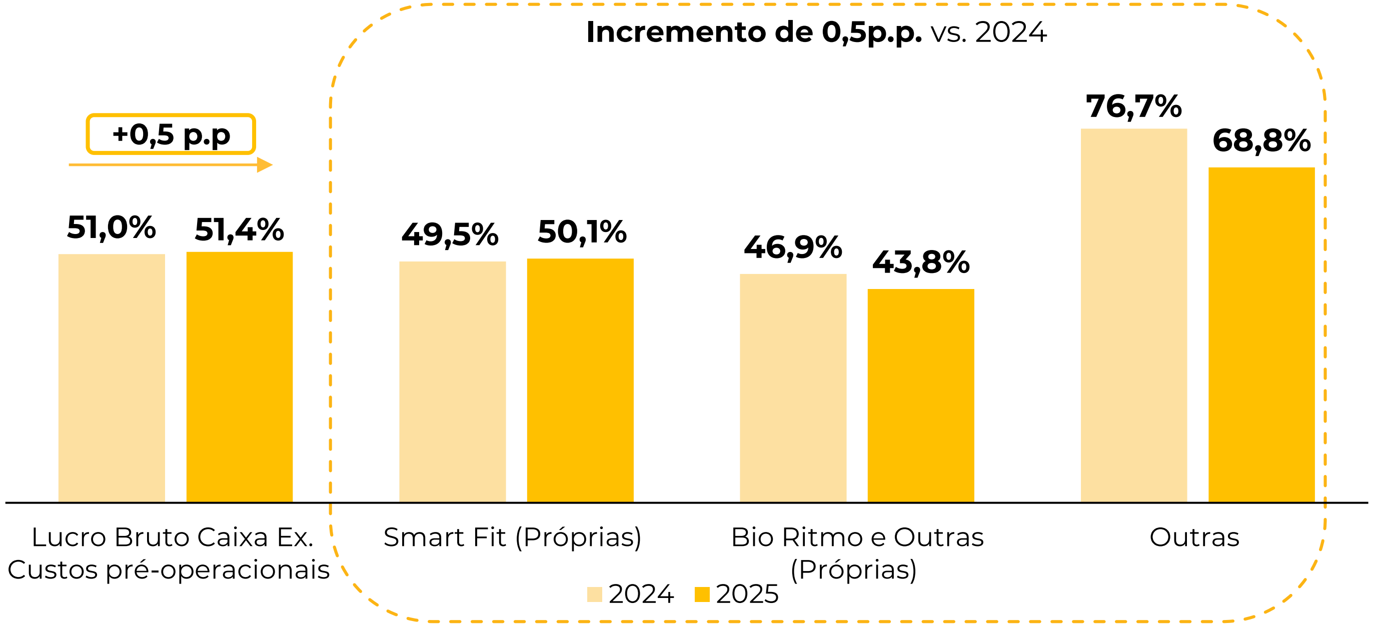
- Lucro bruto caixa totalizou **R$972 M** no 4T25, **+26% vs. 4T24**, resultado da maturação consistente das unidades inauguradas ao longo dos últimos dois anos e da manutenção do patamar de margem das unidades maduras
- A margem bruta caixa atingiu patamar de **49,9%** no 4T25 (-0,2p.p. vs. 4T24), reflexo do aumento dos gastos relacionados à abertura de novas unidades e do crescimento nos custos das unidades em processo de *ramp-up*.
- Em 2025, o lucro bruto caixa totalizou **R$3,6 BI** (+30% vs. 2024), com uma margem bruta caixa de **50,3% (+0,2 p.p. vs. 2024)**.

(1) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, todos indicadores excluem os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações

MARGEM BRUTA CAIXA ANTES DOS CUSTOS PRÉ-OPERACIONAIS

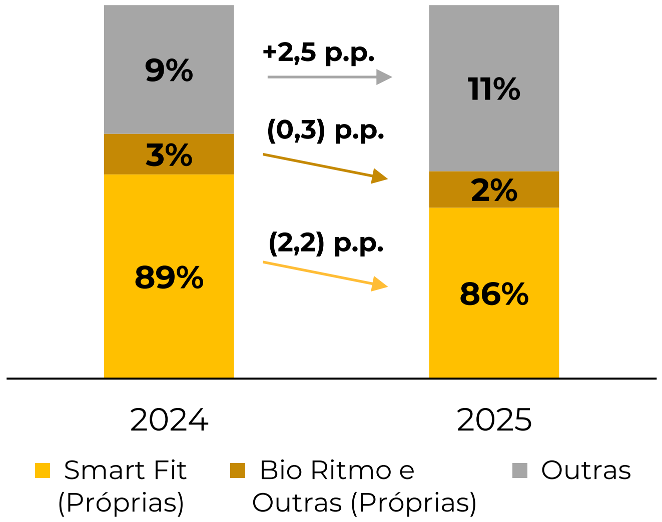
BREAKDOWN MARGEM BRUTA CAIXA ANTES DOS CUSTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Por segmento | 2025 vs. 2024 (%)



LUCRO BRUTO CAIXA ANTES DOS CUSTOS PRÉ-OP

Por Segmento (%) e variação vs. 2024 (p.p.)



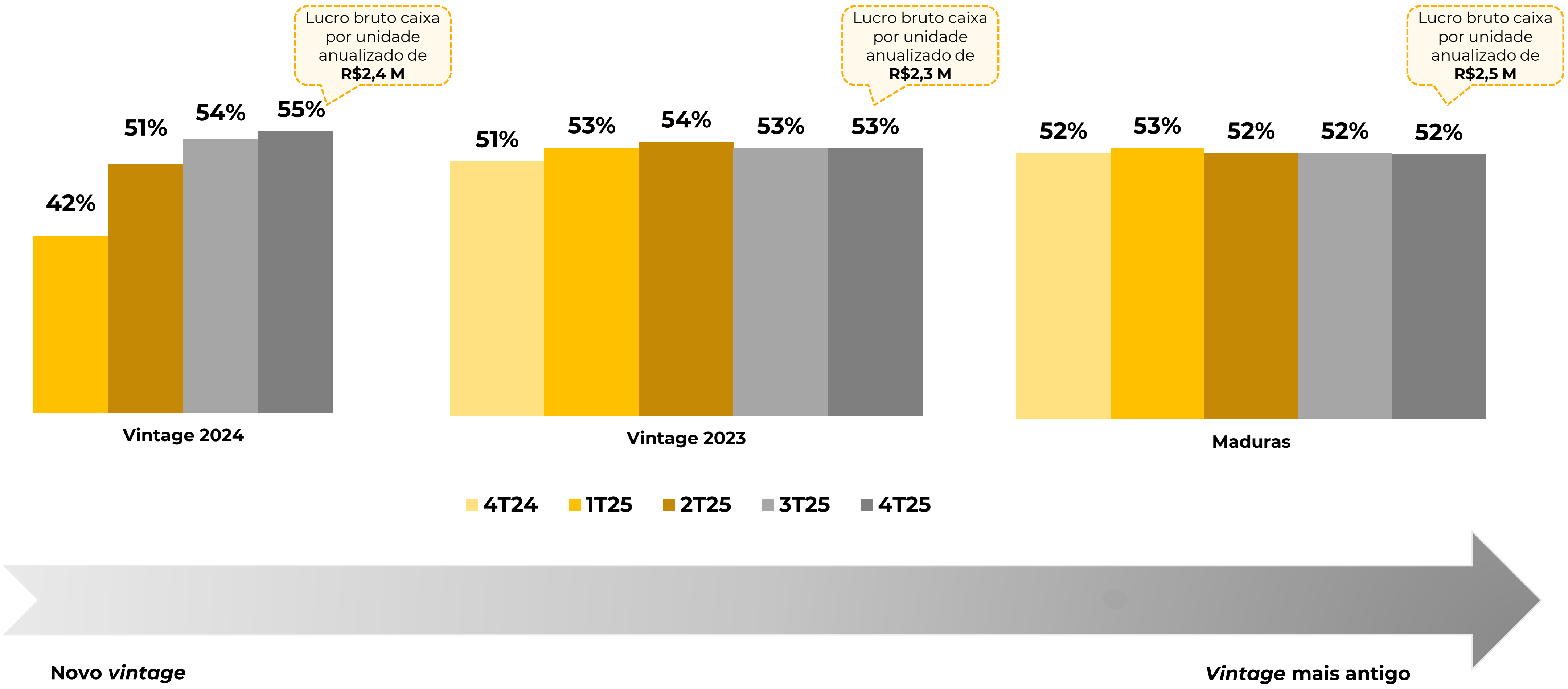
- Em 2025, a **margem bruta antes dos custos pré-operacionais da Smart Fit** expandiu 0,6p.p. vs. 2024, atingindo **50,1%**
- **Segmento "Outras" manteve o patamar de margem superior aos demais segmentos da Companhia**, encerrando o período em 68,8% (vs. 76,7% em 2024). Importante destacar que a margem do segmento foi impactada negativamente pela consolidação da FitMaster a partir do 2T25
- **Efeito positivo na margem bruta devido ao ganho de representatividade de "Outras"**, representando 11% do lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais em 2025 (vs. 9% em 2024)

Nota: Custos pré-operacionais são aqueles relacionados à abertura de novas unidades
"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; "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".

SÓLIDA MARGEM BRUTA DAS ACADEMIAS MADURAS

Margem das academias maduras[1] em 52%, em linha com os onze trimestres anteriores, e maturação das unidades inauguradas nos últimos anos consistente com o histórico

MARGEM BRUTA POR *VINTAGE*[1]



(1) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses no início do ano calendário. Considerando apenas unidades próprias da marca Smart Fit;

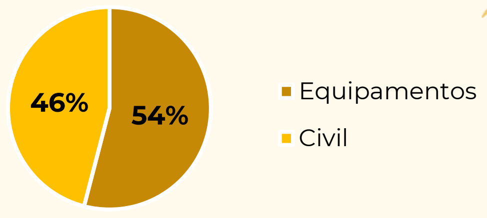
RETORNO SÓLIDO E CONSISTENTE POR ACADEMIA

Alta rentabilidade com investimentos em manutenção que garantem a proposta de valor diferenciada ao longo dos anos. Depreciação atingindo 7% da receita líquida após 12 anos de operação

Academia Smart Fit R$ Milhões em 2025	Maduras[1]	Maduras por *vintage* 2022-2018	2017-2014	2013-2009
Unidades	950	644	227	79
Receita Líquida	4,8	4,8	4,7	4,3
Lucro Bruto Caixa	2,5	2,6	2,4	2,1
Margem Bruta Caixa	52%	53%	50%	50%
Depreciação	(0,5)	(0,6)	(0,4)	(0,3)
(%) Deprec. / Rec. Líquida	(11%)	(13%)	(9%)	(7%)
NOPAT *(SG&A de 18%, IR de 34%)*[2,3]	0,7	0,7	0,7	0,7
Base de ativo fixo[4]	2,6	3,1	1,7	1,5
ROIC (MADURAS 2024)	**28%**	**24%**	**42%**	**45%**

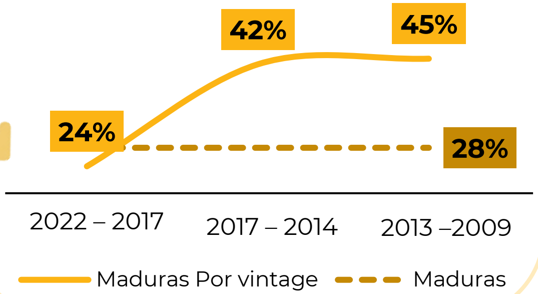
Vintage 2022: **ROIC de 15%**

Capex manutenção maduras
% Por tipo de investimento

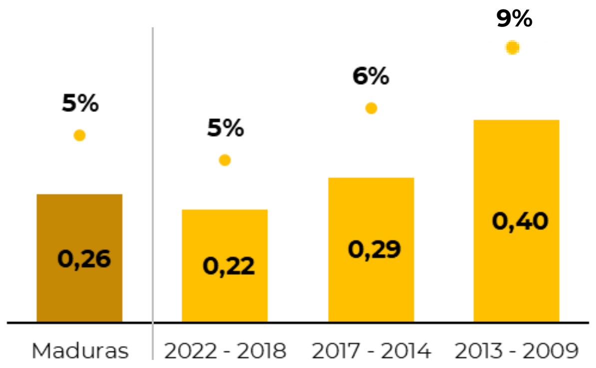


SÓLIDOS RETORNOS AO LONGO DOS DIFERENTES VINTAGES

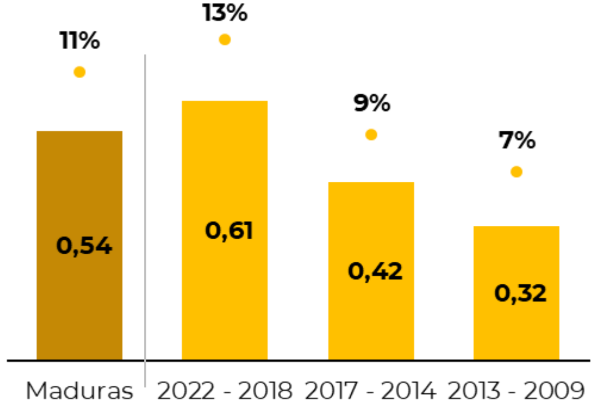
ROIC consistente com o histórico para cada estágio de maturação



CAPEX manutenção maduras[1]
R$ Milhões | Por academia | % da Rec. Líquida

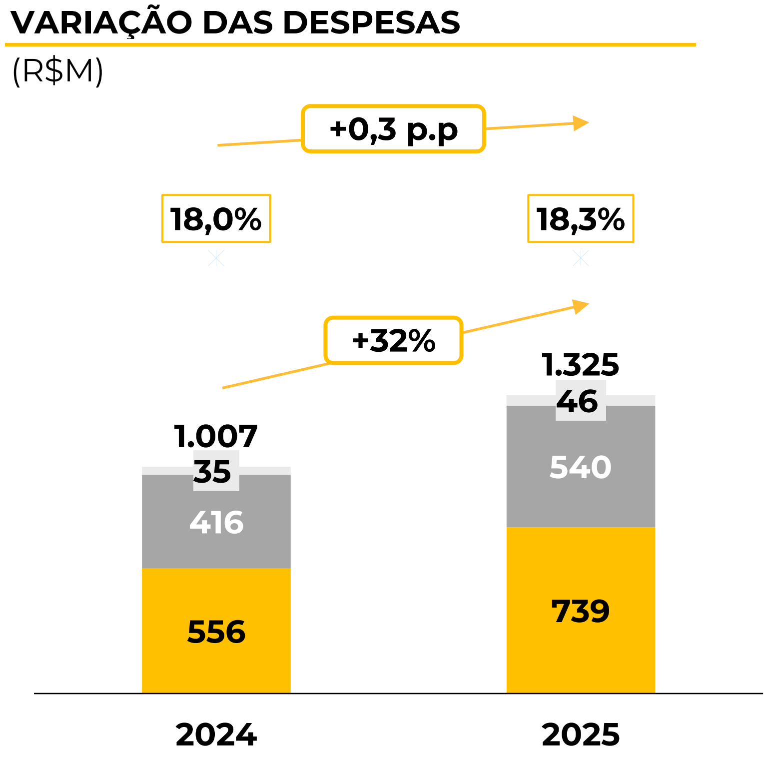


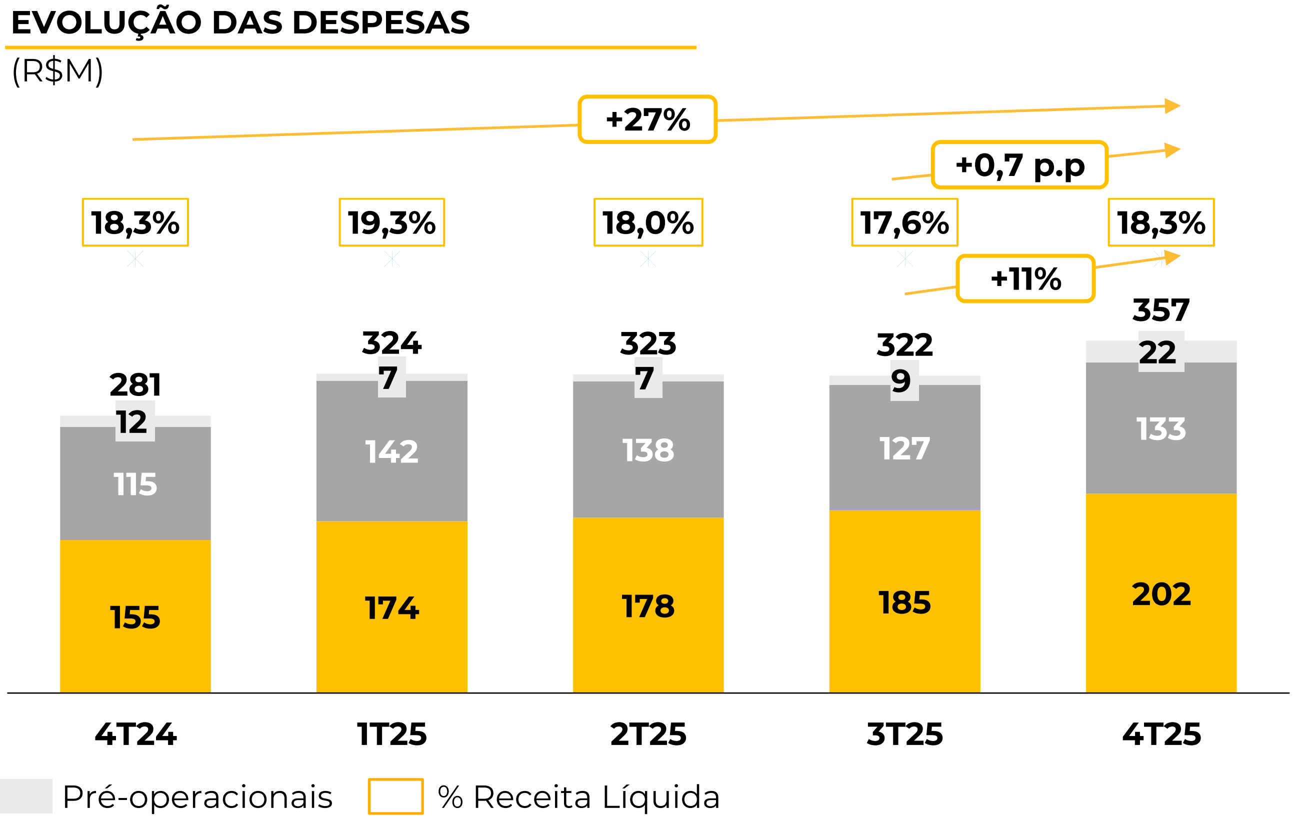
Depreciação maduras[1]
R$ Milhões | Por academia | % da Rec. Líquida



(1) Considera todas as 950 academias Smart Fit próprias maduras ao final do período de 2024.; (2) De acordo com o somatório das despesas com vendas (excluindo os gastos pré-operacionais), gerais e administrativas e outras (despesas) receitas como percentual da receita líquida de 17,8% apurado ano de 2024 ; (3) Alíquota marginal de Imposto de Renda e Contribuição Social do Brasil de 34%; (4) Base de ativo fixo líquida, ao final do período, da depreciação acumulada

DESPESAS

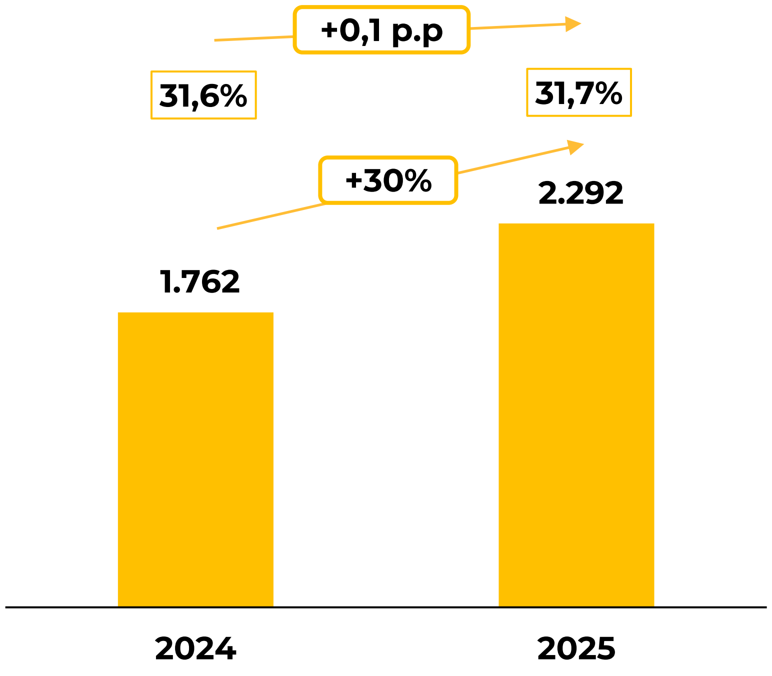




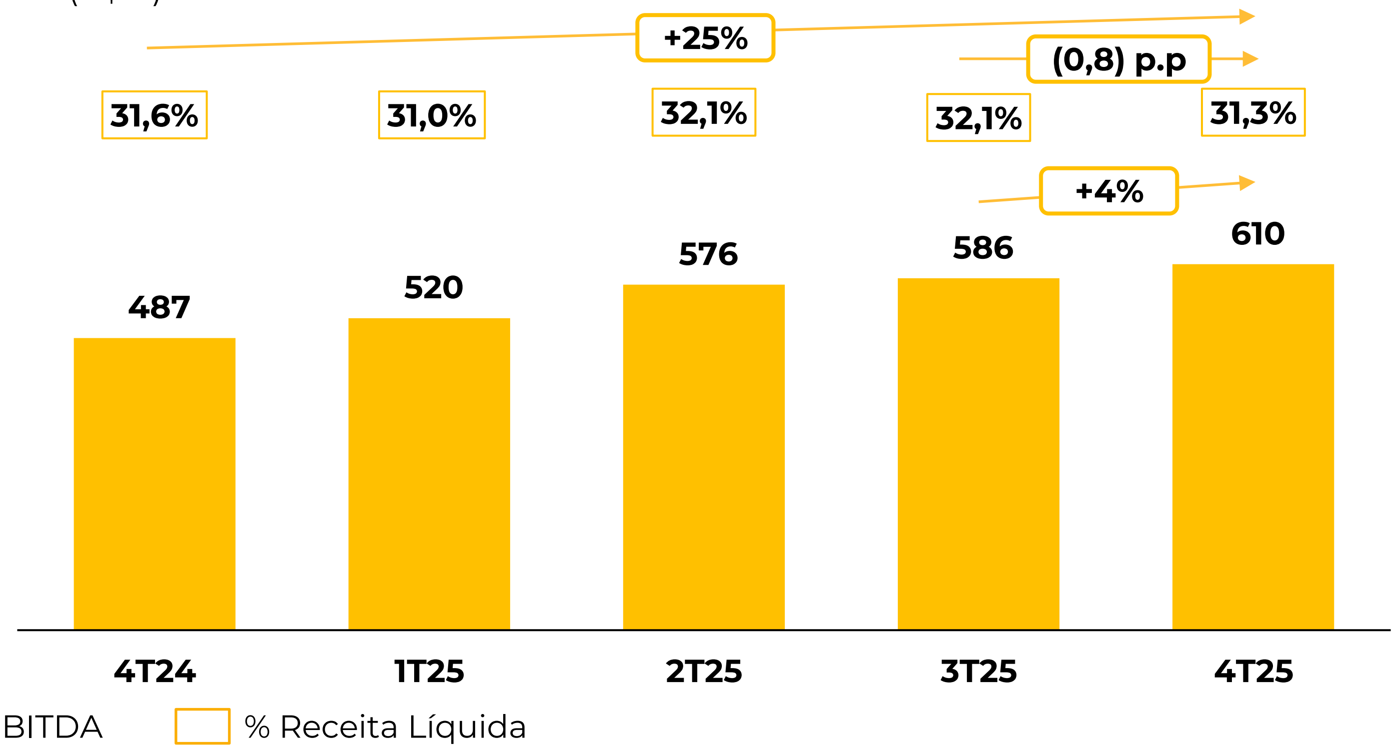
- As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram **R$357 M** no 4T25, **+27% vs. 4T24**, representando 18,3% da receita líquida, em linha frente ao ano anterior
- As despesas gerais e administrativas totalizaram **R$202 M** no 4T25, crescimento de **30% vs. 4T24**, sendo 10,4% da receita líquida. Esse desempenho reflete, principalmente, os maiores investimentos na estruturação de novos negócios
- As despesas com vendas totalizaram **R$133 M no 4T25**, **+16% vs. 4T24**, representando **6,8% da receita líquida** (-0,6p.p. vs. 4T24)

EBITDA AJUSTADO

VARIAÇÃO DO EBITDA AJUSTADO
(R$M)



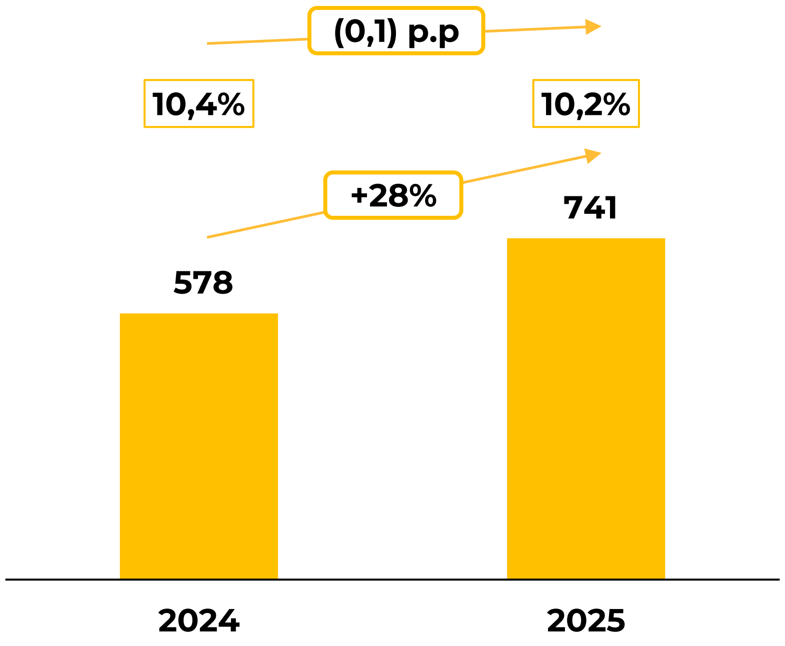
EVOLUÇÃO DO EBITDA AJUSTADO
(R$M)



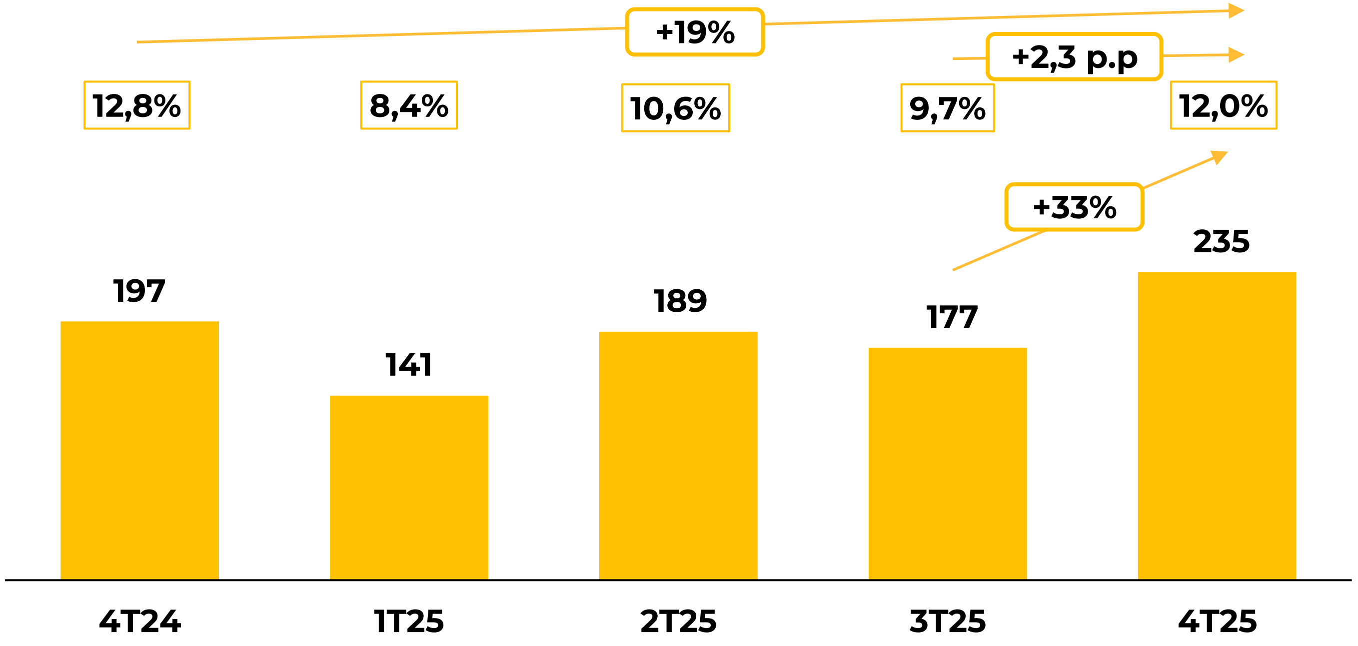
- EBITDA Aj. totalizou **R$610 M** no 4T25, o maior nível já registrado para um trimestre, apresentando um expressivo crescimento de **+25% vs. 4T24** com margem de **31,3%**, estável **vs. 4T24**
- Em 2025, o EBITDA Aj. totalizou **R$2,3 BI**, resultando em uma margem de **31,7%**
- O EBITDA antes dos gastos pré-operacionais totalizou **R$669 M** no 4T25, crescimento de **+29%** frente ao 4T24, com margem de **34,3%** (**+0,6p.p.** vs. 4T24)

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

VARIAÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE
(R$M)



EVOLUÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE
(R$M)



Lucro Líquido Recorrente   Margem Líquida Recorrente

- Lucro líquido recorrente cresceu **19% vs. 4T24**, totalizando **R$235 M**. Esse crescimento, inferior ao do EBITDA ajustado, é explicado pelo aumento dos impostos das operações fora do Brasil devido ao impacto da TBU, sendo compensada pelo efeito positivo da maior distribuição de JCP
- Em 2025, o lucro líquido recorrente atingiu **R$741 M**, com margem líquida recorrente de **10,2%**

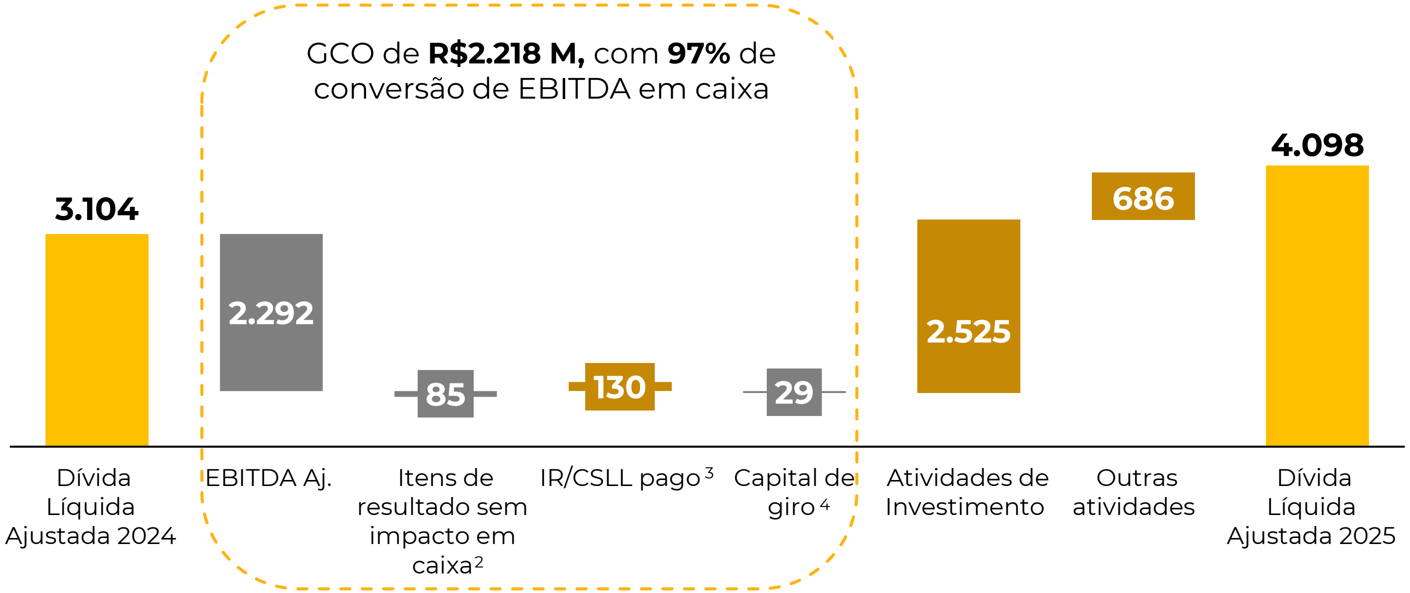
Nota: Para melhor análise da performance de nossas operações, todos indicadores excluem efeitos do IFRS 16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios. "Lucro (prejuízo) líquido recorrente" exclui os impactos referentes à reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica e o ágio de outras aquisições, principalmente Velocity e da FitMaster, além das despesas financeiras não-recorrentes de R$1,8 milhão após IR/CSLL referente ao pré-pagamento parcial da 8ª emissão de debêntures no 3T25 e R$5,3 milhões no 3T24 referentes ao pré-pagamento da 5ª emissão e outras dívidas bilaterais na Colômbia.

VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA E CAPEX

Alta conversão de EBITDA ajustado em caixa operacional com aceleração dos investimentos

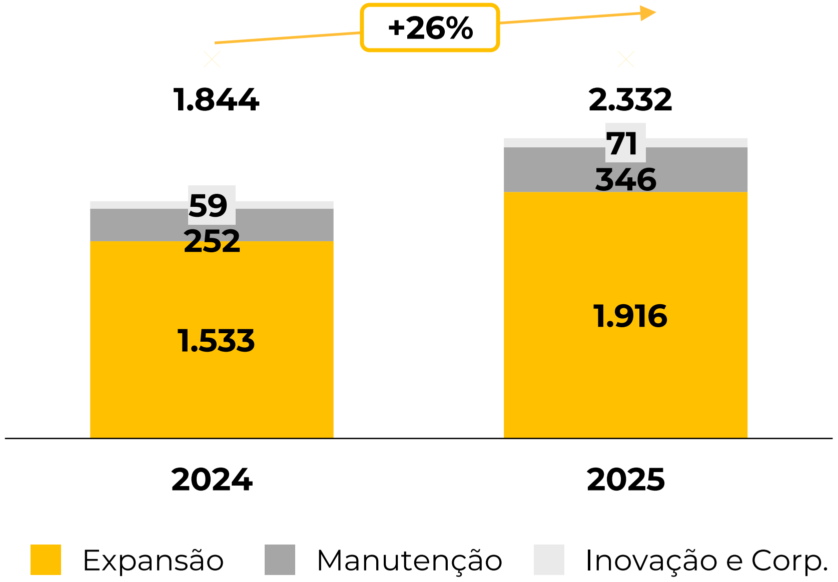
VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA[1]

(R$M)



CAPEX[5]

(R$M)



- Aumento da dívida líquida de **R$993 M** no ano
- Geração de caixa operacional de **R$2.218 M,** com investimento de **R$2.525 M**, sendo **R$2.332 M** referentes ao **Capex**
- Outras atividades com adição de **R$686 M** na dívida líquida ajustada

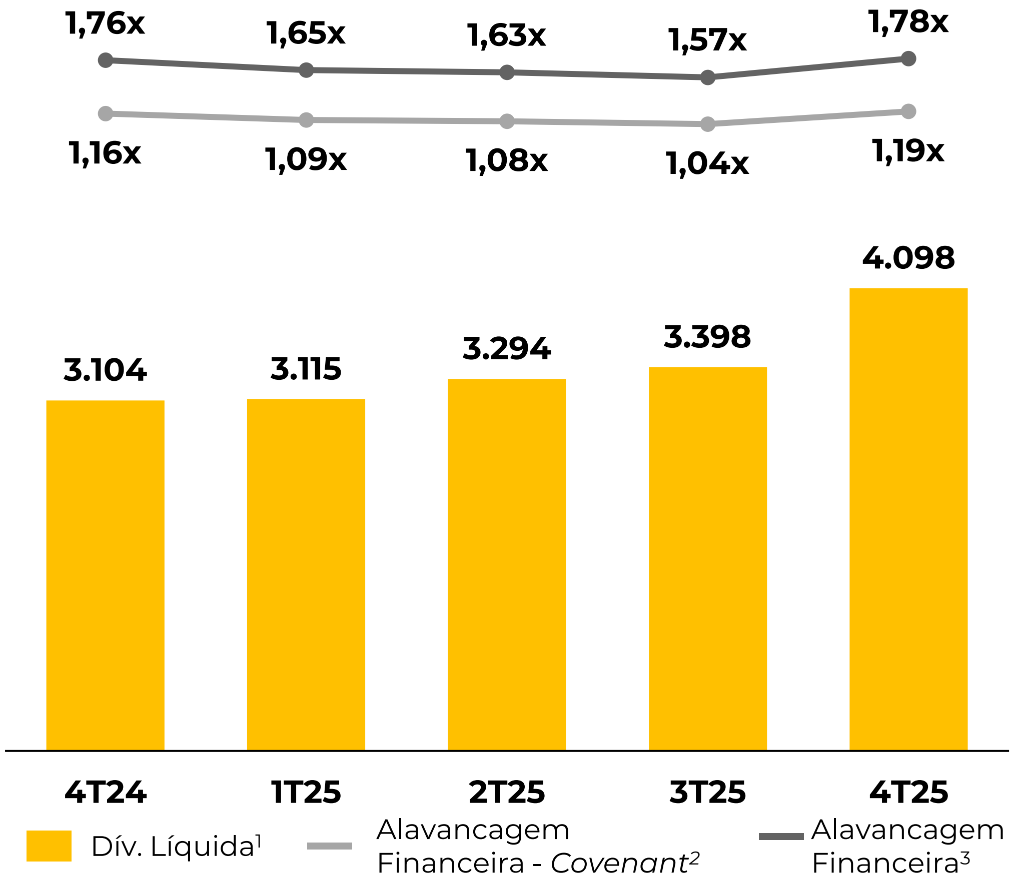
- Capex de **R$2.332 M** (**+26%** vs. 2024).
- Capex de expansão cresceu **25%** vs. 2024, reflexo dos investimentos em aberturas de novas unidades. O capex por unidade foi de R$6,3 M
- Capex de manutenção de **R$346 M** (**+37%** vs. 2024) devido à estratégia de preservar a oferta de alto valor e ao aumento na quantidade de academias maduras.

(1) "Dívida Líquida Ajustada" utiliza a definição das debêntures da Companhia. Para mais detalhes, vide escritura das debêntures; (2) Inclui principalmente equivalência patrimonial, baixa de ativos, receita diferida e provisões; (3) Inclui impostos sobre vendas e serviços; (4) 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; .(5) Não considera investimentos em cessão de direito de uso relacionado a compra de pontos comerciais. 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..

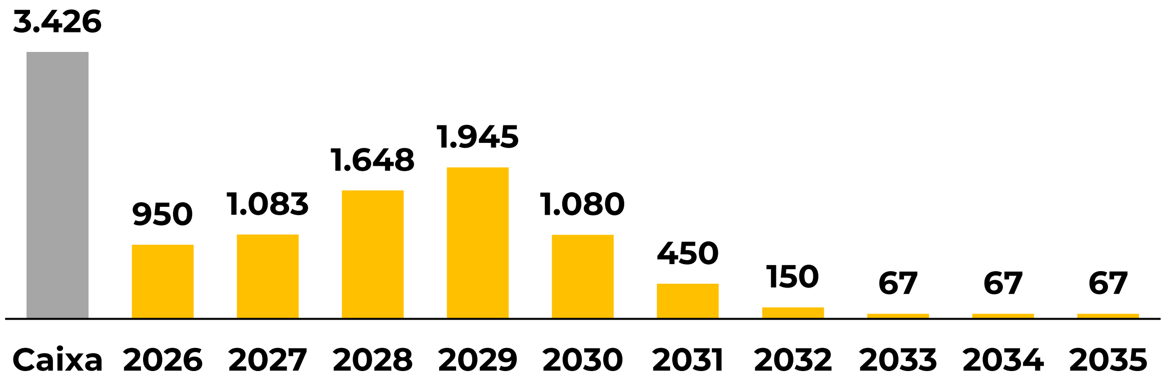
ALAVANCAGEM EM PATAMARES SAUDÁVEIS

Estrutura de capital diversificada entre as geografias de atuação, com gestão eficiente e ágil

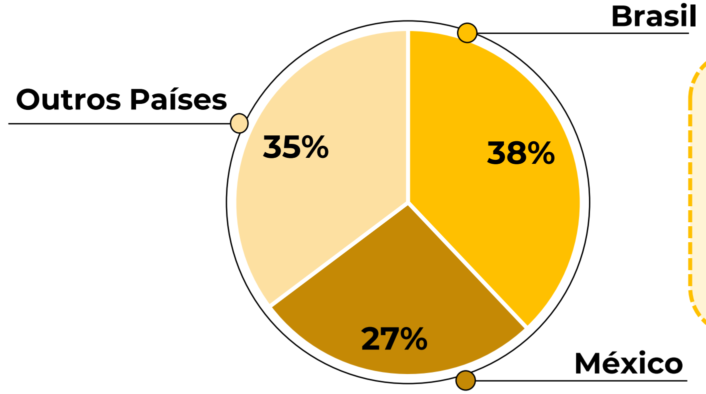
DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA[1] E ALAVANCAGEM FINANCEIRA[2,3]
(R$M)



FLUXO DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA BRUTA[4]
(R$M)



DÍVIDA LÍQUIDA POR REGIÃO
(%)



Combinação entre **geração de caixa da operação com captação local de recursos**

(1) "Dívida Líquida" utiliza a definição das debêntures da Companhia. Para mais detalhes, vide escritura das debêntures;
(2) Indicador "Alavancagem Financeira - *Covenant*" considera o indicador "Dívida Líquida Ajustada" dividido pelo "EBITDA LTM", utilizando a definição de dívida líquida e EBITDA das debêntures da Companhia;
(3) Indicador "Alavancagem Financeira" considera o indicador "Dívida Líquida Ajustada", utilizando a definição das debentures da Companhia, e o indicador "EBITDA LTM", desconsiderando os efeitos do IFRS16 em relação aos arrendamentos mercantis referentes a aluguel das academias e escritórios;
(4) "Dívida Bruta" considera empréstimos, financiamentos e arrendamento operacional (excluindo arrendamento de imóveis) com instituições financeiras, de curto e longo prazo ao final de 2025.

Q&A

Instruções:

- Para fazer perguntas, clique no ícone **Q&A** na parte inferior da tela.

- Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas.

- Orientamos que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

GRUPO smart fit

EARNINGS PRESENTATION

4Q25

BIO RITMO · smart fit · NATION CT · BE N STUDIOS · TOTALPASS · QUEIMA DIÁRIA

DISCLAIMER

This presentation contains forward-looking statements related to the Company that reflect the current view and/or estimates of the Company and its Management regarding its future performance, businesses and events. Forward-looking statements include, but are not limited to, any statement that contains forecasts, estimates and projections about future results, performance or objectives, as well as terms such as "we believe", "we anticipate", "we expect", "we estimate", "we forecast" and other similar expressions. These forward-looking statements are subject to risks, uncertainties and future events. We caution investors that diverse factors may cause actual results to differ significantly from these plans, objectives, expectations, projections and intentions expressed in this presentation. Under no circumstances will the Company, its subsidiaries, directors, executive officers, agents or employees be liable to third parties (including investors) for any investment decision taken based on information and statements in this presentation, or for any damage caused by such decision, related to or specifically based on such information or statements. Information about competitive position, including market forecasts throughout this presentation, and information on the market potential in which the Company operates, was obtained through internal research, market surveys, information available in public domain and business publications. This presentation and its contents are the property of the Company and cannot be partially or totally reproduced or circulated without prior written consent from the Company.

4Q25 **HIGHLIGHTS**

- **RECORD OF 341 UNITS ADDED AND SOLID GROWTH OF 20%** IN THE CLUB NETWORK, TOTALING 2,084 UNITS IN 16 COUNTRIES IN 4Q25
- **NET REVENUE WITH STRONG GROWTH OF 26% VS. 4Q24 AND 30% VS. 2024**
- **CASH GROSS MARGIN BEFORE PRE-OPERATING COSTS[1] OF 51.8%** IN 4Q25, +0.3p.p. VS. 4Q24, COMBINING **STABLE** MARGIN OF MATURE CLUBS[2] AND **CONSISTENT RAMP-UP** OF NEW VINTAGES
- **ADJUSTED EBITDA[3]** OF **R$610 M** IN 4Q25 **(+25% VS. 4Q24)**, WITH **ROBUST OPERATING CASH GENERATION OF R$600 M**, A HIGH CONVERSION RATE OF 98%
- **STRONG GROWTH OF 19%** VS. 4Q24 IN **RECURRING[3] NET INCOME, TOTALING OF R$235 M** IN 4Q25, WITH A RECURRING NET MARGIN OF **12.0%**

(1) Excludes the effects of IFRS 16/CPC06 (R2) and pre-operating costs related to the opening of new units; (2) A club is considered mature when it is at least 24 months old at the beginning of the calendar year; (3) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 and non-recurring impacts.

SMART FIT GROUP: A STRONG AND UNIQUE BRAND PORTFOLIO

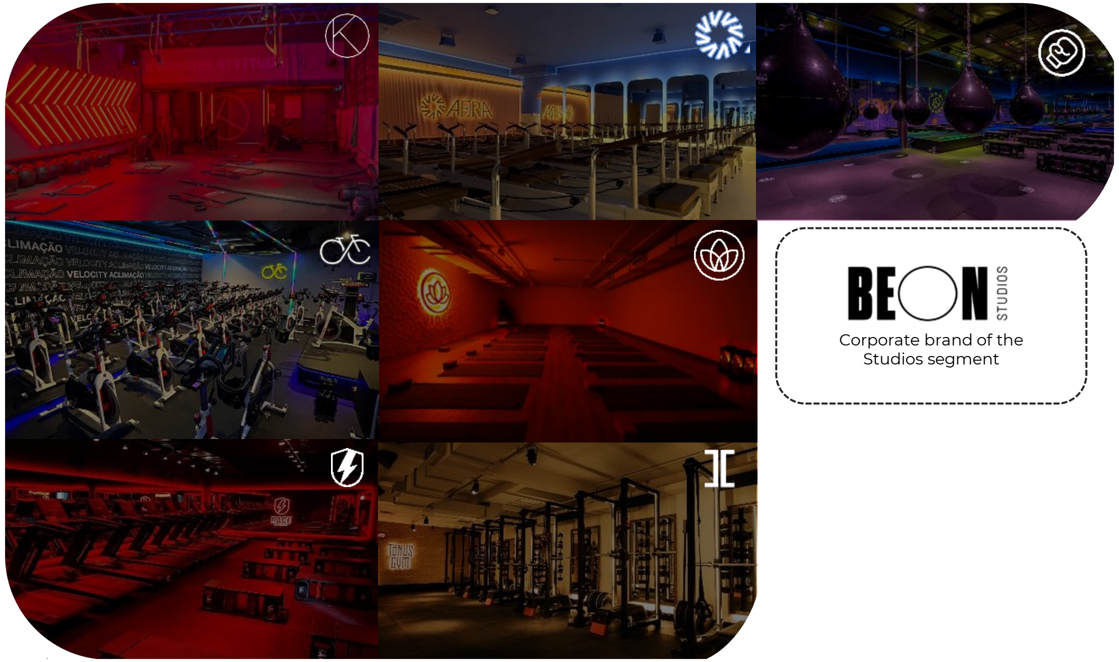
GRUPO smart fit

Brands that connect people, technology and purpose, transforming the way people engage with fitness

GRUPO smart fit

CLUBS

STUDIOS



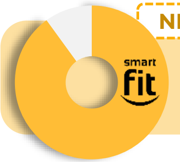
BEON STUDIOS

Corporate brand of the Studios segment

AGGREGATOR

TP's STRATEGIC ROLE

TotalPass reinforces the Group's value proposition.



NET REVENUE BREAKDOWN

SMART FIT-OWNED CLUBS ACCOUNT FOR 89% OF THE GROUP'S NET REVENUE *(vs. 91% in 2024)*

In addition to the business units mentioned, the Company also includes other businesses, most notably Queima Diária and FitMaster.

SMART FIT GROUP: OPERATIONAL HIGHLIGHTS EM 2025

Record expansion, strengthening of the brands and evolution of the Company's ecosystem

CLUBS

smart fit

- **More than 2,000 clubs** in 16 countries
- **Record** expansion (337 clubs added)
- Entry into a **new continent** with clubs opening in Morocco
- **Accelerated expansion** in strategic markets

BIO RITMO

- **Accelerated** network expansion with 6 openings
- **Strategic brand** repositioning
- **Product evolution**, with a focus on the premium experience

STUDIOS

BEON STUDIOS

- **Completion of the integration** of Velocity
- Launch of a **new Pilates concept**
- Experiential marketing initiatives to strengthen the sense of community

AGGREGATOR

TOTALPASS

- **Expanded network reach with** more than 40,000 clubs registered in Brazil and Mexico
- Expansion of **brand awareness** among relevant audiences
- **A high-growth vertical and an important competitive advantage**

DEVELOPMENTS ACROSS THE MAIN BRANDS OF THE ECOSYSTEM, CONSOLIDATING THE GROUP AS THE LEADING FITNESS & WELLNESS PLATFORM

RECORD EXPANSION IN 2025, MAINTAINING PACE INTO 2026

The solid expansion reinforces the consistency of the strategy and execution

2025 MARKS ANOTHER YEAR OF STRONG CLUB EXPANSION

RECORD EXPANSION IN 2025

GUIDANCE 2025 ✓

341 clubs added,
+12% vs. 2024

CLUB NETWORK DOUBLED SINCE 2021

18% CAGR[21-25], one of the highest globally

Expansion by region:
Network at the end of 2025

Brazil	**+161 (+20%)** 984 clubs	*Other Countries*	**+110 (+21%)** 635 clubs
Mexico	**+70 (+18%)** 465 clubs		

2,084 Total # of clubs **(+20% vs. 2024)**

smart fit · BIO RITMO

2025 expansion increased the Company's reach

- **79** — Cities with **5 or more Smart Fit Clubs**
- **+80** — **New municipalities,** totaling presence in more than 550 cities
- **35%** — of additions in **cities with more than 1 million inhabitants**, accounting for 49% of the club base

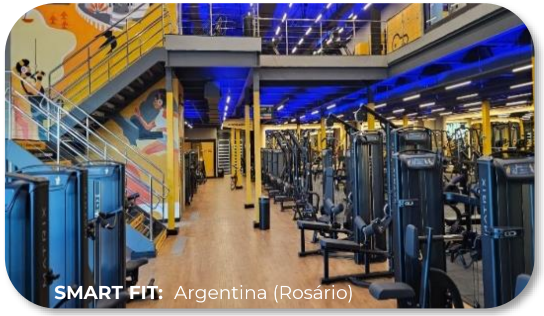
2026 GUIDANCE[1]

OUTLOOK FOR CONTINUED STRONG EXPANSION

330 – 350 Clubs

Growth of network in **16-17% vs. 2025**

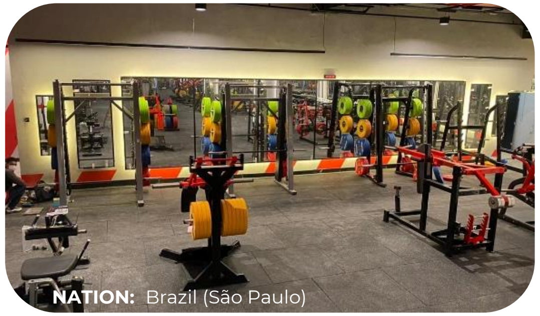
- Consistent performance of mature clubs
- Growing fitness demand
- Ramp-up performance of new vintages
- Solid team know-how
- Disciplined capital allocation



SMART FIT: Argentina (Rosário)


SMART FIT: Mexico (Cabo San Lucas)


BIO RITMO: Brazil (Rio de Janeiro)


NATION: Brazil (São Paulo)

(1) As disclosed in the Material Fact released on March 11, 2026

SMART FIT: A REMARKABLE YEAR FOR THE BRAND

The year was marked by a new record of openings, the beginning of operations in a new continent, and the acceleration of growth in strategic markets

Brand with 2,048 clubs
of which 952 are in Brazil, 465 in Mexico and 631 in Other Countries

Accelerated expansion
New record (+337), accelerating in strategic markets (Brazil and Argentina)

Branding
Continued investment in brand, keeping Smart Fit as the top-of-mind brand in clubs

Evolution of the product
Continued expansion and modernization of equipment and products

Customer experience
NPS of 73 in Dec/25 (vs. 72 in Dec/24)

Growth opportunity
Highly scalable model, with extensive whitespace.

ACCELERATED GROWTH WITH IMPROVED PROFITABILITY

1st — CLUB NETWORK TO REACH MORE THAN 2,000 CLUBS IN LATIN AMERICA

PRESENCE IN 16 COUNTRIES

with 15 in Latin America and 1 in Africa (entry into Morocco in 2025)

+0.6p.p. — CASH GROSS MARGIN EXPANSION EX-PRE-OPERATING COSTS[1] IN 2025 VS. 2024

SMART FIT: Brazil (Goiás)

SMART FIT: Morocco (Casablanca)

(1) Cash Gross Margin ex-Pre-Operating excludes the effects of IFRS 16/CPC06 (R2) and costs related to the opening of new units.

BIO RITMO: NEW STRATEGIC CYCLE IN 2025

Resumption of expansion, brand repositioning with product redesign, enhancing the customer experience

Brand with 34 units
Including 28 owned clubs and 6 franchises

Accelerated expansion
6 gross openings, including entry into Chile and Peru

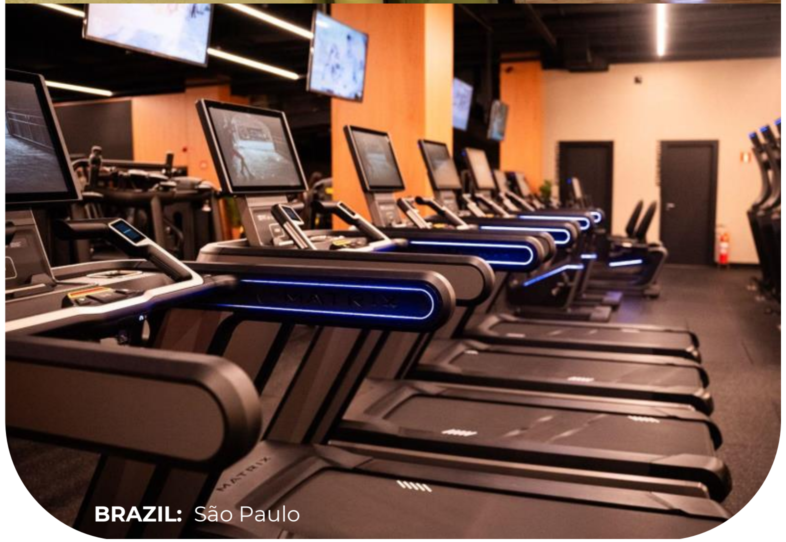
Branding
Brand repositioning, expanding customer experience and increasing community engagement

Product redesign
Differentiated equipment and evolution of the architectural concept, aligned with global trends

Customer experience
Personalized service, exclusive offerings, and an integrated health and wellness journey

Growth opportunity
Strategy supported by clear positioning, strong brand recognition, and product differentiation

BRAZIL: Rio de Janeiro


BRAZIL: São Paulo

BRAND *AWARENESS*

Brand image evolution through **new campaigns and positioning**

BRAND EXPERIENCE

*Experiences **inside and outside the clubs***


Brand Experience Event - Copacabana Palace


Wellness Morning - Villa-Lobos Park


New Year's Event - Carneiros

STUDIOS: CONSOLIDATION OF BRANDS AND STRONG GROWTH

Asset-light operating model with unique competitive advantages

Brand with 180 units and 270 rooms
Including 154 franchises and 26 owned clubs

Accelerated expansion
45 new units, adding more than 90 rooms, mostly through franchising

Branding
Consolidation of the 7 brands into their respective modalities

Product redesign
Relaunch of Pilates, now under the Aera Pilates brand, with a more modern concept

Customer experience
Enhancing fluidity of the member journey and overall experience

Growth opportunity
Studios as a “third space”, strengthening the sense of community

INTEGRATION FOLLOWING VELOCITY’S ACQUISITION

Expansion of the ***franchisee network****, leveraging growth*

AERA PILATES: São Paulo (Brazil)

BRAND EXPERIENCE

Strengthening the ***sense of community****, engagement, and recurrence*

Race Run Club

Vidya Sessions

BEON LAUNCH IN 2026

BEON, the corporate brand for Studios, was created to enhance integration between brands and improve the customer journey

TOTALPASS CONTRIBUTES TO AN INTEGRATED BRAND STRATEGY

Asset-light B2B2C business model

GRUPO smart fit

REVENUE SOURCES

Corporate

1 **Companies:** In the commercial agreement, **a fee is charged per active employee** ("HR Fee")

End User

2 **Employee:** Worker subscribes TP through **monthly plans** ("*Copay*")

*Monthly plan fees range from **R$39.90 to R$699.90***

End User

3 **Employee with an active plan uses TotalPass:** The B2C customer uses the partner network

DISBURSEMENT

Network of Partners

4 **Payment:** Network of partners receive a **payment per visit**, according to end-user usage

- ✓ TotalPass **expands the addressable market** of the fitness segment, adding **new revenue streams;**
- ✓ **Strong brands and unique capillarity** drive TotalPass's growth;

TOTALPASS CONTRIBUTES TO AN INTEGRATED BRAND STRATEGY

GRUPO smart fit

Unique competitive advantages, driving growth and market share gains

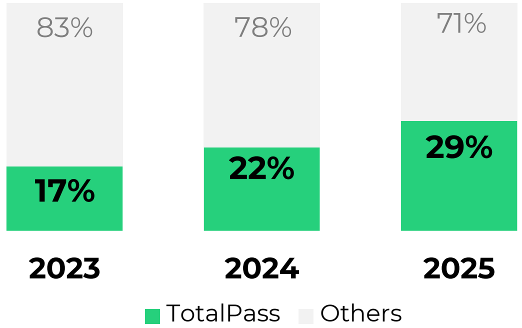
TOTALPASS IN NUMBERS
BRAZIL IN 2025

Capillarity Expansion

+32,000
Partner Clubs
+52% vs. 2024

~1,900
Cities
+36% vs. 2024

***MARKET SHARE OF USERS* (BR)**
Sensor Tower: *Monthly Active Users* (MAU)

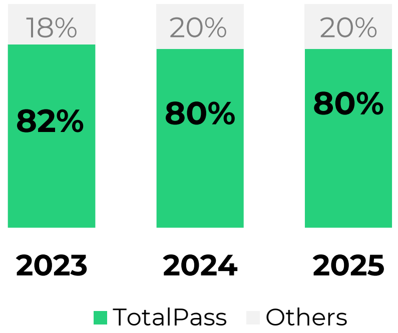


TOTALPASS IN NUMBERS
MEXICO IN 2025

Capillarity Expansion

+8,000
Partner Clubs
+46% vs. 2024

***MARKET SHARE OF USERS* (MX)**
Sensor Tower: *Monthly Active Users* (MAU)



BRAND AWARENESS

First large-scale brand campaign focused on B2C, with broad reach

BRAND POSITIONING

Orla TotalPass, located in Parque Villa Lobos (SP), is a space to take care of physical, mental and social health

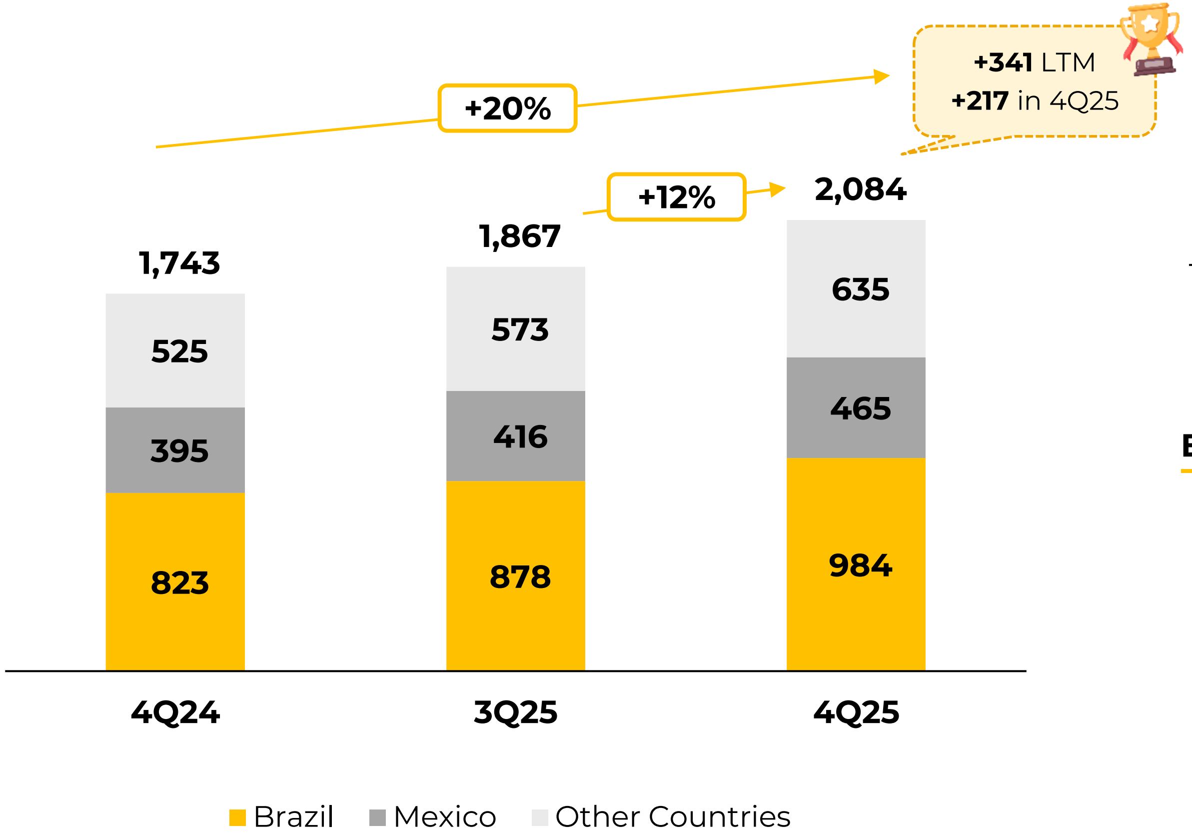
1.7 Million

End Users
(+62% vs. 2024)

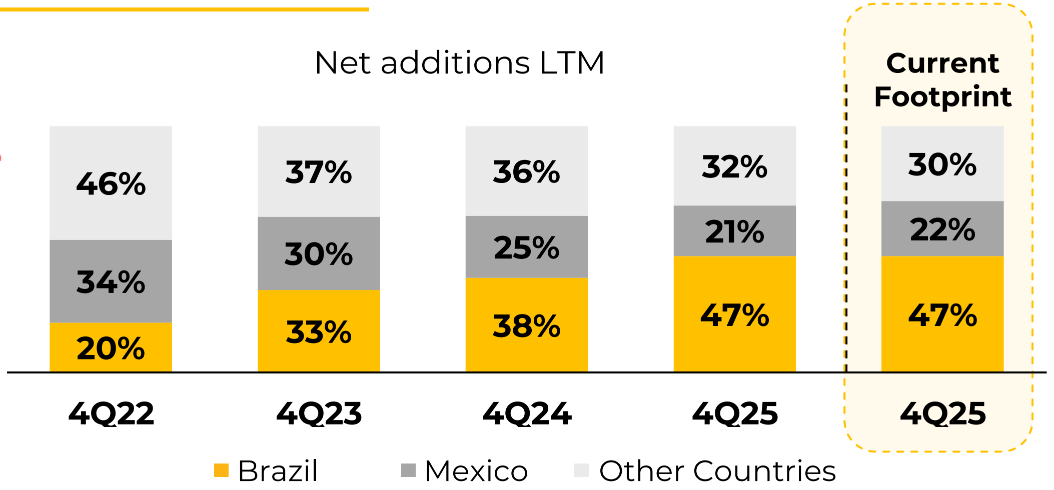
EXPANSION OF CLUB NETWORK

Addition of 341 clubs in 2025, including entry into a new country, totaling 2,084 in 4Q25

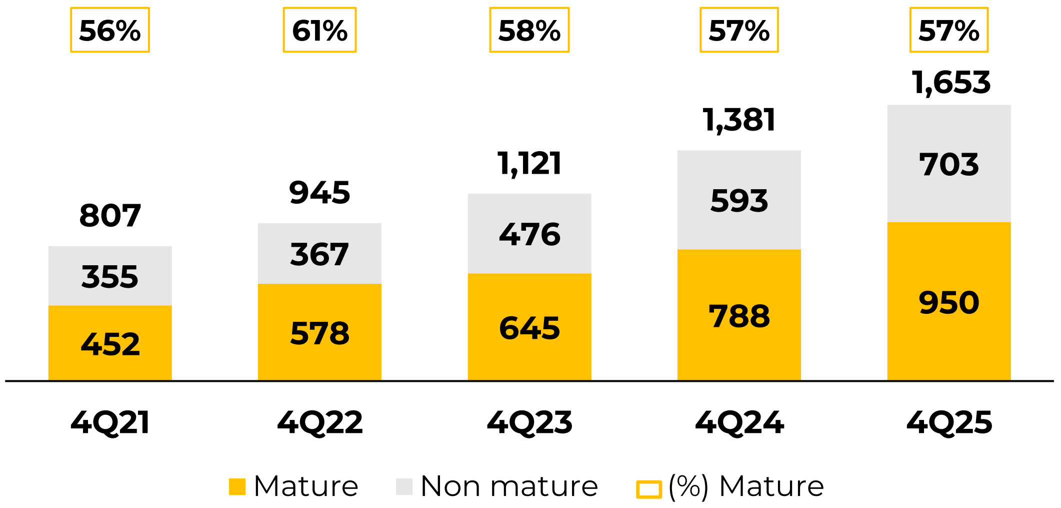
GROWTH IN NUMBER OF CLUBS[1]



BREAKDOWN OF CLUB NETWORK BY REGION



EVOLUTION OF SMART FIT OWNED CLUB NETWORK BY AGING[2]

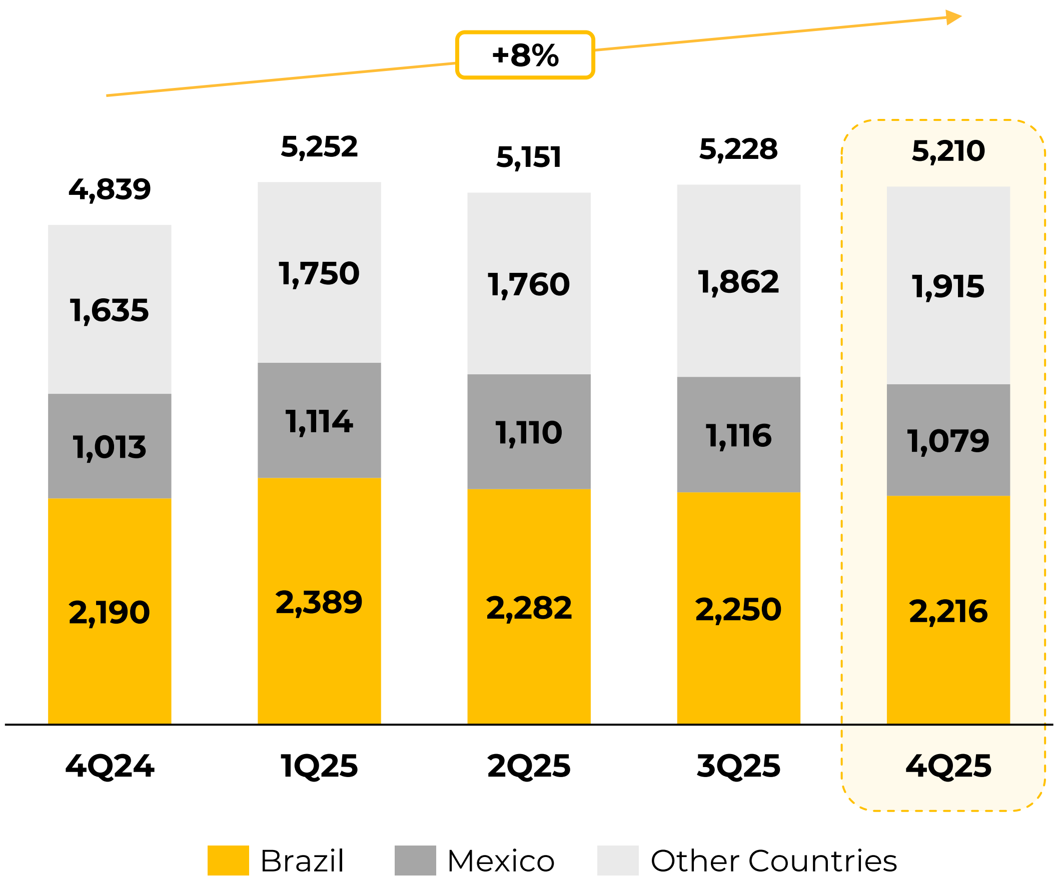


(1) Considers all the Company's clubs (does not consider Studios); (2) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year.

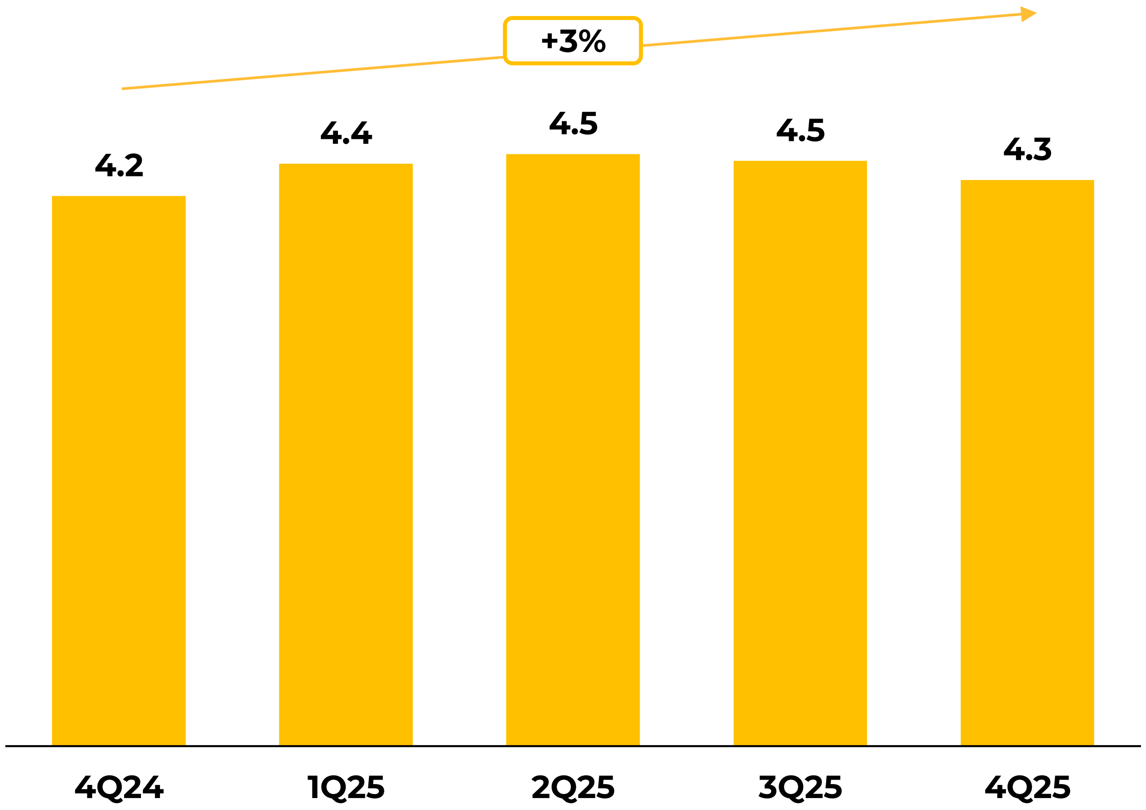
CONTINUOUS INCREASE IN MEMBER BASE AND REVENUE

In 4Q25, the member base in clubs exceeded 5.2 M (+8% vs. 4Q24)

MEMBER BASE IN CLUBS[1]
(#'000 end of period)



AVERAGE NET REVENUE PER SMART FIT OWNED CLUB (ANNUALIZED)
(R$ million)

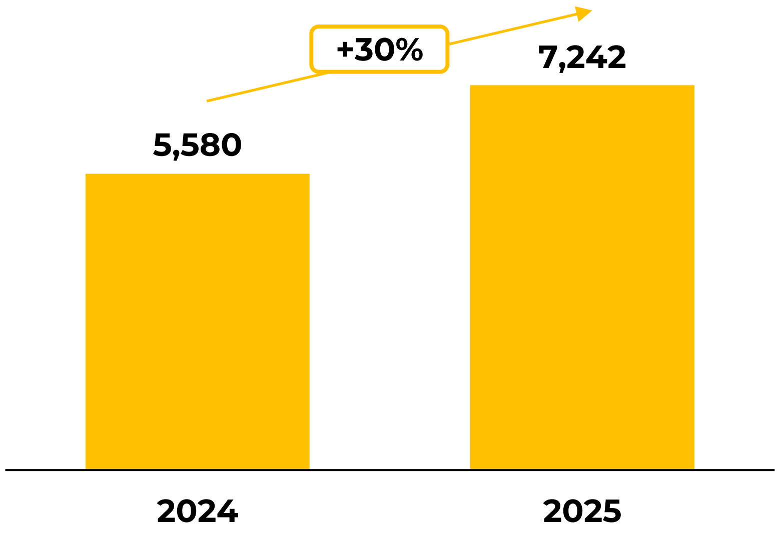


In 4Q25, the annualized average net revenue per owned club increased by **3% vs. 4Q24,** driven by **increases in both the average number of members and the average ticket price**

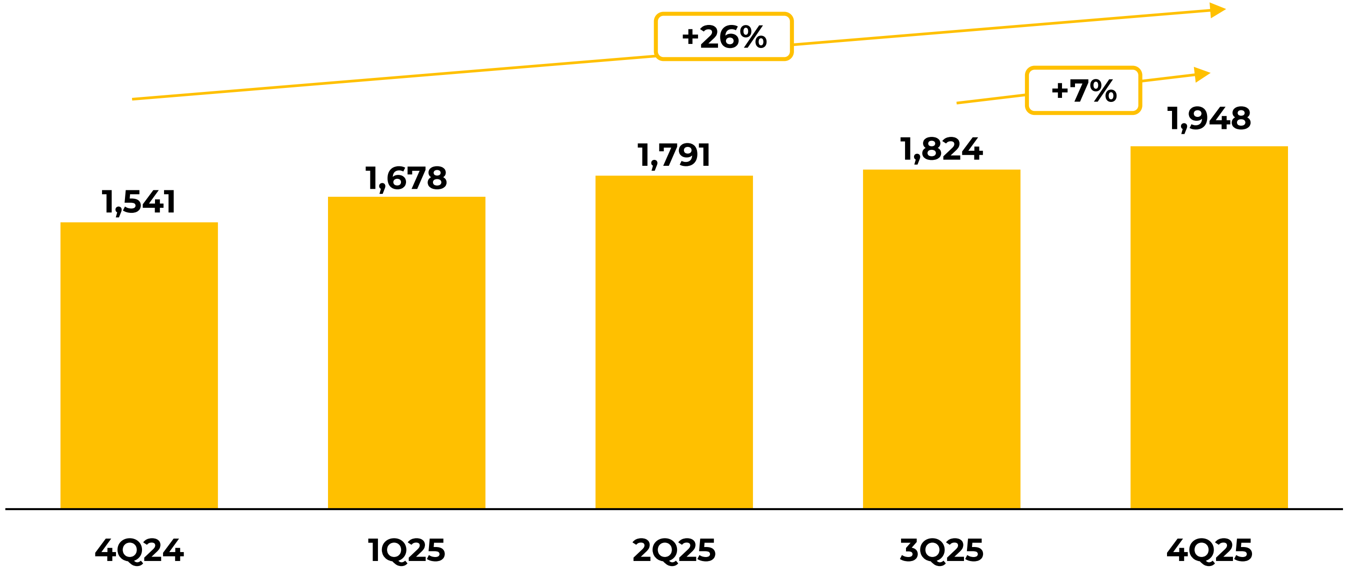
(1) Member base in clubs does not include TotalPass members

NET REVENUE

VARIATION IN NET REVENUE
(R$ million)



EVOLUTION OF NET REVENUE
(R$ million)

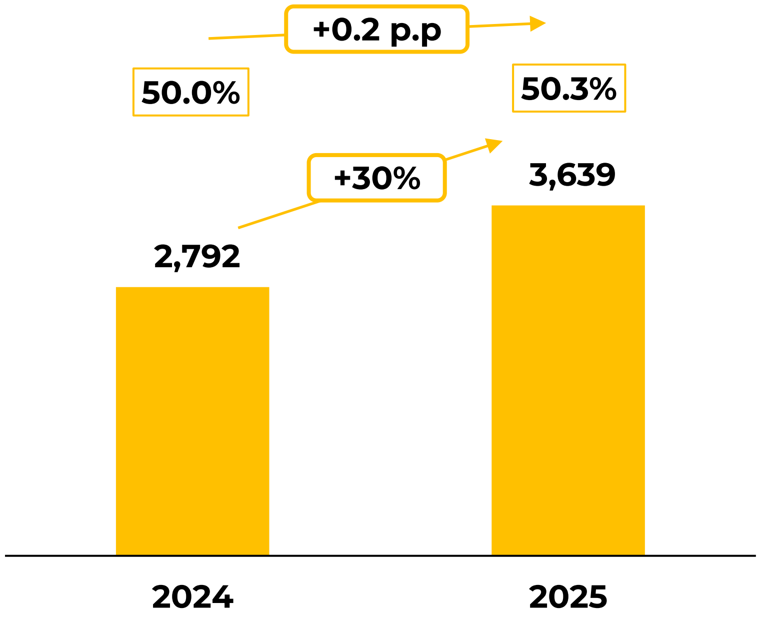


- Net revenue totaled **R$ 1.9 BN** in 4Q25, a solid **26% increase vs. 4Q24**, reflecting the 9% growth in the average member base of Smart Fit-owned clubs, driven by the strong 19% expansion of the network and the maturation of these clubs
- In addition, the average ticket **increased by 12%** compared to the same period last year, with growth across all regions
- It is also worth highlighting **"Others" segment**, which posted a **strong growth of 80% vs. 4Q24**, due to the strong performance of TotalPass Brazil, as well as the consolidation of FitMaster
- In 2025, net revenue surpassed the record level of R$ 7.0 billion, reaching **R$ 7.2 BN, +30% vs. 2024**

CASH GROSS PROFIT

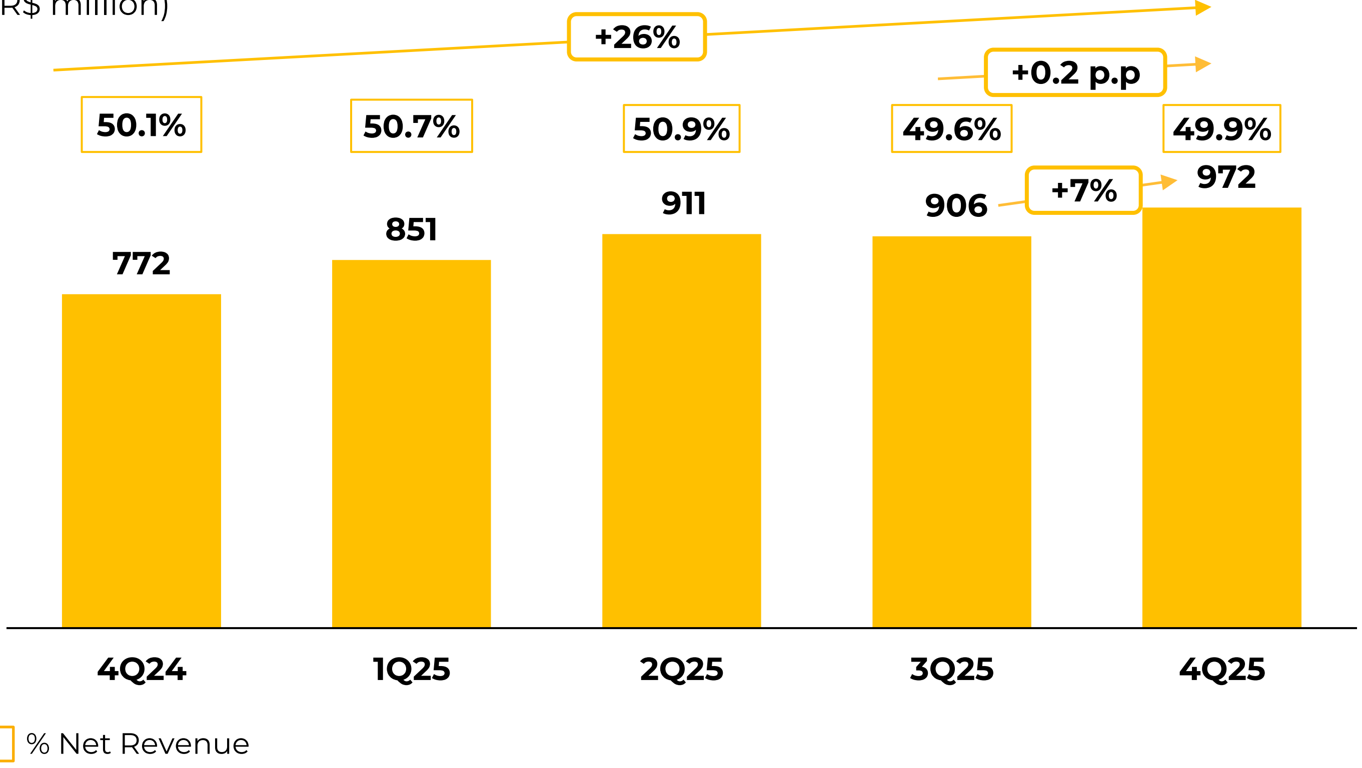
VARIATION IN CASH GROSS PROFIT [1]

(R$ million)



EVOLUTION OF CASH GROSS PROFIT

(R$ million)



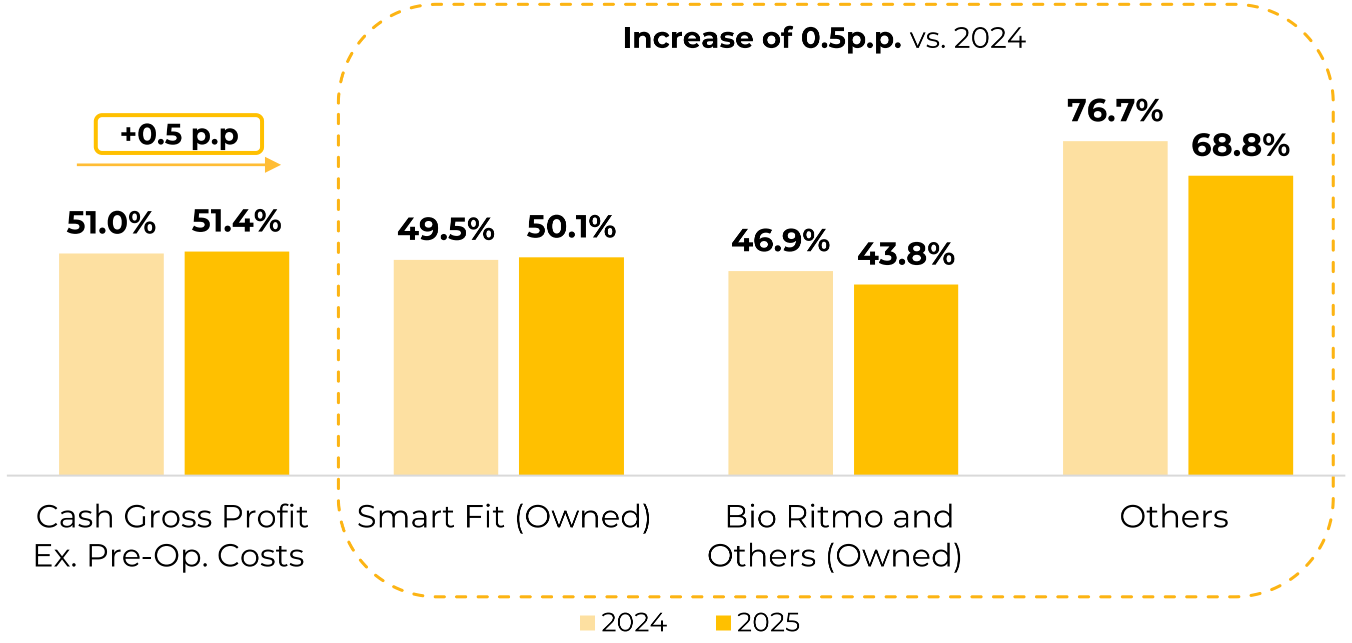
- Cash gross profit reached **R$972 M** in 4Q25, **+26% vs. 4Q24**, reflecting the consistent maturation of units opened over the last two years and the sustained margin levels of the mature units in the period
- Cash gross margin reached **49.9%** in the quarter, (-0.2p.p. vs. 4Q24), reflecting higher expenses related to the opening of new units and the increase in costs of units in the ramp-up phase
- In 2025, cash gross profit totaled **R$3.6 BN** (+30% vs. 2024), resulting in a cash gross margin of **50.3% (+0.2 p.p. vs. 2024)**

(1) For a better analysis of the performance of our operations, all indicators exclude the effects of IFRS-16, depreciation and amortization.

CASH GROSS MARGIN BEFORE PRE-OPERATING COSTS

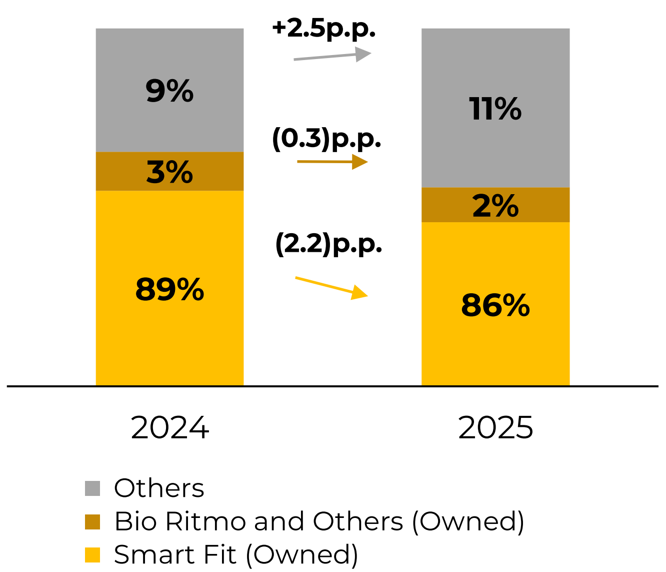
CASH GROSS MARGIN BEFORE PRE-OPERATING COSTS BREAKDOWN

Per segment | 2025 vs. 2024 (%)



CASH GROSS PROFIT BEFORE PRE-OP

Per Segment (%) and variation vs. 2024 (p.p.)



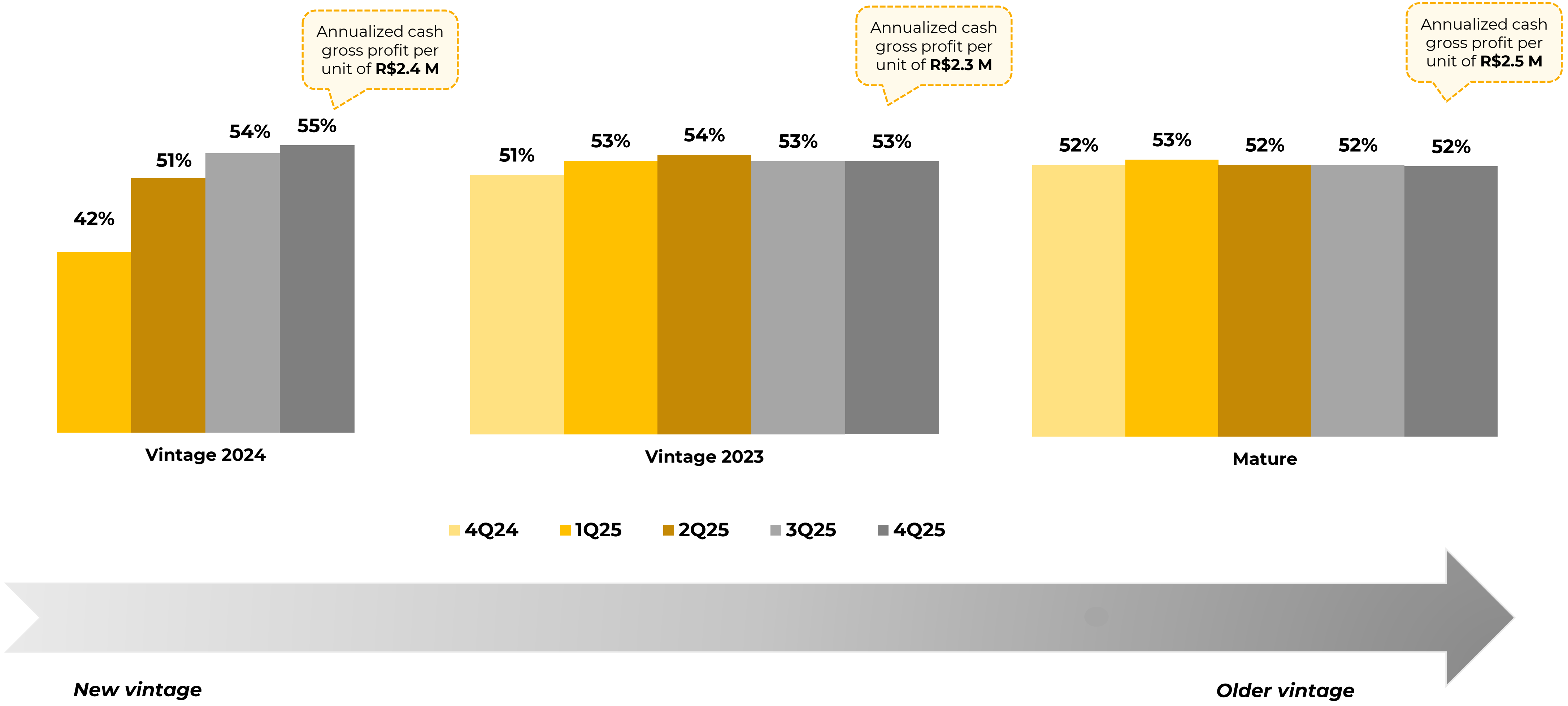
- In 2025, Smart Fit's **gross margin before pre-operating costs expanded 0,6p.p. vs. 2024**, reaching **50.1%**
- The **"Others" segment remained with the highest margin level within the Company**, closing the period at 68.8% (vs. 76.7% in 2024). It is important to highlight that the segment's margin was negatively impacted by the consolidation of FitMaster since 2Q25
- **Cash gross margin was positively impacted by the "Others" segment higher share**, representing 11% vs. 9% in 2024

Note: Pre-operating costs are those related to the opening of new units.
"Bio Ritmo and others" includes the operations of Bio Ritmo and Nation. Until 2024, this line also included the gym under the O2 brand in Chile, which was converted into a Bio Ritmo unit in 2025. "Others" includes royalties received from franchises in Brazil and international markets (except Mexico), as well as revenue from other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass, Queima Diária and Studios, and, in Mexico, FitMaster. Until 3Q24, royalties related to franchises in Colombia, which were converted into owned units in 4Q24, were also not included in the "Others" line.

SOLID GROSS MARGIN OF MATURE CLUBS

Margin of mature clubs[1] was 52%, consistent with the 11 previous quarters, and the maturation of units opened in recent years is in line with historical trends

GROSS MARGIN PER VINTAGE[1]



(1) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year. Considering only owned Smart Fit clubs

SOLID AND CONSISTENT RETURN PER CLUB

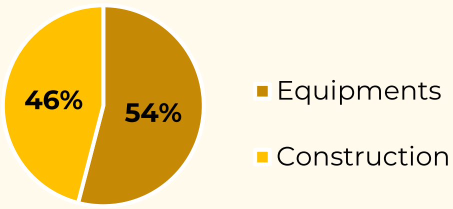
High profitability with maintenance investments that ensure the continuity of the differentiated value proposition over the years. Depreciation reaching 7% of net revenue after 12 years of operation

Smart Fit Club R$ million in 2025	Mature[1]	Mature units by vintage 2022-2018	2017-2014	2013-2009
Units	**950**	**644**	**227**	**79**
Net revenue	**4.8**	**4.8**	**4.7**	**4.3**
Cash Gross Profit	**2.5**	**2.6**	**2.4**	**2.1**
Cash Gross Margin	52%	53%	50%	50%
Depreciation	**(0.5)**	**(0.6)**	**(0.4)**	**(0.3)**
(%) Deprec. / Net Revenue	(11%)	(13%)	(9%)	(7%)
NOPAT *(SG&A of 18%, Income Tax of 34%)[2,3]*	**0.7**	**0.7**	**0.7**	**0.7**
Fixed asset base[4]	**2.6**	**3.1**	**1.7**	**1.5**
ROIC (MATURE UNITS 2024)	**28%**	**24%**	**42%**	**45%**

Vintage 2022: **ROIC of 15%**

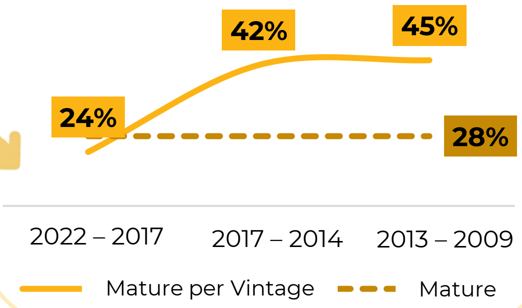
Maintenance Capex - Mature Units

% By investment type



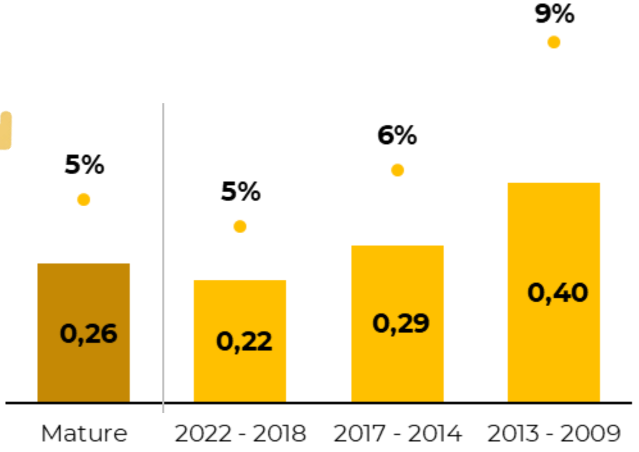
CONSISTENT RETURNS ACROSS VINTAGES

ROIC is in line with historical performance across all maturity stages



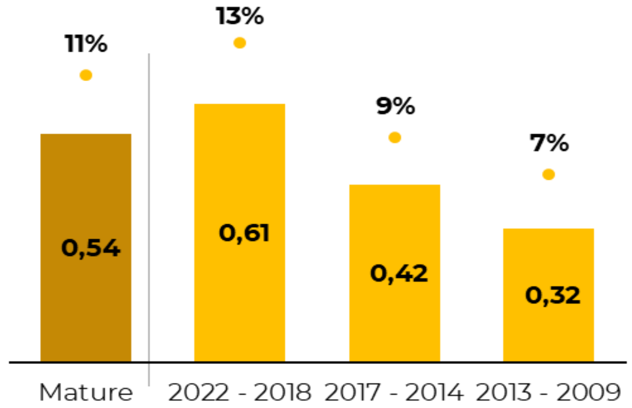
Maintenance CAPEX for mature units[1]

R$ million/club and % of Net Revenue



Depreciation for mature units[1]

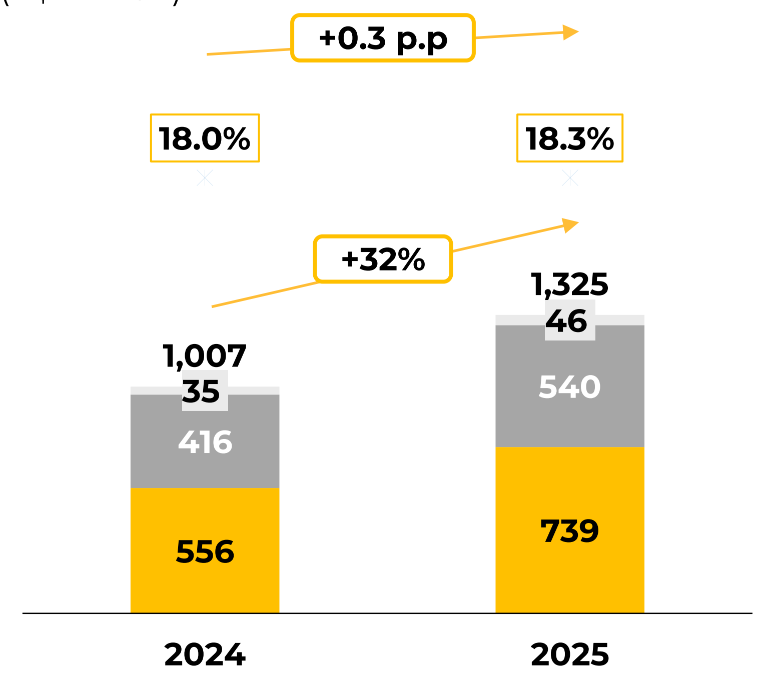
R$ million/club and % of Net Revenue



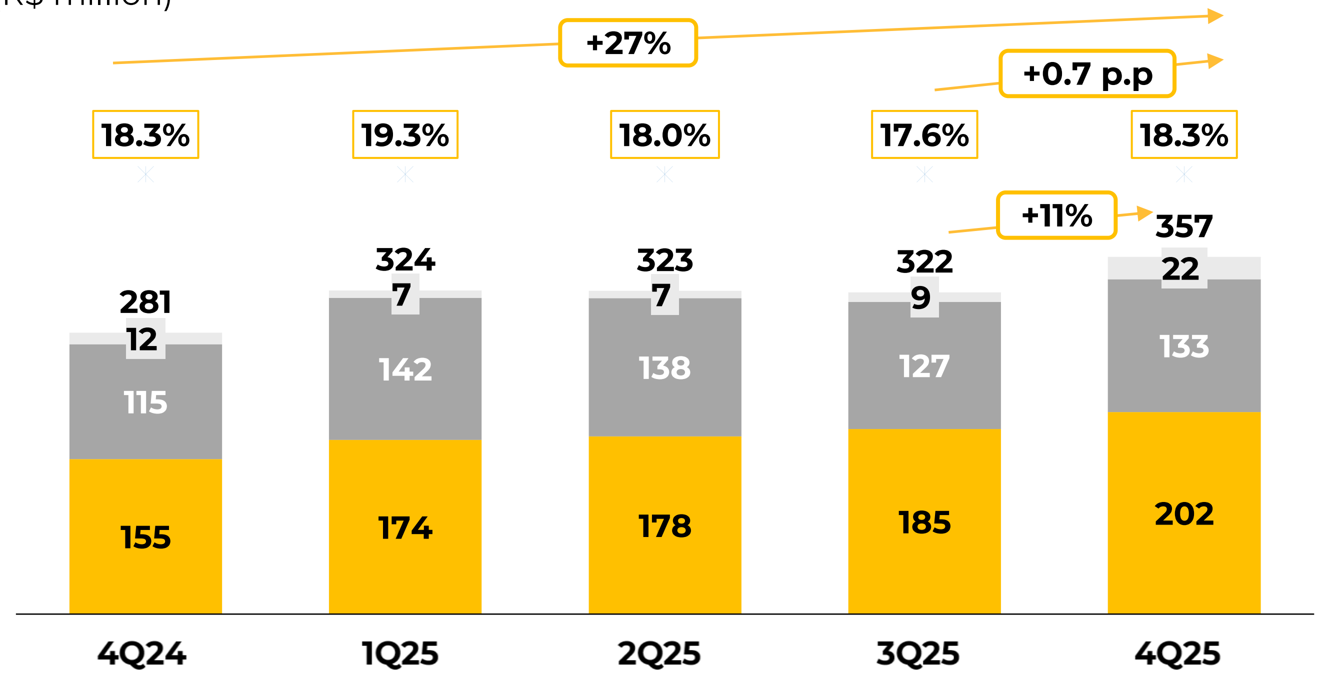
(1) Considers all 950 mature Smart Fit owned gyms as of the end of 2024.; (2) Based on the sum of selling expenses (excluding pre-operating costs). general and administrative expenses. and other (expenses) income as a percentage of net revenue of 17.8% recorded in 2024; (3) Brazil's marginal Corporate Income Tax and Social Contribution rate of 34%; (4) Net fixed asset base at the end of the period, net of accumulated depreciation.

EXPENSES

VARIATION IN EXPENSES
(R$ million)



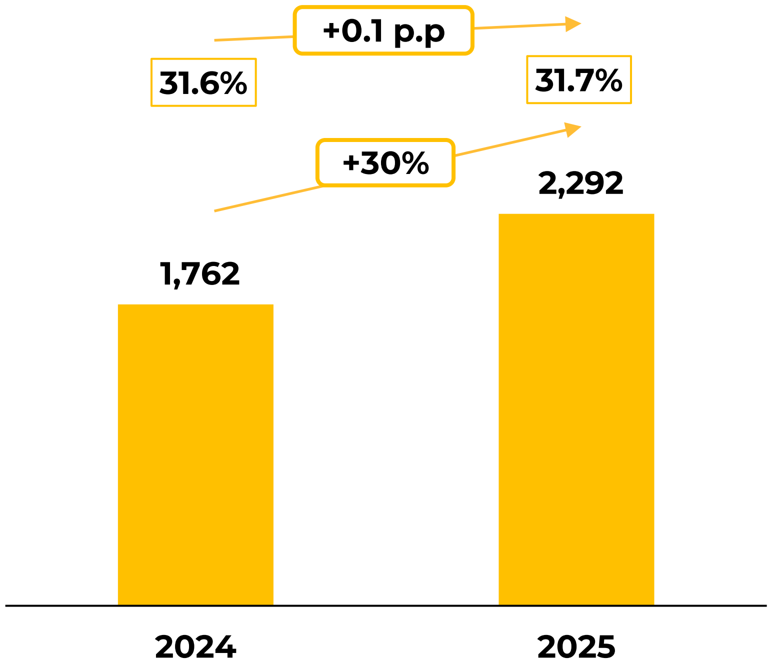
EVOLUTION OF EXPENSES
(R$ million)



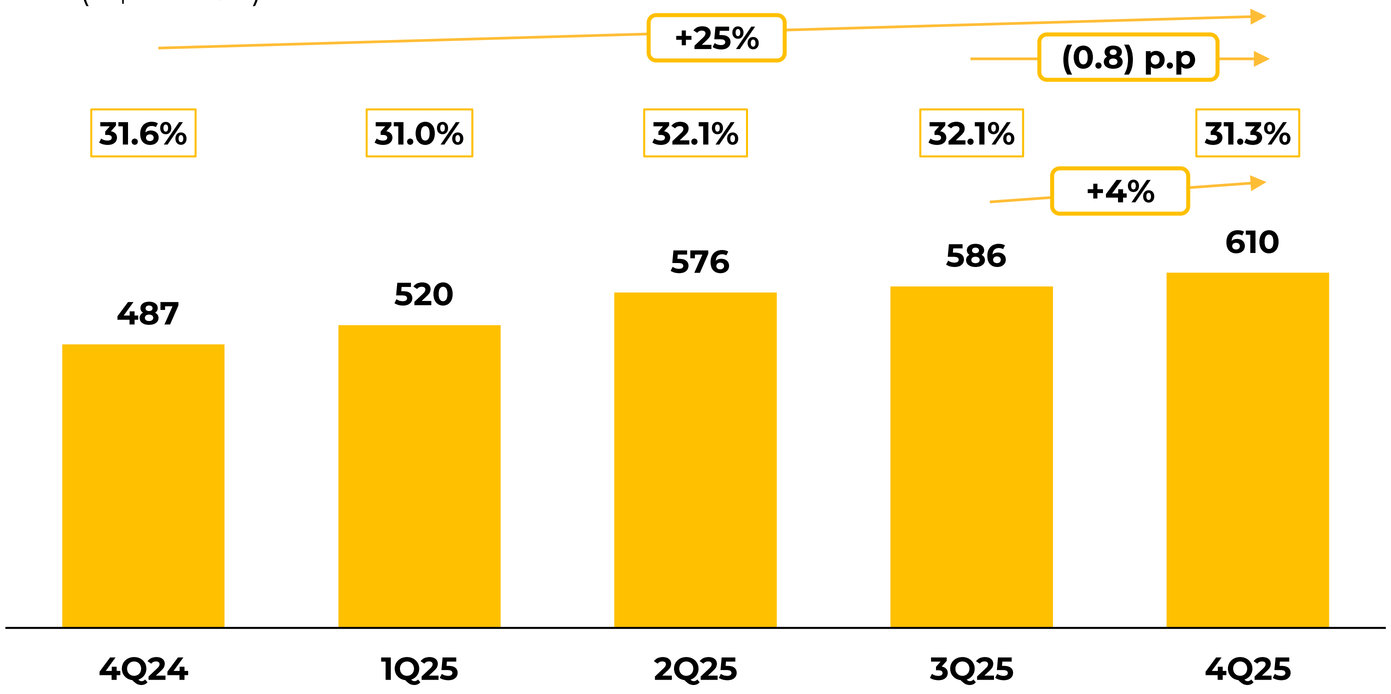
- Selling, general and administrative expenses totaled **R$357 M** in 4Q25, **+27% vs. 4Q24**, representing 18.3% of net revenue, **flat** vs. the same period of last year
- General and administrative totaled **R$202 M in 4Q25**, **a growth of 20% vs. 4Q24**, representing 10,4% of net revenue. This mainly reflets the higher level of investments in others business
- Selling expenses totaled **R$133 M in 4Q25, +16% vs. 4Q24**, representing **6.8% of net revenue** (-0.6 p.p. vs. 4Q24)

ADJUSTED EBITDA

VARIATION IN ADJ. EBITDA
(R$ million)



EVOLUTION OF ADJ. EBITDA
(R$ million)



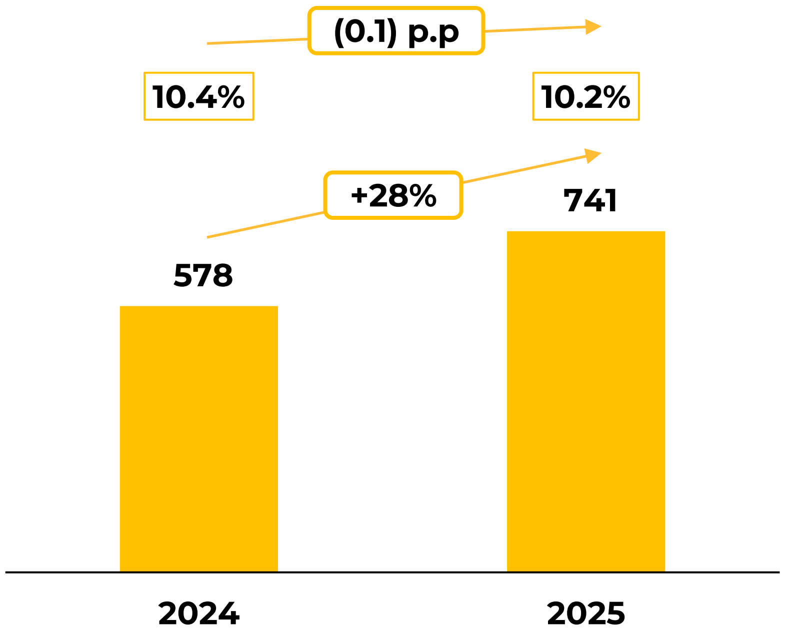
EBITDA % Net Revenue

- EBITDA totaled **R$610 M** in 4Q25, the highest level ever recorded for a quarter, registering a strong growth of **+25% vs. 4Q24**, with a margin of **31.3%, flat vs. 4Q24**
- In 2025, Adj. EBITDA totaled **R$2.3 BN,** resulting in a margin of **31.7%**
- EBITDA before pre-operating expenses totaled **R$669 M** in 4Q25, a growth of **+29%** vs. 4Q24, with a margin of **34.3% (+0.6 p.p.** vs. 4Q24)

RECURRING NET INCOME

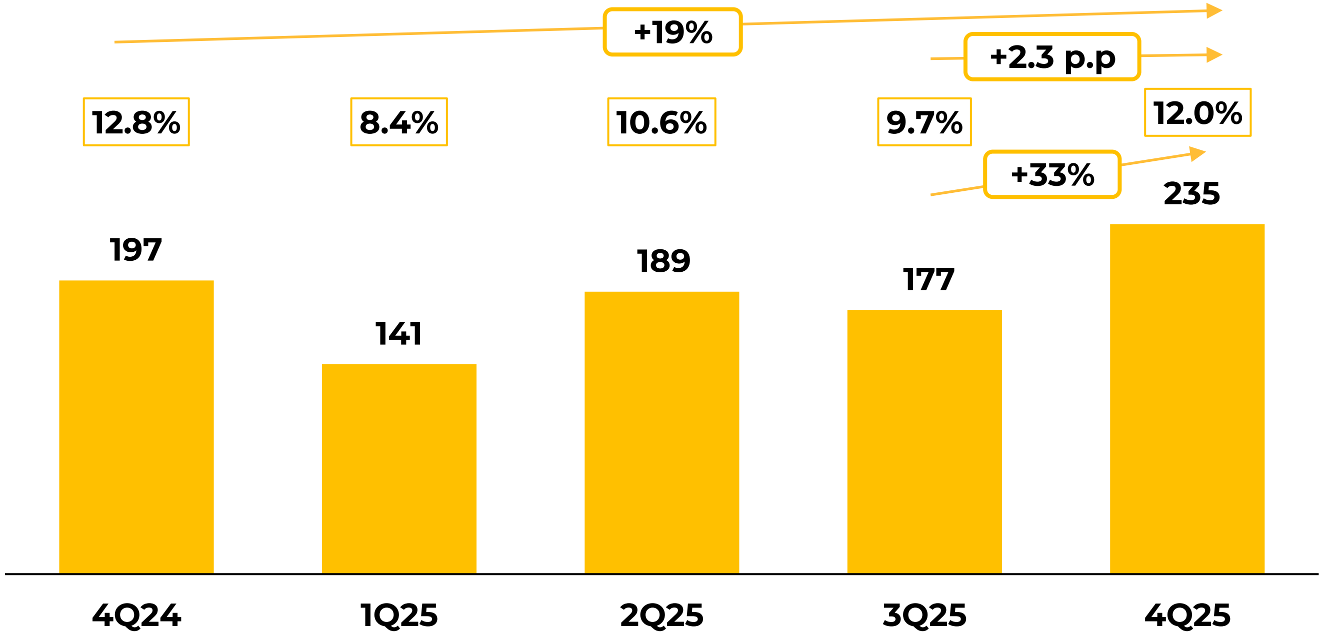
VARIATION IN RECURRING NET INCOME

(R$ million)



EVOLUTION OF RECURRING NET INCOME

(R$ million)



Recurring Net Income   Recurring Net Margin

- Recurring net income grew **19% vs. 4Q24**, totaling **R$235 M.** This growth, which was below the Adj. EBITDA growth, is explained by higher taxes related to operations outside Brazil due to the impact of the TBU, which offset the positive impact of a higher amount of interest on equity (IOE)
- In 2025, recurring net income reached **R$741 M**, with a recurring net margin of **10.2%**

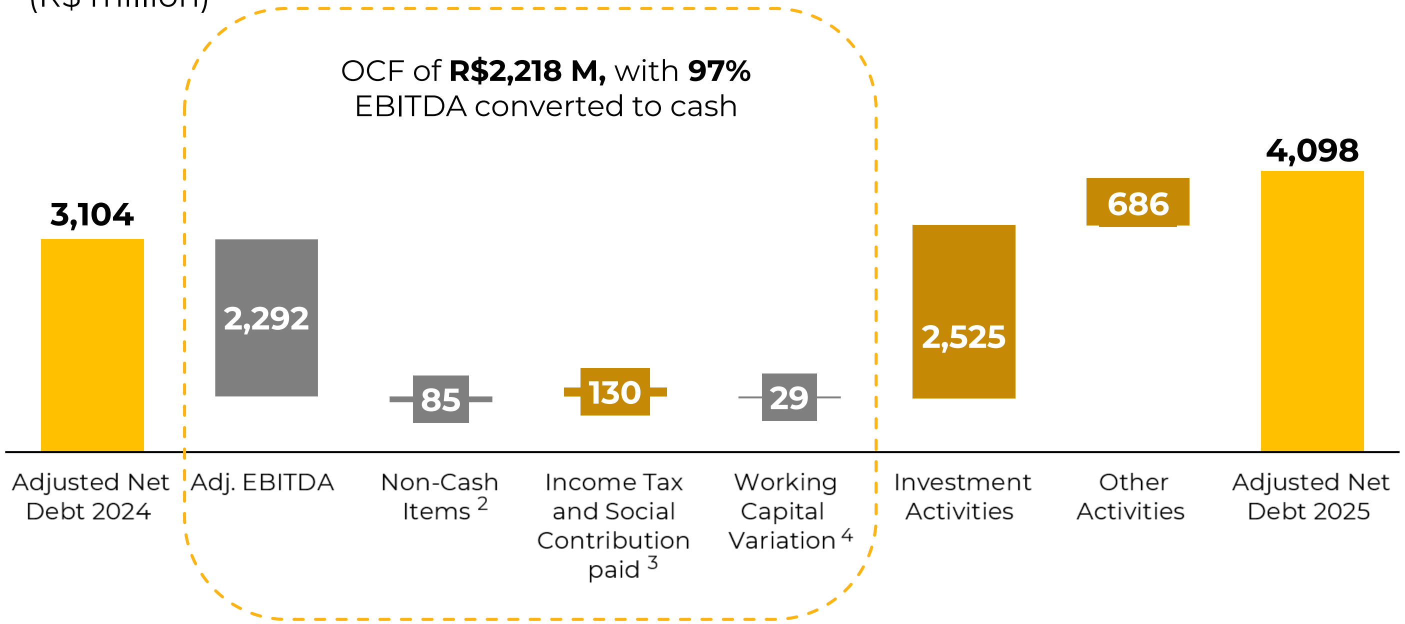
Note: For a better analysis of the performance of our operations, all indicators exclude the effects of IFRS 16 related to lease liabilities associated with the rental of gyms and offices. "Recurring net income (loss)" excludes the impacts related to the revaluation of the Company's participation in the operations in Panama and Costa Rica and goodwill from other acquisitions, mainly Velocity and FitMaster, as well as non-recurring financial expenses of R$1.8 million after IR/CSLL related to the partial prepayment of the 8th debenture issuance in 3Q25 and R$5.3 million in 3Q24 related to the prepayment of the 5th issuance and other bilateral debts in Colombia.

VARIATION IN ADJUSTED NET DEBT AND CAPEX

High conversion of EBITDA into operating cash with accelerated investments in expansion

VARIATION IN ADJUSTED NET DEBT[1]

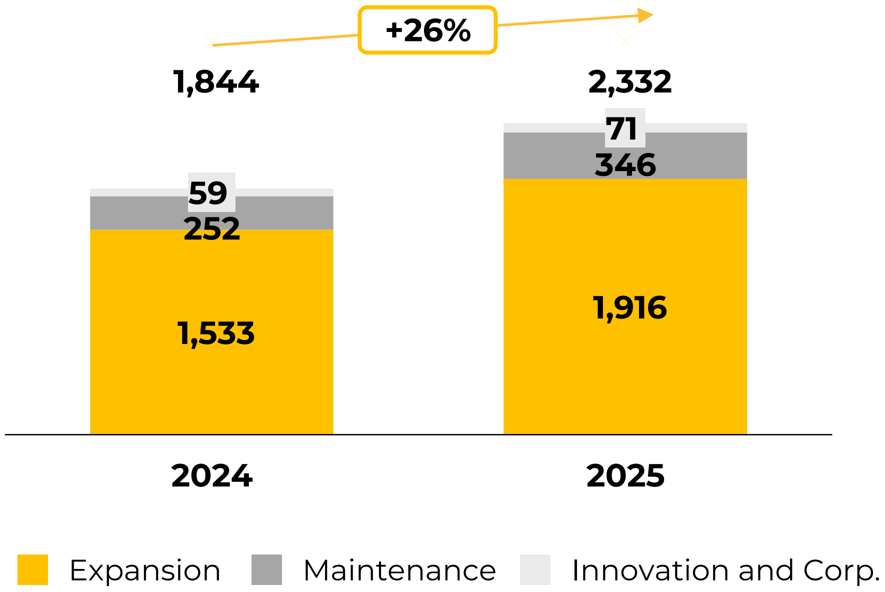
(R$ million)



- Increase in net debt of **R$993 M** in the year
- Operating cash generation of **R$2,218 M** in the quarter, with the investments of **R$2,525 M**, of which **R$2,332 M** were related to the **Capex**
- Other activities added **R$686 M** to adjusted net debt

CAPEX[5]

(R$ million)



- Capex totaled **R$2,332 M** (**+26%** vs. 2024).
- Expansion capex grew **25%** vs. 2024, reflecting investments in club openings and units under construction. Capex per unit totaled **R$6,3 M**
- Maintenance capex ended 2025 **at R$346 M** (**+37%** vs. 2024), reflecting the strategy to preserve a high-quality offering and the increase in the number of mature clubs

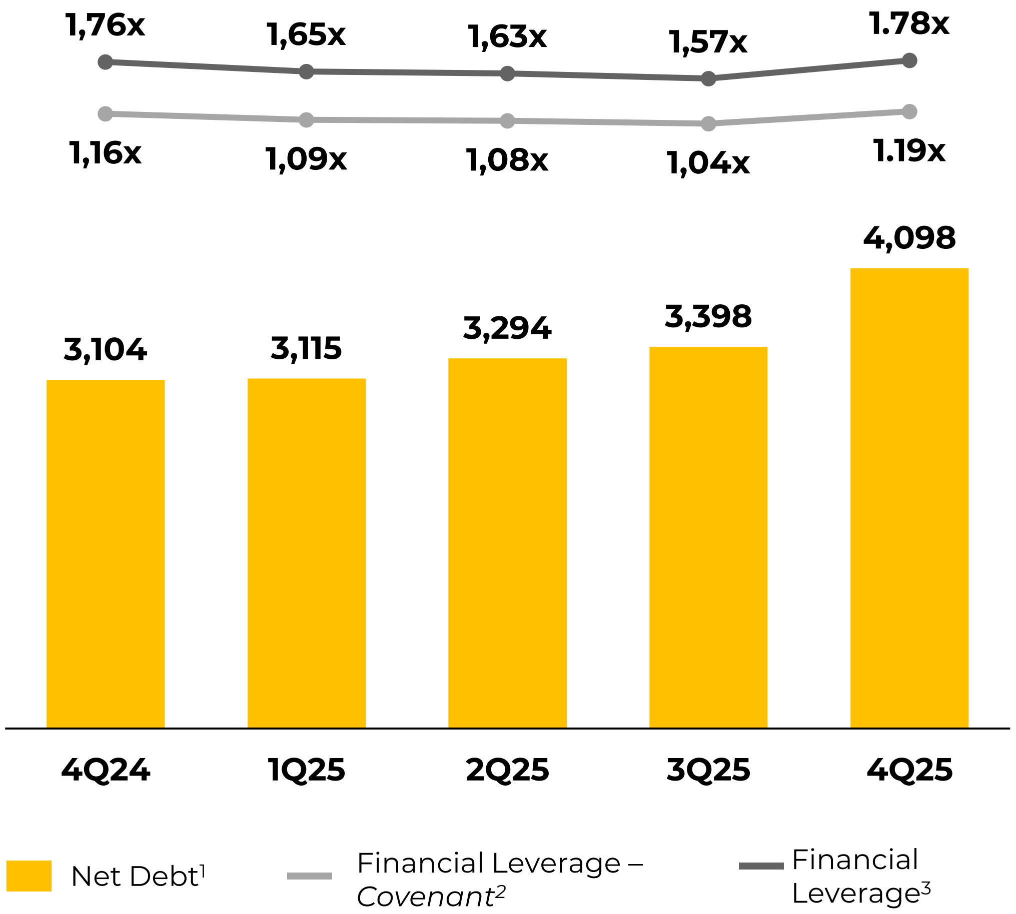
(1) "Adjusted Net Debt" uses the definition set forth in the Company's debentures. For more details, see the debentures indenture; (2) Mainly includes equity income, asset write-offs, deferred revenue and provisions; (3) Includes taxes on sales and services; (4) As of 1Q25, the Company began using changes in working capital as presented in the Cash Flow Statement of the financial statements; (5) Does not consider investments related to the assignment of right-of-use associated with the acquisition of commercial locations. As of 1Q25, the Company began using changes in working capital as presented in the Cash Flow Statement of the financial statements.

LEVERAGE AT HEALTHY LEVELS

Diversified capital structure across its regions of operation, supported by efficient and agile management

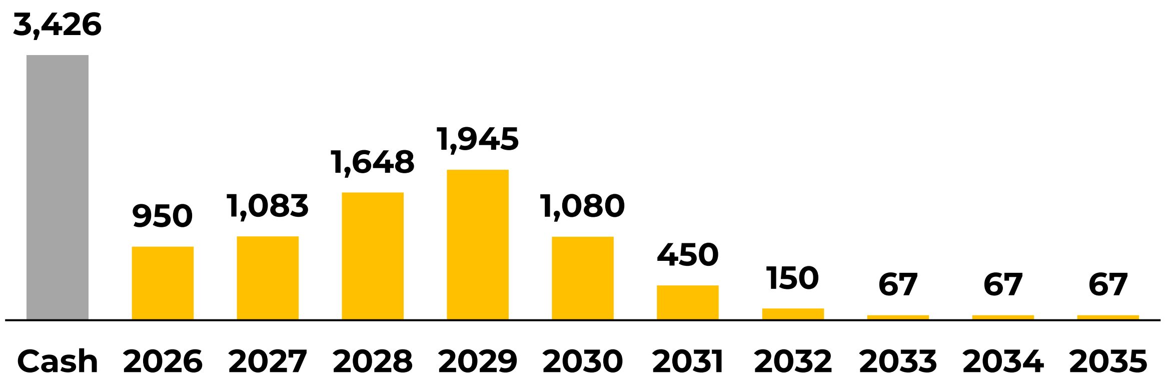
ADJUSTED NET DEBT[1] AND FINANCIAL LEVERAGE[2,3]

(R$ Million)



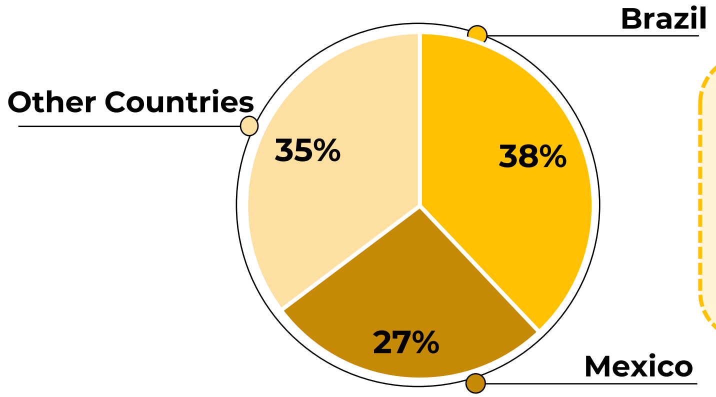
GROSS DEBT AMORTIZATION SCHEDULE[4]

(R$ Million)



NET DEBT BY REGION

(%)



A combination of **operating cash flow generation and local fundraising to support growth**

(1) "Net Debt" uses the definition established in the Company's debentures. For more information, see the debenture indenture (Portuguese only);
(2) The "Financial Leverage – Covenant" indicator is calculated as "Adjusted Net Debt" divided by "EBITDA LTM", using the definitions of net debt and EBITDA established in the Company's debentures;
(3) The "Financial Leverage" indicator considers "Adjusted Net Debt", using the definition established in the Company's debentures, and "EBITDA LTM", excluding the effects of IFRS 16 related to commercial leases associated with the rent of clubs and offices;
(4) "Gross Debt" considers short- and long-term loans, financing and operating leases (excluding property leases) with financial institutions at the end of 2025.

Q&A

Instructions:

- To ask questions, click on the **Q&A** icon at the bottom of the screen.

- A request will appear on the screen to activate your microphone. Activate your microphone to ask questions.

- Please ask your questions all at once.