



Resultados 1T26

Webinar de Resultados

07 de maio de 2026

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

Teleconferência em português com tradução
simultânea em inglês

[Clique Aqui](#)

smart **fit**

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 1T26

São Paulo, 06 de maio de 2026 – A Smart Fit (SMFT3), líder no setor *fitness* na América Latina em número de clientes e academias¹ anuncia os resultados do 1T26. 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 34.

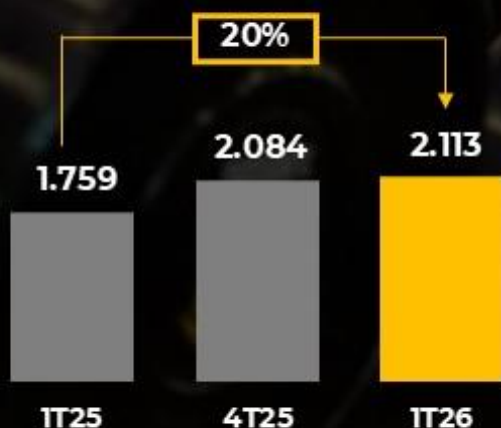
DESTAQUES DO PERÍODO

- **Sólido crescimento de 20% da rede de academias vs. 1T25, totalizando 2.113 unidades em 16 países**
*Recorde de 354 academias adicionadas nos últimos 12 meses. Seguimos confiantes em relação ao *guidance*² de aberturas de 330-350 em 2026.*
- **Receita líquida atingiu R\$2,1 BI no 1T26, com sólido crescimento de 25% vs. 1T25 e 8% vs. 4T25**
Forte desempenho impulsionado pelo avanço de 20% na receita das academias próprias da marca Smart Fit e pelo robusto crescimento na linha de “Outras³”, dobrando de tamanho vs. 1T25.
- **Lucro bruto caixa⁴ de R\$1.089 M no 1T26, crescimento de 28% vs. 1T25 e margem recorde de 51,8%, +1,1p.p. vs. 1T25**
Margem bruta caixa das academias maduras⁵ consistente e maturação das unidades inauguradas nos últimos anos em linha com o histórico, combinado com forte incremento do lucro bruto caixa de “Outras”.
- **EBITDA ajustado⁶ recorde de R\$672 M no 1T26, sólido crescimento de 29% vs. 1T25 e margem de 32,0% (+1,0p.p. vs. 1T25). Robusta geração de caixa operacional de R\$635 M, e alta conversão de 95%**
EBITDA ajustado recorde de R\$2,4 bilhões nos últimos 12 meses, com margem de 31,9%.
- **Crescimento de 47% do lucro líquido recorrente⁷ vs. 1T25, atingindo R\$207 M no 1T26 e uma margem líquida recorrente de 9,8% (+1,5p.p. vs. 1T25)**
Nos últimos 12 meses, o lucro líquido recorrente atingiu R\$808 milhões, com margem líquida recorrente de 10,5%.

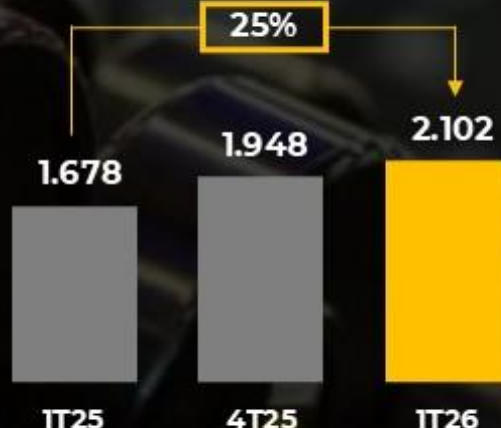
Destaque do 1T26	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Academias	2.113	1.759	20%	2.084	1%
Receita Líquida (R\$ M)	2.102	1.678	25%	1.948	8%
Lucro Bruto Caixa ⁴	1.089	851	28%	972	12%
Margem Bruta Caixa	51,8%	50,7%	1,1 p.p.	49,9%	1,9 p.p.
EBITDA Ajustado ⁶ (R\$ M)	672	520	29%	610	10%
Margem EBITDA	32,0%	31,0%	1,0 p.p.	31,3%	0,7 p.p.
Lucro Líquido Recorrente ⁷ (R\$ M)	207	141	47%	235	(12%)

(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 2026; (3) “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 Brasil, Queima Diária e Studios e, no México a *FitMaster* e TotalPass México; (4) 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; (5) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; (6) “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 (7) 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. Vide seção “Lucro Líquido e Lucro Líquido Recorrente”.

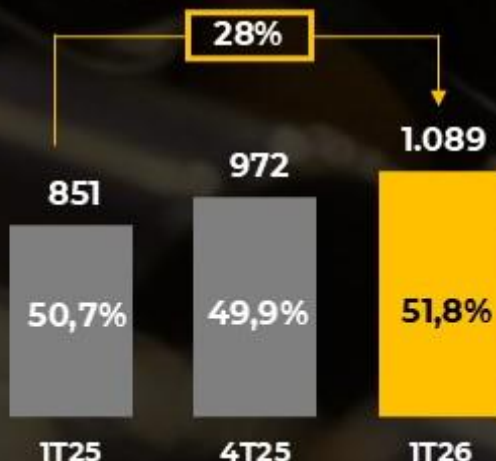
Academias



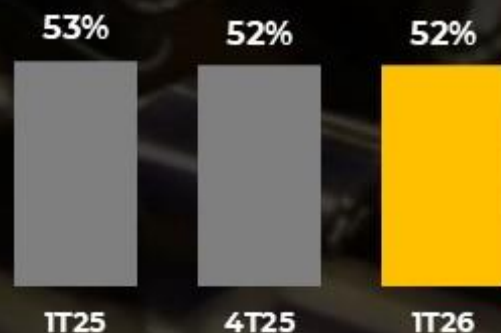
Receita Líquida (R\$ M)



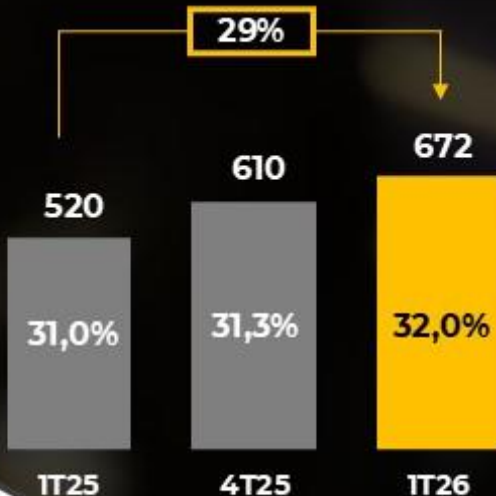
Lucro Bruto Caixa e Margem ^(a) (R\$ M)



Margem Bruta Maduras ^(b) (%)



EBITDA Aj. (R\$ M) e Margem ^(a,c) (%)



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



(a) Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2), vide seções "Lucro Bruto Caixa" e "Composição do EBITDA" e "Lucro Líquido"; (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, STUDIOS E AGREGADORES

Evolução da rede de academias

Academias	Final de Período					Crescimento 1T26 vs.		Variação 1T26 vs.	
	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26	4T25	1T25	4T25	1T25
Academias Total	1.759	1.818	1.867	2.084	2.113	29	354	1%	20%
Por Tipo									
Próprias	1.416	1.459	1.501	1.683	1.703	20	287	1%	20%
Franquias	343	359	366	401	410	9	67	2%	20%
Por Marca									
Smart Fit	1.726	1.783	1.831	2.048	2.072	24	346	1%	20%
Próprias	1.389	1.430	1.471	1.653	1.668	15	279	1%	20%
Brasil	573	587	605	693	701	8	128	1%	22%
México	372	379	390	435	439	4	67	1%	18%
Outros Países ^a	444	464	476	525	528	3	84	1%	19%
Franquias	337	353	360	395	404	9	67	2%	20%
Brasil	228	237	241	259	262	3	34	1%	15%
México	23	24	26	30	32	2	9	7%	39%
Outros Países ^a	86	92	93	106	110	4	24	4%	28%
Bio Ritmo e outras ^b	33	35	36	36	41	5	8	14%	24%
Próprias	27	29	30	30	35	5	8	17%	30%
Franquias	6	6	6	6	6	0	0	-	-
Por região									
Brasil	831	856	878	984	1.000	16	169	2%	20%
México	395	403	416	465	471	6	76	1%	19%
Outros Países ^a	533	559	573	635	642	7	109	1%	20%

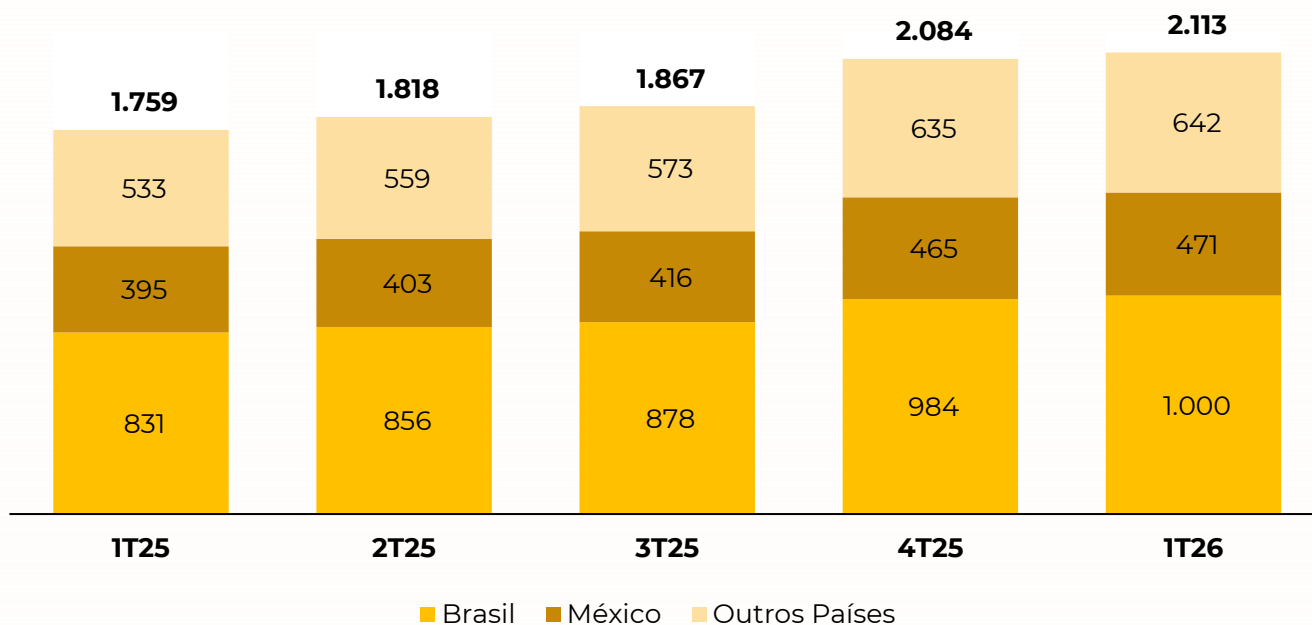
(a) "Outros Países" inclui as operações próprias da Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Marrocos e as franquias de El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana, Honduras e Argentina; (b) "Bio Ritmo e outras" inclui 39 unidades Bio Ritmo e 2 unidades Nation.

A Companhia encerrou o primeiro trimestre de 2026 com 2.113 academias em 16 países, um crescimento de 20% da rede quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Esse desempenho reforça sua liderança no segmento *Fitness* na América Latina e sua posição como uma das maiores do mundo. Ao final do período, a rede era composta por 1.703 unidades próprias (81% do total) e 410 franquias (19%).

Em relação à composição geográfica, o mix apresentou estabilidade em relação ao 1T25, com o Brasil representando 47% das unidades, seguido por Outros Países (30%) e o México (22%). Destaca-se o atingimento do marco histórico de 1.000 academias no Brasil no 1T26, tornando a Companhia a primeira a alcançar este patamar no país ao considerar todas as marcas e reforçando a sua capilaridade e liderança na região, com atuação no *high-end* (Bio Ritmo e outras) e no *High Value / Low Price* (Smart Fit).

No trimestre, foram adicionadas 29 academias, sendo 24 da marca Smart Fit e 5 da Bio Ritmo - sendo a maior adição trimestral já registrada pela marca *high-end*, com inaugurações em capitais e regiões com elevada renda per capita. Das adições do trimestre, 16 estão localizadas no Brasil, 7 em Outros Países e 6 no México. Das academias inauguradas, 20 são unidades próprias e 9 franquias.

Academias no final do período



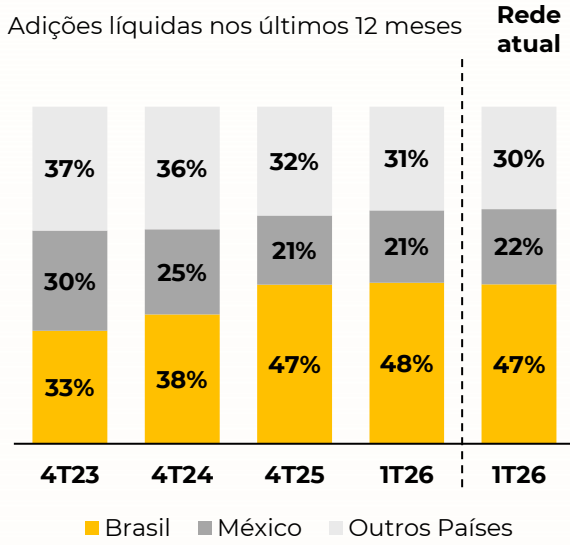
Nos últimos 12 meses, foram adicionadas 354 academias, recorde histórico de expansão em um período de 12 meses, sendo 346 da marca Smart Fit e 8 unidades “Bio Ritmo e outras”. Desse total, 81% correspondem a unidades próprias. Em termos de geografia, o Brasil representou 48% das adições, a região de Outros Países 31% e México 21%.

A Companhia encerrou o mês de abril com 51 adições acumuladas no ano, 108 em obras em andamento e 170 contratos assinados de unidades a serem inauguradas principalmente em 2026. Nesse contexto, seguimos confiantes em relação ao *guidance*¹ de aberturas de 330-350 academias no ano, sendo aproximadamente 80% unidades próprias. A decisão de sustentar o forte ritmo de expansão em relação às 341 unidades que foram adicionadas em 2025 está fundamentada (i) na performance consistente das academias maduras e no sólido *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos anos; (ii) na forte disciplina na execução e no processo de alocação de capital para aprovação e abertura de novas unidades; (iii) na robustez da posição financeira da Companhia; (iv) nas condições favoráveis de mercado, especialmente no pipeline de oportunidades imobiliárias de alta qualidade; e (v) na crescente demanda do segmento Fitness, impulsionada por tendências seculares. A continuidade do plano de expansão para o ano de 2026, reforça a alta escalabilidade das operações de academias.

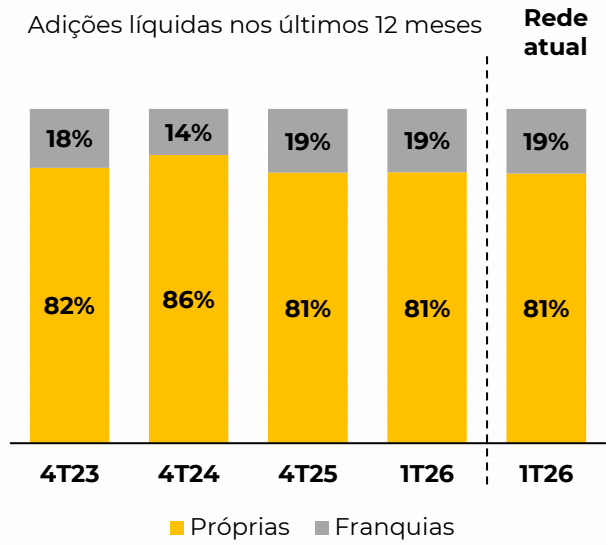
Vale ressaltar que, ao final do 1T26, 1.132 unidades próprias da Smart Fit eram maduras (68% da base de unidades próprias da marca), versus 956 (69% da base) no mesmo período do ano anterior. Considera-se madura a unidade que possui pelo menos 24 meses de operação no início do ano.

(1) Conforme *guidance* divulgado ao mercado, por meio de Fato Relevante, em março de 2026.

Composição das academias^(a) por região

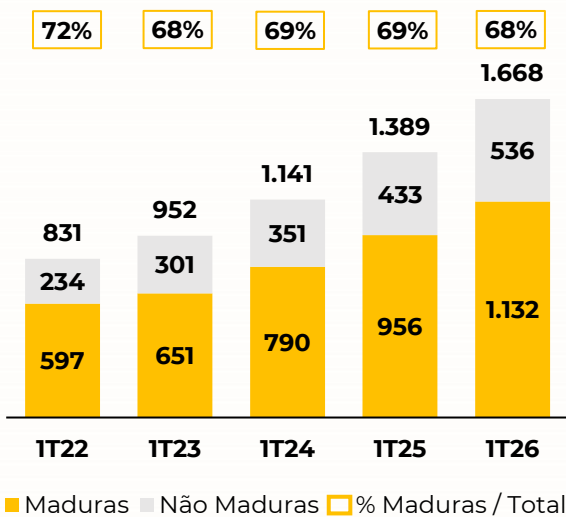


Composição das academias^(a) por tipo

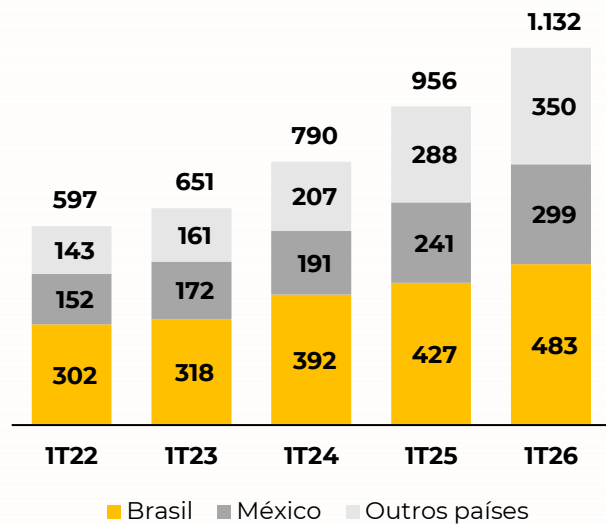


(a) Considera somente as academias da Companhia (não considera Studios).

Composição Academias Smart Fit Próprias por aging



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



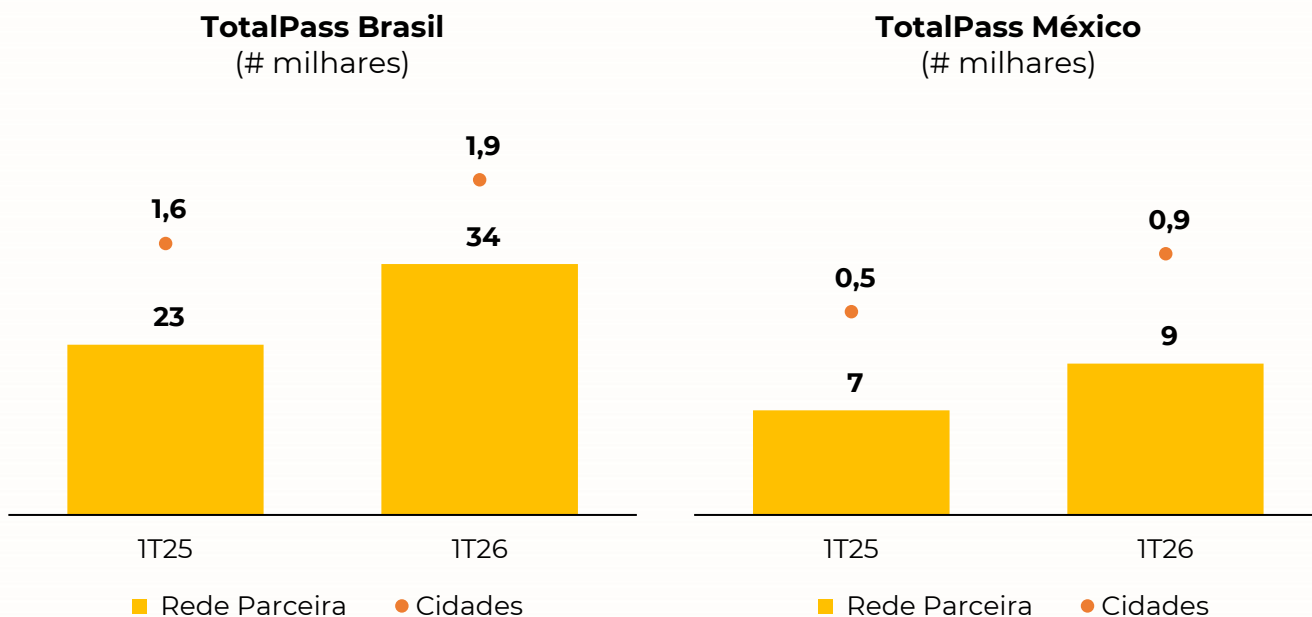
(b) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário.

Evolução Studios e TotalPass

No segmento de Studios, encerramos o trimestre com 186 unidades, sendo 161 franquias (87% do total), totalizando 299 salas. Esse número representa uma sólida adição de 33 unidades em relação ao 1T25, com destaque para a região sudeste do Brasil, responsável por cerca de 70% dessa expansão, especialmente o estado de São Paulo. Adicionalmente, destacam-se as inaugurações das marcas Vidya, Velocity, Aera Pilates e Tônus que, em conjunto, representaram aproximadamente 90% das novas salas. Frente ao 4T25, foram adicionadas 6 unidades.

No TotalPass Brasil, a base de academias parceiras ultrapassou 34 mil unidades no 1T26 (+47% vs. 1T25), com presença em cerca de 2 mil cidades (+23% vs. 1T25), representando um marco importante para essa unidade de negócio. No TotalPass México, a rede de parceiros encerrou o primeiro trimestre com mais de 9 mil unidades credenciadas (+45% vs. 1T25). Com isso, os clientes do TotalPass passaram a poder frequentar aproximadamente 44 mil estabelecimentos diferentes incluindo as academias e studios da própria Companhia.

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 parceiros, reforçando o posicionamento do TotalPass como uma das maiores plataformas de bem-estar corporativo da América Latina.



BASE DE CLIENTES

Evolução da base de clientes em academias

Clientes ('000)	Final de Período					Crescimento 1T26 vs.		Variação 1T26 vs.	
	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26	4T25	1T25	4T25	1T25
Em academias^a	5.253	5.151	5.228	5.210	5.582	372	329	7%	6%
Por Tipo									
Próprias	4.235	4.149	4.232	4.222	4.528	306	293	7%	7%
Franquias	1.018	1.002	996	988	1.054	66	36	7%	4%
Por Marca									
Smart Fit	5.201	5.097	5.174	5.157	5.527	370	327	7%	6%
Próprias	4.192	4.104	4.187	4.178	4.482	304	290	7%	7%
Brasil	1.715	1.635	1.620	1.595	1.703	108	(12)	7%	(1%)
México	1.039	1.035	1.042	1.007	1.103	96	64	10%	6%
Outros Países ^b	1.438	1.434	1.525	1.576	1.676	100	238	6%	17%
Franquias	1.009	993	987	979	1.046	66	37	7%	4%
Bio Ritmo e outras ^c	52	55	54	53	55	2	3	4%	5%
Por região									
Brasil	2.389	2.282	2.250	2.216	2.346	130	(43)	6%	(2%)
México	1.114	1.110	1.116	1.079	1.189	110	75	10%	7%
Outros Países ^b	1.750	1.760	1.862	1.915	2.047	132	297	7%	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.

No 1T26, a base de clientes em academias alcançou 5,6 milhões, representando crescimento de 6% frente ao mesmo período do ano anterior, com adição de 329 mil clientes. Esse avanço reflete, principalmente, a forte expansão da rede e a sólida maturação das unidades inauguradas nos últimos anos. Em comparação ao 4T25, a base de clientes em academias apresentou crescimento de 7%, ou uma adição de 372 mil clientes, reflexo da sazonalidade favorável do trimestre.

Vale ressaltar que tanto a Base de Clientes em academias quanto as análises apresentadas a seguir contemplam exclusivamente o "canal de vendas direto (B2C)". Dessa forma, os usuários que acessam as academias por meio de agregadores, 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.

Considerando os usuários que acessam as academias por meio de agregadores, destaca-se que, nas unidades maduras, o resultado da captação de clientes no período foi similar ao histórico pré-Covid19 nos principais mercados de atuação.

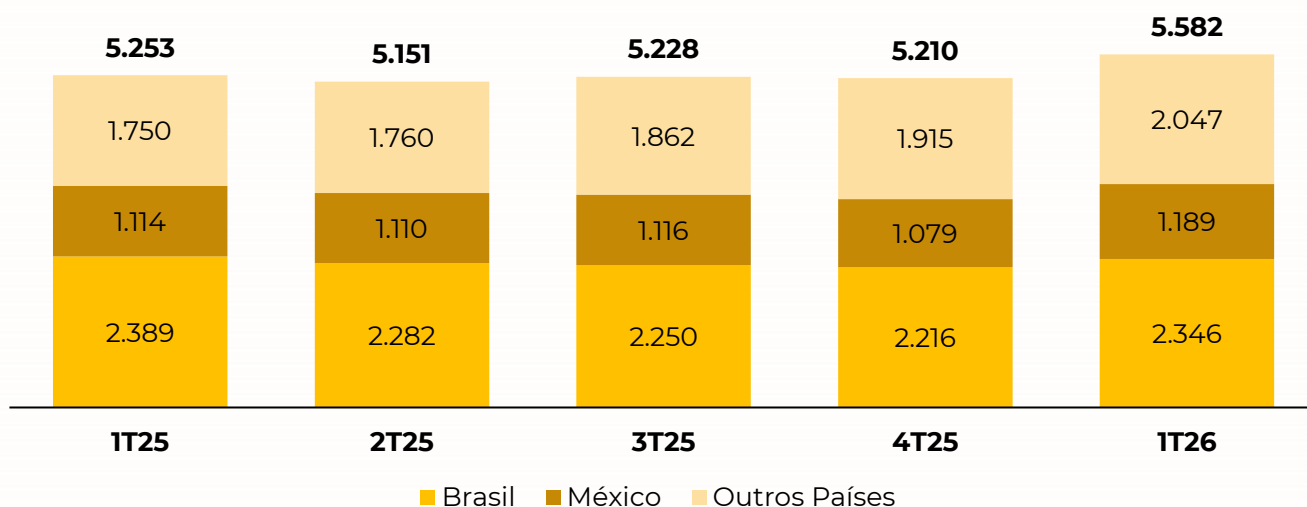
No Brasil, a base de clientes encerrou o 1T26 com 2,3 milhões, o que representa 1,0% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país. Embora a base de clientes apresente uma redução de 2% em relação ao 1T25, esse movimento reflete, principalmente, o aumento da representatividade dos acessos (*check-ins*) dos usuários do TotalPass. A utilização vem crescendo a representatividade a cada trimestre, o que contribui de forma positiva para o fluxo de usuários e para a receita das academias. Destaca-se que o ganho de participação dos *check-ins* dos acessos TotalPass apresentou um incremento trimestral superior ao patamar observado nos últimos 3 anos.

Em comparação ao 4T25, a base de clientes apresentou crescimento de 6%, impulsionado pela maturação das unidades inauguradas nos últimos anos e a sazonalidade favorável do período na região.

O México encerrou o 1T26 com 1,2 milhão de alunos, um crescimento de 7% em relação ao 1T25. Isso equivale a 0,9% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país. No trimestre, a base apresentou uma adição de 110 mil alunos, representando um crescimento de 10% da base frente ao 4T25, em função da maturação das unidades nos últimos anos e da sazonalidade favorável para o trimestre.

Na região Outros Países, a base de clientes ultrapassou pela primeira vez a marca de 2,0 milhões de clientes, representando um sólido crescimento de 17% quando comparada ao 1T25, resultado do *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos anos. No trimestre, foram adicionados 132 mil alunos, representando um incremento de 7% da base frente ao 4T25, em função da performance da maturação das unidades e da sazonalidade favorável do trimestre na região.

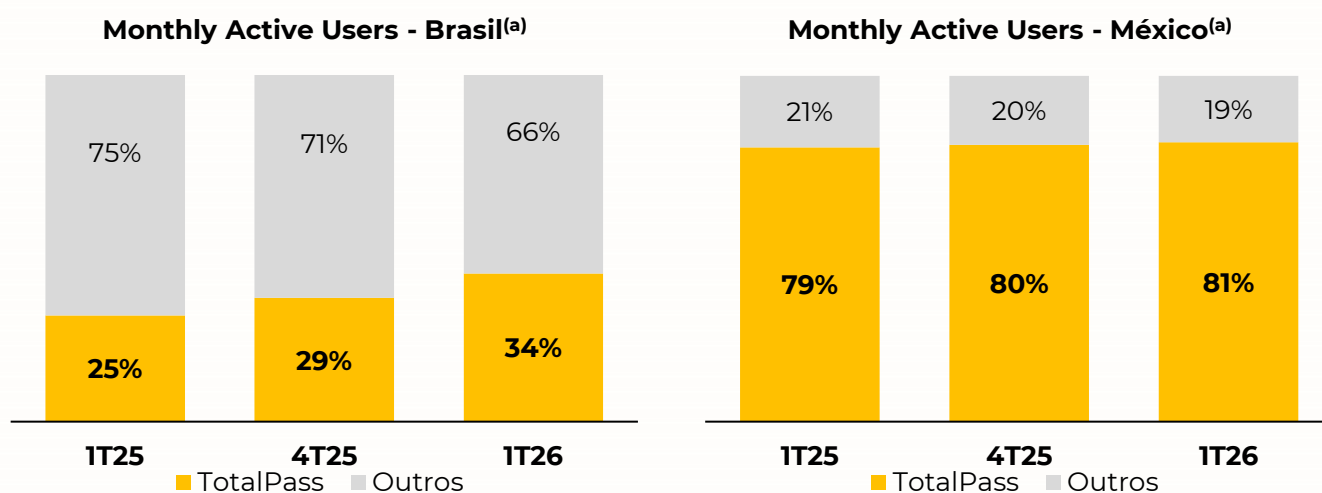
Clientes em academias no final do período



Evolução da base de clientes no TotalPass e serviços digitais

No segmento de agregadores do mercado *fitness* B2B, o TotalPass apresentou novamente um forte crescimento, consolidando-se como um dos principais benefícios corporativos de bem-estar no Brasil e no México. Destaca-se que o TotalPass encerrou o 1T26 com 2,1 milhões de clientes no Brasil e no México.

Além disso, com base nos dados de *Monthly Active Users* (MAU) disponibilizados pela Sensor Tower, o TotalPass Brasil atingiu 34% de *market share* em 31 de março de 2026 (vs. 25% no mesmo período do ano anterior), um sólido crescimento de 10p.p. no período. No México, o TotalPass manteve seu alto *market share* na região, atingindo 81% versus 79% no mesmo período do ano anterior.



Fonte: Sensor Tower. Os dados de "Active Users" são estimativas calculadas via amostragem e inteligência artificial, utilizando um painel proprietário de milhões de usuários. Desta forma, não representam a totalidade absoluta do mercado. (a) Dados ao final do período.

A Companhia vem expandindo e aperfeiçoando a oferta de produtos e serviços digitais, com o objetivo de complementar a experiência presencial de treino nas academias, 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 1T26, a plataforma possuía 446 mil clientes, um crescimento de 2% comparado ao 4T25, e de 12% 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. Nos últimos trimestres, 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 primeiro trimestre de 2026, os clientes exclusivamente digitais somavam 467 mil, incremento de 13% versus o 1T25 e 3% frente ao 4T25.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Principais indicadores financeiros ^a (R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Receita bruta	2.220,1	1.781,4	25%	2.069,0	7%
Receita líquida	2.102,1	1.678,2	25%	1.948,2	8%
Custo caixa dos serviços ^b	(1.012,9)	(827,6)	22%	(976,4)	4%
Lucro bruto caixa^b	1.089,2	850,6	28%	971,8	12%
Margem bruta caixa	51,8%	50,7%	1,1 p.p.	49,9%	1,9 p.p.
Custos pré-operacionais	(17,6)	(10,6)	67%	(36,8)	(52%)
Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais ^b	1.106,8	861,2	29%	1.008,6	10%
Margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais	52,7%	51,3%	1,3 p.p.	51,8%	0,9 p.p.
SG&A	(417,4)	(333,5)	25%	(362,1)	15%
% Receita Líquida	19,9%	19,9%	(0,0) p.p.	18,6%	1,3 p.p.
Despesas com vendas ^c	(172,1)	(142,2)	21%	(132,7)	30%
% Receita Líquida	8,2%	8,5%	(0,3) p.p.	6,8%	1,4 p.p.
Despesas gerais e administrativas ^d	(221,9)	(174,1)	27%	(202,0)	10%
% Receita Líquida	10,6%	10,4%	0,2 p.p.	10,4%	0,2 p.p.
Despesas pré-operacionais	(16,3)	(7,3)	123%	(22,2)	(26%)
Outras (despesas) receitas	(7,1)	(9,9)	(28%)	(5,3)	35%
Itens Extraordinários ^e	-	-	-	10,7	-
Equivalência patrimonial	-	3,0	-	0,2	-
EBITDA^f	671,8	520,2	29%	620,6	8%
Margem EBITDA	32,0%	31,0%	1,0 p.p.	31,9%	0,1 p.p.
EBITDA ajustado^g	671,8	520,2	29%	609,8	10%
Margem EBITDA ajustada	32,0%	31,0%	1,0 p.p.	31,3%	0,7 p.p.
EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais^h	705,7	538,0	31%	668,7	6%
Margem EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais	33,6%	32,1%	1,5 p.p.	34,3%	(0,8) p.p.
Depreciação e amortização	(282,6)	(228,3)	24%	(262,4)	8%
Resultado financeiro	(124,6)	(105,4)	18%	(124,1)	0%
EBT	264,6	186,5	42%	234,0	13%
Margem EBT	12,6%	11,1%	1,5 p.p.	12,0%	0,6 p.p.
IRPJ & CSLL	(61,0)	(46,2)	32%	7,6	-
Lucro (prejuízo) líquido	203,5	140,3	45%	241,6	(16%)
Margem líquida	9,7%	8,4%	1,3 p.p.	12,4%	(2,7) 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 ultrapassou, pela primeira vez, o patamar de R\$2 bilhões em um trimestre, totalizando R\$2.102,1 milhões no 1T26, um sólido crescimento de 25% em relação ao 1T25. Esse desempenho foi impulsionado, principalmente, pelo avanço de 20% na receita das academias próprias da marca Smart Fit e pelo robusto crescimento na linha de “Outras”, que dobrou de tamanho na comparação anual. Com isso, essa linha passou a representar 9% da receita líquida da Companhia (vs. 6% no 1T25).

Receita Líquida por Marca e Região

Receita Líquida (R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Smart Fit	1.847,1	1.538,5	20%	1.692,2	9%
Brasil	683,2	577,5	18%	611,7	12%
México	444,8	370,2	20%	406,3	9%
Outros Países ^a	719,2	590,8	22%	674,2	7%
Bio Ritmo e outras ^b	62,1	44,1	41%	56,8	9%
Outras ^c	192,9	95,6	102%	199,2	(3%)
Total	2.102,1	1.678,2	25%	1.948,2	8%

(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; (c) “Outras” inclui royalties recebidos de franquias no Brasil e internacionais (exceto México) e a receita de outras marcas operadas pela Companhia no Brasil, incluindo TotalPass Brasil, Queima Diária e Studios e, no México a FitMaster e TotalPass México.

No 1T26, a receita líquida das academias próprias da marca Smart Fit atingiu R\$1.847,1 milhões, crescimento de 20% frente ao 1T25, refletindo principalmente o aumento de 8% na base média de alunos em academias, impulsionado pela expansão de 20% da rede média de unidades próprias da marca e pela maturação dessas academias. Em relação ao 4T25, a receita líquida cresceu 9%.

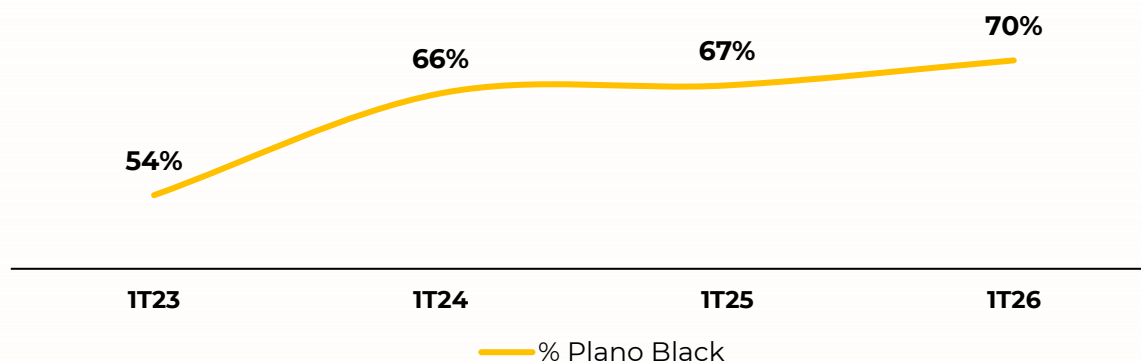
Adicionalmente, o ticket médio das academias Smart Fit próprias apresentou incremento de 12% frente ao mesmo período do ano anterior, com crescimento em todas as regiões de atuação. O forte crescimento do ticket médio no período reflete diversas iniciativas para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia. Neste sentido, o incremento 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.

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, além da assertiva estratégia de distribuição das academias da marca dentro dos diferentes planos disponíveis para os usuários do TotalPass.

Além disso, 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 1T26, um incremento de 3p.p. frente ao 1T25.

Evolução da penetração de clientes matriculados no Plano “Black” em Academias Próprias

(% clientes totais em academias próprias)



Em relação ao mix de geografia, destaca-se o ganho na participação das academias Smart Fit na região de Outros Países que, em conjunto com México, representaram 63% da receita líquida das academias próprias Smart Fit, +1p.p. frente ao 1T25.

No Brasil, a receita líquida das academias Smart Fit atingiu R\$683,2 milhões no 1T26, sendo 18% superior em relação ao 1T25. Esse resultado reflete principalmente o sólido incremento de 17% no ticket médio. Na comparação com o 4T25, a receita líquida cresceu 12%, refletindo o incremento do ticket médio de 9% e a expansão de 3% na base média de clientes em academias próprias.

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 2026, somado à maior representatividade dos acessos do agregador na frequência total dentro das academias próprias. Nesse sentido, aproximadamente metade do crescimento de ticket médio decorre da maior representatividade da receita proveniente dos acessos (*check in*) de clientes TotalPass nessas academias.

No México, a receita líquida das academias Smart Fit totalizou R\$444,8 milhões no 1T26, um aumento de 20% frente ao 1T25. Esse resultado foi impulsionado pelo incremento de 13% no ticket médio e pela expansão de 6% na base média de clientes em academias próprias.

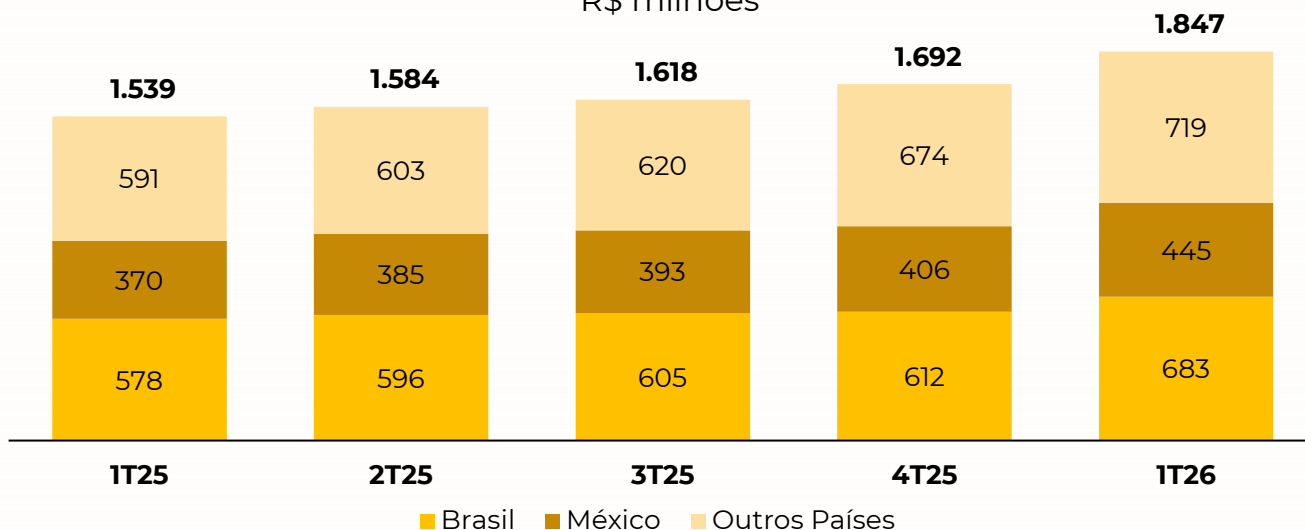
O aumento do ticket médio é reflexo da estratégia de precificação baseada em *clusters*, com aumentos de preços no plano “Smart” e “Fit” ao longo dos últimos trimestres, e do fortalecimento do efeito rede. Nesse sentido, a penetração dos clientes matriculados no plano “Black” em academias próprias atingiu 64% no 1T26, um expressivo crescimento de 11p.p. frente ao mesmo período do ano anterior e de 2p.p. frente ao 4T25. Adicionalmente, vale lembrar que o primeiro e único repasse de preços no plano “Black” na história foi realizado ao final de 2023. Quando comparada com o 4T25, a receita líquida cresceu 9% devido ao incremento de 6% no ticket médio e 3% na base média de clientes em academias próprias.

A receita líquida das academias Smart Fit em Outros Países totalizou R\$719,2 milhões neste trimestre, sendo a região com maior nível de receita da marca e com um forte crescimento de 22% em relação ao 1T25. Esse crescimento ocorre devido à expansão de 17% da base média de alunos em academias próprias na região e ao incremento de 4% 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

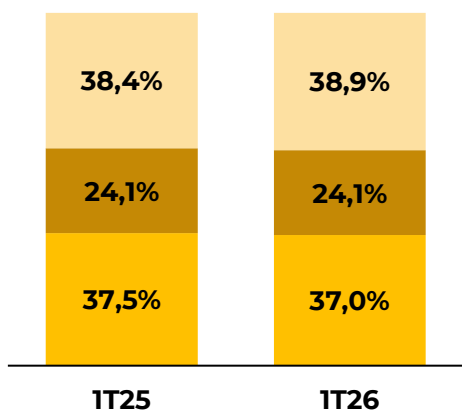
academias próprias matriculados no plano “Black” atingiu 75%, um incremento de 1p.p. frente ao 1T25. Na comparação com o 4T25, o crescimento da receita foi de 7%, reflexo da expansão de 5% da base média de alunos em academias próprias na região pelo *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos 24 meses e do incremento no ticket médio de 2%.

Evolução Receita Líquida Smart Fit (Por Região)

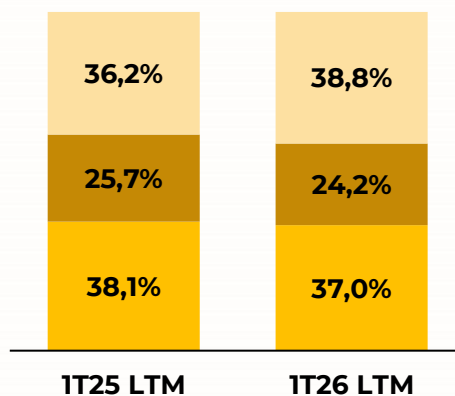
R\$ milhões



(%) 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.

As academias próprias “Bio Ritmo e outras” registraram receita de R\$62,1 milhões no 1T26, crescimento de 41% em relação ao 1T25, explicado pelo incremento de ticket médio e pela expansão da base de unidades no período.

A linha de “Outras” totalizou R\$192,9 milhões no 1T26, o dobro comparado ao mesmo período do ano anterior, representando 9% da receita líquida total (+3p.p. vs. 1T25). 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 do TotalPass México a partir do 1T26. Frente ao 4T25, a receita líquida de “Outras” reduziu em 3% em função, principalmente, da sazonalidade apresentada entre os períodos no TotalPass Brasil.

CUSTO CAIXA DOS SERVIÇOS PRESTADOS

O custo caixa dos serviços prestados totalizou R\$1.012,9 milhões no 1T26, um aumento de 22% em relação ao 1T25, abaixo do crescimento da receita de 25% no período. Esse incremento dos custos reflete principalmente a expansão de 20% da base média de academias próprias. Nesse sentido, o custo caixa dos serviços prestados cresceu na mesma proporção que a receita líquida das academias próprias.

Em relação aos custos relacionados às academias, vale destacar 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. O aumento dos custos reflete o crescimento no número de unidades próprias inauguradas no trimestre, com adição de 20 academias próprias no 1T26 vs. 9 no mesmo período do ano anterior, bem como o aumento dos custos das academias em processo de *ramp-up*, especialmente das unidades inauguradas nos últimos 24 meses.

Considerando somente as academias maduras, os custos por unidade aumentaram 1% frente ao 1T25 comparado com inflação média ponderada em reais de 5% no período. Esse crescimento de custos abaixo da inflação é resultado dos esforços e investimentos em projetos de eficiência energética, que trouxeram reduções para as contas de consumo das unidades maduras. Essa economia em consumo foi mais do que compensada, principalmente, pelo impacto em dissídios e encargos aplicados no período na linha de pessoal e serviço de terceiros.

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

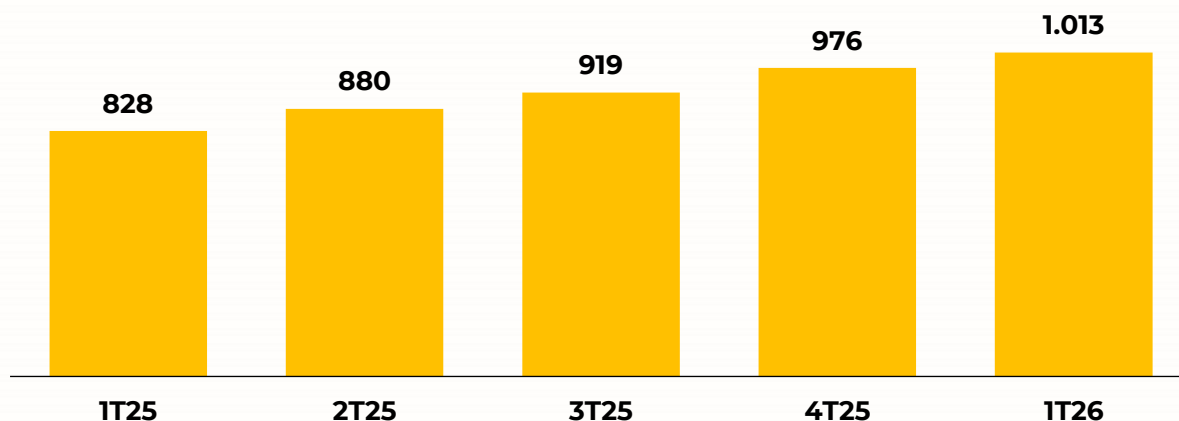
Custo Caixa dos Serviços Prestados por Natureza

Custo Caixa dos Serviços Prestados ^a (R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Ocupação	394,9	316,5	25%	349,5	13%
Pessoal e serviços de terceiros	392,2	304,5	29%	358,8	9%
Consumo	150,7	134,1	12%	140,9	7%
Outros ^b	75,2	72,5	4%	127,2	(41%)
Custo Caixa dos Serviços Prestados	1.012,9	827,6	22%	976,4	4%

(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". (b) A partir do 1T26, os repasses da FitMaster para as academias parceiras são deduzidos da receita bruta, em linha com a prática adotada no TotalPass Brasil e México.

Evolução do Custo Caixa dos Serviços Prestados

(R\$ milhões)



Em comparação ao 4T25, o custo caixa do trimestre apresentou um aumento de 4%, abaixo do crescimento da receita líquida de 8% no período.

LUCRO BRUTO CAIXA

O lucro bruto caixa no 1T26 atingiu R\$1.089,2 milhões, 28% acima do registrado no 1T25, com margem bruta caixa de 51,8%, sendo 1,1p.p. superior em relação ao mesmo período do ano anterior. Destaca-se o robusto crescimento no lucro bruto caixa da linha de “Outras”, que mais que dobrou (+137%) versus o 1T25, elevando sua representatividade na geração de lucro bruto caixa da Companhia de 8% para 15%. Além disso, o segmento “Outras” apresentou margem bruta de 85,7%, com expansão de 13,3p.p. na comparação frente ao 1T25, resultado principalmente da sólida performance do TotalPass Brasil.

Adicionalmente, o lucro bruto caixa foi positivamente impactado pela maturação consistente das unidades inauguradas nos últimos anos e da manutenção da margem das academias maduras em patamares sólidos, reforçando a resiliência do modelo de negócios. Nos últimos 12 meses, o lucro bruto caixa totalizou R\$3.877,7 milhões, com uma margem bruta caixa de 50,6%.

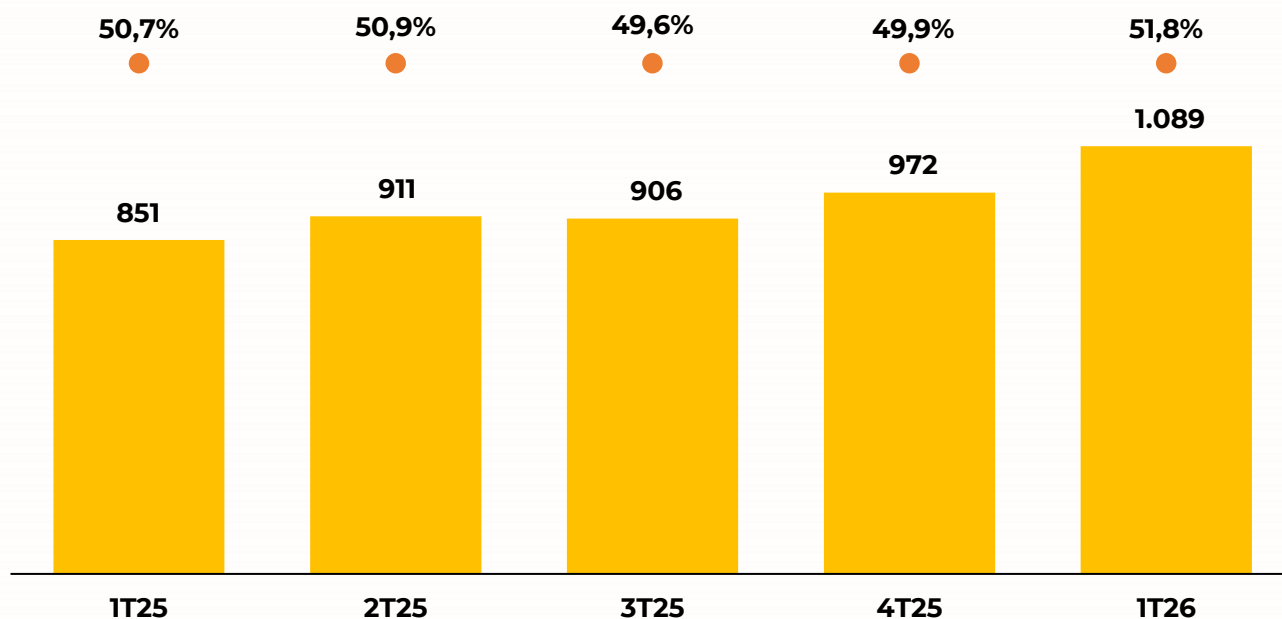
Excluindo os custos pré-operacionais - ou seja, aqueles relacionados às aberturas de unidades, a margem bruta caixa foi de 52,7% no 1T26 (+1,3p.p. vs. 1T25). Essa expansão evidencia a diversificação e a resiliência no negócio, impulsionada pelo aumento de representatividade da linha de “Outras”, além da manutenção da rentabilidade das unidades maduras e o sólido *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos anos. Nos últimos 12 meses, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais totalizou R\$3.970,7 milhões, com uma margem bruta caixa de 51,8%.

Lucro Bruto Caixa ^a (R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Receita Líquida	2.102,1	1.678,2	25%	1.948,2	8%
(-) Custo Caixa dos Serviços Prestados	1.012,9	827,6	22%	976,4	4%
Lucro Bruto Caixa^b	1.089,2	850,6	28%	971,8	12%
Margem Bruta Caixa	51,8%	50,7%	1,1 p.p.	49,9%	1,9 p.p.
(+) Custos pré-operacionais	17,6	10,6	67%	36,8	(52%)
Lucro Bruto Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais^c	1.106,8	861,2	29%	1.008,6	10%
Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais	52,7%	51,3%	1,3 p.p.	51,8%	0,9 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

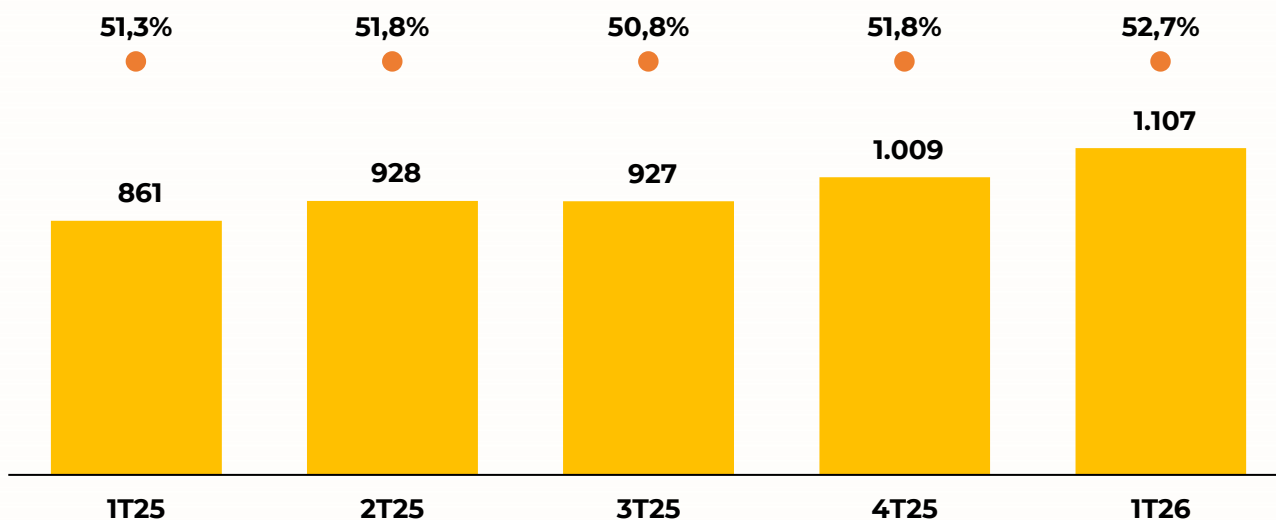
R\$ milhões | % Receita Líquida



Na comparação com o 4T25, o lucro bruto caixa cresceu 12%, com ganho de 1,9p.p. na margem. Esse avanço reflete, principalmente, o menor patamar de despesas pré-operacionais. 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

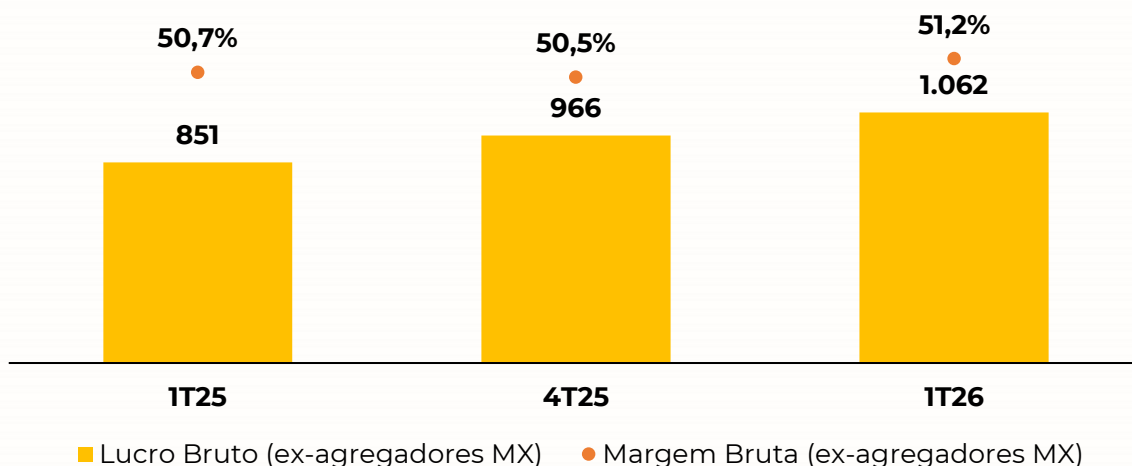
R\$ milhões | % Receita Líquida



Destaca-se que a consolidação dos agregadores México (TotalPass México e FitMaster) contribuiu positivamente no trimestre com R\$26,8 milhões de lucro bruto caixa. Excluindo esses efeitos, o lucro bruto caixa seria de R\$1.062,4 milhões e a margem bruta caixa de 51,2%, maior patamar desde o 1T20, uma expansão de 0,5p.p. e 0,7p.p. frente ao 1T25 e 4T25, respectivamente.

Evolução Lucro Bruto Caixa e Margem Bruta Caixa da Companhia Excluindo Agregadores do México¹

R\$ milhões | % Receita Líquida



(1) Agregadores México considera as operações do TotalPass e FitMaster no país.

Lucro Bruto Caixa por Segmento antes dos Custos Pré-Operacionais

Lucro Bruto Caixa^{a,b,c} (Por Segmento R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Smart Fit	912,7	770,9	18%	844,1	8%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>49,4%</i>	<i>50,1%</i>	<i>(0,7) p.p.</i>	<i>49,9%</i>	<i>(0,5) p.p.</i>
Brasil	326,1	278,7	17%	283,2	15%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>47,7%</i>	<i>48,3%</i>	<i>(0,5) p.p.</i>	<i>46,3%</i>	<i>1,4 p.p.</i>
México	193,7	172,9	12%	181,5	7%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>43,6%</i>	<i>46,7%</i>	<i>(3,1) p.p.</i>	<i>44,7%</i>	<i>(1,1) p.p.</i>
Outros Países	392,8	319,3	23%	379,4	4%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>54,6%</i>	<i>54,0%</i>	<i>0,6 p.p.</i>	<i>56,3%</i>	<i>(1,7) p.p.</i>
Bio Ritmo e Outras^d	28,6	20,6	39%	23,6	21%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>46,2%</i>	<i>46,7%</i>	<i>(0,5) p.p.</i>	<i>41,5%</i>	<i>4,7 p.p.</i>
Outras^e	165,5	69,7	137%	140,9	17%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>85,8%</i>	<i>72,9%</i>	<i>12,8 p.p.</i>	<i>70,7%</i>	<i>15,0 p.p.</i>
Lucro Bruto Caixa antes dos Custos Pré-operacionais	1.106,8	861,2	29%	1.008,6	10%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>52,7%</i>	<i>51,3%</i>	<i>1,3 p.p.</i>	<i>51,8%</i>	<i>0,9 p.p.</i>
Custos pré-operacionais	(17,6)	(10,6)	67%	(36,8)	(52%)
Lucro Bruto Caixa^c	1.089,2	850,6	28%	971,8	12%
<i>Margem Bruta Caixa</i>	<i>51,8%</i>	<i>50,7%</i>	<i>1,1 p.p.</i>	<i>49,9%</i>	<i>1,9 p.p.</i>

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 Brasil, Queima Diária e Studios, e no México, FitMaster e TotalPass.

No 1T26, o lucro bruto caixa das academias Smart Fit antes dos custos pré-operacionais totalizou R\$912,7 milhões, crescimento de 18% em relação ao 1T25 e de 8% frente ao 4T25. A margem bruta caixa no trimestre foi de 49,4%, sendo 0,7p.p. inferior ao mesmo período do ano anterior e 0,5p.p. frente ao 4T25. Destaca-se que, no mesmo período do ano anterior, a margem das maduras atingiu patamar recorde de 53%.

Na Smart Fit Brasil, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais no 1T26 foi de R\$326,1 milhões, 17% superior em relação ao 1T25. A margem bruta caixa do trimestre foi de 47,7%, redução de 0,5p.p. frente ao 1T25, negativamente impactada pela aceleração da expansão na região, com adição de 128 academias próprias nos últimos 12 meses (vs. 80 nos últimos doze meses do mesmo período do ano anterior). Essas unidades, por estarem em estágio inicial de maturação, contribuem com um patamar inferior de receita por unidade. Destaca-se que as unidades maduras apresentaram margem estável frente ao 1T25, resultado das iniciativas de *revenue management*, além das eficiências em custos, especialmente os projetos para otimização das contas de consumo.

Comparado ao 4T25, a margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais da Smart Fit Brasil apresentou um incremento de 1,4p.p., refletindo o maior patamar de receita por academia nas unidades maduras em função da sazonalidade do período.

No México, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais das academias Smart Fit foi de R\$193,7 milhões no 1T26, crescimento de 12% frente ao 1T25. A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais reduziu 3,1p.p. frente ao mesmo período do ano anterior, reflexo, principalmente, do incremento nos custos de pessoal e serviço de terceiros nas unidades maduras, que mais do que compensou o incremento na receita por academia madura e o sólido *ramp-up* das academias

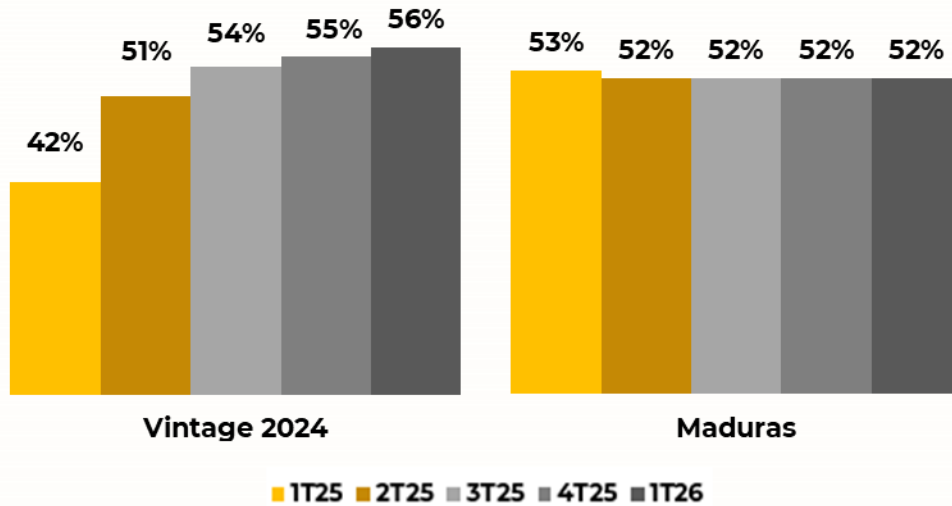
inauguradas ao longo dos últimos 24 meses. Além disso, vale mencionar a contribuição limitada do Vintage 2025 para o incremento de lucro bruto e margens da região no trimestre, dado que cerca de 55% dessas academias do México foram inauguradas em dez/25. Nas unidades maduras, é importante mencionar que parte desse aumento decorre do reforço da estrutura operacional em algumas unidades, com destaque para o incremento do quadro de recepcionistas e impacto do dissídio.

Na comparação com o 4T25, a margem bruta caixa das academias Smart Fit no México reduziu em 1,1p.p. em função do estágio inicial da curva de *ramp up* do Vintage 2025. Vale destacar que, no México, a representatividade dos *check-ins* dos alunos TotalPass nas unidades Smart Fit próprias é aproximadamente 40% superior à participação na receita que esses alunos geram nestas unidades.

Nos Outros Países, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais do 1T26 foi de R\$392,8 milhões, crescimento de 23% frente ao mesmo período do ano anterior. A margem bruta caixa do trimestre foi de 54,6%, sendo 0,6p.p. superior ao 1T25, impulsionada pelo sólido *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos 24 meses. Se comparado ao 4T25, o lucro bruto caixa da região cresceu 4% no trimestre, com redução de margem de 1,7p.p. em função do aumento nos custos de pessoal e serviço de terceiros.

Na linha de “Outras”, o lucro bruto caixa totalizou R\$165,5 milhões, 137% superior ao 1T25, em função do crescimento de outros negócios, principalmente do TotalPass Brasil. A margem bruta antes dos custos pré-operacionais foi de 85,8%, uma expansão de 12,8p.p. frente ao 1T25, em função da maior representatividade do TotalPass Brasil combinada a melhora da sua rentabilidade na comparação anual. Além disso, a consolidação dos agregadores México contribuiu positivamente para o incremento da margem bruta na linha de “Outras”. Na comparação com o 4T25, o lucro bruto caixa apresentou um incremento de R\$24,7 milhões, com expansão de margem bruta de 15,0p.p. versus o trimestre anterior.

Margem Bruta por Vintage (Smart Fit Próprias)



No 1T26, a margem bruta caixa das academias Smart Fit Maduras atingiu 52%, patamar consistente com o *range* esperado pela Companhia e com o nível observado nos últimos doze trimestres. Nesse mesmo conceito de unidades maduras, o lucro bruto caixa anualizado por unidade no trimestre foi de R\$2,5 milhões, sendo 2% superior ao 4T25 e estável frente ao 1T25. Esse resultado evidencia a resiliência do modelo de negócios e os intensos e assertivos esforços nos pilares de eficiência operacional.

As unidades inauguradas em 2024 ("Vintage 2024") registraram uma margem bruta caixa de 56% no 1T26, com lucro bruto caixa anualizado por unidade de R\$2,6 milhões, crescimento de 7% frente ao 4T25. Destaca-se que o Vintage 2024 já apresenta um desempenho acima do patamar das unidades maduras. Essa sólida performance reflete a inteligência da estratégia de expansão e a força da marca Smart Fit, além de um custo de ocupação estruturalmente inferior ao das unidades maduras.

Vale comentar que as unidades inauguradas em 2025 ("Vintage 2025") mantêm a sólida trajetória de maturação. As academias do Vintage 2025 atingiram receita líquida média anualizada por unidade de R\$2,7 milhões e margem bruta caixa de 38% no 1T26. Vale reforçar que das 276 academias próprias adicionadas em 2025, 182 foram inauguradas no 4T25, ou seja, apresentando estágio ainda inicial de processo de maturação.

DESPESAS COMERCIAIS E ADMINISTRATIVAS

Despesas com vendas, gerais e administrativas ^{a,b} (R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Despesas com Vendas	172,1	142,2	21%	132,7	30%
Gerais e Administrativas	221,9	174,1	27%	202,0	10%
Despesas Pré-Operacionais	16,3	7,3	123%	22,2	(27%)
Total	410,3	323,6	27%	357,0	15%
% Receita Líquida	19,5%	19,3%	0,2 p.p.	18,3%	1,2 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".

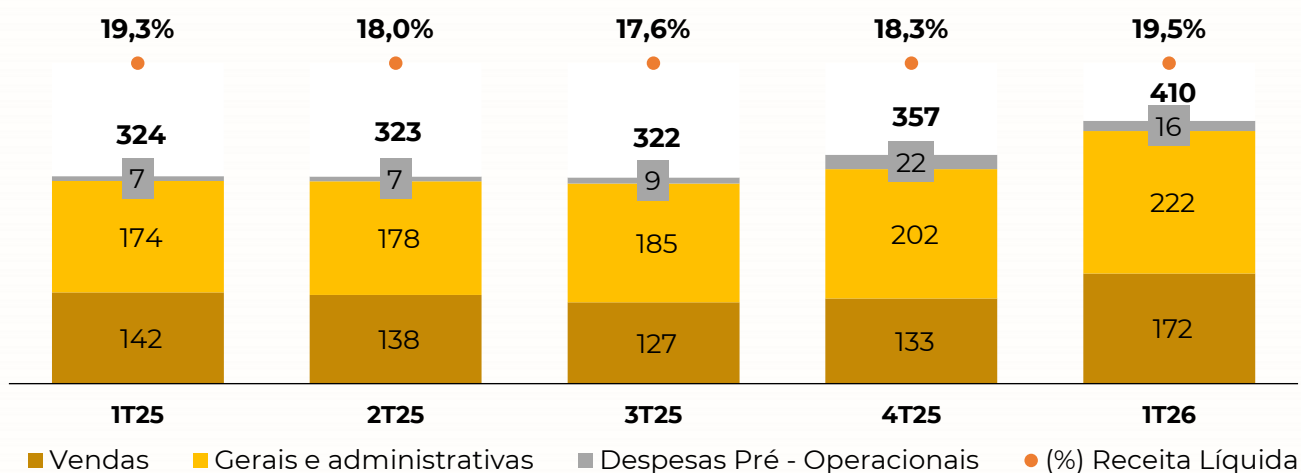
As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$410,3 milhões no trimestre, 27% superiores ao 1T25, equivalente a 19,5% da receita líquida, relativamente estável em relação ao mesmo período do ano anterior. Desconsiderando o impacto da consolidação dos agregadores no México (TotalPass México e FitMaster) no 1T26, as despesas com vendas, gerais e administrativas apresentaram diluição frente ao mesmo período do ano anterior devido à alavancagem operacional do negócio de academias.

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$221,9 milhões no 1T26, crescimento de 27% comparado ao mesmo trimestre do ano anterior, representando 10,6% da receita líquida do período, com incremento de 0,2p.p. frente ao 1T25. Nos negócios de academias, a alavancagem operacional continua se materializando, mas no nível consolidado, esse desempenho reflete os maiores investimentos na estruturação de novos negócios, além da consolidação do TotalPass México e da FitMaster.

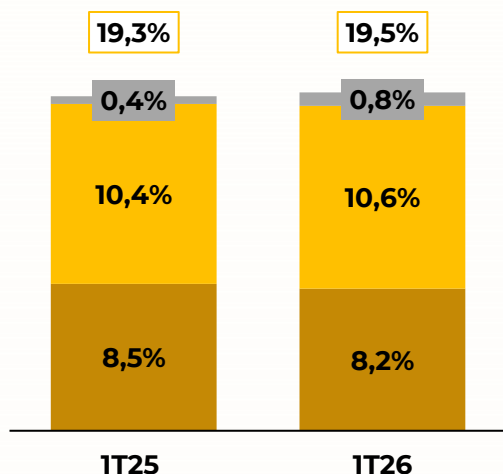
As despesas com vendas somaram R\$172,1 milhões no 1T26, 21% superiores ao 1T25, representando 8,2% da receita líquida, 0,3p.p. inferior frente ao 1T25. Essa diluição teve como destaque a performance da marca Smart Fit, impulsionada pela otimização dos investimentos em marketing.

Por fim, as despesas pré-operacionais totalizaram R\$16,3 milhões no 1T26, vs. R\$7,3 milhões no mesmo período do ano anterior. Esse aumento reflete, principalmente, o maior volume trimestral de aberturas de academias próprias nos últimos meses.

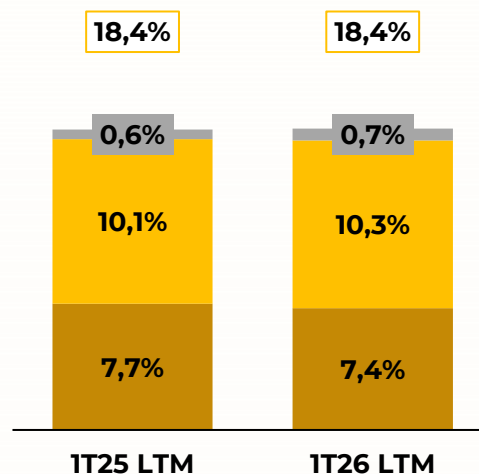
Evolução das Despesas com Vendas, Gerais, Administrativas e Despesas Pré-Operacionais (R\$ milhões)



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



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



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

Em comparação com o 4T25, as despesas com vendas, gerais e administrativas apresentaram um incremento de 1,2p.p. como percentual da receita líquida.

As despesas com vendas cresceram 30% em relação ao trimestre anterior, acima da evolução da receita líquida, reflexo do aumento no número de inaugurações de unidades nos últimos 12 meses, do maior nível de investimento em marketing para o processo de vendas no início do ano, além de iniciativas voltadas para o fortalecimento das marcas do grupo.

As despesas gerais e administrativas cresceram 10% frente ao 4T25, incremento de 0,2p.p. como percentual da receita líquida. Essa performance reflete, principalmente, a consolidação do TotalPass México neste trimestre, sendo compensado pela alavancagem operacional do negócio.

Por fim, as despesas pré-operacionais reduziram R\$5,9 milhões em comparação ao 4T25, refletindo o menor volume de inaugurações de unidades próprias no início do ano.

EBITDA

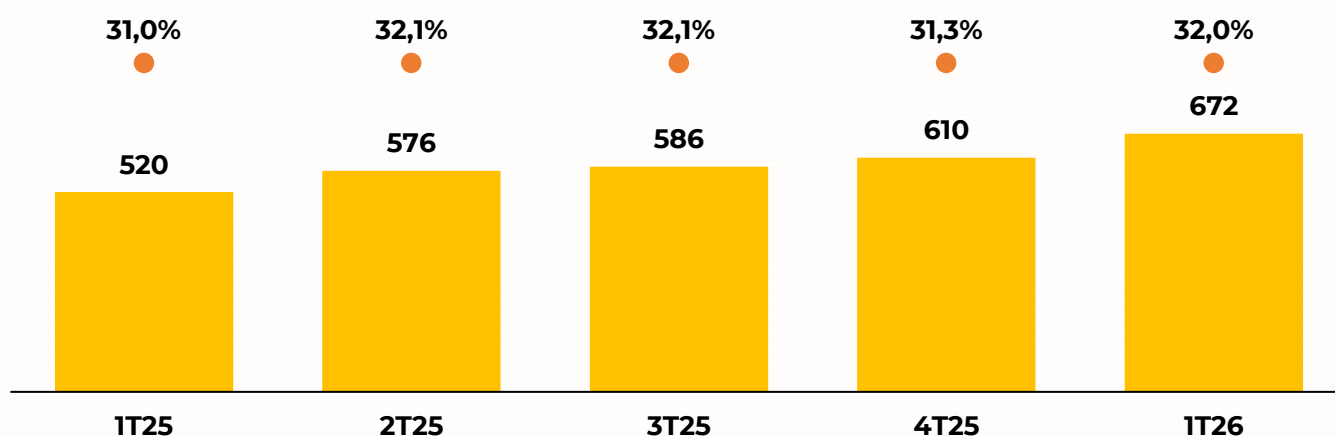
Composição do EBITDA ^a (R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Lucro (prejuízo) líquido	203,5	140,3	45%	241,5	(16%)
(+) IR & CSLL	61,0	46,2	32%	(7,6)	–
(+) Resultado Financeiro	124,6	105,4	18%	124,1	0%
(+) Depreciação	282,6	228,3	24%	262,4	8%
EBITDA	671,8	520,2	29%	620,5	8%
Mg. EBITDA	32,0%	31,0%	1,0 p.p.	31,8%	0,1 p.p.
Itens Extraordinários ^b	–	–	–	(10,7)	(100%)
EBITDA ajustado^c	671,8	520,2	29%	609,8	10%
Mg. EBITDA ajustada	32,0%	31,0%	1,0 p.p.	31,3%	0,7 p.p.
(+) Gastos pré-operacionais	33,9	17,9	90%	59,0	(42%)
EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais	705,7	538,0	31%	668,7	6%
Mg. EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais	33,6%	32,1%	1,5 p.p.	34,3%	(0,8) 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 totalizou R\$671,8 milhões no 1T26, com forte crescimento de 29% frente ao 1T25. A margem EBITDA alcançou 32,0% no trimestre, aumento de 1p.p. comparado ao mesmo período do ano anterior. Na comparação com o 4T25, o EBITDA ajustado apresentou crescimento de 10%, com expansão de 0,7p.p. na margem EBITDA ajustada. Nos últimos 12 meses, o EBITDA ajustado, excluindo o impacto da reavaliação da participação da FitMaster no 4T25, totalizou R\$2.443,7 milhões, resultando em uma margem de 31,9%.

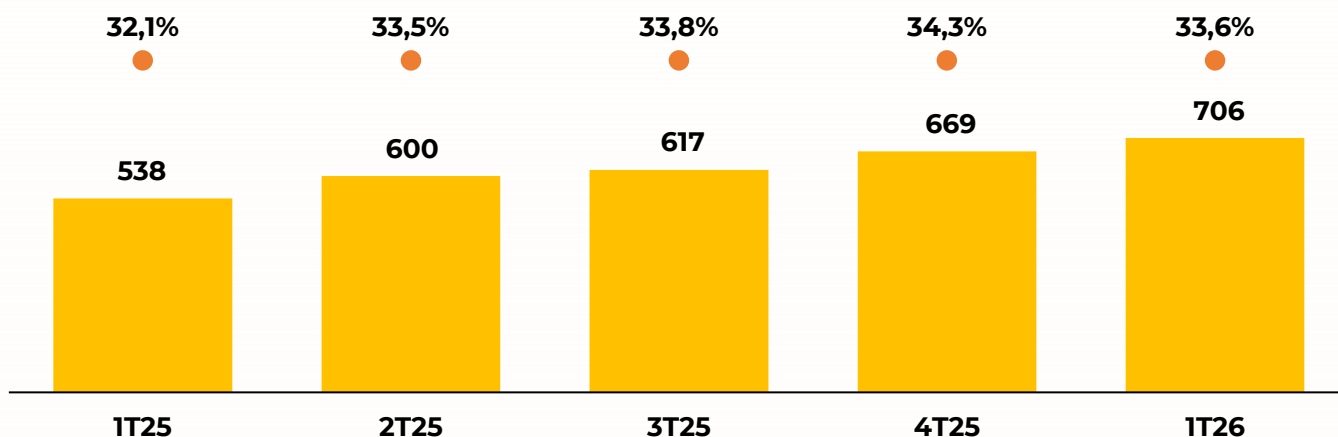
Evolução do EBITDA ajustado e Margem EBITDA ajustada

R\$ milhões | % Receita Líquida



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

R\$ milhões | % Receita Líquida



O EBITDA antes dos gastos pré-operacionais superou a marca de R\$700 milhões, totalizando R\$705,7 milhões no 1T26, um crescimento de 31% frente ao 1T25. A margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais atingiu 33,6% no período, uma expansão de 1,5p.p. frente ao mesmo período do ano anterior. Nos últimos 12 meses, o EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais totalizou R\$2.591,8 milhões, resultando em margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais de 33,8%.

Na comparação com o 4T25, o EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais do 1T26 apresentou crescimento de 6%, com redução de 0,8p.p. na margem EBITDA ajustada antes dos gastos pré-operacionais.

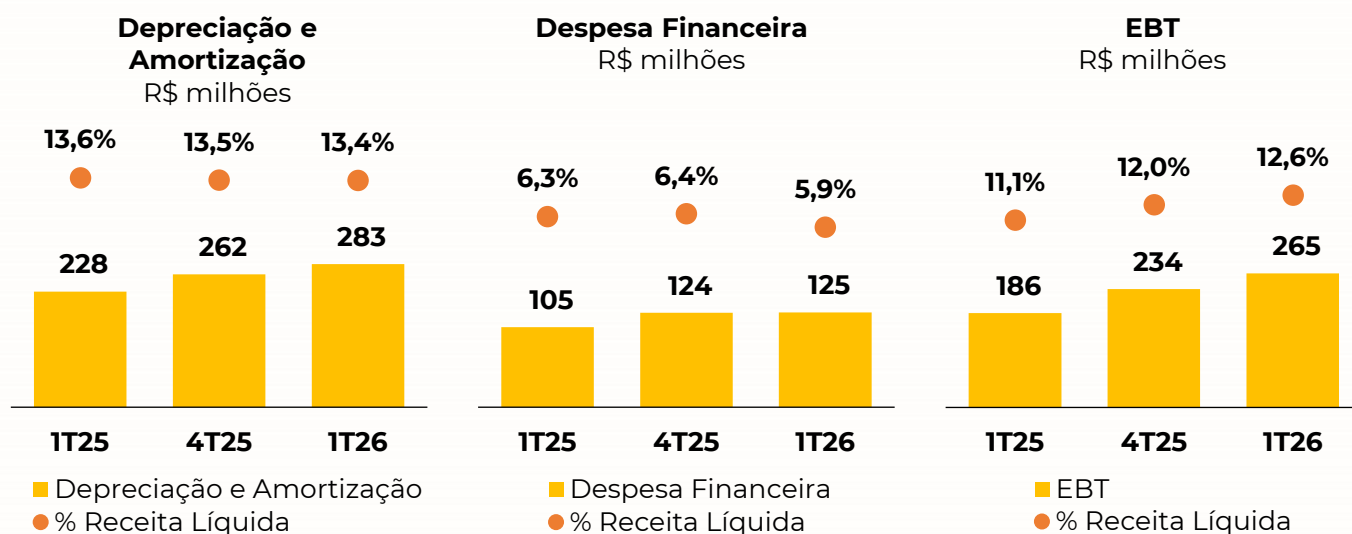
LUCRO LÍQUIDO E LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

Composição do Lucro Líquido Recorrente ^a (R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Lucro (prejuízo) líquido	203,5	140,3	45%	241,5	(16%)
Margem líquida	9,7%	8,4%	1,3 p.p.	12,4%	(2,7) p.p.
(+) Não recorrente de aquisições	3,5	0,3	-	(6,9)	(150%)
Lucro (prejuízo) líquido recorrente^b	207,0	140,6	47%	234,6	(12%)
Margem líquida recorrente	9,8%	8,4%	1,5 p.p.	12,0%	(2,2) 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 não recorrente de aquisições, com destaque para a reavaliação da participação nas operações da FitMaster, Panamá e Costa Rica, Velocity e outras aquisições.

No 1T26, o lucro líquido totalizou R\$203,5 milhões, apresentando forte crescimento de 45% em relação ao 1T25 e resultando em margem líquida de 9,7%, um incremento de 1,3p.p. frente ao mesmo período do ano anterior. Essa performance reflete o crescimento do EBITDA de 29% e a maior eficiência no resultado financeiro, com crescimento inferior ao da receita líquida no período, devido às iniciativas de *liability management* e queda das taxas de juros locais em parte dos países que a Companhia opera e possui endividamento, além da menor alíquota efetiva de IR/CSLL.

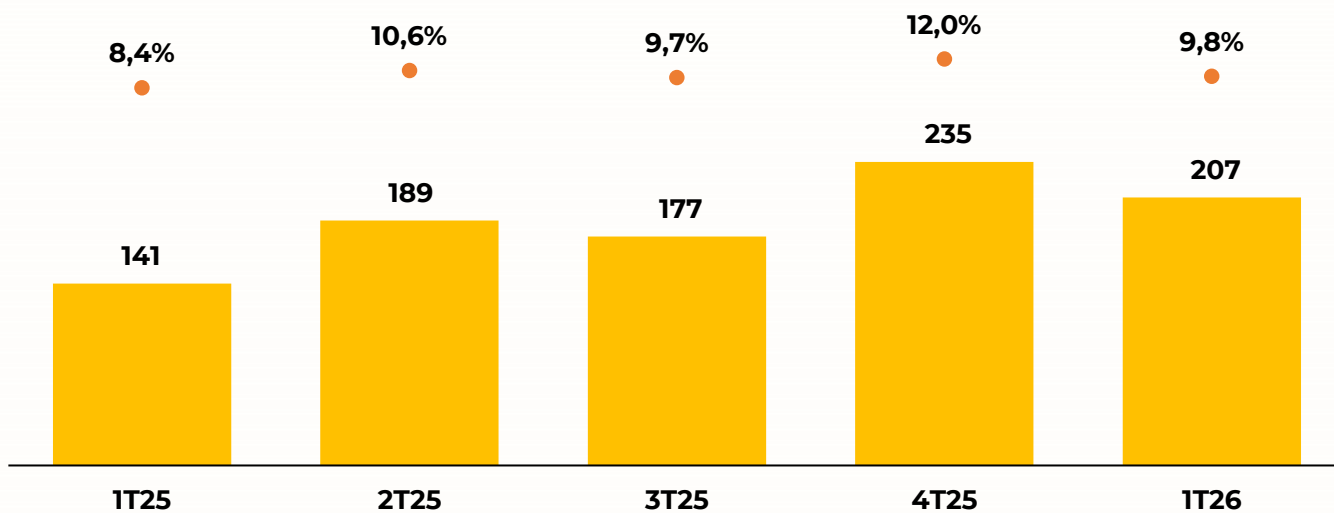
Adicionalmente, destaca-se que a depreciação e amortização apresentaram um crescimento de 24%, acompanhando a expansão do segmento de academias e crescendo ligeiramente abaixo da receita, porque as unidades de negócios *asset-light* com menor necessidade de capital investido vêm ganhando maior participação no consolidado da companhia, considerando que as marcas de agregadores e studios, com menor depreciação por receita. Nos últimos 12 meses, o lucro líquido ultrapassou a marca de R\$800 milhões, totalizando R\$801,6 milhões e resultando em uma margem líquida de 10,5%.



O lucro líquido recorrente totalizou R\$207,0 milhões, representando um sólido crescimento de 47% em relação ao mesmo período do ano anterior e resultando em uma margem líquida recorrente de 9,8%. Na comparação com o 4T25, o lucro líquido recorrente no 1T26 foi impactado, principalmente, pela maior alíquota de imposto de renda e contribuição social em razão da declaração de um montante significativamente maior de JCP no trimestre anterior, que totalizou R\$503 milhões frente a R\$40 milhões declarados no 1T26. Nos últimos 12 meses o lucro líquido recorrente totalizou R\$807,7 milhões, resultando em uma margem líquida recorrente de 10,5%.

Evolução do Lucro Líquido Recorrente e Margem Líquida Recorrente

R\$ milhões | % Receita Líquida



CAPEX

Capex ^{a,b} (R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Capex	566,3	441,4	28%	920,7	(38%)
Expansão	489,1	350,1	40%	783,5	(38%)
Manutenção	63,0	74,2	(15%)	112,0	(44%)
Corporativo / Inovação	14,3	17,1	(16%)	25,2	(43%)

(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\$9,6 milhões no 1T26.

No 1T26, o capex totalizou R\$566,3 milhões, um aumento de 28% em relação ao 1T25. O capex de expansão cresceu 40% frente ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$489,1 milhões no trimestre. Essa evolução reflete, principalmente, o fluxo de investimentos das unidades abertas no 4T25 – com destaque para aquelas inauguradas em dezembro -, além dos investimentos na construção de unidades inauguradas no período e daquelas com abertura prevista para os próximos trimestres.

O capex de manutenção totalizou R\$63,0 milhões no 1T26, 15% abaixo do 1T25. É importante mencionar que a Companhia intensificará os investimentos em manutenção ao longo de 2026, com o objetivo de preservar a alta qualidade ofertada em nossas unidades, além de ampliar a oferta de equipamentos de força.

Nos últimos 12 meses, o capex de manutenção das academias da marca Smart Fit atingiu R\$307,2 milhões, representando 6,5% 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 academias 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\$14,3 milhões no 1T26, 16% abaixo do mesmo período do ano anterior.

VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA

1T26 vs. 4T25

A Companhia apresentou aumento da Dívida líquida ajustada de R\$99,1 milhões no trimestre em relação ao 4T25, refletindo principalmente os investimentos realizados no período, com foco na expansão da rede de academias, além do pagamento de JCP e recompra de ações realizados no período. Esses movimentos foram parcialmente compensados pela sólida Geração de caixa operacional de R\$635,4 milhões, impulsionada pelo EBITDA do período e pela alta conversão de EBITDA ajustado em caixa operacional, de 95%.

A Variação do capital de giro no 1T26 apresentou geração negativa de caixa de R\$17,9 milhões. Esse resultado é explicado principalmente pela variação na linha de Clientes, que apresentou consumo de caixa de R\$110,1 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\$80,2 milhões, também refletindo a maior participação de TotalPass, principalmente no México. Por fim, vale mencionar o impacto positivo de R\$9,4 milhões na linha de Impostos no trimestre, decorrente do maior aproveitamento de crédito gerados em trimestres anteriores.

As Atividades de investimento totalizaram R\$550,5 milhões no 1T26, refletindo principalmente o capex referente à abertura de novas unidades, que totalizou R\$489,1 milhões no período. As Outras atividades representaram uma adição de R\$184,0 milhões à dívida líquida ajustada, devido a distribuição de juros sobre capital próprio e a recompra de ações.

1T26 vs. 1T25

A Companhia apresentou aumento da Dívida líquida ajustada de R\$1.081,8 milhões nos últimos 12 meses, 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\$2.360,9 milhões, impulsionada pelo EBITDA do período e pela elevada conversão de EBITDA em caixa operacional de 96%.

A Variação do capital de giro nos últimos 12 meses apresentou geração negativa de caixa de R\$33,1 milhões, mantendo sua baixa representatividade comparado ao EBITDA do período. Essa performance é explicada principalmente pela variação na linha de Clientes, reflexo do aumento de representatividade do TotalPass, que apresentou consumo de caixa de R\$179,9 milhões. Por outro lado, a linha de Fornecedores apresentou uma geração de caixa de R\$226,9 milhões, reflexo da aceleração do ritmo de expansão no período e da maior participação de TotalPass.

As Atividades de investimento totalizaram R\$2.622,8 milhões nos últimos 12 meses, devido principalmente ao capex relacionado à abertura de novas unidades, que somou R\$2.054,7 milhões no período. As Outras atividades representaram uma adição de R\$819,9 milhões à dívida líquida ajustada, refletindo principalmente o serviço da dívida e a variação cambial, além da distribuição de juros sobre capital próprio.

Varição da Dívida Líquida Ajustada (R\$ milhões)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Dívida Líquida Ajustada Inicial	3.104,1	3.114,8	3.294,3	3.398,0	4.097,5
EBITDA	520,2	575,7	586,4	620,4	671,8
Itens extraordinários ^a	-	-	-	(10,7)	-
EBITDA Ajustado	520,2	575,7	586,4	609,8	671,8
Itens de resultado sem impacto em caixa ^b	11,0	34,5	10,8	29,0	14,0
IR/CSLL pago	(24,8)	(83,2)	(4,4)	(17,7)	(32,5)
Varição no capital de giro^c	(13,7)	(6,3)	12,6	(21,5)	(17,9)
<i>Clientes</i>	(61,7)	(17,1)	(13,6)	(39,1)	(110,1)
<i>Fornecedores</i>	35,5	11,1	32,4	103,1	80,2
<i>Salários, provisões e contribuições sociais</i>	10,6	28,0	21,2	0,6	10,6
<i>Impostos^d</i>	19,6	23,0	(8,2)	(73,9)	9,4
<i>Outros</i>	(17,7)	(51,3)	(19,3)	(12,2)	(8,0)
Geração de Caixa Operacional	492,7	520,6	605,4	599,6	635,4
<i>Conversão EBITDA Aj. em Caixa Operacional</i>	95%	90%	103%	98%	95%
Capex Expansão	(350,1)	(356,0)	(426,2)	(783,5)	(489,1)
Capex Manutenção	(74,2)	(87,6)	(72,1)	(112,0)	(63,0)
Capex Corporativo/Inovação	(17,1)	(13,5)	(14,7)	(25,2)	(14,3)
Outros Investimentos e aquisições	(10,7)	(106,4)	(48,5)	(26,7)	15,9
Atividades de investimento	(452,1)	(563,5)	(561,5)	(947,4)	(550,5)
Resultado Financeiro e variação cambial	(12,1)	(133,3)	(107,6)	(319,1)	(23,9)
Pagamento de Dividendos/JCP	(74,1)	(39,0)	(37,5)	(37,9)	(111,0)
Recebimento aumento de capital	6,6	-	-	-	12,0
Aquisições de ações em tesouraria	-	-	(0,8)	-	(50,0)
Outras variações de ativos e passivos	28,4	35,6	(1,8)	5,4	(11,0)
Outras atividades	(51,3)	(136,7)	(147,6)	(351,7)	(184,0)
Varição da dívida líquida do período	(10,6)	(179,5)	(103,7)	(699,5)	(99,1)
Dívida Líquida Ajustada Final	3.114,8	3.294,3	3.398,0	4.097,5	4.196,6

(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. Nota: A partir do 1T26, realizamos ajustes entre classificações de linhas referente aos movimentos de: (a) recompra de ações, antes classificado na linha de "Outros Investimentos e aquisições"; (b) Recebimento de aumento de capital, antes classificado na linha de "Dividendos/JCP".

CAIXA E ENDIVIDAMENTO

Caixa e Endividamento ^{a,b} (R\$ milhões)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
Caixa e aplicações financeiras	2.951	2.733	2.958	3.426	4.563
Dívida Bruta	5.965	5.979	6.316	7.504	8.740
Por natureza:					
Empréstimos e debêntures	5.945	5.952	6.290	7.477	8.666
Passivo de arrendamento - equipamentos	20	26	26	27	74
Por vencimento:					
Curto prazo	819	817	873	939	1.112
Longo prazo	5.145	5.161	5.442	6.538	7.555
Dívida Líquida	3.014	3.246	3.357	4.078	4.177
Outros Passivos e Ativos ^c	101	48	40	19	20
Dívida Líquida Ajustada	3.115	3.294	3.398	4.098	4.197
Dívida Líquida Ajustada / EBITDA LTM ^d	1,09x	1,08x	1,04x	1,19x	1,14x

(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 1T26, a Companhia possuía uma sólida posição de caixa de R\$4.563 milhões e dívida bruta de R\$8.740 milhões, sendo 87% com vencimento no longo prazo. A dívida líquida ajustada era de R\$4.197 milhões, resultando em um índice de dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, seguindo a definição das debêntures da Companhia, de 1,14x. Esse índice apresentou leve redução frente ao registrado no 4T25, refletindo o sólido crescimento do EBITDA LTM da Companhia, combinado à forte geração de caixa operacional no período, que foi principalmente direcionada às atividades de investimento.

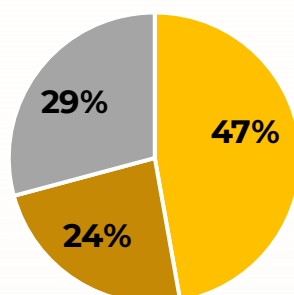
O índice dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis, terminou o 1T26 em 1,71x (vs. 1,78x no 4T25), patamar considerado saudável, especialmente diante da alta previsibilidade de resultados da Companhia e do perfil de vencimento da dívida bastante alongado. Além disso, o índice dívida líquida ajustada/EBITDA 1T26 anualizado, também excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis, é de 1,56x. Nesta mesma métrica, mas excluindo os custos e despesas pré-operacionais, o índice é de 1,49x.

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, redução do custo financeiro e melhora nas demais condições comerciais.

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 com instituições financeiras. Nesse contexto, a composição da dívida líquida é diversificada: Brasil, México e Outros Países representaram, respectivamente, 47%, 24% e 29% da dívida líquida da Companhia ao final do 1T26.

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 1T26, a dívida líquida da Companhia apresentava a seguinte composição.

Breakdown da Dívida Líquida Por Região



■ 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 1T26, o cronograma de vencimentos da dívida bruta apresentava a seguinte composição:

Prazo de Vencimento da Dívida Bruta ^a	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	Total
% do total	10%	12%	19%	22%	19%	12%	3%	2%	1%	1%	100%
Total	901	1.061	1.642	1.936	1.640	1.010	250	167	67	67	8.740
Brasil	254	125	926	1.569	1.499	1.010	250	167	67	67	5.932
México	265	396	278	139	11	0	0	0	0	0	1.089
Outros Países ^b	382	541	437	228	130	0	0	0	0	0	1.719

(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

AQUISIÇÃO E ALIENAÇÃO DE PARTICIPAÇÃO ACIONÁRIA

Em abril de 2026, a Companhia recebeu comunicados do acionista Norges Bank (Banco Central do Reino da Noruega) a respeito da oscilação de sua participação acionária, conforme faculta a Resolução CVM nº 44/21:

1. Aumento de Participação: Em 07 de abril de 2026, o acionista atingiu participação de 5,01% do capital social total da Companhia.
2. Alienação Posterior: Em 29 de abril de 2026, o referido acionista alienou 1.500.000 ações ordinárias, reduzindo sua participação para 4,91%.

Em decorrência dessas movimentações, o Norges Bank detém, de forma agregada, 30.237.243 ações ordinárias na data base de 29 de abril de 2026, não possuindo outros valores mobiliários ou instrumentos financeiros derivativos referenciados a tais ações.

De acordo com o acionista, a referida participação tem objetivo exclusivo de investimento, sem intenção de alterar a estrutura de controle ou administrativa da Companhia, inexistindo acordos de acionistas ou contratos regulando o exercício de direito de voto por parte do referido banco.

SÉTIMA EMISSÃO DE DEBÊNTURES

Em 13 de abril de 2026, a Companhia realizou o resgate antecipado facultativo da totalidade das debêntures da 1ª série da 7ª emissão. Desta forma quitou integralmente no valor de R\$396.182 milhares.

NONA EMISSÃO DE DEBÊNTURES

Em 10 de abril de 2026, a Companhia realizou o resgate antecipado facultativo da totalidade das debêntures da 1ª e 2ª série da 9ª emissão. Desta forma quitou integralmente no valor de R\$1.335.986 milhares.

IMPACTO DA ADOÇÃO DO IFRS 16

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

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

Demonstração de Resultados (R\$ milhões)	1T26 Reportado	Impactos do IFRS 16	1T26 excluindo IFRS 16	1T25 Reportado	Impactos do IFRS 16	1T25 excluindo IFRS 16
Receita Líquida	2.102,1	–	2.102,1	1.678,2	–	1.678,2
Custo dos serviços	(1.171,0)	110,2	(1.281,2)	(961,1)	88,4	(1.049,5)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(78,3)	329,1	(407,4)	(58,3)	266,3	(324,6)
Depreciação e amortização (custo)	(487,2)	(218,9)	(268,3)	(399,8)	(177,9)	(221,9)
Lucro bruto	931,1	110,2	820,9	717,1	88,4	628,7
SG&A	(431,0)	0,7	(431,8)	(339,7)	0,3	(339,9)
Despesas com vendas	(172,1)	–	(172,1)	(142,2)	–	(142,2)
Gerais e administrativas	(218,0)	3,9	(221,9)	(171,0)	3,0	(174,1)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(3,2)	3,9	(7,2)	(2,3)	3,0	(5,3)
Despesas com abertura de novas unidades	(16,3)	–	(16,3)	(7,3)	–	(7,3)
Depreciação e amortização (despesa)	(17,5)	(3,2)	(14,4)	(9,2)	(2,8)	(6,4)
Outras (despesas) receitas	(7,1)	–	(7,1)	(9,9)	–	(9,9)
Itens extraordinários ^a	–	–	–	–	–	–
Equivalência patrimonial	(0,0)	–	(0,0)	3,0	–	3,0
Lucro (prejuízo) operacional antes do resultado financeiro	500,1	110,9	389,2	380,5	88,6	291,9
Resultado Financeiro	(285,9)	(161,4)	(124,6)	(225,4)	(120,0)	(105,4)
Imposto de Renda e Contribuição Social ^b	(42,0)	19,1	(61,0)	(34,2)	12,0	(46,2)
Lucro (prejuízo) líquido	172,2	(31,3)	203,5	120,9	(19,3)	140,3
Impactos do IFRS-16 na composição do EBITDA e do Lucro Bruto excluindo depreciação e amortização						
Lucro bruto	931,1	110,2	820,9	717,1	88,4	628,7
(-) Depreciação e amortização (custo)	487,2	218,9	268,3	399,8	177,9	221,9
Lucro bruto excluindo depreciação	1.418,3	329,1	1.089,2	1.116,9	266,3	850,6
<i>Margem Bruta excluindo depreciação</i>	<i>67,5%</i>		<i>51,8%</i>	<i>66,6%</i>		<i>50,7%</i>
Lucro (prejuízo) líquido	172,2	(31,3)	203,5	120,9	(19,3)	140,3
(-) IR & CSLL	42,0	(19,1)	61,0	34,2	(12,0)	46,2
(-) Resultado Financeiro	285,9	161,4	124,6	225,4	120,0	105,4
(-) Depreciação e amortização	504,7	222,1	282,6	409,0	180,7	228,3
EBITDA	1.004,8	333,0	671,8	789,5	269,3	520,2
<i>Margem EBITDA</i>	<i>47,8%</i>		<i>32,0%</i>	<i>47,0%</i>		<i>31,0%</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 1T26 e 1T25

*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. Além do negócio de academias, a Companhia possui operação própria de agregadores no Brasil e no México. 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	
	2026	2025	2026	2025
Brasil, México, Colômbia, Chile, Peru, Argentina, Paraguai, Panamá, Costa Rica, Uruguai, Marrocos, Queima Diária, TotalPass Brasil e Agregadores México ¹	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

(1) Consolidação do TotalPass México a partir do 1T26 e FitMaster (FitPass) a partir do 2T25. Anteriormente, os resultados de ambos eram contabilizados por equivalência patrimonial.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DRE (R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
Receita Operacional Líquida	2.102,1	1.678,2	25%	1.948,2	8%
Custo dos Serviços Prestados	(1.171,0)	(961,1)	22%	(1.125,8)	4%
Lucro Bruto	931,1	717,1	30%	822,4	13%
Receitas (despesas) operacionais					
Vendas	(188,4)	(149,6)	26%	(154,9)	22%
Gerais e administrativas	(235,5)	(180,2)	31%	(216,3)	9%
Equivalência patrimonial	(0,0)	3,0	-	0,2	-
Outras (despesas) receitas	(7,1)	(9,9)	(28%)	5,4	-
Lucro antes do resultado financeiro	500,1	380,5	31%	456,8	9%
Resultado financeiro	(285,9)	(225,4)	27%	(265,3)	8%
Lucro antes do IR/CS	214,2	155,1	38%	191,4	12%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(42,0)	(34,2)	23%	23,0	-
Lucro (prejuízo) líquido	172,2	120,9	42%	214,4	(20%)

BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO (R\$ milhões)	1T26	1T25
CIRCULANTE	6.057	4.156
Caixa e equivalentes de caixa	4.563	2.951
Clientes	818	614
Instrumentos financeiros derivativos	10	8
Outros Créditos	665	584
NÃO CIRCULANTE	16.598	14.099
Imobilizado	6.975	5.551
Ativos de direito de uso	5.698	4.878
Intangível	2.479	2.360
Investimentos	0	50
Outros ativos	1.446	1.260
TOTAL DO ATIVO	22.655	18.255
PASSIVO (R\$ milhões)	1T26	1T25
CIRCULANTE	3.524	2.709
Empréstimos	1.112	810
Passivos de arrendamentos	795	659
Fornecedores	742	479
Receita diferida	243	216
Outros passivos	632	545
NÃO CIRCULANTE	13.202	10.003
Empréstimos	7.555	5.135
Passivos de arrendamentos	5.490	4.693
Outros passivos	158	175
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	5.929	5.544
Capital social	3.524	3.148
Reservas de capital	782	849
Reserva legal	106	74
Reserva de lucros	941	905
Outros resultados abrangentes	572	551
Participação não controladora	5	16
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	22.655	18.255

FLUXO DE CAIXA

Demonstrativo de Fluxo de Caixa (R\$ milhões)	1T26	1T25	1T26 vs. 1T25	4T25	1T26 vs. 4T25
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS					
Resultado do Período	172,2	120,9	42%	214,4	(20%)
Depreciações e amortizações	504,7	409,0	23%	477,4	6%
Baixa de intangível e imobilizado	9,1	8,3	9%	15,7	(42%)
Juros provisionados sobre dívida e variação cambial	225,6	172,9	30%	217,6	4%
Juros provisionados sobre arrendamentos	162,2	125,3	29%	148,1	9%
Outros	(57,5)	(42,8)	34%	(141,4)	(59%)
Variação no capital de giro	(17,9)	(13,7)	31%	(21,5)	(17%)
Caixa gerado pelas (aplicado nas) operações	998,4	780,1	28%	910,3	10%
Juros pagos sobre empréstimos e debêntures	(137,0)	(90,1)	52%	(253,3)	(46%)
Juros pagos sobre arrendamentos	(162,2)	(125,1)	30%	(148,0)	10%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(32,5)	(24,8)	31%	(17,7)	83%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades operacionais	666,6	540,0	23%	491,4	36%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO					
Adições do ativo imobilizado	(558,6)	(438,5)	27%	(918,4)	(39%)
Adições do ativo intangível	(8,0)	(2,9)	176%	(8,3)	(4%)
Custos diretos iniciais de ativos de direito de uso	(2,4)	(9,6)	(75%)	(5,2)	(54%)
Pagamento de aquisição de grupo de ativos, controlada e controlada em conjunto	18,5	(1,1)	-	(11,9)	-
Aumento de capital em controlada e controlada em conjunto	-	-	-	-	-
Aplicações financeiras	369,8	50,7	629%	(227,8)	-
Partes relacionadas e mútuos com terceiros	-	6,7	-	1,5	(100%)
Pagamento de contraprestação contingente	-	-	-	-	-
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(180,8)	(394,4)	(54%)	(1.170,0)	(85%)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO					
Pagamento de empréstimos e custos	(155,4)	(143,8)	8%	(184,0)	(16%)
Captação de empréstimos	1.415,4	216,0	555%	1.204,9	17%
Captação de leasing - máquinas e equipamentos	51,9	-	-	-	-
Pagamento de arrendamento	(186,3)	(161,9)	15%	(186,3)	0%
Aquisição de participação de não controladores	-	-	-	(4,0)	-
Pagamento de dividendos/JCP	(111,0)	(73,9)	50%	(39,4)	182%
Recebimento de aumento de capital	12,0	6,6	83%	-	-
Aquisições de ações em tesouraria	(50,0)	-	-	-	-
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	976,5	(157,0)	-	791,3	23%
AUMENTO (REDUÇÃO) DO SALDO DE CAIXA E EQUIV.					
AUMENTO (REDUÇÃO) DO SALDO DE CAIXA E EQUIV.	1.462,4	(11,4)	-	112,6	1198%
Saldo inicial	1.330,8	1.490,6	(11%)	1.191,2	12%
Saldo final	2.737,2	1.441,5	90%	1.330,8	106%
Variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	(56,0)	(37,5)	49%	27,0	-



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 Sênior de RI

Maria Fernanda Rodrigues | Estagiária de RI

ri@smartfit.com

smart fit



1Q26 Results

Results Webinar

May 07, 2026

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

Conference call in Portuguese with simultaneous translation into English

[Click here](#)



1Q26 EARNINGS RELEASE

São Paulo, May 06, 2026 – Smart Fit (SMFT3), the leader in the fitness industry in Latin America in terms of members and clubs¹, announces its results for 1Q26. 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 34.

PERIOD HIGHLIGHTS

- **Solid 20% growth in the club network vs. 1Q25, totaling 2,113 clubs across 16 countries**

Record of 354 clubs added over the last 12 months. We remain confident in our 2026 opening guidance² of 330-350 new clubs.
- **Net revenue reached R\$ 2.1 billion in 1Q26, a solid 25% growth vs. 1Q25 and up by 8% over 4Q25**

Strong performance was driven by a 20% increase in net revenue from Smart Fit-owned clubs, alongside a robust expansion in the “Others³” segment, doubling in size vs. 1Q25.
- **Cash gross profit⁴ of R\$ 1,089 million in 1Q26, up by 28% over 1Q25, with a record margin of 51.8%, 1.1p.p. vs. 1Q25**

Cash gross margin of mature clubs⁵ consistent, with the maturation of units opened in recent years remaining in line with historical trends, combined with a strong increase in cash gross profit from the “Others” segment.
- **Record adjusted EBITDA⁶ of R\$ 672 million in 1Q26, a strong growth of 29% over 1Q25, with a margin of 32.0% (+1.0p.p. vs. 1Q25). Strong operational cash generation of R\$ 635 million, with a high conversion of 95%**

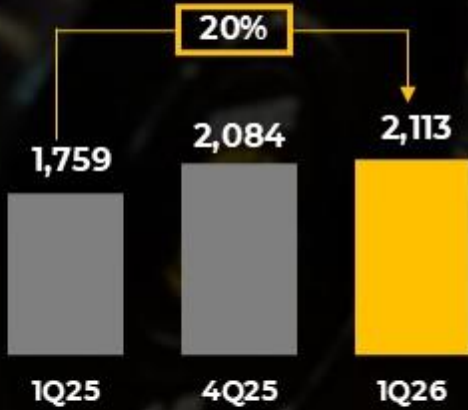
Record adjusted EBITDA of R\$ 2.4 billion in the last 12 months, with a margin of 31.9%.
- **Growth of 47% in recurring net income⁷ vs. 1Q25, reaching R\$ 207 million in 1Q26, with a recurring net margin of 9.8% (+1.5p.p. vs. 1Q25)**

Over the last 12 months, recurring net income reached R\$ 808 million, with a recurring net margin of 10.5%.

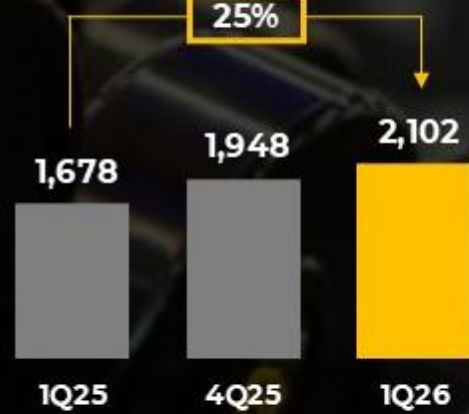
1Q26 Highlights	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Clubs	2,113	1,759	20%	2,084	1%
Net Revenue (R\$ million)	2,102	1,678	25%	1,948	8%
Cash Gross Profit ⁴	1,089	851	28%	972	12%
Cash Gross Margin	51.8%	50.7%	1.1 p.p.	49.9%	1.9 p.p.
EBITDA ⁶ (R\$ million)	672	520	29%	610	10%
EBITDA Margin	32.0%	31.0%	1.0 p.p.	31.3%	0.7 p.p.
Recurring Net Income ⁷ (R\$ million)	207	141	47%	235	(12%)

(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 2026; (3) “Others” includes royalties received from franchises in Brazil and international markets (excluding Mexico), as well as revenue from other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass Brazil, Queima Diária and Studios, and in Mexico, FitMaster and TotalPass Mexico; (4) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2). See the “Cash Gross Profit” section. Cash Gross Profit before pre-operating costs also excludes pre-operating expenses related to the opening of new clubs; (5) A club is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year; (6) “Adjusted EBITDA” excludes the positive impact of the non-recurring revenue of R\$ 10.7 million recognized in 4Q25, related to the remeasurement of the stake held in FitMaster; and (7) Excludes non-recurring impacts from acquisitions, notably the remeasurement of the Company’s equity interests in the FitMaster, Panama, and Costa Rica operations, as well as Velocity and other acquisitions. See the “Net Income and Recurring Net Income” section.

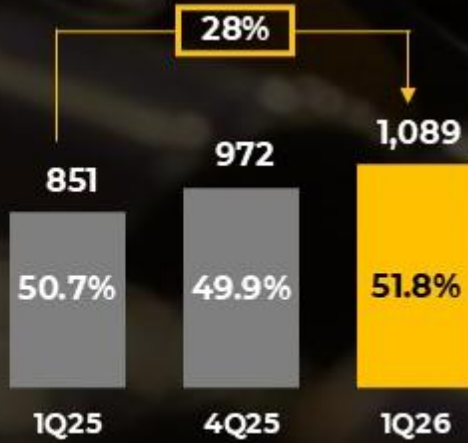
Clubs



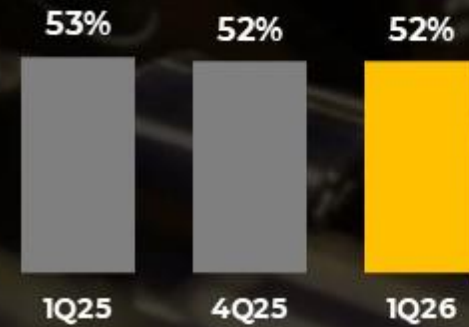
Net Revenue (R\$ M)



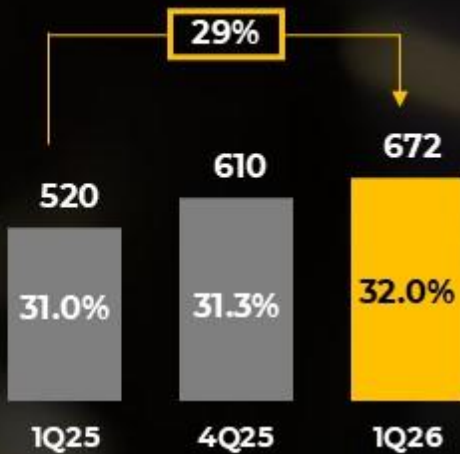
Gross Profit and Margin ^(a) (R\$ M)



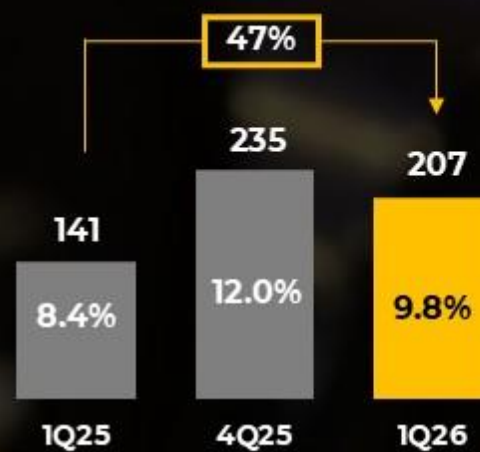
Gross Margin Mature Clubs ^(b) (%)



Adj. EBITDA (R\$ M) and Margin ^(a,c) (%)



Recurring Net Profit (R\$ M) and Margin ^(a,c) (%)



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

OPERATING PERFORMANCE

CLUB NETWORK, STUDIOS AND AGGREGATORS

Evolution of the club network

Clubs	End of Period					Growth 1Q26 vs.		Variation 1Q26 vs.	
	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	4Q25	1Q25	4Q25	1Q25
Total Clubs	1,759	1,818	1,867	2,084	2,113	29	354	1%	20%
By Type									
Owned	1,416	1,459	1,501	1,683	1,703	20	287	1%	20%
Franchised	343	359	366	401	410	9	67	2%	20%
By Brand									
Smart Fit	1,726	1,783	1,831	2,048	2,072	24	346	1%	20%
Owned	1,389	1,430	1,471	1,653	1,668	15	279	1%	20%
Brazil	573	587	605	693	701	8	128	1%	22%
Mexico	372	379	390	435	439	4	67	1%	18%
Other Countries ^a	444	464	476	525	528	3	84	1%	19%
Franchised	337	353	360	395	404	9	67	2%	20%
Brazil	228	237	241	259	262	3	34	1%	15%
Mexico	23	24	26	30	32	2	9	7%	39%
Other Countries ^a	86	92	93	106	110	4	24	4%	28%
Bio Ritmo and others ^b	33	35	36	36	41	5	8	14%	24%
Owned	27	29	30	30	35	5	8	17%	30%
Franchised	6	6	6	6	6	0	0	-	-
By Region									
Brazil	831	856	878	984	1,000	16	169	2%	20%
Mexico	395	403	416	465	471	6	76	1%	19%
Other Countries ^a	533	559	573	635	642	7	109	1%	20%

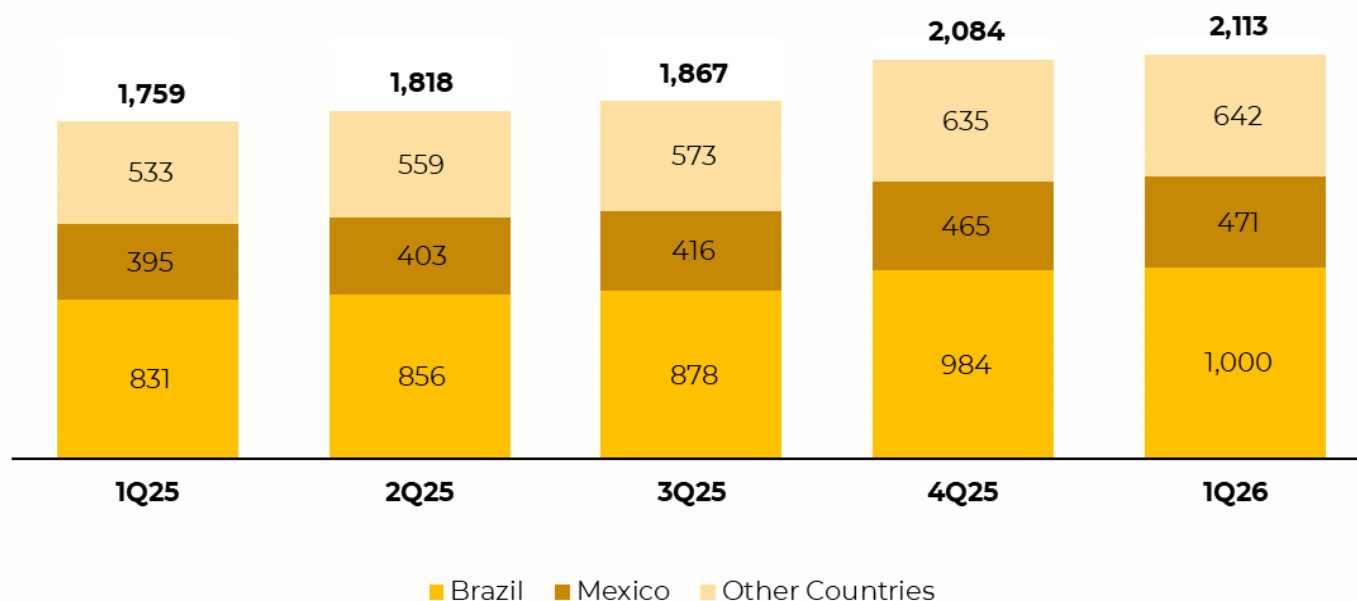
(a) "Other Countries" includes owned operations in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru, Uruguay, and Morocco, and franchises in El Salvador, Ecuador, Guatemala, the Dominican Republic, Honduras, and Argentina; (b) "Bio Ritmo and others" includes 39 Bio Ritmo clubs and 2 Nation clubs.

The Company ended 1Q26 with 2,113 clubs across 16 countries, up by 20% over 1Q25. This performance reinforces its leadership position in the Latin American fitness industry and as one of the largest in the world. At the end of the period, the network comprised 1,703 owned clubs (81% of the total) and 410 franchises (19%).

Regarding the geographic composition, the mix remained flat compared to 1Q25, with Brazil accounting for 47% of clubs, followed by the "Other Countries" region (30%) and Mexico (22%). The milestone of 1,000 clubs in Brazil in 1Q26 stands out, making the Company the first to reach this level in the country across all gym brands, reinforcing its capillarity and leadership in the region, operating in both the high-end (Bio Ritmo and others) and High Value / Low Price segments (Smart Fit).

In 1Q26, 29 clubs were added, of which 24 under the Smart Fit brand and 5 under Bio Ritmo — marking the largest quarterly expansion ever recorded by the high-end brand, with openings in capital cities and regions with high per capita income. Of these openings, 16 were located in Brazil, 7 in Other Countries, and 6 in Mexico. Additionally, 20 were owned clubs and 9 were franchises.

Clubs at the end of the quarter



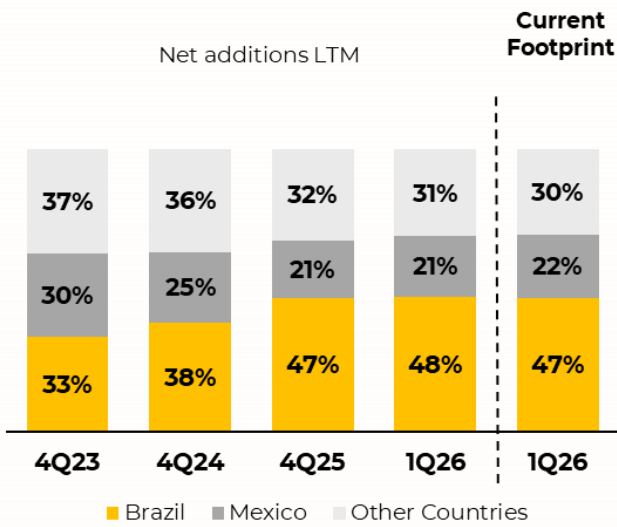
Over the last 12 months, 354 clubs were added, marking a record expansion over a 12-month period, of which 346 were under the Smart Fit brand and 8 under “Bio Ritmo and others”. Of this total, 81% were owned clubs. By geography, Brazil accounted for 48% of the additions, the “Other Countries” region for 31%, and Mexico for 21%.

The Company ended April with 51 additions year to date, 108 clubs under construction and 170 signed agreements for future openings, most of which are expected to start operating in 2026. In this context, we remain confident in the guidance¹ for 330-350 club openings in the year, approximately 80% of which are expected to be owned clubs. The decision to sustain the strong pace of expansion compared to the 341 clubs added in 2025 is supported by (i) the consistent performance of mature clubs and the solid ramp-up of units opened in recent years; (ii) strict discipline in execution and capital allocation for new openings; (iii) the Company’s robust financial position; (iv) favorable market conditions, particularly the pipeline of high-quality real estate opportunities; and (v) the growing demand for fitness, driven by long-term trends. The continuation of the expansion plan for 2026 reinforces the high scalability of its club operations.

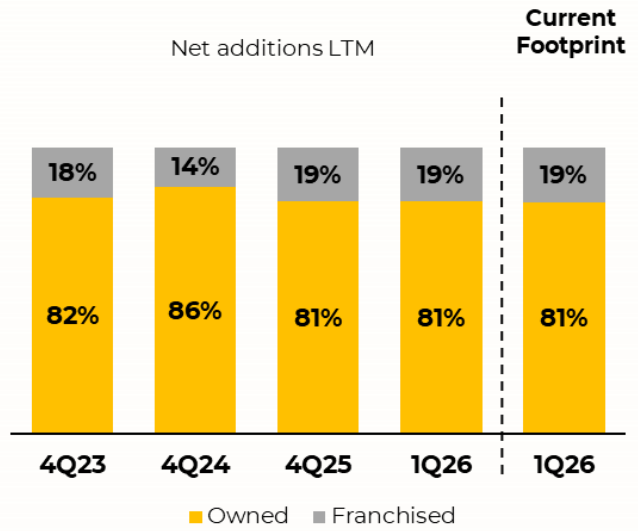
Note that, at the end of 1Q26, 1,132 Smart Fit-owned clubs were mature (68% of the owned base), compared to 956 (69% of the base) in the same period last year. A club is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the year.

(1) According to the guidance disclosed to the market through a Material Fact in March 2026.

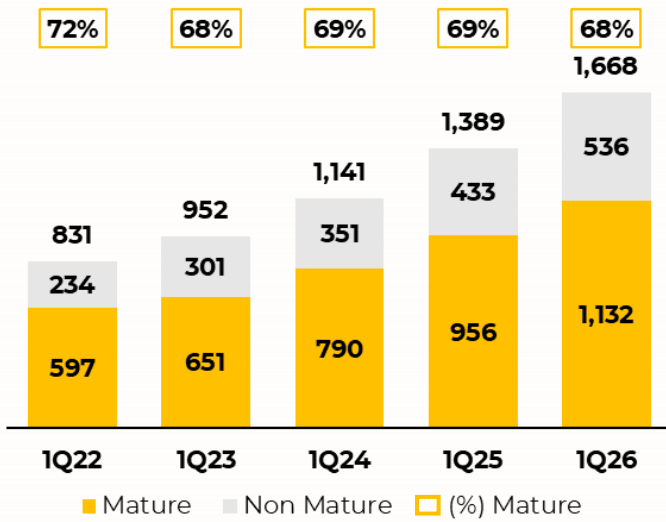
Club distribution^(a) by region



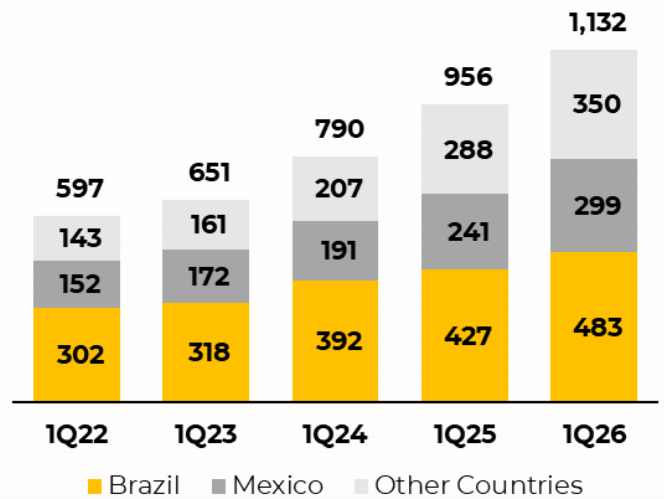
Club distribution^(a) by type



Smart Fit Own Units by aging



Smart Fit Own Mature Units^(b) per region



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

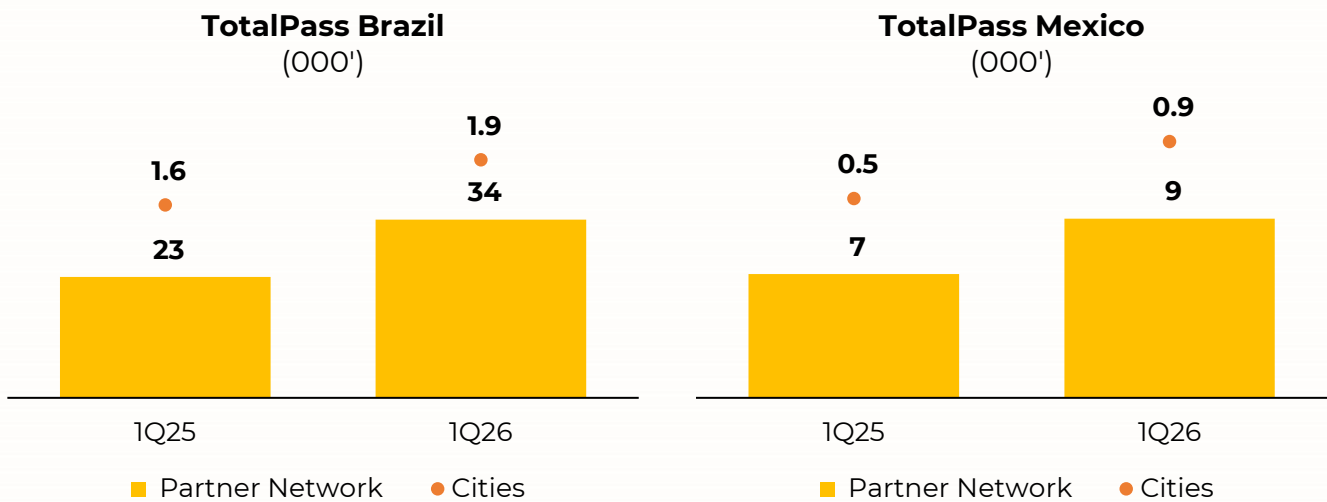
(b) A club is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year.

Evolution of Studios and TotalPass

In the Studios segment, the Company ended the quarter with 186 units, of which 161 are franchises (87% of the total), totaling 299 studios. This figure represents a solid addition of 33 units compared to 1Q25, with the Southeast region of Brazil standing out, accounting for approximately 70% of this expansion, especially in the state of São Paulo. Additionally, the openings of the Vidya, Velocity, Aera Pilates, and Tónus brands stood out, together accounting for approximately 90% of the new studios. Compared to 4Q25, 6 units were added.

In TotalPass Brazil, the partner network surpassed 34 thousand clubs (+47% vs. 1Q25) across nearly 2 thousand cities in Brazil (+23% vs. 1Q25), marking an important milestone for this business unit. In TotalPass Mexico, the TotalPass partner network ended 1Q26 with over 9 thousand accredited clubs (+45% vs. 1Q25). As a result, TotalPass members can now access approximately 44 thousand different establishments, including the Company's owned clubs and studios.

With the growing number of clubs in the network and the expansion of geographic coverage, TotalPass's value proposition becomes progressively more robust and differentiated for corporate clients, end users, and partners, reinforcing TotalPass's positioning as one of the largest corporate well-being platforms in Latin America.



MEMBER BASE

Evolution of the member base in clubs

Clients ('000)	End of Period					Growth 1Q26 vs.		Variation 1Q26 vs.	
	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	4Q25	1Q25	4Q25	1Q25
Clubs^a	5,253	5,151	5,228	5,210	5,582	372	329	7%	6%
By Type									
Owned	4,235	4,149	4,232	4,222	4,528	306	293	7%	7%
Franchised	1,018	1,002	996	988	1,054	66	36	7%	4%
By Brand									
Smart Fit	5,201	5,097	5,174	5,157	5,527	370	327	7%	6%
Owned	4,192	4,104	4,187	4,178	4,482	304	290	7%	7%
Brazil	1,715	1,635	1,620	1,595	1,703	108	(12)	7%	(1%)
Mexico	1,039	1,035	1,042	1,007	1,103	96	64	10%	6%
Other Countries ^b	1,438	1,434	1,525	1,576	1,676	100	238	6%	17%
Franchised	1,009	993	987	979	1,046	66	37	7%	4%
Bio Ritmo and others ^c	52	55	54	53	55	2	3	4%	5%
By Region									
Brazil	2,389	2,282	2,250	2,216	2,346	130	(43)	6%	(2%)
Mexico	1,114	1,110	1,116	1,079	1,189	110	75	10%	7%
Other Countries ^b	1,750	1,760	1,862	1,915	2,047	132	297	7%	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.

In 1Q26, the member base reached 5.6 million, up by 6% over 1Q25 (+329 thousand members). This performance primarily reflects the strong network expansion and the solid maturation of clubs opened in recent years. Compared to 4Q25, the club member base grew by 7%, representing an addition of 372 thousand members, reflecting the favorable seasonality of the quarter.

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

Considering users who access the clubs through aggregators, in mature units, customer intake in the period remained in line with pre-COVID-19 historical levels across the Company's main markets.

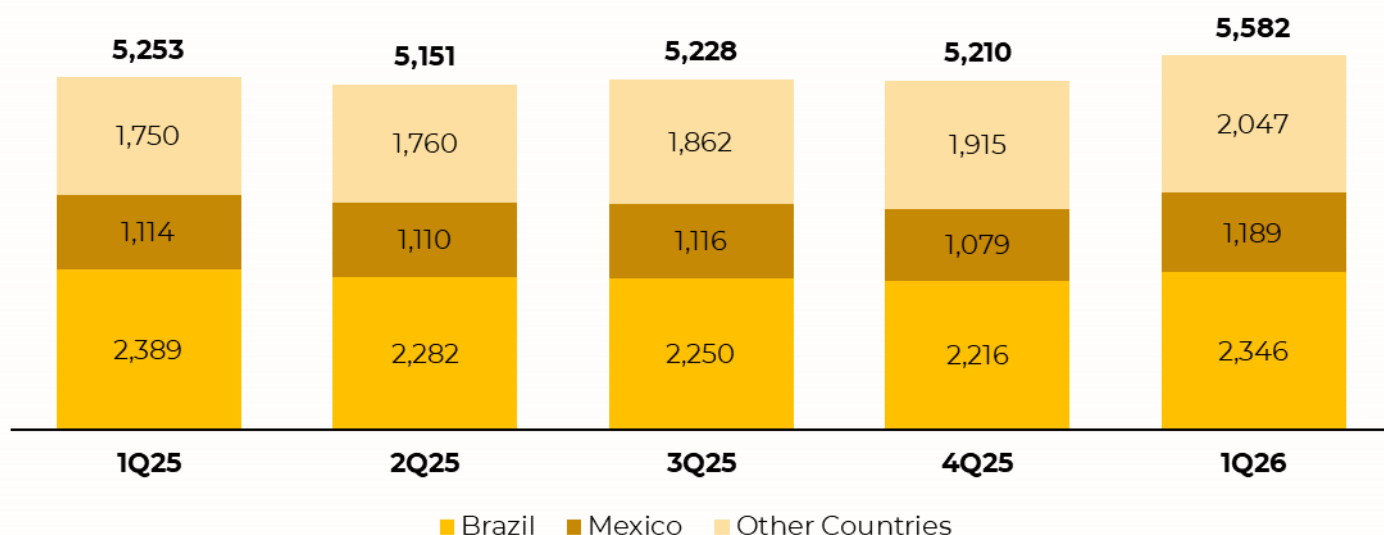
In Brazil, the member base totaled 2.3 million in 1Q26, accounting for 1.0% of Brazil's population enrolled in one of the Company's clubs. Although the member base declined by 2% compared to 1Q25, this performance primarily reflects the increasing share of access (check-ins) from TotalPass members, which has been rising each quarter, contributing positively to member traffic and club revenue. It is worth highlighting that the share gain of TotalPass users' check-ins posted a quarterly increase above the levels observed over the past three years.

Compared to 4Q25, the member base grew by 6%, driven by the maturation of units opened in recent years alongside the favorable seasonality of the period in the region.

In Mexico, the member base totaled 1.2 million in 1Q26, up by 7% over 1Q25, accounting for 0.9% of the population enrolled in one of the Company's clubs in the country. In the quarter, the member base increased by 110 thousand members, up by 10% over 4Q25, driven by the maturation of units opened in recent years and favorable seasonality for the period.

In the "Other Countries" region, the member base surpassed the 2.0 million mark for the first time, representing a solid growth of 17% compared to 1Q25, driven by the ramp-up of units opened in recent years. In 1Q26, 132 thousand members were added, up by 7% over 4Q25, driven by the maturation of units alongside the favorable seasonality of the quarter in the region.

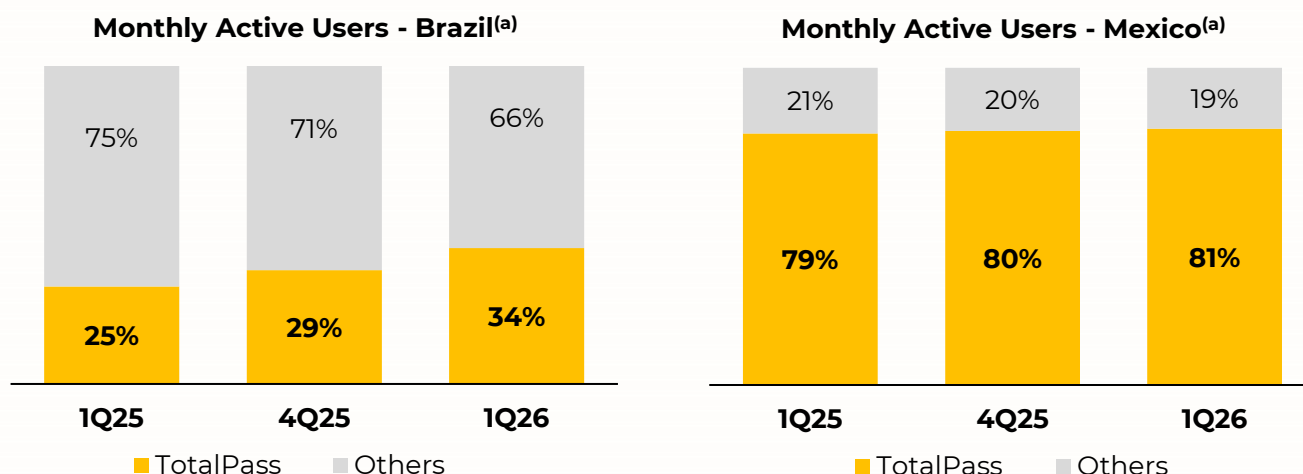
Club members at the end of the period



Evolution of the member base in TotalPass and digital services

TotalPass, the Company's B2B fitness aggregator segment, delivered strong growth, consolidating its position as one of the leading corporate wellness benefits in Brazil and Mexico. TotalPass ended 1Q26 with 2.1 million members in Brazil and Mexico.

Additionally, based on Monthly Active Users (MAU) estimates provided by Sensor Tower, TotalPass Brazil reached a 34% market share as of March 31, 2026 (vs. 25% in 1Q25), representing a solid increase of 10 p.p. over the period. In Mexico, TotalPass maintained its strong market share in the region, reaching 81% vs. 79% in the same period of the previous year.



Source: Sensor Tower. "Active Users" data are estimates calculated through sampling and artificial intelligence, using a proprietary panel of millions of users. As such, they do not represent the absolute totality of the market. (a) Data as of the end of the period.

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 1Q26, the platform had 446 thousand members, up by 2% over 4Q25 and by 12% over 1Q25. This performance reflects growth in B2B operations - through exclusive subscriptions for *Queima Diária's* partner companies;
- (ii) Digital add-ons, including Smart Fit Nutri — a nutrition-tracking service available through an app, including bioimpedance assessments using scales installed in Smart Fit clubs and teleconsultations with nutritionists. Over the previous quarters, we continued to advance the installation of scales across Latin America, which represents an important lever to increase the user base. It is also worth mentioning Smart Fit Coach, a personalized online consulting service designed to guide members through their training routines.

At the end of 1Q26, exclusively digital members totaled 467 thousand, up by 13% over 1Q25 and by 3% over 4Q25.

FINANCIAL PERFORMANCE

Main financial indicators ^a (R\$ million)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Gross Revenue	2,220.1	1,781.4	25%	2,069.0	7%
Net Revenue	2,102.1	1,678.2	25%	1,948.2	8%
Cash costs of services ^b	(1,012.9)	(827.6)	22%	(976.4)	4%
Cash gross profit^b	1,089.2	850.6	28%	971.8	12%
Cash gross margin	51.8%	50.7%	1.1 p.p.	49.9%	1.9 p.p.
Pre-operating Costs	(17.6)	(10.6)	67%	(36.8)	(52%)
Cash gross profit before pre-operating costs ^b	1,106.8	861.2	29%	1,008.6	10%
Gross margin before pre-operating costs	52.7%	51.3%	1.3 p.p.	51.8%	0.9 p.p.
SG&A	(417.4)	(333.5)	25%	(362.1)	15%
% Net Revenue	19.9%	19.9%	(0.0) p.p.	18.6%	1.3 p.p.
Selling Expenses ^c	(172.1)	(142.2)	21%	(132.7)	30%
% Net Revenue	8.2%	8.5%	(0.3) p.p.	6.8%	1.4 p.p.
General and administrative expenses ^d	(221.9)	(174.1)	27%	(202.0)	10%
% Net Revenue	10.6%	10.4%	0.2 p.p.	10.4%	0.2 p.p.
Pre-operating expenses	(16.3)	(7.3)	123%	(22.2)	(26%)
Other (expenses) revenues	(7.1)	(9.9)	(28%)	(5.3)	35%
Extraordinary Items ^e	-	-	-	10.7	-
Equity Income	-	3.0	-	0.2	-
EBITDA^e	671.8	520.2	29%	620.6	8%
EBITDA Margin	32.0%	31.0%	1.0 p.p.	31.9%	0.1 p.p.
Adjusted EBITDA^g	671.8	520.2	29%	609.8	10%
Adjusted EBITDA Margin	32.0%	31.0%	1.0 p.p.	31.3%	0.7 p.p.
EBITDA before pre-operating expenses^f	705.7	538.0	31%	668.7	6%
EBITDA Margin before pre-operating expenses	33.6%	32.1%	1.5 p.p.	34.3%	(0.8) p.p.
Depreciation and amortization	(282.6)	(228.3)	24%	(262.4)	8%
Financial Result	(124.6)	(105.4)	18%	(124.1)	0%
EBT	264.6	186.5	42%	234.0	13%
EBT Margin	12.6%	11.1%	1.5 p.p.	12.0%	0.6 p.p.
Income tax and Social Contribution	(61.0)	(46.2)	32%	7.6	-
Profit (loss) for the period	203.5	140.3	45%	241.6	(16%)
Net Margin	9.7%	8.4%	1.3 p.p.	12.4%	(2.7) 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 costs" 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" exclude depreciation and effects of IFRS-16; (e) Non-recurring positive impact referring to the R\$ 10.7 million non-recurring profit from 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 "Non-recurring 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

Net revenue surpassed, for the first time, the R\$ 2.0 billion mark in a single quarter, totaling R\$ 2,102.1 million in 1Q26, a solid growth of 25% compared to 1Q25. This performance was primarily driven by a 20% increase in net revenue from Smart Fit-owned clubs, alongside a robust expansion in the “Others” segment, which doubled in size compared to 1Q25. Consequently, the segment now accounts for 9% of the Company’s net revenue (vs. 6% in 1Q25).

Net Revenue by Brand and Region

Net Revenue (R\$ million)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Smart Fit	1,847.1	1,538.5	20%	1,692.2	9%
Brazil	683.2	577.5	18%	611.7	12%
Mexico	444.8	370.2	20%	406.3	9%
Other Countries ^a	719.2	590.8	22%	674.2	7%
Bio Ritmo and others ^b	62.1	44.1	41%	56.8	9%
Others ^c	192.9	95.6	102%	199.2	(3%)
Total	2,102.1	1,678.2	25%	1,948.2	8%

(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; (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 Brazil, *Queima Diária*, and Studios, and FitMaster and TotalPass Mexico in Mexico.

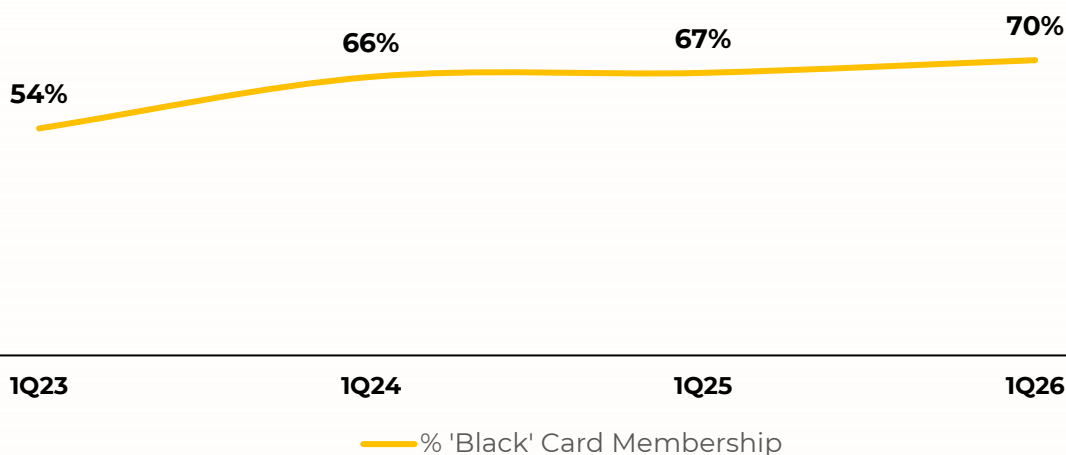
In 1Q26, net revenue from Smart Fit-owned clubs totaled R\$ 1,847.1 million, up by 20% over 1Q25, primarily reflecting an 8% increase in the average member base in clubs, driven by the 20% expansion of the brand’s average network of owned units alongside the maturation of these clubs. Compared to 4Q25, net revenue grew by 9%.

Additionally, the average ticket from Smart Fit-owned clubs increased by 12% compared to 1Q25, with growth across all operating regions. The strong growth in the average ticket in the period reflects several initiatives aimed at sustainably optimizing revenue per club. In this regard, the increase 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.

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 Mexico, as well as the effective strategy of distributing Smart Fit clubs across the different plans available to TotalPass users.

Furthermore, 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 1Q26, up by 3 p.p. over 1Q25.

Evolution of members enrolled in the 'Black' Card Membership in owned clubs (% member base in owned clubs)



Regarding the geographic mix, the “Other Countries” region stood out with an increased share of owned clubs and, together with Mexico, accounted for 63% of net revenue from Smart Fit-owned clubs, up by 1 p.p. over 1Q25.

In Brazil, net revenue from Smart Fit clubs reached R\$ 683.2 million in 1Q26, up by 18% over 1Q25. This result mainly reflects the strong 17% growth in the average ticket. Compared to 4Q25, net revenue grew by 12%, reflecting a 9% increase in the average ticket and a 3% expansion in the average member base of the owned clubs.

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 2026, combined with the higher share of aggregator check-ins in total traffic within owned clubs. It is worth noting that approximately half of the average ticket increase is related to aggregator transfers driven by TotalPass users' check-ins at the same clubs.

In Mexico, net revenue from Smart Fit clubs totaled R\$ 444.8 million in 1Q26, up by 20% over 1Q25. This result was driven by the 13% growth in the average ticket and the 6% increase in the average member base of owned clubs.

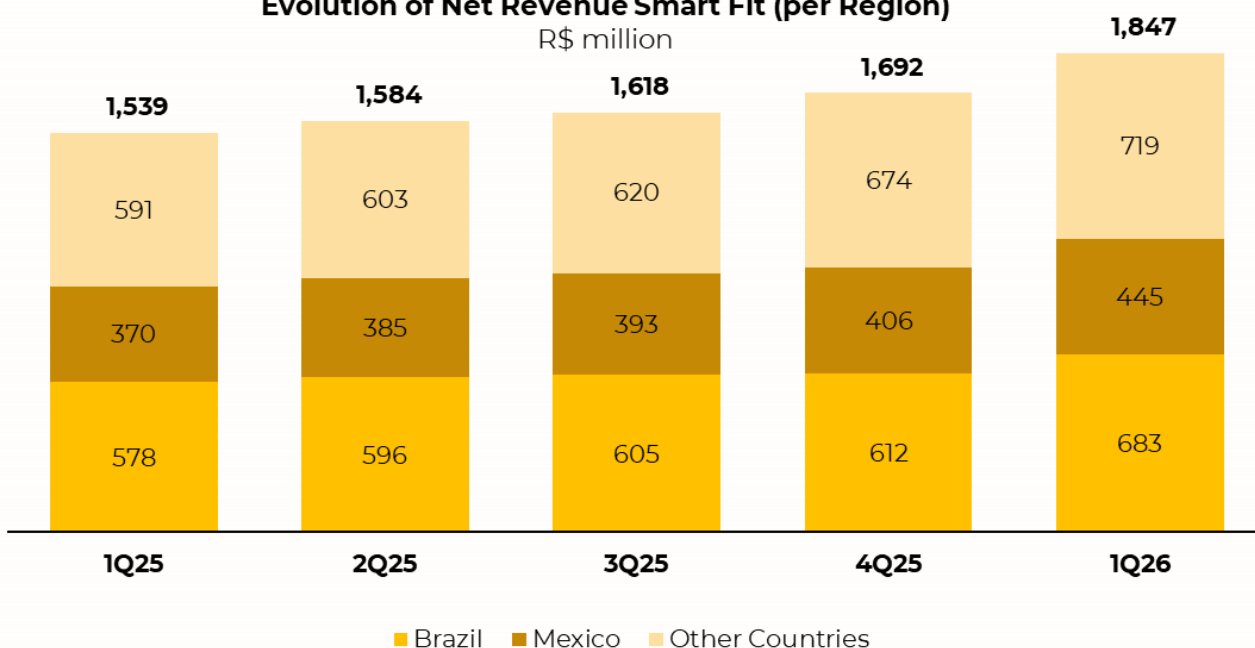
The increase in the average ticket reflects the cluster-based pricing strategy, with price increases in the "Smart" and "Fit" plans over the past few quarters, as well as stronger network effects. As a result, the penetration of members enrolled in the “Black” Card Membership in owned clubs reached 64% in 1Q26, a significant increase of 11 p.p. over 1Q25 and 2 p.p. over 4Q25. Additionally, it is worth noting that the first and only price adjustment in the “Black” Card Membership was implemented at the end of 2023. Compared to 4Q25, net revenue grew by 9%, driven by a 6% increase in the average ticket price and a 3% increase in the average member base of owned clubs.

Net revenue from Smart Fit clubs in “Other Countries” totaled R\$ 719.2 million in 1Q26, the highest among the brand's regions, up by 22% over 1Q25. This growth was driven by a 17% expansion in the average member base of the region's owned clubs and a 4% 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

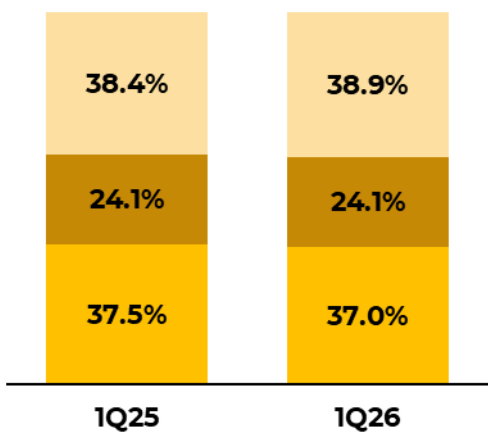
enrolled in the “Black” Card Membership in owned clubs reached 75%, up by 1 p.p. over 1Q25. Compared to 4Q25, revenue increased by 7%, reflecting a 5% expansion in the average member base of the region’s owned clubs due to the ramp-up of clubs opened over the last 24 months and the 2% increase in the average ticket.

Evolution of Net Revenue Smart Fit (per Region)

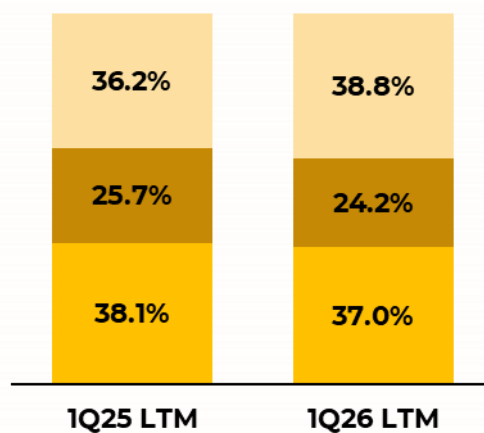
R\$ million



(%) 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.

“Bio Ritmo and others” owned clubs recorded revenue of R\$ 62.1 million, up by 41% over 1Q25, driven by the average ticket growth and the expansion of the unit base during the period.

The “Others” segment totaled R\$ 192.9 million in 1Q26, doubling compared to 1Q25 and accounting for 9% of total net revenue (+3 p.p. vs. 1Q25). This increase reflects the higher contribution from other business units, featuring the strong performance of TotalPass Brazil. Additionally, it is worth highlighting the consolidation of TotalPass Mexico starting in 1Q26. Compared to 4Q25, net revenue from “Others” fell by 3%, mainly due to seasonal effects in the performance of TotalPass Brazil.

CASH COST OF SERVICES PROVIDED

The cash cost of services provided totaled R\$ 1,012.9 million in 1Q26, up by 22% over 1Q25, below the 25% revenue growth during the period. This increase reflects, especially, the 20% expansion in the average number of owned clubs. In this context, the cash cost of services provided grew at the same pace as the net revenue of company-owned clubs.

Regarding club-related costs, it is 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. The cost increase reflects the growth in the number of owned units opened in the quarter, with the addition of 20 owned clubs in 1Q26 vs. 9 in 1Q25, alongside higher costs from clubs in the ramp-up phase, particularly those opened over the last 24 months.

Considering only mature clubs, costs per unit increased by 1% compared to 1Q25, versus a weighted average inflation in BRL of 5% during the period. This below-inflation cost growth reflects the Company's efforts and investments in energy efficiency projects, which led to lower utility consumption expenses across mature units. These savings in consumption were more than offset mainly by the impact of wage agreements and related labor charges applied during the period in the personnel and third-party services line items.

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

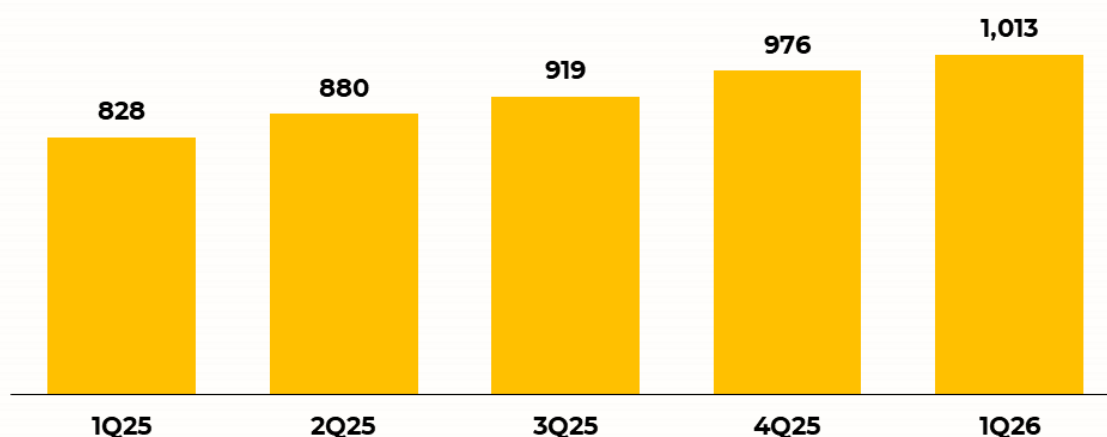
Cash Cost of Services Provided by Nature

Cash Cost of Services Provided ^a (R\$ million)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Occupation	394.9	316.5	25%	349.5	13%
Personnel and third-party services	392.2	304.5	29%	358.8	9%
Consumption	150.7	134.1	12%	140.9	7%
Other ^b	75.2	72.5	4%	127.2	(41%)
Cash Cost of Services Provided	1,012.9	827.6	22%	976.4	4%

(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". (b) Starting in 1Q26, transfers from FitMaster to partner clubs are deducted from gross revenue, in line with the practice adopted by TotalPass Brazil and Mexico.

Evolution of Cash Cost of Services Provided

(R\$ million)



Compared to 4Q25, cash costs increased by 4% in 1Q26, below the 8% growth in net revenue for the period.

CASH GROSS PROFIT

Cash gross profit reached R\$ 1,089.2 million in 1Q26, up by 28% over 1Q25, with a cash gross margin of 51.8%, up by 1.1 p.p. over 1Q25. It is worth highlighting the robust growth in cash gross profit from the “Others” segment, which more than doubled (+137%) vs. 1Q25, increasing its share in the Company’s cash gross profit from 8% in 1Q25 to 15% in 1Q26. Additionally, the “Others” segment posted a gross margin of 85.7%, expanding by 13.3 p.p. vs. 1Q25, mainly driven by the strong performance of TotalPass Brazil.

Cash gross profit was also positively impacted by the consistent maturation of units opened in recent years and the maintenance of mature club margins at solid levels, reinforcing the resilience of the business model. Over the last 12 months, cash gross profit totaled R\$ 3,877.7 million, with a cash gross margin of 50.6%.

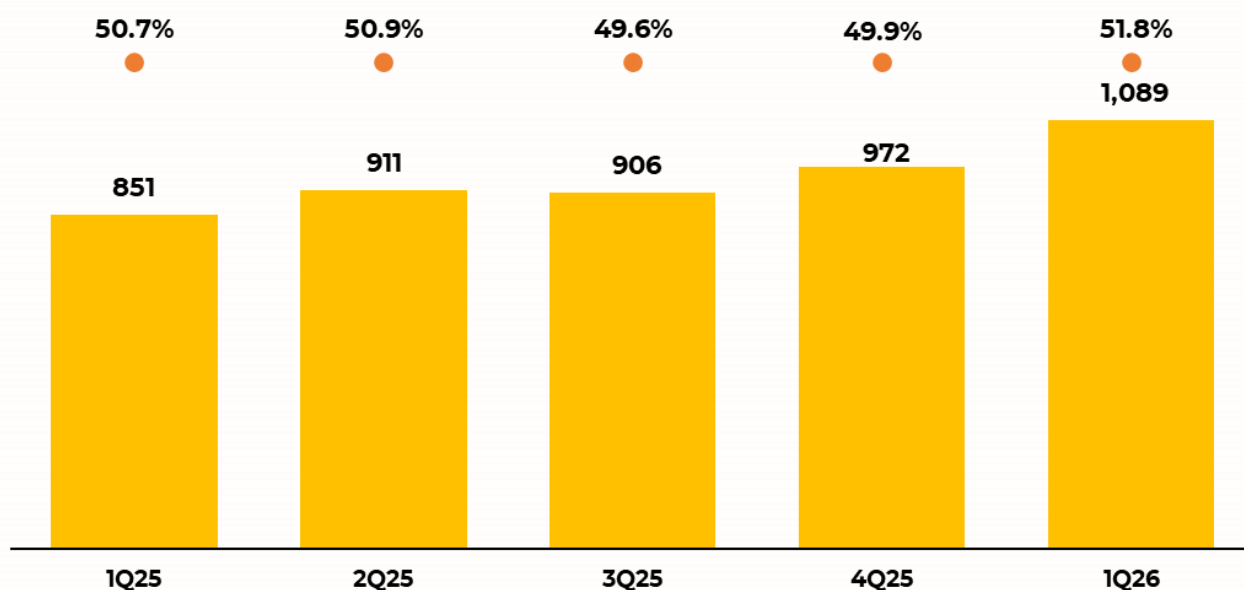
Excluding pre-operating costs, that is, those related to club openings, cash gross margin was 52.7% in 1Q26 (+1.3 p.p. vs. 1Q25). This expansion highlights the diversification and resilience of the business, driven by the increased share of the “Others” segment, alongside the maintenance of profitability in mature units and the solid ramp-up of units opened in recent years. Over the last 12 months, cash gross profit before pre-operating costs totaled R\$ 3,970.7 million, with a cash gross margin of 51.8%.

Cash Gross Profit ^a (R\$ million)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Net Revenue	2,102.1	1,678.2	25%	1,948.2	8%
(-) Cash Costs of Services Provided	1,012.9	827.6	22%	976.4	4%
Cash Gross Profit^b	1,089.2	850.6	28%	971.8	12%
Cash Gross Margin	51.8%	50.7%	1.1 p.p.	49.9%	1.9 p.p.
(+) Pre-Operating Costs	17.6	10.6	67%	36.8	(52%)
Cash Gross Profit before Pre-Operating Costs^c	1,106.8	861.2	29%	1,008.6	10%
Cash Gross Margin before Pre-Operating Costs	52.7%	51.3%	1.3 p.p.	51.8%	0.9 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

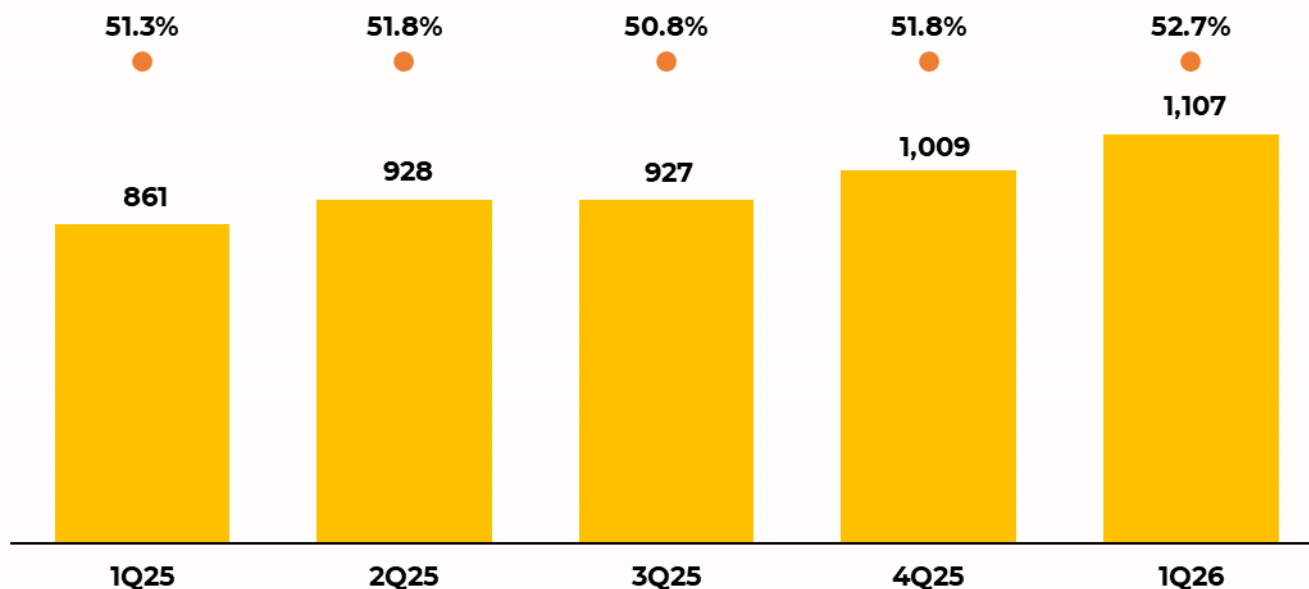
R\$ million | % of Net Revenue



Compared to 4Q25, cash gross profit grew by 12%, with a margin expansion of 1.9 p.p. This performance primarily reflects a lower level of pre-operating expenses. Cash gross margin before pre-operating costs, that is, excluding costs related to new openings, increased by 0.9 p.p. compared to the previous quarter.

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

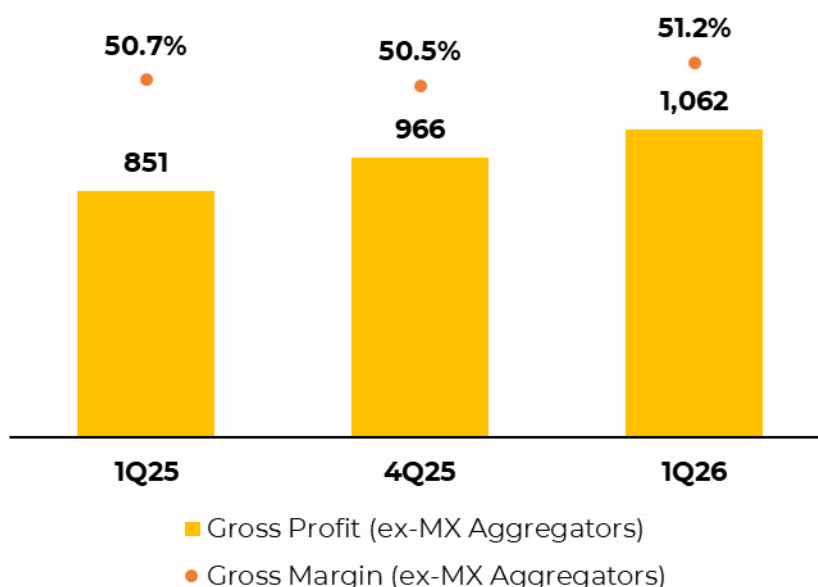
R\$ million | % of Net Revenue



It is worth noting that the consolidation of aggregators in Mexico (TotalPass Mexico and FitMaster) contributed positively in the quarter, adding R\$26.8 million to cash gross profit. Excluding these effects, cash gross profit would have totaled R\$1,062.4 million, with a cash gross margin of 51.2%, the highest level since 1Q20, representing an expansion of 0.5 p.p. and 0.7 p.p. vs. 1Q25 and 4Q25, respectively.

Evolution of Consolidated Cash Gross Profit and Cash Gross Margin excluding Mexico Aggregators¹

R\$ million | % of Net Revenue



(1) Aggregators in Mexico comprise the operations of TotalPass Mexico and FitMaster.

Cash Gross Profit by Segment before Pre-Operating Costs

Cash Gross Profit^{a,b,c} (Per Segment R\$ million)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Smart Fit	912.7	770.9	18%	844.1	8%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	49.4%	50.1%	(0.7) p.p.	49.9%	(0.5) p.p.
Brazil	326.1	278.7	17%	283.2	15%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	47.7%	48.3%	(0.5) p.p.	46.3%	1.4 p.p.
Mexico	193.7	172.9	12%	181.5	7%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	43.6%	46.7%	(3.1) p.p.	44.7%	(1.1) p.p.
Other Countries	392.8	319.3	23%	379.4	4%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	54.6%	54.0%	0.6 p.p.	56.3%	(1.7) p.p.
Bio Ritmo and Others^d	28.6	20.6	39%	23.6	21%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	46.2%	46.7%	(0.5) p.p.	41.5%	4.7 p.p.
Others^e	165.5	69.7	137%	140.9	17%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	85.8%	72.9%	12.8 p.p.	70.7%	15.0 p.p.
Cash Gross Profit Before Pre-Operating Costs	1,106.8	861.2	29%	1,008.6	10%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	52.7%	51.3%	1.3 p.p.	51.8%	0.9 p.p.
Pre-Operating Costs	(17.6)	(10.6)	67%	(36.8)	(52%)
Cash Gross Profit^c	1,089.2	850.6	28%	971.8	12%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	51.8%	50.7%	1.1 p.p.	49.9%	1.9 p.p.

To enhance the analysis by business unit, the segmentation criteria presented in the explanatory note "Segment Note" were revised as of 1Q25 in the Earnings Release. Accordingly, for comparability purposes, the table above presents 2024 and 2025 figures based on the new criteria, while in the Financial Statements, 2024 figures remain presented under 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 costs" 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 international markets (excluding Mexico), as well as revenue from other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass Brazil, Queima Diária and Studios, and in Mexico, FitMaster and TotalPass Mexico. Until 3Q24, royalties from Colombian franchises were included in this line, which were converted into owned clubs in 4Q24.

In 1Q26, cash gross profit before pre-operating costs from Smart Fit clubs totaled R\$ 912.7 million, up by 18% over 1Q25 and by 8% over 4Q25. Cash gross margin for the quarter reached 49.4%, down by 0.7 p.p. from 1Q25 and by 0.5 p.p. from 4Q25. It is worth noting that, in the same period of the previous year, the margin of mature clubs reached a record level of 53%.

At Smart Fit Brazil, cash gross profit totaled R\$ 326.1 million in 1Q26, up by 17% over 1Q25. Cash gross margin for the quarter was 47.7%, down by 0.5 p.p. compared to 1Q25, negatively impacted by the acceleration of expansion in the region, with the addition of 128 owned clubs over the last 12 months (vs. 80 in the previous 12-month period). As these clubs are at an early stage of maturation, they contribute with a lower level of revenue per club. It is worth highlighting that mature units posted a stable margin compared to 1Q25, driven by revenue management initiatives and cost efficiency measures, particularly projects aimed at optimizing utility expenses.

Compared to 4Q25, Smart Fit Brazil's cash gross margin before pre-operating costs increased 1.4 p.p., reflecting the higher revenue per club at mature clubs due to the seasonality of the period.

In Mexico, cash gross profit before pre-operating costs from Smart Fit clubs totaled R\$ 193.7 million in 1Q26, up by 12% over 1Q25. Cash gross margin before pre-operating costs declined by 3.1 p.p. compared to 1Q25, primarily reflecting higher personnel and third-party service costs in mature units, which more than offset the increase in revenue per mature club alongside the solid ramp-up of clubs opened over the last 24 months. Additionally, it is worth noting the limited contribution of the 2025 Vintage to the increase in cash gross profit and margins in the region during the quarter, given that around 55% of the

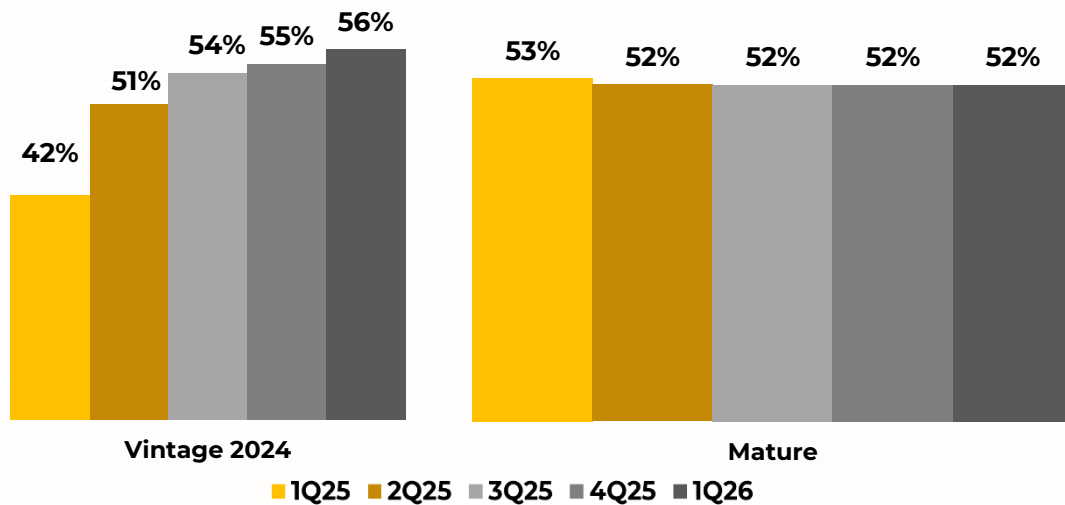
clubs in Mexico were opened in December 2025. In mature units, it is important to highlight that part of this increase stems from the strengthening of the operational structure, particularly the increase in front desk staff and the impact of wage adjustments.

Compared to 4Q25, cash gross margin from Smart Fit clubs in Mexico declined by 1.1 p.p., reflecting the early stage of the ramp-up curve of the 2025 vintage. It is worth highlighting that, in Mexico, the share of TotalPass members' check-ins at owned Smart Fit clubs is approximately 40% higher than their contribution to revenue in these units.

In "Other Countries", cash gross profit before pre-operating costs totaled R\$ 392.8 million in 1Q26, up by 23% over 1Q25. Cash gross margin reached 54.6% in 1Q26, up by 0.6p.p. over 1Q25, driven by the solid ramp-up of clubs opened over the past 24 months. Compared to 4Q25, cash gross profit in the region grew by 4% in the quarter, with a margin contraction of 1.7 p.p., driven by higher personnel and third-party service costs.

In the "Others" line, cash gross profit totaled R\$ 165.5 million, up by 137% over 1Q25, driven by growth in other businesses, particularly TotalPass Brazil. Gross margin before pre-operating costs reached 85.8%, expanding by 12.8 p.p. vs. 1Q25, driven by the higher share of TotalPass Brazil combined with improved profitability on a year-over-year basis. Additionally, the consolidation of aggregators in Mexico contributed positively to the increase in gross margin in the "Others" line. Compared to 4Q25, cash gross profit grew by R\$ 24.7 million, with a gross margin increase of 15.0 p.p. over the previous quarter.

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



In 1Q26, the cash gross margin of mature Smart Fit clubs reached 52%, in line with the Company's expected range and with the level observed over the past twelve quarters. Within the same mature club concept, annualized cash gross profit per club was R\$ 2.5 million in the quarter, up by 2% over 4Q25 and flat from 1Q25, highlighting the resilience of the business model and the Company's consistent and effective efforts across operational efficiency pillars.

Clubs opened in 2024 ("2024 Vintage Units") posted a cash gross margin of 56% in 1Q26, with annualized cash gross profit per club reaching R\$ 2.6 million, up by 7% over 4Q25. It is worth highlighting that the 2024 Vintage Units are already outperforming the level of mature clubs. The strong performance of the 2024 Vintage Owned Units reflects the effectiveness of the expansion strategy and the strength of the Smart Fit brand, as well as structurally lower occupancy costs compared to mature clubs.

It is worth noting that units opened in 2025 ("2025 Vintage Units") continue to follow a solid maturation trajectory. In 1Q26, the 2025 Vintage Units reached average annualized net revenue per unit of R\$ 2.7 million and a cash gross margin of 38%. It is worth noting that, of the 276 owned clubs added in 2025, 182 were inaugurated in 4Q25, and therefore remain at an early stage of the maturation process.

SELLING, GENERAL, AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

Selling, general, and administrative expenses ^{a,b} (R\$ million)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Selling expenses	172.1	142.2	21%	132.7	30%
General and administrative expenses	221.9	174.1	27%	202.0	10%
Pre-operating expenses	16.3	7.3	123%	22.2	(27%)
Total	410.3	323.6	27%	357.0	15%
% Net Revenue	19.5%	19.3%	0.2 p.p.	18.3%	1.2 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".

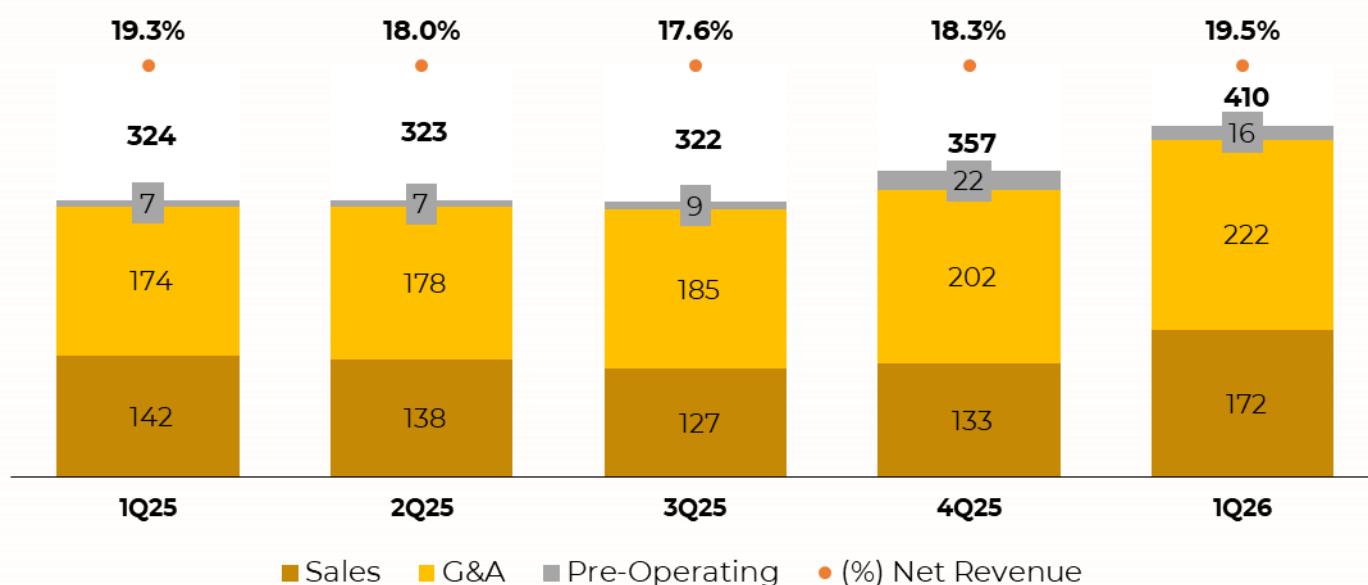
Selling, general, and administrative expenses totaled R\$ 410.3 million in 1Q26, up by 27% over 1Q25, accounting for 19.5% of net revenue, which was virtually flat from the same period in the previous year. Excluding the impact from the consolidation of aggregators in Mexico (TotalPass Mexico and FitMaster) in 1Q26, selling, general and administrative expenses showed dilution compared to the same period of the previous year, driven by the operating leverage of the clubs business.

General and administrative expenses totaled R\$ 221.9 million in 1Q26, up by 27% over 1Q25, accounting for 10.6% of net revenue for the period, in line with 1Q25. In the club business, the operating leverage continues to materialize; however, at the consolidated level, this performance reflects higher investments in structuring new businesses, alongside the consolidation of TotalPass Mexico and FitMaster.

Selling expenses totaled R\$ 172.1 million in 1Q26, up by 21% over 1Q25, accounting for 8.2% of net revenue (down by 0.3 p.p. from 1Q25), with dilution mainly driven by the performance of the Smart Fit brand, supported by the optimization of marketing investments.

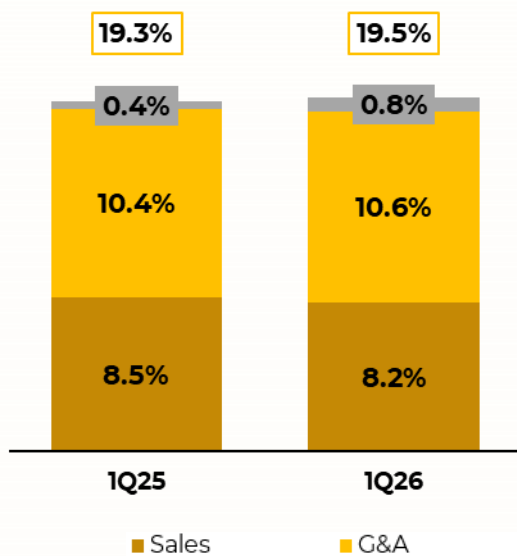
Lastly, pre-operating expenses totaled R\$ 16.3 million in 1Q26, compared to R\$ 7.3 million in 1Q25. This increase primarily reflects the higher quarterly volume of owned club openings in recent months.

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



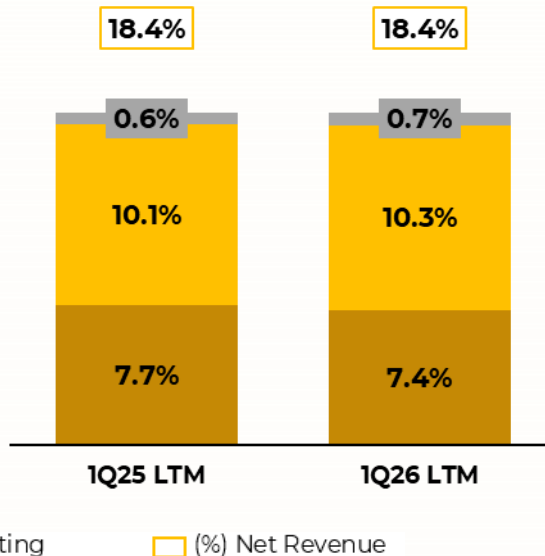
Commercial and administrative expenses

(%) Net Revenue | Quarterly basis



Commercial and administrative expenses

(%) Net Revenue | Annual basis



Compared to 4Q25, selling, general, and administrative expenses increased by 1.2 p.p. as a percentage of net revenue.

Selling expenses grew by 30% compared to the previous quarter, above the evolution of net revenue, as a result of the increase in the number of unit openings over the last 12 months, the higher level of marketing investments to support the sales process at the beginning of the year, alongside initiatives aimed at strengthening the Group's brands.

General and administrative expenses increased by 10% over 4Q25, an increase of 0.2 p.p. as a percentage of net revenue. This performance primarily reflects the consolidation of TotalPass Mexico in the quarter, partially offset by the operating leverage of the business.

Lastly, pre-operating expenses decreased by R\$ 5.9 million from 4Q25, reflecting the lower volume of owned unit openings at the beginning of the year.

EBITDA

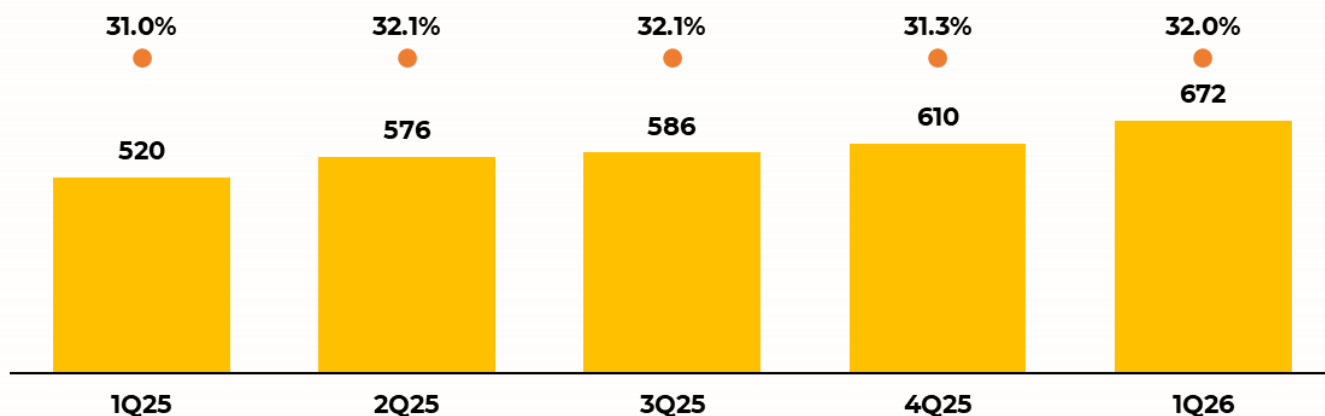
EBITDA Breakdown ^a (R\$ million)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Net Income	203.5	140.3	45%	241.5	(16%)
(+) Income Taxes (IR & CSLL)	61.0	46.2	32%	(7.6)	–
(+) Financial Result	124.6	105.4	18%	124.1	0%
(+) Depreciation	282.6	228.3	24%	262.4	8%
EBITDA	671.8	520.2	29%	620.5	8%
EBITDA Margin	32.0%	31.0%	1.0 p.p.	31.8%	0.1 p.p.
Extraordinary Items ^b	–	–	–	(10.7)	(100%)
Adjusted EBITDA^c	671.8	520.2	29%	609.8	10%
Adjusted EBITDA Margin	32.0%	31.0%	1.0 p.p.	31.3%	0.7 p.p.
(+) Pre-operating costs and expenses	33.9	17.9	90%	59.0	(42%)
Adj. EBITDA before pre-operating expenses	705.7	538.0	31%	668.7	6%
Adj. EBITDA margin before pre-operating expenses	33.6%	32.1%	1.5 p.p.	34.3%	(0.8) 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) Non-recurring impact due to the non-recurring profit of R\$ 10.7 million recognized in 4Q25 related to the remeasurement of the stake held in FitMaster; (c) "Non-recurring EBITDA" excludes "Non-recurring Items".

EBITDA totaled R\$ 671.8 million in 1Q26, with strong growth of 29% compared to 1Q25. The EBITDA margin reached 32.0% in the quarter, up by 1.0 p.p. over 1Q25. Compared to 4Q25, adjusted EBITDA grew by 10%, with a 0.7 p.p. expansion in adjusted EBITDA margin. Over the last 12 months, adjusted EBITDA, excluding the impact of the remeasurement of the stake held in FitMaster in 4Q25, totaled R\$ 2,443.7 million, resulting in a margin of 31.9%.

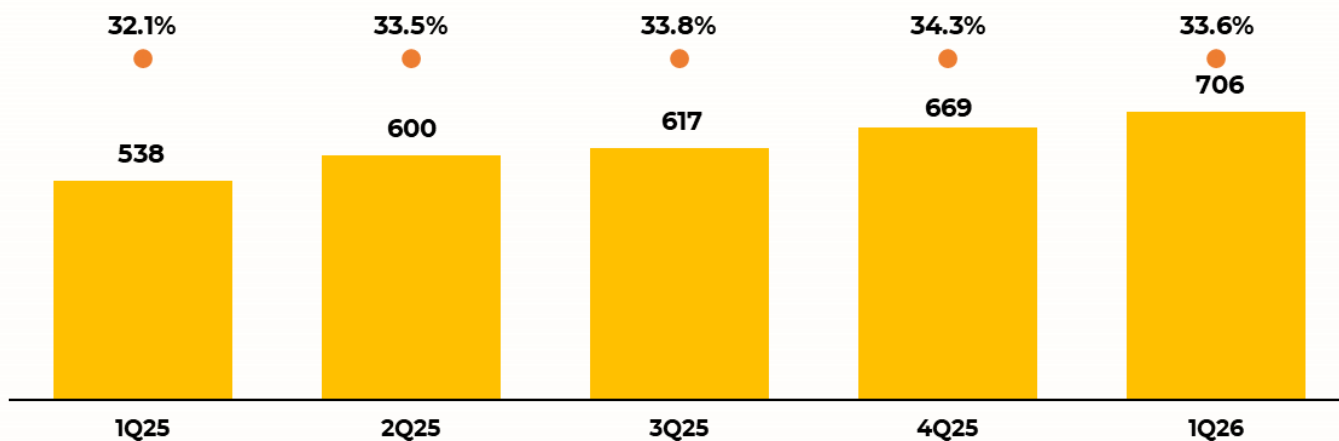
Evolution of adjusted EBITDA and adjusted EBITDA Margin

R\$ million | % of Net Revenue



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

R\$ million | % of Net Revenue



EBITDA before pre-operating expenses surpassed the R\$ 700 million mark, totaling R\$ 705.7 million in 1Q26, up by 31% over 1Q25. The EBITDA margin before pre-operating expenses reached 33.6% in the period, up by 1.5 p.p. over 1Q25. Over the last 12 months, the adjusted EBITDA before pre-operating expenses totaled R\$ 2,591.8 million, with an EBITDA margin before pre-operating expenses of 33.8%.

Compared to 4Q25, adjusted EBITDA before pre-operating expenses grew by 6% in 1Q26, with an adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses 0.8 p.p. lower.

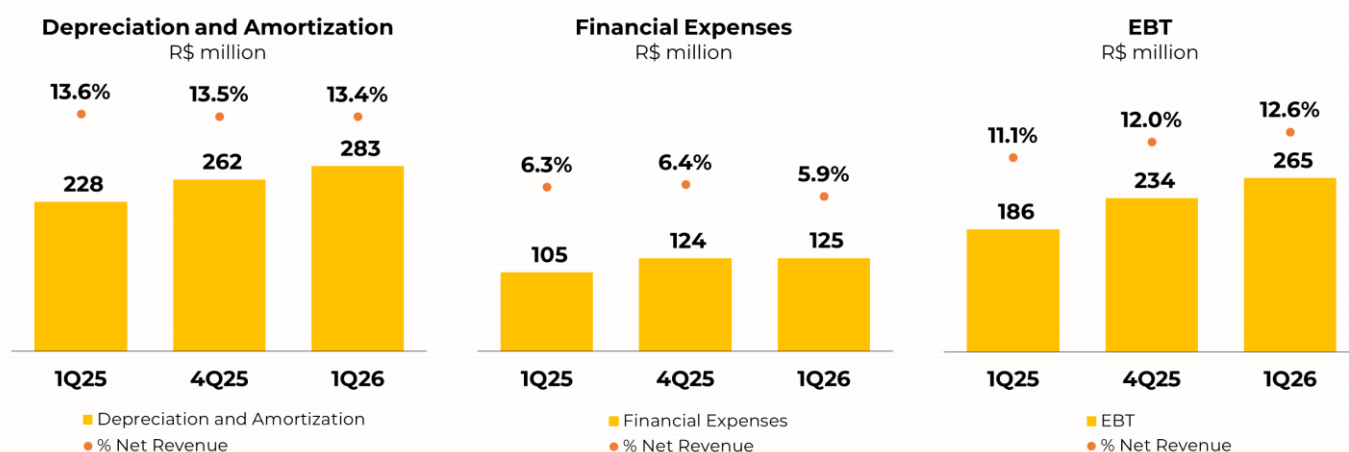
NET INCOME AND RECURRING NET INCOME

Recurring Net Profit^a (R\$ million)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Net profit (loss)	203.5	140.3	45%	241.6	(16%)
<i>Net margin</i>	9.7%	8.4%	1.3 p.p.	12.4%	(2.7) p.p.
(+) Non-recurring from acquisitions	3.5	0.3	-	(6.9)	(150%)
Recurring net profit (loss)^b	207.0	140.6	47%	234.7	(12%)
<i>Recurring net margin</i>	9.8%	8.4%	1.5 p.p.	12.0%	(2.2) p.p.

(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS 16 related to lease agreements for clubs and offices; (b) "Recurring net income (loss)" excludes non-recurring impacts related to acquisitions, particularly the remeasurement of stakes in the FitMaster, Panama and Costa Rica operations, Velocity, and other acquisitions.

In 1Q26, net income totaled R\$ 203.5 million, delivering strong growth of 45% vs. 1Q25 and resulting in a net margin of 9.7%, an increase of 1.3 p.p. compared to the same period of the previous year. This performance reflects EBITDA growth of 29% and greater efficiency in financial results, with lower growth than net revenue in the quarter, driven by liability management initiatives and lower local interest rates in part of the countries where the Company operates and holds debt, as well as a lower effective tax rate.

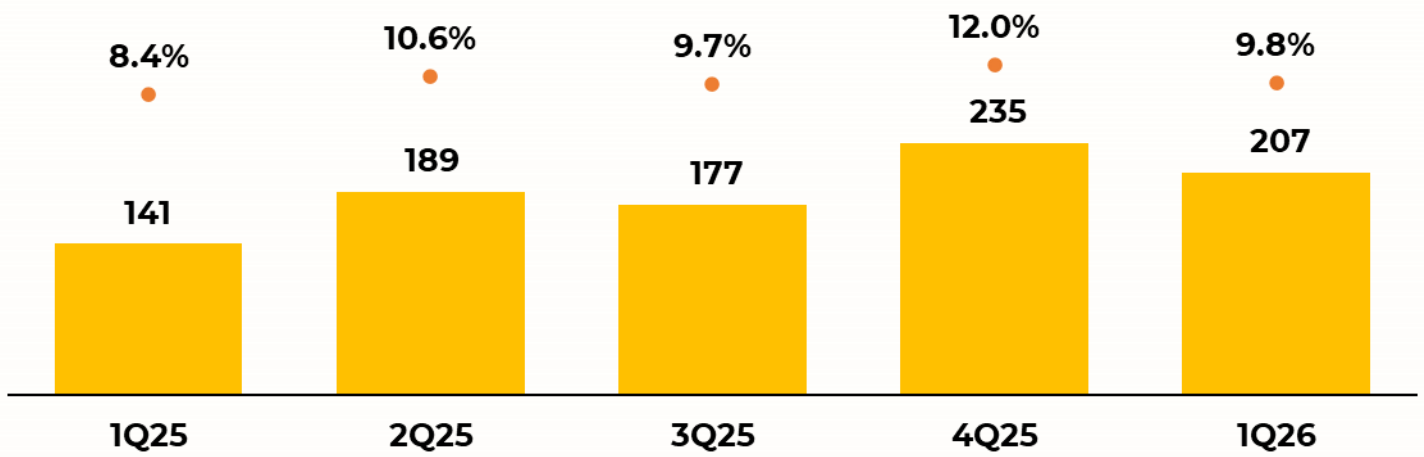
Additionally, depreciation and amortization increased by 24%, following the expansion of the clubs segment and growing slightly below revenue, mainly because asset-light business units, which require lower invested capital, have been gaining greater relevance in the Company's consolidated results, particularly aggregator and studios brands, which have lower depreciation relative to revenue.



Recurring net income totaled R\$ 207.0 million, representing strong growth of 47% compared to the same period of the previous year and resulting in a recurring net margin of 9.8%. Compared to 4Q25, recurring net income in 1Q26 was primarily impacted by a higher income tax and social contribution rate, due to the declaration of a significantly higher interest on equity in the previous quarter, which totaled R\$ 503 million compared to R\$ 40 million declared in 1Q26. Over the last 12 months, recurring net income totaled R\$ 807.7 million, resulting in a recurring net margin of 10.5%.

Evolution of Recurring Net Income and Recurring Net Margin

R\$ million | % Net Revenue



CAPEX

Capex ^{a,b} (R\$ milhões)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Capex	566.3	441.4	28%	920.7	(38%)
Expansion	489.1	350.1	40%	783.5	(38%)
Maintenance	63.0	74.2	(15%)	112.0	(44%)
Corporate and Innovation	14.3	17.1	(16%)	25.2	(43%)

(a) Excludes investments related to the assignment of right-of-use associated with the acquisition of commercial sites. (b) As of 1Q25, capex figures exclude capitalized financial costs, which totaled R\$ 9.6 million in 1Q26.

In 1Q26, total capex amounted to R\$ 566.3 million, an increase of 28% vs. 1Q25. Expansion capex grew by 40% compared to the same period of the previous year, totaling R\$ 489.1 million in the quarter. This evolution mainly reflects the investment flow from clubs opened in 4Q25 – particularly those inaugurated in December – as well as investments in the construction of clubs opened during the period and those scheduled to open in the coming quarters.

Maintenance capex totaled R\$ 63.0 million in 1Q26, down by 15% vs. 1Q25. It is important to highlight that the Company will intensify maintenance investments throughout 2026, aiming to preserve the high-quality standard offered in its clubs, as well as to expand the availability of strength equipment.

Over the last 12 months, maintenance capex for Smart Fit clubs reached R\$ 307.2 million, representing 6.5% of net revenue from mature clubs, in line with the strategy of continuously delivering a high-quality experience to members. This capex also includes investments in the program to expand equipment offerings and, in some cases, club floor area, in response to higher member traffic in certain clubs and changes in customer behavior, as well as energy efficiency initiatives, such as air conditioning system automation, among other projects.

Capex related to corporate and innovation projects totaled R\$ 14.3 million in 1Q26, down by 16% compared to the same period of the previous year.

VARIATION OF ADJUSTED NET DEBT

1Q26 vs. 4Q25

The Company recorded an increase of R\$ 99.1 million in adjusted net debt in the quarter compared to 4Q25, mainly reflecting investments made during the period, focused on the expansion of the club network, as well as the payment of interest on equity and shares' buyback. These effects were partially offset by strong operating cash generation of R\$ 635.4 million, driven by EBITDA for the period and the high conversion of adjusted EBITDA into operating cash flow, at 95%.

Working capital variation in 1Q26 resulted in a negative cash generation of R\$ 17.9 million. This performance is mainly explained by changes in the Accounts Receivable line, which consumed R\$ 110.1 million in cash, reflecting the increased share of TotalPass in Smart Fit Group revenues. On the other hand, the Suppliers line generated cash of R\$80.2 million, also reflecting the greater contribution from TotalPass, mainly in Mexico. Lastly, it is worth mentioning the positive impact of R\$9.4 million in the Taxes line during the quarter, resulting from the higher utilization of tax credits generated in previous quarters.

Investing activities totaled R\$ 550.5 million in 1Q26, primarily reflecting capex related to the opening of new clubs, which totaled R\$ 489.1 million in the period. Other activities added R\$ 184.0 million to adjusted net debt, mainly due to the distribution of interest on equity and share buybacks.

1Q26 vs. 1Q25

The Company recorded an increase of R\$ 1,081.8 million in adjusted net debt over the last 12 months, mainly reflecting investments made during the period, focused on the expansion of the club network. This movement was partially offset by strong operating cash generation of R\$ 2,360.9 million, driven by EBITDA for the period and the high conversion of EBITDA into operating cash flow, at 96%.

Working capital variation over the last 12 months resulted in a negative cash generation of R\$ 33.1 million, maintaining its low representativeness compared to EBITDA LTM. This performance is mainly explained by changes in the Accounts Receivable and Other lines, which consumed R\$ 179.9 million in cash, reflecting the increased share of TotalPass. On the other hand, the Accounts Payable line generated R\$ 226.9 million in cash, driven by the acceleration of the expansion pace during the period and the higher contribution from TotalPass.

Investing activities totaled R\$ 2,622.8 million over the last 12 months, mainly due to capex related to the opening of new clubs, which amounted to R\$ 2,054.7 million in the period. Other activities added R\$ 819.9 million to adjusted net debt, mainly reflecting debt service and foreign exchange variation, as well as the distribution of interest on equity.

Variation in Adjusted Net Debt (R\$ million)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
Initial Adjusted Net Debt	3,104.1	3,114.8	3,294.3	3,398.0	4,097.5
EBITDA	520.2	575.7	586.4	620.4	671.8
Extraordinary Items ^a	-	-	-	(10.7)	-
Adjusted EBITDA	520.2	575.7	586.4	609.8	671.8
Items of result with no impact in cash ^b	11.0	34.5	10.8	29.0	14.0
IR/CSLL paid	(24.8)	(83.2)	(4.4)	(17.7)	(32.5)
Working capital variation^c	(13.7)	(6.3)	12.6	(21.5)	(17.9)
Receivables	(61.7)	(17.1)	(13.6)	(39.1)	(110.1)
Suppliers	35.5	11.1	32.4	103.1	80.2
Wages, provisions and social contributions	10.6	28.0	21.2	0.6	10.6
Taxes ^d	19.6	23.0	(8.2)	(73.9)	9.4
Others	(17.7)	(51.3)	(19.3)	(12.2)	(8.0)
Operating Cash Flow	492.7	520.6	605.4	599.6	635.4
Conversion of EBITDA into operating cash	95%	90%	103%	98%	95%
Expansion Capex	(350.1)	(356.0)	(426.2)	(783.5)	(489.1)
Maintenance Capex	(74.2)	(87.6)	(72.1)	(112.0)	(63.0)
Corporate and Innovation Capex	(17.1)	(13.5)	(14.7)	(25.2)	(14.3)
Other Investments and Acquisitions	(10.7)	(106.4)	(48.5)	(26.7)	15.9
Investment activities	(452.1)	(563.5)	(561.5)	(947.4)	(550.5)
Financial Result and FX Rate Variations	(12.1)	(133.3)	(107.6)	(319.1)	(23.9)
Dividends/Interest on equity	(74.1)	(39.0)	(37.5)	(37.9)	(111.0)
Proceeds from Capital Increase	6.6	-	-	-	12.0
Treasury share acquisitions	-	-	(0.8)	-	(50.0)
Other variations in assets and liabilities	28.4	35.6	(1.8)	5.4	(11.0)
Other Activities	(51.3)	(136.7)	(147.6)	(351.7)	(184.0)
Variation of Adjusted Net Debt in the Period	(10.6)	(179.5)	(103.7)	(699.5)	(99.1)
Final Adjusted Net Debt	3,114.8	3,294.3	3,398.0	4,097.5	4,196.6

(a) Excludes the effects of IFRS 16/CPC 06 and the positive impact of the revaluation of the equity interest held in FitMaster in 4Q25 (R2). See section on "EBITDA"; (b) Extraordinary positive impact regarding non-recurring revenue of R\$10.7 million earned in 4Q25 corresponding to the revaluation of the equity interest held in FitMaster; (c) Mainly includes equity in earnings (or equity accounting), asset write-offs, deferred revenue, and provisions; (d) Starting in 1Q25, the Company adopted the working capital variations according to the Statement of Cash Flows from the financial statements; (e) Includes sales and service taxes. Note: Starting in 1Q26, we implemented adjustments between line-item classifications related to: (a) share buybacks, previously classified under "Other Investments and Acquisitions"; and (b) capital increase proceeds, previously classified under "Dividends/Interest on Equity."

CASH AND INDEBTEDNESS

Cash and Debt ^{a,b} (R\$ million)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
Cash and financial investments	2,951	2,733	2,958	3,426	4,563
Gross Debt	5,965	5,979	6,316	7,504	8,740
By nature:					
Loans and debentures	5,945	5,952	6,290	7,477	8,666
Lease liability - equipment	20	26	26	27	74
By maturity					
Short-term	819	817	873	939	1,112
Long-term	5,145	5,161	5,442	6,538	7,555
Net Debt (Net Cash)	3,014	3,246	3,357	4,078	4,177
Other Liabilities and Assets ^c	101	48	40	19	20
Adjusted Net Debt	3,115	3,294	3,398	4,098	4,197
Adjusted Net Debt / EBITDA LTM ^d	1.09x	1.08x	1.04x	1.19x	1.14x

(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 1Q26, the Company held a strong cash position of R\$ 4,563 million and gross debt of R\$ 8,740 million, with 87% maturing in the long term. Adjusted net debt stood at R\$ 4,197 million, resulting in an adjusted net debt/LTM EBITDA ratio, based on the Company's debenture definitions, of 1.14x. This ratio slightly decreased compared to 4Q25, reflecting the solid LTM EBITDA growth combined with strong operating cash generation during the period, which was primarily used for investing activities.

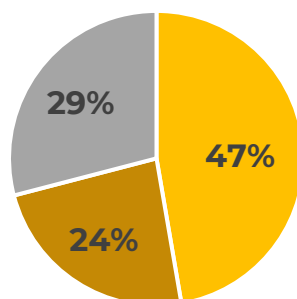
The adjusted net debt/LTM EBITDA ratio, excluding the effects of IFRS-16 related to real estate leases, ended 1Q26 at 1.71x (vs. 1.78x in 4Q25), a healthy level, especially considering the Company's highly predictable results and the long-term maturity profile of its debt. Additionally, the annualized adjusted net debt/EBITDA ratio for 1Q26, excluding IFRS-16 effects on real estate leases, stands at 1.56x. Under the same metric, but excluding pre-operating costs and expenses, the ratio stands at 1.49x.

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

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 47%, 24%, and 29% of the Company's net debt, respectively, at the end of 1Q26.

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 1Q26, the Company's net debt was as follows.

Net debt breakdown by region



■ 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 1Q26, the gross debt maturity schedule was as follows:

Gross Debt Maturities ^a	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	Total
% of total	10%	12%	19%	22%	19%	12%	3%	2%	1%	1%	100%
Total	901	1,061	1,642	1,936	1,640	1,010	250	167	67	67	8,740
Brazil	254	125	926	1,569	1,499	1,010	250	167	67	67	5,932
Mexico	265	396	278	139	11	0	0	0	0	0	1,089
Other Countries ^b	382	541	437	228	130	0	0	0	0	0	1,719

(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

ACQUISITION AND DISPOSAL OF MATERIAL EQUITY INTEREST

In April 2026, the Company received communications from shareholder Norges Bank (Central Bank of the Kingdom of Norway) regarding changes in its equity interest, as provided for under CVM Resolution No. 44/21:

1. **Increase in Ownership Interest:** On April 7, 2026, the shareholder reached a 5.01% ownership interest in the Company's total share capital.
2. **Subsequent Disposal:** On April 29, 2026, the aforementioned shareholder disposed of 1,500,000 common shares, reducing its ownership interest to 4.91%.

As a result of these transactions, Norges Bank holds, on an aggregated basis, 30,237,243 common shares as of April 29, 2026, and does not hold any other securities or derivative financial instruments referenced to such shares.

According to the shareholder, such ownership interest is held for investment purposes only, with no intention of altering the Company's control or management structure, and there are no shareholders' agreements or contracts governing the exercise of voting rights by such institution.

SEVENTH DEBENTURE ISSUANCE

On April 13, 2026, the Company carried out the optional early redemption of all debentures from the 1st series of the 7th issuance. As a result, the Company fully settled the amount of R\$396,182 thousand.

NINTH DEBENTURE ISSUANCE

On April 10, 2026, the Company carried out the optional early redemption of all debentures from the 1st and 2nd series of the 9th issuance. As a result, the Company fully settled the amount of R\$1,335,986 thousand.

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.



Statement of Profit and Loss (R\$ million)	1Q26 Reported	Impacts of IFRS 16	1Q26 excluding IFRS 16	1Q25 Reported	Impacts of IFRS 16	1Q25 excluding IFRS 16
Net Revenue	2,102.1	–	2,102.1	1,678.2	–	1,678.2
Cost of services	(1,171.0)	110.2	(1,281.2)	(961.1)	88.4	(1,049.5)
Rents and other occupation costs	(78.3)	329.1	(407.4)	(58.3)	266.3	(324.6)
Depreciation and amortization (cost)	(487.2)	(218.9)	(268.3)	(399.8)	(177.9)	(221.9)
Gross profit	931.1	110.2	820.9	717.1	88.4	628.7
SG&A	(431.0)	0.7	(431.8)	(339.7)	0.3	(339.9)
Selling expenses	(172.1)	–	(172.1)	(142.2)	–	(142.2)
General and administrative	(218.0)	3.9	(221.9)	(171.0)	3.0	(174.1)
Rents and other occupation costs	(3.2)	3.9	(7.2)	(2.3)	3.0	(5.3)
Pre-operating expenses	(16.3)	–	(16.3)	(7.3)	–	(7.3)
Depreciation and amortization (costs)	(17.5)	(3.2)	(14.4)	(9.2)	(2.8)	(6.4)
Others (expenses) revenue	(7.1)	–	(7.1)	(9.9)	–	(9.9)
Panama Revaluation ^a	–	–	–	–	–	–
Equity Income	(0.0)	–	(0.0)	3.0	–	3.0
Operating profit (loss) before financial result	500.1	110.9	389.2	380.5	88.6	291.9
Financial Result	(285.9)	(161.4)	(124.6)	(225.4)	(120.0)	(105.4)
Income tax and Social Contribution ^a	(42.0)	19.1	(61.0)	(34.2)	12.0	(46.2)
Net profit	172.2	(31.3)	203.5	120.9	(19.3)	140.3
Impacts of IFRS-16 in the breakdown of Gross Profit excluding depreciation, amortization, and EBITDA						
Gross profit	931.1	110.2	820.9	717.1	88.4	628.7
Depreciation and amortization (costs)	487.2	218.9	268.3	399.8	177.9	221.9
Gross profit excluding depreciation	1,418.3	329.1	1,089.2	1,116.9	266.3	850.6
<i>Gross Margin excluding depreciation</i>	67.5%		51.8%	66.6%		50.7%
Net profit	172.2	(31.3)	203.5	120.9	(19.3)	140.3
(-) IR & CSLL	42.0	(19.1)	61.0	34.2	(12.0)	46.2
(-) Financial Result	285.9	161.4	124.6	225.4	120.0	105.4
(-) Depreciation and amortization	504.7	222.1	282.6	409.0	180.7	228.3
EBITDA	1,004.8	333.0	671.8	789.5	269.3	520.2
<i>EBITDA Margin</i>	47.8%		32.0%	47.0%		31.0%

(a) Extraordinary positive impact regarding non-recurring revenue of R\$10.7 million earned in 4Q25, corresponding to the revaluation of the equity interest held in FitMaster;

(b) Deferred income tax effect on IFRS 16 temporary differences in 1Q26 and 1Q25.

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

RESULTS PRESENTATION

The Company operates owned clubs in Brazil, Mexico, Colombia, Chile, Peru, Panama, Costa Rica, Argentina, Paraguay, Uruguay, and Morocco, and franchised operations in Brazil, Mexico, Colombia, the Dominican Republic, El Salvador, Ecuador, Guatemala, and Honduras. In addition to its club business, the Company also operates aggregator platforms in Brazil and Mexico. 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	
	2026	2025	2026	2025
Brazil, Mexico, Colombia, Chile, Peru, Argentina, Paraguay, Panama, Costa Rica, Uruguay, Morocco, Queima Diária, TotalPass Brazil and Aggregators Mexico ¹	Consolidated	Consolidated	Consolidated	Consolidated
Dominican Republic, El Salvador, Ecuador, Guatemala and Honduras	Royalties for brand use	Royalties for brand use	n/a	n/a

(1) Consolidation of TotalPass Mexico as of 1Q26 and FitMaster (Fitpass) as of 2Q25. Previously, results were accounted for under the equity method.

INCOME STATEMENT

INCOME STATEMENT (R\$ million)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
Net Revenue	2,102.1	1,678.2	25%	1,948.2	8%
Costs of Services Rendered	(1,171.0)	(961.1)	22%	(1,125.8)	4%
Gross Profit	931.1	717.1	30%	822.4	13%
Operating revenues (expenses)					
Sales	(188.4)	(149.6)	26%	(154.9)	22%
General and administrative	(235.5)	(180.2)	31%	(216.3)	9%
Equity accounting	(0.0)	3.0	–	0.2	–
Other (expenses) revenues	(7.1)	(9.9)	(28%)	5.4	–
Profit before financial result	500.1	380.5	31%	456.8	9%
Financial result	(285.9)	(225.4)	27%	(265.3)	8%
Profit before IR/CS	214.2	155.1	38%	191.4	12%
Income tax and Social Contributio	(42.0)	(34.2)	23%	23.0	–
Net profit (loss)	172.2	120.9	42%	214.4	(20%)

BALANCE SHEET

ASSETS (R\$ million)	1Q26	1Q25
CURRENT	6,057	4,156
Cash and cash equivalents	4,563	2,951
Customers	818	614
Derivative financial instruments	10	8
Other receivables	665	584
NON-CURRENT	16,598	14,099
Permanent assets	6,975	5,551
Right-of-use assets	5,698	4,878
Intangible assets	2,479	2,360
Investment	0	50
Other assets	1,446	1,260
TOTAL ASSETS	22,655	18,255
LIABILITY (R\$ million)	1Q26	1Q25
CURRENT	3,524	2,709
Borrowings	1,112	810
Lease liabilities	795	659
Suppliers	742	479
Deferred revenue	243	216
Other liabilities	632	545
NON-CURRENT	13,202	10,003
Borrowings	7,555	5,135
Lease liabilities	5,490	4,693
Other liabilities	158	175
SHAREHOLDERS' EQUITY	5,929	5,544
Share capital	3,524	3,148
Capital reserves	782	849
Legal reserves	106	74
Profit Reserve	941	905
Other comprehensive income	572	551
Noncontrolling interest	5	16
TOTAL LIABILITY AND SHAREHOLDERS' EQUITY	22,655	18,255

CASH FLOW

Cash Flow Statement (R\$ million)	1Q26	1Q25	1Q26 vs. 1Q25	4Q25	1Q26 vs. 4Q25
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES					
Result for the Period	172.2	120.9	42%	214.4	(20%)
Depreciation and amortization	504.7	409.0	23%	477.4	6%
Write-off of intangible assets and fixes assets	9.1	8.3	9%	15.7	(42%)
Accrued interest on debt and exchange variation	225.6	172.9	30%	217.6	4%
Accrued interest on leases	162.2	125.3	29%	148.1	9%
Others	(57.5)	(42.8)	34%	(141.4)	(59%)
Working capital variation	(17.9)	(13.7)	31%	(21.5)	(17%)
Cash generated by (used in) operating activities	998.4	780.1	28%	910.3	10%
Interest paid on loans and debentures	(137.0)	(90.1)	52%	(253.3)	(46%)
Interest paid on leases	(162.2)	(125.1)	30%	(148.0)	10%
Income tax and social contribution paid	(32.5)	(24.8)	31%	(17.7)	83%
Net cash generated by (used in) operating activities	666.6	540.0	23%	491.4	36%
CASH FLOW FROM INVESTMENT ACTIVITIES					
Additions to fixed asset	(558.6)	(438.5)	27%	(918.4)	(39%)
Additions to intangible assets	(8.0)	(2.9)	176%	(8.3)	(4%)
Initial direct costs of right-of-use assets	(2.4)	(9.6)	(75%)	(5.2)	(54%)
Payments for the acquisition of group of assets, subsidiary and joint venture	18.5	(110%)	-	(11.9)	-
Capital increase in subsidiary and joint venture	-	-	-	-	-
Financial Investments	369.8	50.7	629%	(227.8)	-
Related parties and loans with third parties	0.0	6.7	-	1.5	(100%)
Payment of contingent consideration	-	-	-	-	-
Net cash used in investment activities	(180.8)	(394.4)	(54%)	(1,170.0)	(85%)
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES					
Payment of loans and costs	(155.4)	(143.8)	8%	(184.0)	(16%)
Proceeds from loans	1,415.4	216.0	555%	1,204.9	17%
Lease financing – machinery and equipment	51.9	0.0	-	0.0	-
Lease payments	(186.3)	(161.9)	15%	(186.3)	0%
Acquisition of non-controlling interests	-	-	-	(4.0)	-
Payment of interest on equity	(111.0)	(73.9)	50%	(39.4)	182%
Proceeds from capital increase	12.0	6.6	83%	-	-
Acquisition of treasure shares	(50.0)	-	-	-	-
Net cash generated by (used in) financing activities	976.5	(157.0)	-	791.3	23%
INCREASE (REDUCTION) OF BALANCE OF CASH AND EQUIVALENT					
	1,462.4	(11.4)	-	112.6	1198%
Opening balance	1,330.8	1,490.6	(11%)	1,191.2	12%
Closing balance	2,737.2	1,441.5	90%	1,330.8	106%
Exchange variation on cash and cash equivalents	(56.0)	(37.5)	49%	27.0	-



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
Maria Fernanda Rodrigues | IR Intern

ri@smartfit.com

