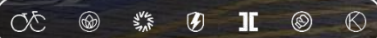


APRESENTAÇÃO  
INSTITUCIONAL  
Maio, 2026

BIO RITMO



BE



N STUDIOS

TOTALPASS

QUEIMA  
DIÁRIA



**1**

**ECOSSISTEMA DO GRUPO SMART FIT**

**2**

HISTÓRICO RECENTE FINANCEIRO E OPERACIONAL

**3**

GERAÇÃO DE VALOR E UNIT ECONOMICS

**4**

GOVERNANÇA



# O MAIOR GRUPO FITNESS DA AMÉRICA LATINA<sup>1</sup>



**2.113**  
Academias<sup>(2)</sup> **+20%**  
1T26 vs. 1T25

**5,6 MM**  
Alunos<sup>(3)</sup> **+6%**  
1T26 vs. 1T25

**467 mil**  
Assinantes digitais<sup>(4)</sup>

PRESENTE EM

**16 países,**  
Sendo 15 na América Latina



**Brasil:**  
📍 **1.000** academias  
**+169 LTM (+20%)**

**México**  
📍 **471** academias  
**+76 LTM (+19%)**

**Outros Países<sup>(6)</sup>:**  
📍 **642** academias  
**+109 LTM (+20%)**

**+354 academias**  
No 1T26 LTM

RECEITA LÍQUIDA (1T26 LTM)

**R\$ 7,7 bi** **21%** CAGR  
2019-1T26 LTM

EBITDA (1T26 LTM) <sup>(5)</sup>

**R\$ 2,5 bi** **32%** Margem  
EBITDA

Em 31 de março de 2026;

(1) De acordo com os dados da Health & Fitness Association, divulgados em 2025, com data-base de 2024 ("HFA"); (2) Inclui franquias e exclui studios; (3) Clientes em academias; (4) Considera clientes exclusivamente digitais; (5) Exclui impacto do IFRS 16; (6) "Outros Países" inclui as operações da Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai, El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana, Honduras e Marrocos



# UMA HISTÓRIA MARCADA POR NOSSA HABILIDADE CONSTANTE DE ADAPTAÇÃO



**B I O**  
**R I T M O**  
ACADEMIA



**1996**

Experiência e *design*

Mudanças no *benchmarking*  
Academias menores em zonas primárias

Metanoia  
Estrutura organizacional horizontal  
Foco no consumidor  
Engajamento dos funcionários  
Crescimento da Bio Ritmo

Rex  
*Roundtables*



**2009**

Inclusão *Group Fitness*  
**Smart Fit**  
América Latina

**TOTALPASS**

**2016**

Smart Fit 2.0  
Lançamento Aplicativo

**1997**

**1999**

**2003**

**2008**

**2011 / 2012**

  
TOWN SPORTS INTERNATIONAL  
  
Fitness First  
(200 academias) (500 academias)

GALLUP



**2017**

Lançamento Studios

Nova rodada de investimentos  
+195 academias abertas

**QUEIMADIÁRIA**

**2020**

Nova fase do Total Pass como unidade negócio

**TOTALPASS**

IPO  
**2021**



Expansão e recuperação pós-pandemia  
Smart Fit alcança 4,5 M de clientes

**2023**



**VELOCITY**

**2024**

Consolidação do mercado e mais de 5M de clientes

Marca Smart Fit ultrapassa 2 mil unidades e expande para um novo continente

**2025**



**“O VENCEDOR LEVA TUDO”**





# GRUPO SMART FIT: PORTFÓLIO DE MARCAS ÚNICO E ROBUSTO

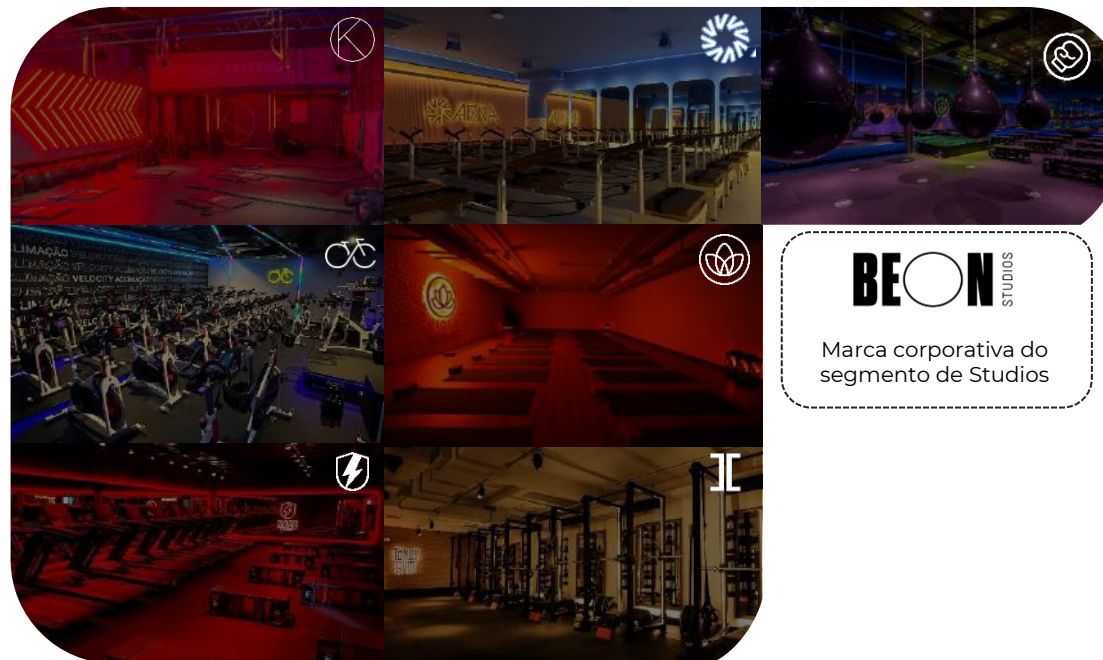
Marcas que conectam pessoas, tecnologia e propósito, transformando a forma de se relacionar com o *fitness*



## ACADEMIAS



## STUDIOS



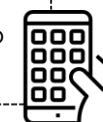
## AGREGADOR



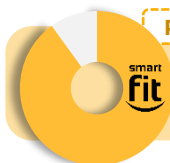
**BEON STUDIOS**  
Marca corporativa do segmento de Studios

### PAPEL ESTRATÉGICO DO TP

TotalPass reforça a proposta de valor do Grupo



### REPRESENTATIVIDADE RECEITA LÍQUIDA



**AS ACADEMIAS SMART FIT PRÓPRIAS REPRESENTAM 89% DA RECEITA LÍQUIDA DO GRUPO EM 2025 (vs. 91% em 2024)**



# SÓLIDAS TENDÊNCIAS SECULARES NA AMÉRICA LATINA

Alta demanda e potencial de crescimento para os serviços fitness

## PRINCIPAIS DESTAQUES DA “2024 LATAM FITNESS CONSUMER SURVEY” DA HFA

**78%**

dos entrevistados se exercitam múltiplas vezes/mês, sendo que **61%** se exercita várias vezes/semana

**53%**

dos **não membros**<sup>1</sup> pretendem se matricular em uma academia **nos próximos 12 meses**



### PILARES DA ROTINA SEMANAL DAS PESSOAS

- ✓ **TREINO DE FORÇA/MUSCULAÇÃO**
- ✓ HÁBITOS DE SONO SAUDÁVEIS
- ✓ NUTRIÇÃO

### PRINCIPAIS BENEFÍCIOS DE UMA VIDA MAIS ATIVA

- ✓ Bem estar físico
- ✓ Redução de estresse
- ✓ Prevenção de doenças
- ✓ Aumento da disposição
- ✓ Envelhecimento saudável

Fonte: Health & Fitness Association (HFA): Destaques da “2024 LatAm Fitness Consumer Survey”

(1) Considera os entrevistados fisicamente ativos nas principais áreas metropolitanas da América Latina que nunca foram membros de uma academia.



# SMART FIT: ANO EMBLEMÁTICO PARA A MARCA

2025 foi marcado por um novo recorde de aberturas, pelo início das operações em um novo continente e pela aceleração do crescimento em mercados estratégicos



## Rede com 2.048 unidades em 2025

Sendo 952 no Brasil, 465 no México e 631 em Outros Países



## Aceleração da expansão

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



## Branding

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



## Evolução de produto

Continuidade na ampliação e modernização de equipamentos e produtos



## Experiência do cliente

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



## Oportunidade de crescimento

Modelo altamente escalável, com amplo *whitespace*

## CRESCIMENTO ACELERADO COM GANHO DE RENTABILIDADE

1ª

REDE DE ACADEMIAS A ALCANÇAR MAIS DE 2.000 UNIDADES NA AMÉRICA LATINA EM 2025

## PRESENÇA EM 16 PAÍSES

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



+0,6p.p.

EXPANSÃO DE MARGEM BRUTA CAIXA EX-PRÉ-OPERACIONAIS<sup>(1)</sup> EM 2025 VS. 2024



SMART FIT: Brasil (Goiás)



SMART FIT: Marrocos (Casablanca)

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



# BIO RITMO: NOVO CICLO ESTRATÉGICO EM 2025

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



### Rede com 34 unidades em 2025

Sendo 28 unidades próprias e 6 franquias



### Aceleração da expansão

6 inaugurações brutas, incluindo a entrada no Chile e no Peru



### Branding

Reposicionamento de marca, ampliando experiências e maior engajamento da comunidade



### Redesenho de produto

Equipamentos diferenciados, evolução do projeto arquitetônico, alinhado às tendências globais



### Experiência do cliente

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



### Oportunidade de crescimento

Sólido pipeline de expansão em praças relevantes do Brasil



BRASIL: Rio de Janeiro



BRASIL: São Paulo

### BRAND AWARENESS

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



### BRAND EXPERIENCE

Experiência única **dentro e fora das academias**



Evento Brand Experience no Copacabana Palace

Manhã Wellness Parque Villa-Lobos

Reveillon Carneiros



# GRUPO SMART FIT, 3º MAIOR DO MUNDO

Liderança absoluta LatAm com sólidas tendências seculares

## CRESCENTE DEMANDA POR SERVIÇOS FITNESS E DE BEM-ESTAR



A demanda por serviços **fitness** no México deve crescer **5x nos próximos 10 anos**.



**82%** dos consumidores dos EUA consideram **o bem-estar uma prioridade máxima**.

## IMPULSIONADO PELOS SEGMENTOS HIGH-VALUE/LOW-PRICE E STUDIOS



A expansão no Brasil é **amplamente impulsionada pelo mercado high-value & low-price**.



Para o futuro, é esperado que os segmentos **high-value & low-price e studios** liderem o mercado na América Latina.

**O grupo Smart Fit está bem posicionado para continuar crescendo e capturando as sólidas oportunidades do mercado fitness**

## RANKING GLOBAL 2024

		# academias próprias <sup>1</sup>
#1	Player 1	1.782
#2	Player 2	1.575
<b>#3</b>	<b>smart fit</b>	<b>1.407</b>

**#3 rede de academias próprias do mundo**

## RANKING AMÉRICA LATINA 2024

		# academias
<b>#1</b>	<b>smart fit</b>	<b>1.743</b>
#2	Player 2	180
#3	Player 3	160

**#1 rede da América Latina ~10x maior vs. #2**

Fonte: Health & Fitness Association ("HFA"), divulgados em 2025 e 2024, com data-base de 2024 e 2023

(1) Considera apenas a base de academias próprias. Desconsidera unidades do segmento de studios e outras modalidades do segmento fitness e bem-estar

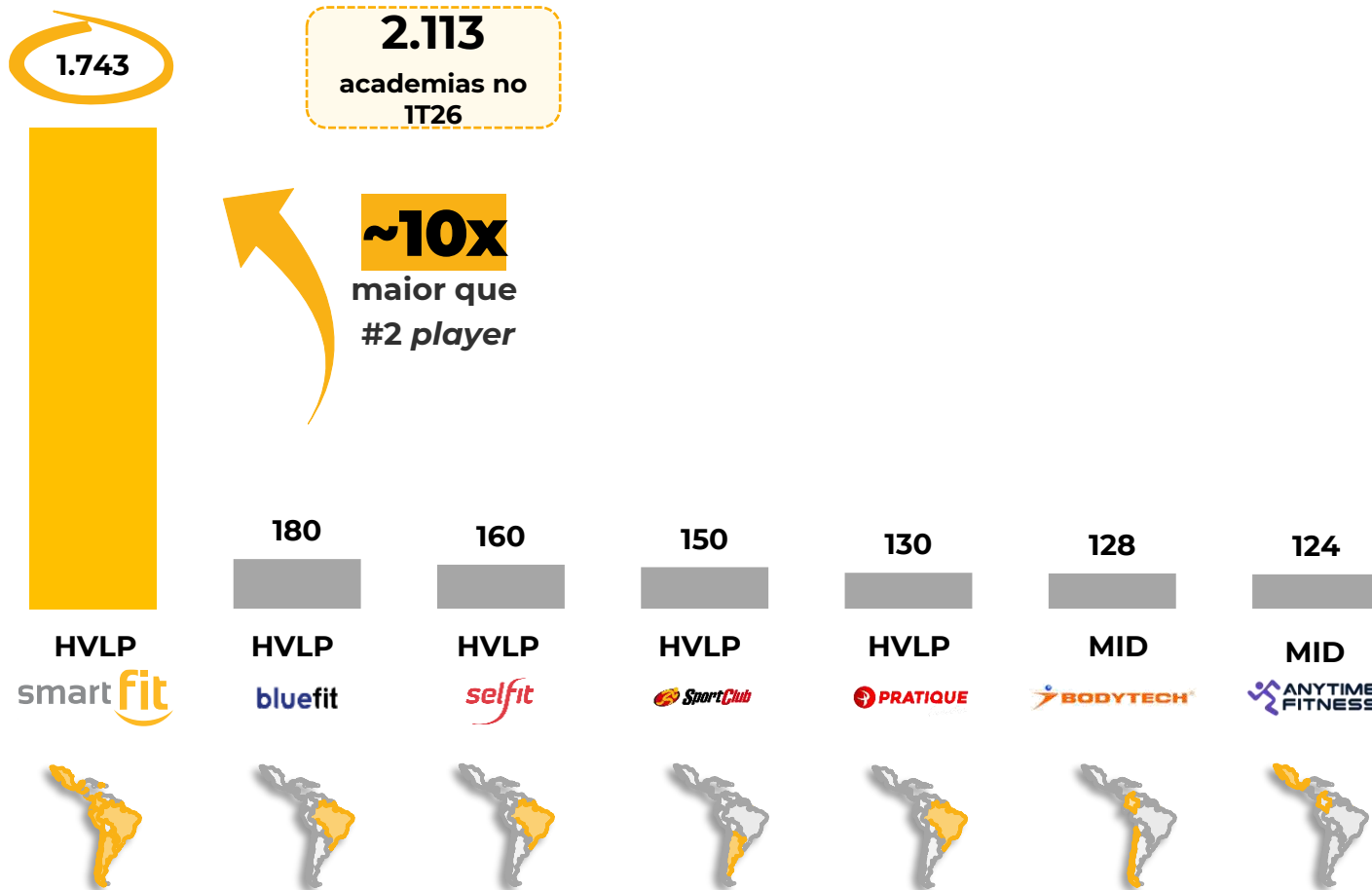


# O VENCEDOR LEVA TUDO

Smart Fit é o maior grupo de academias na América Latina, ~10x maior que o segundo player

## PRINCIPAIS PLAYERS DE ACADEMIA NA AMÉRICA LATINA<sup>1,2</sup>

(número de academias em 2024)

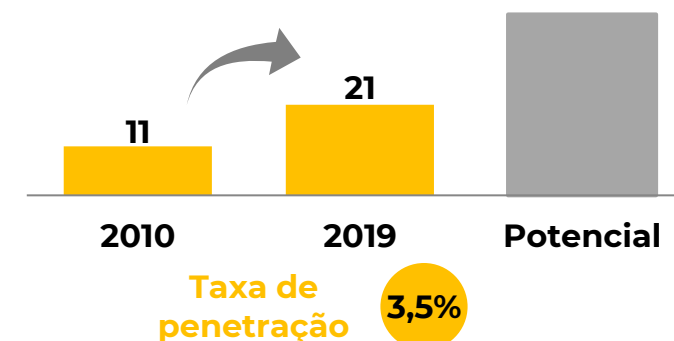


## SETOR DE RÁPIDO CRESCIMENTO...

### MERCADO FITNESS NA AMÉRICA LATINA<sup>3</sup>

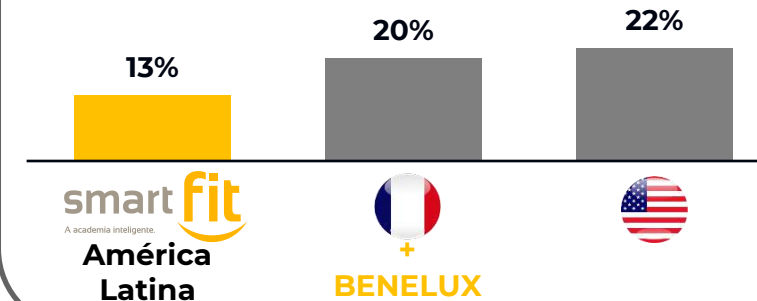
Número de alunos (M)

CAGR (2010-2019): ~7%



## COM POTENCIAL PARA CONSOLIDAÇÃO

### MARKET SHARE 2019 DO LÍDER EM MERCADOS SELECIONADOS<sup>3</sup>



Fonte: Relatório Global HFA (antigo IHRSA) de 2011, 2015, 2020, 2022, 2023, 2024 e 2025

(1) Considera dados do Relatório Global HFA 2025; (2) HVLP (Alto valor / Baixo Preço); H-E (high-end); MID (mid-market); (3) Fonte: IHRSA Global Report 2020



# AMPLO ESPAÇO DE CRESCIMENTO

Atualização de estudo externo reforça a oportunidade de crescimento na América Latina

## ESTUDO DE CASO WHITE SPACE



### CONTEXTO/OBJETIVO

Atualização de estudo com consultoria externa para estimar o white space Brasil e América Latina

### METODOLOGIA

Modelo preditivo com Inteligência Artificial (IA), baseado em dados internos, ambiente competitivo e variáveis de mercado por microréa

Fonte: Estudo realizado com consultoria externa em abril, 2025. Dados internos da Companhia.

(1) Considera a base de academias Smart Fit no Brasil, México, Chile e Peru. Considerando a base total de academias Smart Fit, a Companhia encerrou o 2T25 com 1.783 unidades.



# STUDIOS: CONSOLIDAÇÃO DAS MARCAS E FORTE CRESCIMENTO

Modelo operacional *asset light*, com diferenciais competitivos únicos



## Rede com 180 unidades e 270 salas em 2025

Sendo 154 franquias e 26 próprias, e + de 270 salas



## Aceleração da expansão

45 novas unidades em 2025, mais de 90 salas, majoritariamente via franquias



## Branding

Consolidação das 7 marcas nas suas respectivas modalidades



## Redesenho de produto

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



## Experiência do cliente

Melhora da fluidez da jornada e experiência dos alunos

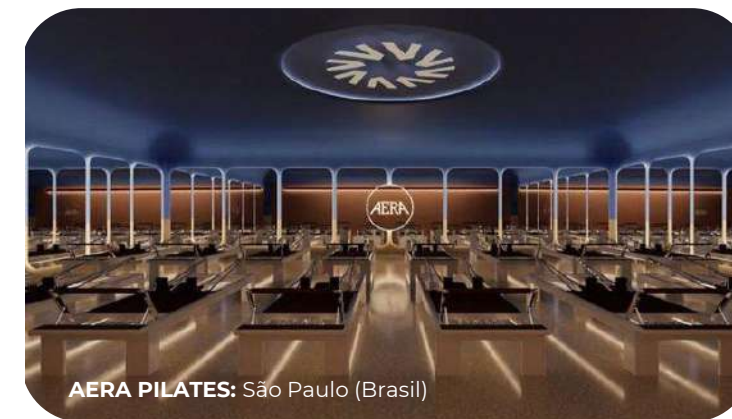


## Oportunidade de crescimento

Studios como “terceiro espaço”, fortalecendo senso de comunidade

## INTEGRAÇÃO APÓS A AQUISIÇÃO DA VELOCITY

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



AERA PILATES: São Paulo (Brasil)

## BRAND EXPERIENCE

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



Race Run Club

Vidya Sessions

## LANÇAMENTO DA BEON EM 2026

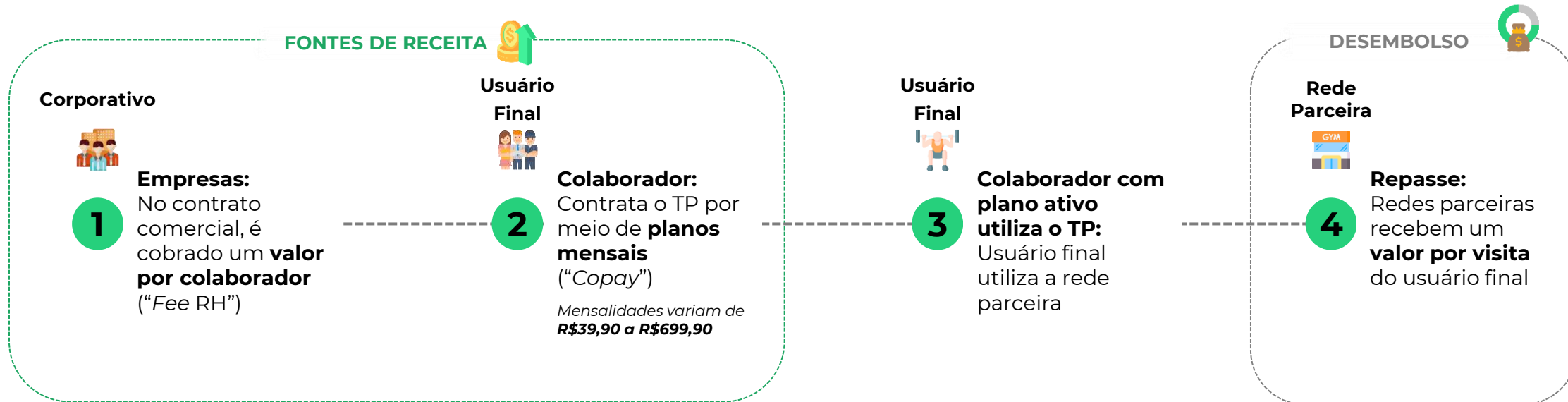
BEON, marca corporativa dos Studios, nasce com propósito de ampliar a integração entre as marcas e aprimorar a jornada do cliente





# TOTALPASS REFORÇA A PROPOSTA DE VALOR DO GRUPO

Modelo *asset light* de negócios B2B2C



- ✓ TotalPass **umenta o mercado endereçável**, adicionando **novas fontes de receitas**
- ✓ **Marcas fortes e capilaridade única** potencializam o crescimento do TotalPass;



# ROBUSTA PERFORMANCE DO TOTALPASS NO 1T26

Expressivo ganho de *market share* no Brasil e manutenção da liderança no México, superando o marco de 2 milhões de usuários finais



## TOTALPASS EM NÚMEROS NO MERCADO BRASILEIRO<sup>1</sup>

### MARKET SHARE DE USUÁRIOS

Sensor Tower: Monthly Active Users

### SHARE DE DOWNLOADS

Sensor Tower: Downloads nas principais lojas de apps



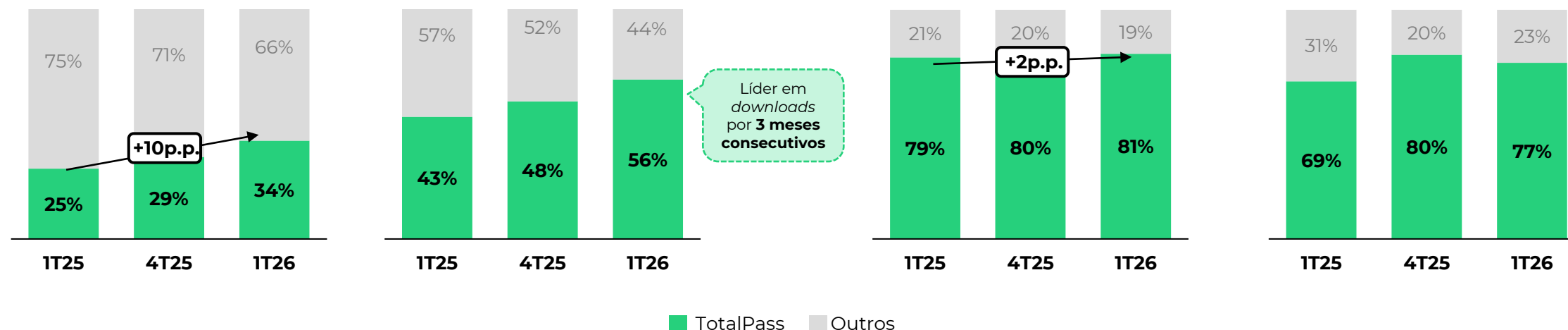
## TOTALPASS EM NÚMEROS NO MERCADO MEXICANO<sup>1</sup>

### MARKET SHARE DE USUÁRIOS

Sensor Tower: Monthly Active Users

### SHARE DE DOWNLOADS

Sensor Tower: Downloads nas principais lojas de apps



### BASE CLIENTES B2C<sup>2</sup>



Usuários finais  
(+25% vs. 4T25)

### ALAVANCAS DE CRESCIMENTO

- Investimento em **branding**
- Aquisição de **novos contratos junto aos RHs**
- Aumento da **percepção de valor do benefício por parte dos colaboradores**

### TOTALPASS NO GRUPO SMART FIT

No resultado consolidado, a linha de "Outras"<sup>3</sup> atingiu **9% da receita líquida e 15% do lucro bruto caixa** (vs. 6% e 8% no 1T25, respectivamente), impulsionada, principalmente, por **TotalPass Brasil**

(1) 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. Adicionalmente, considera os dados ao final do período.; (2) Dados proprietários da Companhia, com base nos usuários pagantes; (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.



# PRINCIPAIS PILARES DO NOSSO MODELO DE NEGÓCIO

**PLAYER DOMINANTE NA REGIÃO**



**Player Top of mind** com **liderança indiscutível** em número de clientes e academias<sup>1</sup> na América Latina

**~2,1 MIL**  
academias  
(~10x maior que #2 player<sup>1</sup>)

**VENCEDOR LEVA TUDO**



Oportunidades de **consolidação de mercado nos 16 países em operação**, com expansão diligente focada na rentabilidade

**+5,6 M**  
Clientes em academias  
(+329 mil LTM)

**MODELO DE NEGÓCIO COMPROVADO E RESILIENTE**



Fluxo de receita **recorrente e previsível** em um **mercado em expansão**, beneficiado por tendências seculares

**+354**  
Academias  
adicionadas LTM

**PROPOSTA DE VALOR DIFERENCIADA**



**Portfólio de planos competitivo**, combinando recorrência, por meio do modelo de **mensalidade**, com **preços atrativos e capilaridade única**

**70%**  
clientes no **Plano Black<sup>2</sup>**

**HISTÓRICO DE EXECUÇÃO COMPROVADO COM EQUIPE DE GESTÃO EXPERIENTE**



Entregando consistentemente um modelo de negócios de **alto crescimento** com cultura **centrada no cliente** e bom nível de retornos

**74**  
NPS

**SÓLIDA RENTABILIDADE E ESTRUTURA DE CAPITAL**



Forte histórico financeiro combinando alto crescimento, **unit economics** atraente e estrutura de **capital sólida**

**R\$4,6 BI**  
Posição de caixa

Em 31 de março de 2026

(1) De acordo com os dados da Health & Fitness Association, divulgados em 2025, com data-base de 2024 ("HFA")

(2) Considera a base de alunos em academias Smart Fit Próprias



1

ECOSSISTEMA DO GRUPO SMART FIT

2

HISTÓRICO RECENTE FINANCEIRO E OPERACIONAL

3

GERAÇÃO DE VALOR E UNIT ECONOMICS

4

GOVERNANÇA

Continuidade do fortalecimento das marcas e da evolução do ecossistema da Companhia

## ACADEMIAS



- **Crescimento do ticket médio** em todas as regiões de atuação;
- Margem das **maduras<sup>1</sup> em patamares consistentes**;
- **Sólida performance do Vintage 2024**, com lucro bruto e margem superiores às maduras;
- **Alavancagem operacional** nas despesas;

## BIO RITMO

- **Maior adição trimestral da história**, com 5 aberturas no período;
- Inaugurações em **capitais e regiões com elevada renda per capita no Brasil**;
- Maiores investimentos em ativações, aumentando o **brand awareness**;

## STUDIOS



- **Expansão de 90 salas** nos últimos 12 meses;
- As marcas **Vidya, Velocity, Aera Pilates e Tônus** representaram 90% da expansão de salas;
- A rede totalizou **299 salas** ao final do 1T26;

## AGREGADOR

### TOTALPASS

- **Ganho de 10p.p. de market share** no Brasil no último ano, impulsionado pelo fortalecimento da marca e evolução de produto;
- **Liderança em downloads** na categoria de agregadores no Brasil e México ao longo do trimestre;
- **Inovação contínua**, com **pioneirismo** na oferta de **check-in extra** para membros.

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

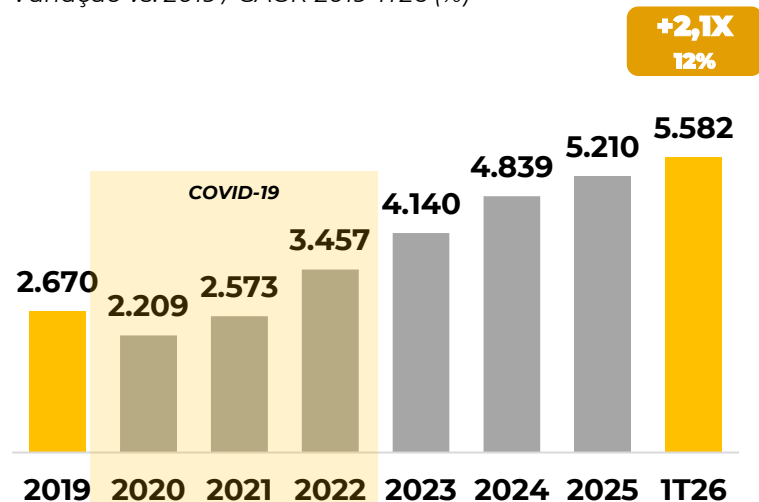
(1) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário.



# ALTO CRESCIMENTO COM SÓLIDA RENTABILIDADE

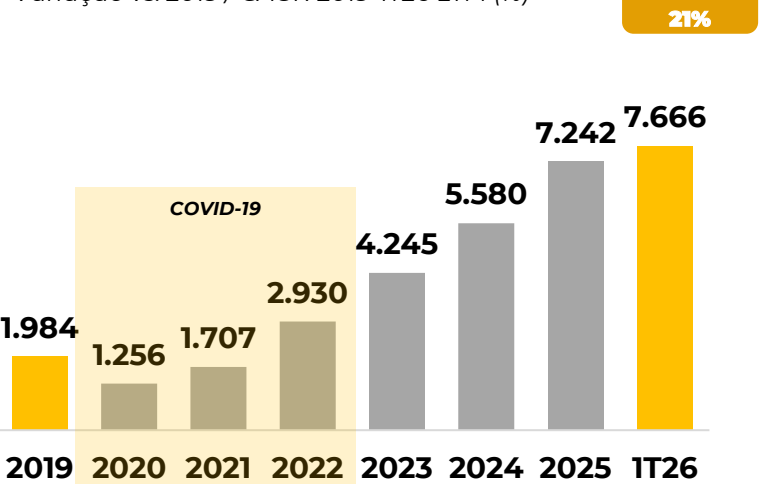
## CLIENTES EM ACADEMIAS ('000)

Varição vs. 2019 / CAGR 2019-1T26 (%)



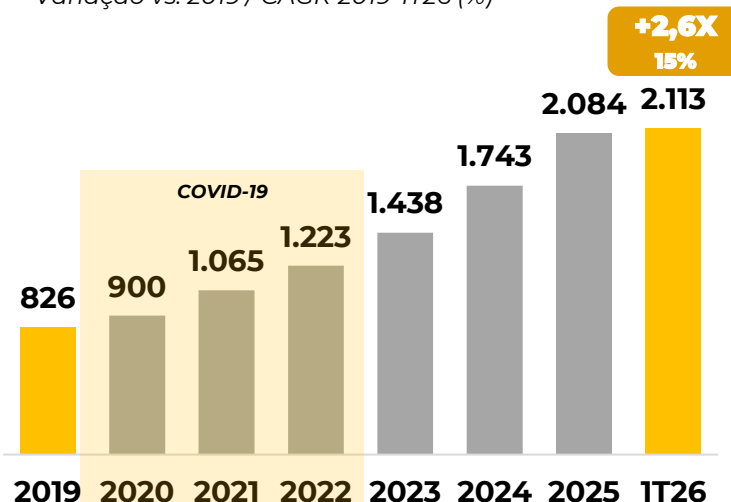
## RECEITA LÍQUIDA (R\$M)

Varição vs. 2019 / CAGR 2019-1T26 LTM (%)



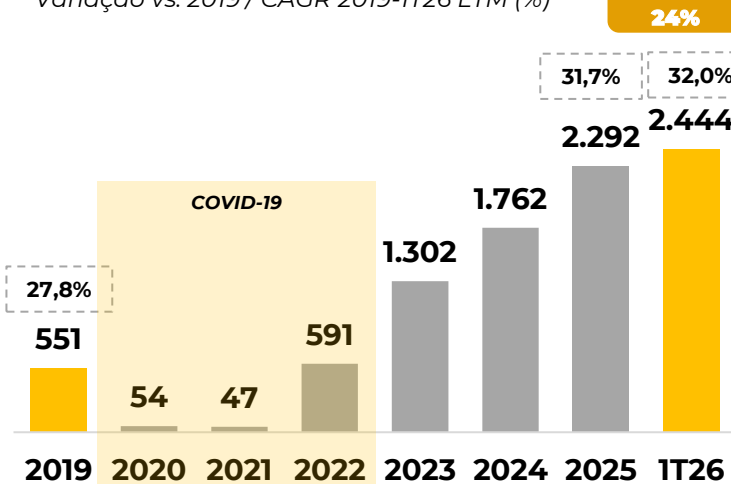
## ACADEMIAS

Varição vs. 2019 / CAGR 2019-1T26 (%)



## EBITDA Aj.<sup>(1,2)</sup> (R\$M) e Margem

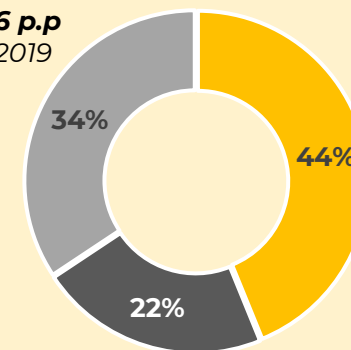
Varição vs. 2019 / CAGR 2019-1T26 LTM (%)



## ABERTURA DA RECEITA POR GEOGRAFIA (%)

1T26 LTM

+13,6 p.p.  
vs. 2019



(13,7 p.p.)  
vs. 2019

+0,05 p.p.  
vs. 2019

■ Brasil ■ México ■ Outros Países

## EXPANSÃO DIVERSIFICADA

Consolidando nossa liderança no setor de fitness na América Latina nas **16 geografias de atuação**

(1) Exclui impacto do IFRS 16; (2) Exclui ganho de R\$ 176,6 milhões no 2T23, obtido com a reavaliação da participação existente de 50% do Panamá e em complemento o EBITDA ajustado exclui o impacto extraordinário pela receita não-recorrente de R\$10,7 M auferida no 4T25 correspondente à reavaliação da participação detida na FitMaster.



# RECORDE DE EXPANSÃO EM 2025, E CONTINUIDADE DO RITMO EM 2026 smart fit

Sólida expansão reforça a consistência da estratégia e da execução

## 2025 MARCA MAIS UM ANO DE FORTE EXPANSÃO DE ACADEMIAS



EXPANSÃO RECORDE EM 2025

GUIDANCE 2025 ✓

**341** academias adicionadas, +12% vs. 2024



REDE DE ACADEMIAS DUPLICOU DESDE 2021

**18%** CAGR<sup>21-25</sup>, um dos maiores do mundo




### Expansão por região: Rede ao final de 2025

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

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

México  **+70 (+18%)**  
465 academias

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

### Expansão 2025 aumentou a capilaridade da Companhia

**79** cidades com **5 ou mais academias Smart Fit**

**+80** **Novos municípios**, totalizando presença em mais de 550 cidades

**35%** das adições em **cidades com população superior a 1M**, representando 49% da base de academias em 2025

## GUIDANCE<sup>1</sup> 2026

CONTINUIDADE NO SÓLIDO PATAMAR DE EXPANSÃO

**330 – 350**  
Academias

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

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



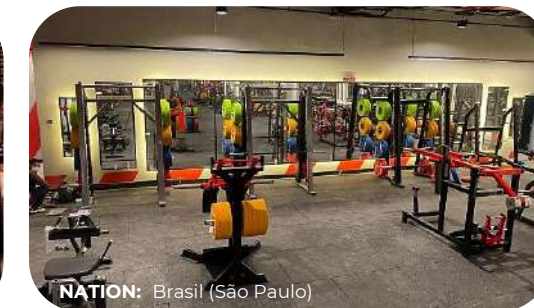
SMART FIT: Argentina (Rosário)



SMART FIT: México (Cabo San Lucas)



BIO RITMO: Brasil (Rio de Janeiro)



NATION: Brasil (São Paulo)

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



**1**

ECOSSISTEMA DO GRUPO SMART FIT

**2**

HISTÓRICO RECENTE FINANCEIRO E OPERACIONAL

**3**

**GERAÇÃO DE VALOR E UNIT ECONOMICS**

**4**

GOVERNANÇA



# SMART FIT: LIDERANÇA ABSOLUTA NA AMÉRICA LATINA



Modelo altamente escalável, com ampla presença regional e flexibilidade para alocação de capital

## PILARES PARA CONSOLIDAÇÃO DA LIDERANÇA NA REGIÃO



**MODELO DE NEGÓCIO COM UNIT ECONOMICS ROBUSTO E ESCALÁVEL**



**PROPOSTA DE VALOR ÚNICA COM SÓLIDO POSICIONAMENTO COMPETITIVO**



**RELACIONAMENTO LONGEVO COM OS PRINCIPAIS DESENVOLVEDORES DE REAL ESTATE**



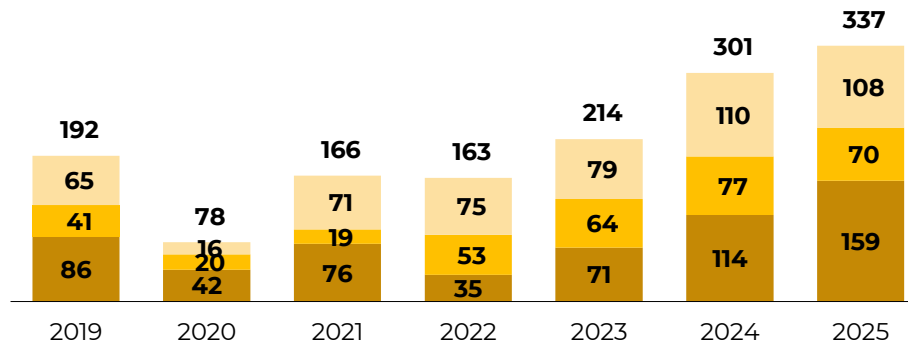
**DISCIPLINA NA ALOCAÇÃO DE CAPITAL, OTIMIZANDO RETORNO**



**TIME DE GESTÃO COM ROBUSTA EXPERTISE E ESTRATÉGIA DATA-DRIVEN**

## CRESCIMENTO CONSISTENTE EM TODAS AS REGIÕES DE ATUAÇÃO

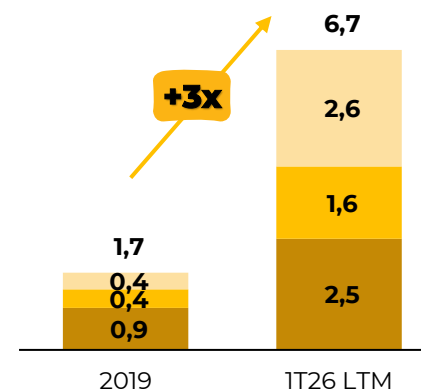
# Academias adicionadas | Smart Fit (próprias e franquias)



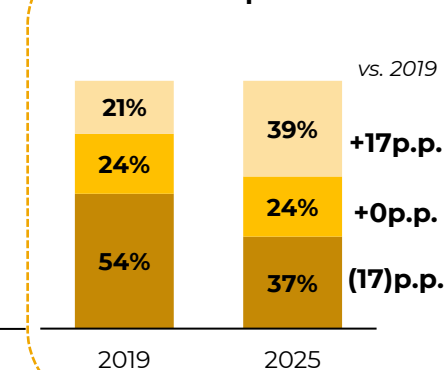
**330-350**  
academias<sup>1</sup>  
em 2026

## RECEITA LÍQUIDA SMART FIT POR REGIÃO

R\$ bilhão | Em 2025



### % Receita líquida total



**63%**  
da receita líquida  
de 2025  
correspondem  
aos Outros Países  
e México

■ Brasil ■ México ■ Outros Países

## DIVERSIFICAÇÃO GEOGRÁFICA COM GERAÇÃO DE VALOR

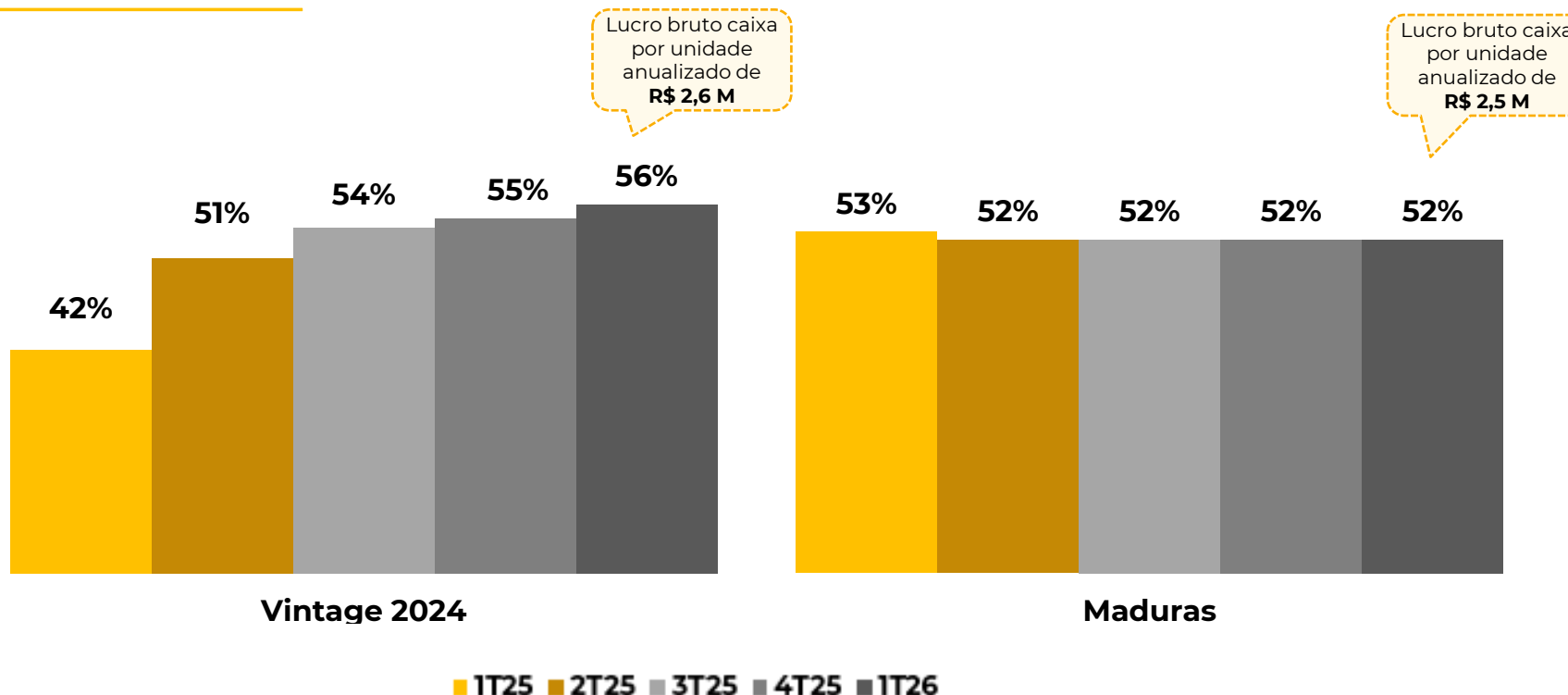
(1) Conforme Fato Relevante divulgado ao mercado em 11 de março de 2026 referente a projeção de abertura de academias para o ano de 2026;



# SÓLIDA MARGEM BRUTA DAS ACADEMIAS MADURAS

Margem das academias maduras<sup>1</sup> em 52%, patamar consistente com o range esperado e com os últimos doze trimestres, e maturação das unidades inauguradas nos últimos anos consistente com o histórico

## MARGEM BRUTA POR VINTAGE<sup>1</sup>



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

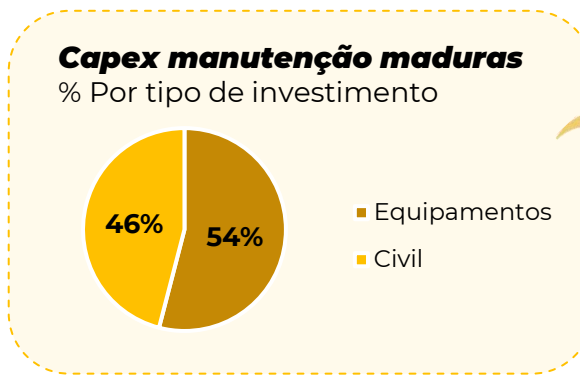


# RETORNO SÓLIDO E CONSISTENTE POR ACADEMIA

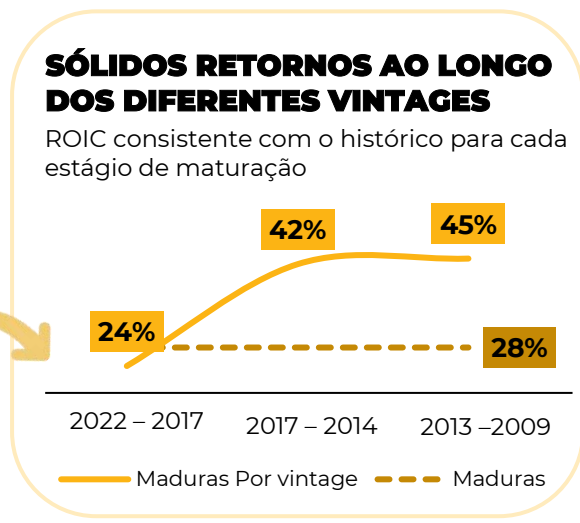
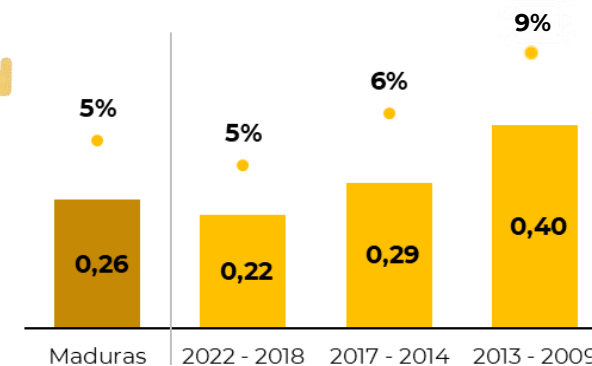
Alta rentabilidade com investimentos em manutenção que garantem a proposta de valor diferenciada ao longo dos anos. Depreciação atingindo 7% da receita líquida após 12 anos de operação

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

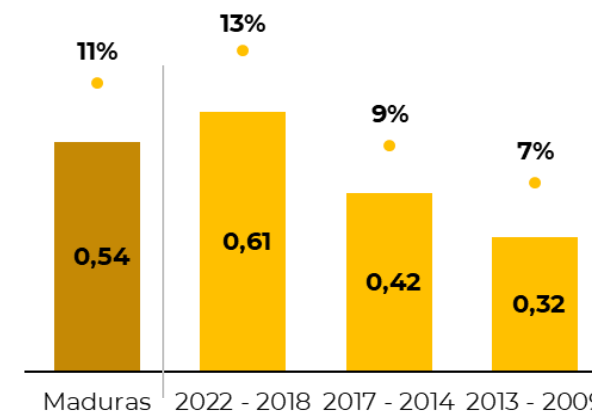
Vintage 2022: ROIC de 15%



**CAPEX manutenção maduras<sup>1</sup>**  
R\$ Milhões | Por academia | % da Rec. Líquida



**Depreciação maduras<sup>1</sup>**  
R\$ Milhões | Por academia | % da Rec. Líquida



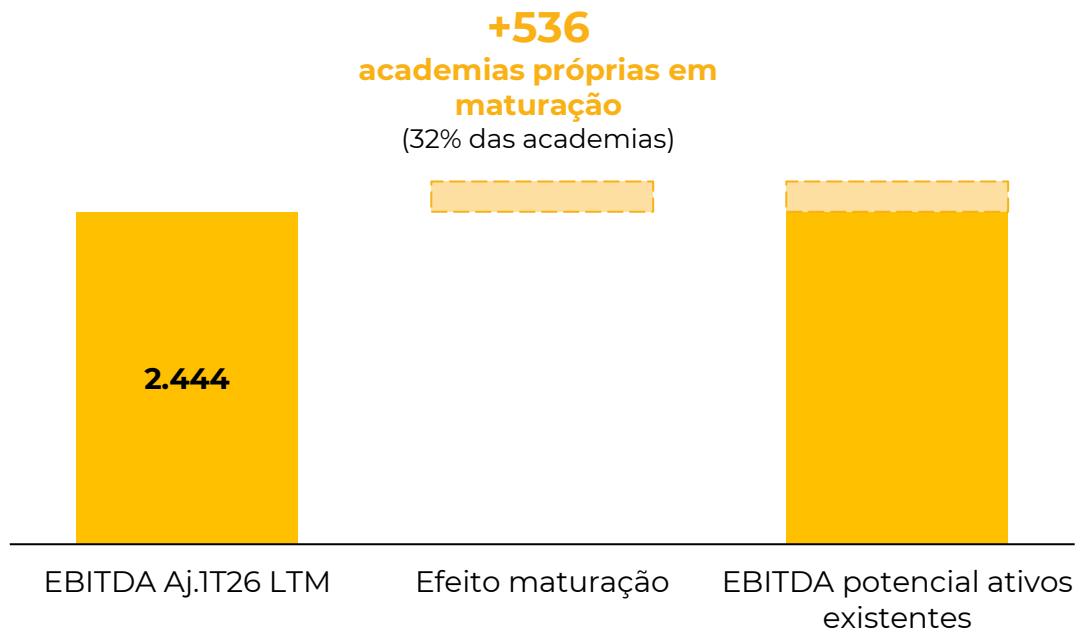
(1) Considera todas as 950 academias Smart Fit próprias maduras ao final do período de 2024; (2) De acordo com o somatório das despesas com vendas (excluindo os gastos pré-operacionais), gerais e administrativas e outras (despesas) receitas como percentual da receita líquida de 17,8% apurado ano de 2024;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



# EXPANSÃO PREVISÍVEL DO EBITDA POR MEIO DA MATURAÇÃO DE ACADEMIAS

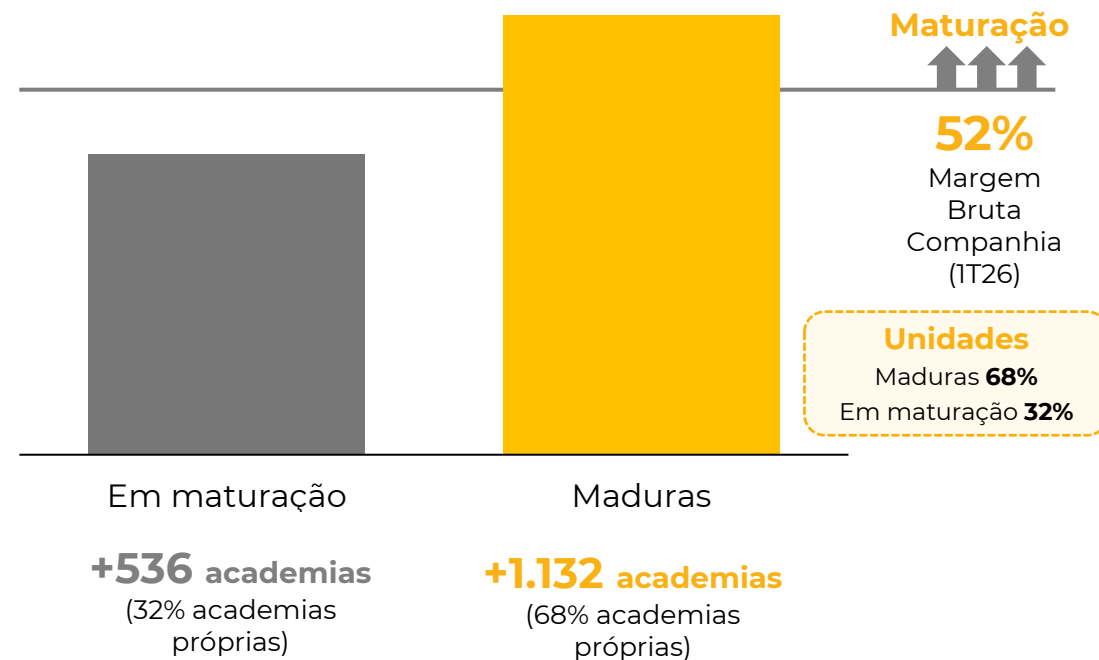
## FORTE POTENCIAL DE CRESCIMENTO PELA MATURAÇÃO<sup>1</sup> DAS ACADEMIAS

R\$ MM, no 1T26  
(Total de 1.668 academias próprias Smart Fit)



## MARGEM BRUTA ESTÁ CONVERGINDO AO NÍVEL DE ACADEMIAS MADURAS<sup>1</sup>

Margem Bruta por vintage de academias Smart Fit próprias (1T26)



(1) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses no início do ano calendário;



**1**

ECOSSISTEMA DO GRUPO SMART FIT

**2**

HISTÓRICO RECENTE FINANCEIRO E OPERACIONAL

**3**

GERAÇÃO DE VALOR E UNIT ECONOMICS

**4**

**GOVERNANÇA**

# EQUIPE DE GESTÃO EXPERIENTE

Equipe multidisciplinar formada por profissionais experientes com vários anos de Companhia



**Diogo Corona**

CEO



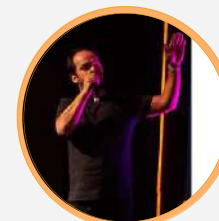
**José Luís Rizzardo**

CFO e DRI



**Alexandre Gregianin**

CTO



**Itamar Herculano**

Expansão



**Juana Pimentel**

Jurídico,  
Compliance e ESG

Anos de experiência

**14**

**12**

**15**

**23**

**26**

Anos na Smart Fit

**14**

**5**

**15**

**8**

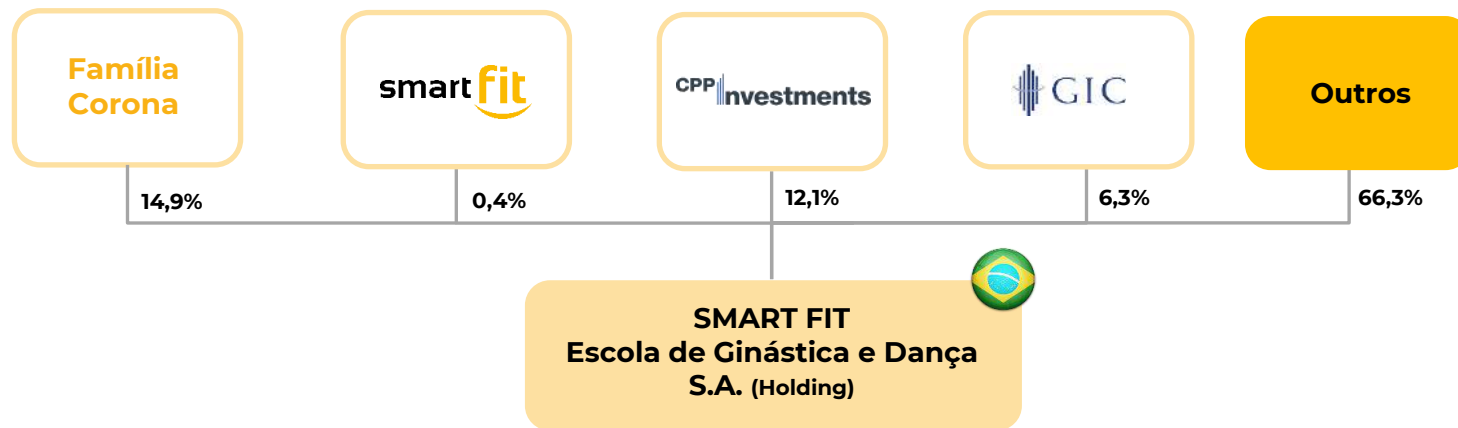
**5**

Experiências Prévias





# ESTRUTURA ACIONÁRIA E GOVERNANÇA CORPORATIVA



GIC juntou-se à Smart Fit em 2014 e o CPPIB em 2019

## Conselho de Administração



**Edgard Corona**  
Presidente do Conselho de Administração

Diretoria Estatutária

**Diogo Corona**  
CEO



**Felipe Affonso**  
Membro



**Claudia Elisa**  
Membro independente



**Pedro Santos Ripper**  
Membro independente



**Ricardo Castro**  
Membro independente



**Daniel Sorrentino**  
Membro



**Andre Pezeta**  
Membro



**Wolfgang Schwerdtle**  
Membro independente

- Conselho de Administração composto por **7 membros**, sendo **3 independentes**, em linha com as melhores práticas de **governança corporativa** e regras do **Novo Mercado**
- Conselho **ativo** e **altamente experiente**, combinando sólida **expertise em expansão, consumo, finanças, gestão operacional e mercado de capitais**
- Estrutura de governança alinhada à **estratégia de longo prazo** da Companhia, com forte acompanhamento da **execução operacional** e da **geração de valor aos acionistas**



## MATURAÇÃO ACADEMIAS

- ✓ **32%<sup>1</sup> das academias** ainda não atingiram a maturidade
- ✓ **Potencial de crescimento de receita a ser capturado** via rede atual de academias e *revenue management*



## EXPANSÃO DA REDE DE ACADEMIAS

- ✓ **Potencial significativo de *whitespace*** nas 16 geografias atuais
- ✓ **M&A e recompra de franquias** oportunistas para acelerar o crescimento
- ✓ Potenciais novas geografias



## ADD-ON E DIGITALIZAÇÃO

- ✓ **Add-on** para aumentar a receita por membro, oferecendo produtos e serviços de valor agregado
- ✓ **Aumentar o tráfego e a escalabilidade** da plataforma digital
- ✓ Criação de conteúdo como um pilar para **aumentar o engajamento do usuário** no app

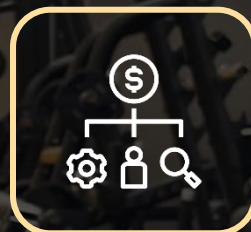


## OUTROS NEGÓCIOS

- ✓ *High-end*: expansão da marca **Bio Ritmo**
- ✓ *Studios*: crescimento e consolidação das marcas **Race Bootcamp, Vydia, Jab House, Tonus Gym, Aera Pilates, Velocity e Kore**
- ✓ Agregador fitness B2B2C: expansão da rede de parceiros e aumento da base de clientes do **TotalPass**

# PRINCIPAIS PILARES ESTRATÉGICOS DE 2025

MANUTENÇÃO DE MARGEM BRUTA DAS ACADEMIAS MADURAS E SÓLIDO *RAMP-UP* DOS NOVOS VINTAGES



DISCIPLINA CONTÍNUA NA GESTÃO DE DESPESAS E DE CAPEX

MÚLTIPLAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO COM OPORTUNIDADE DE CONSOLIDAÇÃO DE MERCADO



MANUTENÇÃO DO ROBUSTO PERFIL DE LIQUIDEZ

**SÓLIDA POSIÇÃO FINANCEIRA + LIDERANÇA NA AMÉRICA LATINA + EXTENSO *KNOW HOW* = POTENCIAL DE CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO**

**A** APÊNDICE

## **DESTAQUES DA SMART FIT**

**01****COMPANHIA #1 EM UM MERCADO****AMPLO E EM RÁPIDO CRESCIMENTO,  
IMPULSIONADO POR TENDÊNCIAS SECULARES****02****MODELO DE NEGÓCIOS ÚNICO****COM EXECUÇÃO E CULTURA DE INOVAÇÃO  
SUPERIORES****03****SÓLIDO HISTÓRICO FINANCEIRO****COMBINANDO ALTO CRESCIMENTO E UNIT  
ECONOMICS ATRATIVO****04****CRIAÇÃO DE VALOR****OPORTUNIDADES SIGNIFICATIVAS DE  
CRESCIMENTO**

01

## COMPANHIA #1 EM UM MERCADO

AMPLO E EM RÁPIDO CRESCIMENTO,  
IMPULSIONADO POR TENDÊNCIAS SECULARES

# LÍDERES EM FITNESS NA AMÉRICA LATINA

## RANKING – AMÉRICA LATINA













(academias, 2024)

	Sede	# academias
<b>#1</b>	 <b>smart fit</b> <small>A academia inteligente.</small>	<b>1.743</b>
#2	 <b>bluefit</b>	180
#3	 <b>selfit</b>	160
#4	 <b>SportClub</b>	150
#5	 <b>PRATIQUE</b>	130
#6	 <b>BODYTECH</b>	128
#7	 <b>PURPOSE BRANDS</b>	124
#8	 <b>bt bodytech</b>	96
#9	 <b>STATION</b>	71
#10	 <b>M MEGATLON</b>	56

## RANKING – GLOBAL



(academias próprias, 2024)<sup>2</sup>

	Sede	# academias próprias
#1	 <b>RIZAP GROUP</b>	1.782
#2	 <b>BASIC-FIT</b>	1.575
<b>#3</b>	 <b>smart fit</b> <small>A academia inteligente.</small>	<b>1.407</b>
#4	 <b>中田集团 ZHONGTIAN GROUP</b>	1.300
#5	 <b>PUREGYM</b>	657
#6	 <b>NORDICWELLNESS</b>	369
#7	 <b>FITNESS &amp; LIFESTYLE GROUP</b>	323
#8	 <b>planet fitness</b>	277
#9	 <b>cure.fit</b>	228
#10	 <b>VIVA LEISURE</b>	197

# #1 na América Latina

um mercado de **US\$6Bi<sup>(1)</sup>**  
**10x maior** que o 2º competidor

De #18 para **#3 no mundo** em 6 anos<sup>(1)</sup>

Fonte: Relatório HFA Global, Relatório HFA Global 25

(1) Em 2019;

(2) Considera apenas a base de academias próprias, Desconsidera unidades do segmento de studios e outras modalidades do segmento *fitness e bem-estar*









# LÍDERANÇA ABSOLUTA COM MODELO ALTAMENTE ESCALÁVEL



Modelo altamente escalável, permitindo forte crescimento e rentabilidade em toda a América Latina

## Presença Geográfica



País	Inauguração Smart Fit	# Academias <sup>1</sup>	% Membros / população
 Brasil	2009	1.000	1,1%
 México	2011	471	0,8%
 Colômbia	2016	226	1,3%
 Chile	2014	119	1,7%
 Peru	2016	98	0,8%
 Outros Países	-	199	-



# UM SETOR DE RÁPIDO CRESCIMENTO E INEXPLORADO

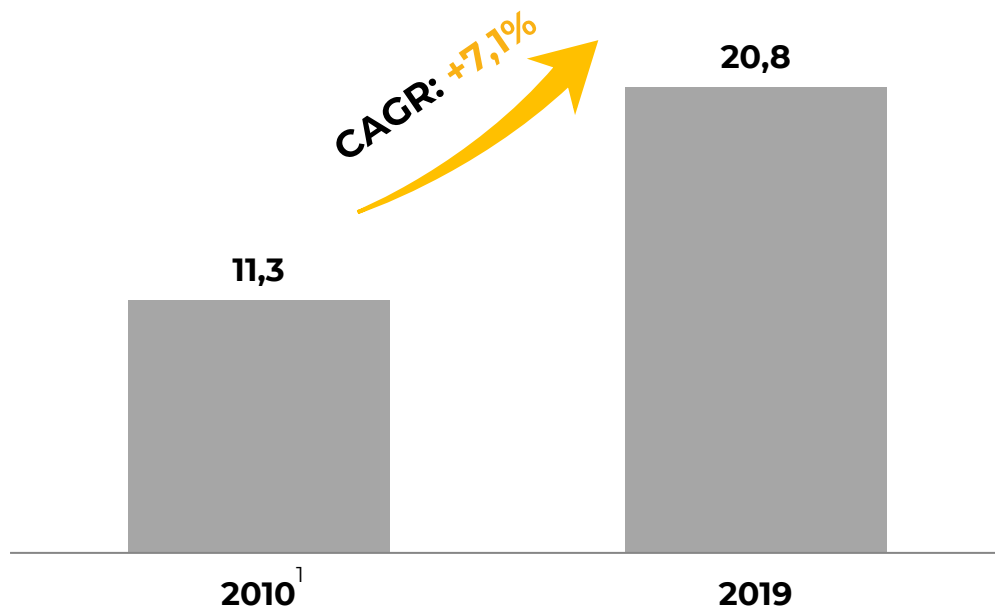


O setor fitness da América Latina cresceu 7% CAGR<sup>10-19</sup>, mas ainda permanece bastante inexplorado. Smart Fit ajudou a impulsionar esse crescimento trazendo uma oferta única aos consumidores

## OPERANDO EM UM SETOR DE RÁPIDO CRESCIMENTO...

### MERCADO FITNESS NA AMÉRICA LATINA

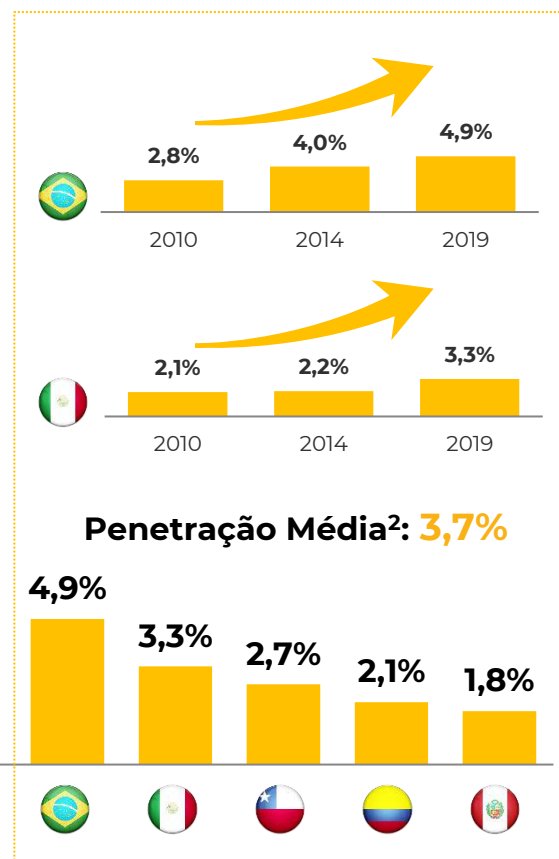
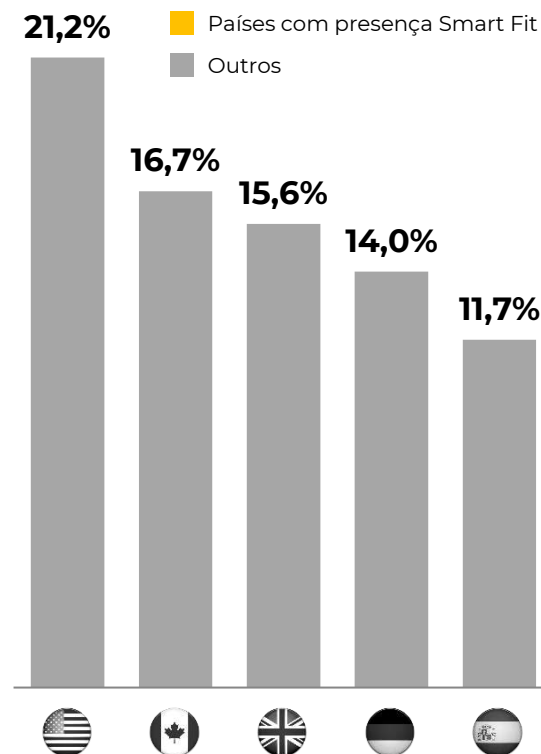
Número de clientes (MM)



## ...EM UMA REGIÃO BASTANTE INEXPLORADA

### PENETRAÇÃO POR PAÍS

Penetração (%) – 2019



Fonte: Relatório Global IHRSA (2011, 2015 e 2020), Banco Mundial, Lincoln International – Tendências em Fitness Digital (Abril 2020), estudo PwC “Academias de Baixo Custo no Reino Unido – aumento de previsões de margem de mercado”, Março 2019; IHRSA, Basic-Fit Companhia/website, Perspectivas Mundiais de População ONU, FMI, Apresentação Institucional Sports World, La Nación

(1) Taxa de crescimento reflete apenas países da América Latina presentes no banco de dados da IHRSA de 2011 e 2020, desconsiderando os seguintes países: Colômbia, Peru, Equador, Venezuela, Costa Rica, República Dominicana, Paraguai, Bolívia, Guatemala, Panamá, Honduras, El Salvador e Nicarágua / (2) Penetração média dos 15 países onde a Smart Fit esteve presente em 2019 (Brasil, México, Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Paraguai, Peru, Panamá, Uruguai, El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana e Honduras)



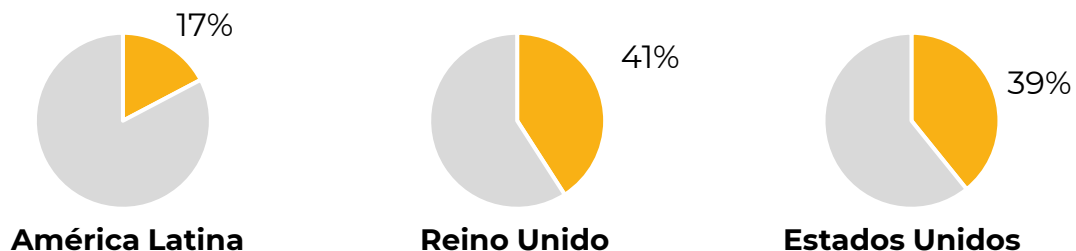
# BENEFICIANDO-SE DE UM MERCADO ALTAMENTE FRAGMENTADO

Smart Fit atingiu 12,8% de participação de mercado, crescendo ~7x mais rápido que a indústria fitness na América Latina

## UM MERCADO ALTAMENTE FRAGMENTADO...

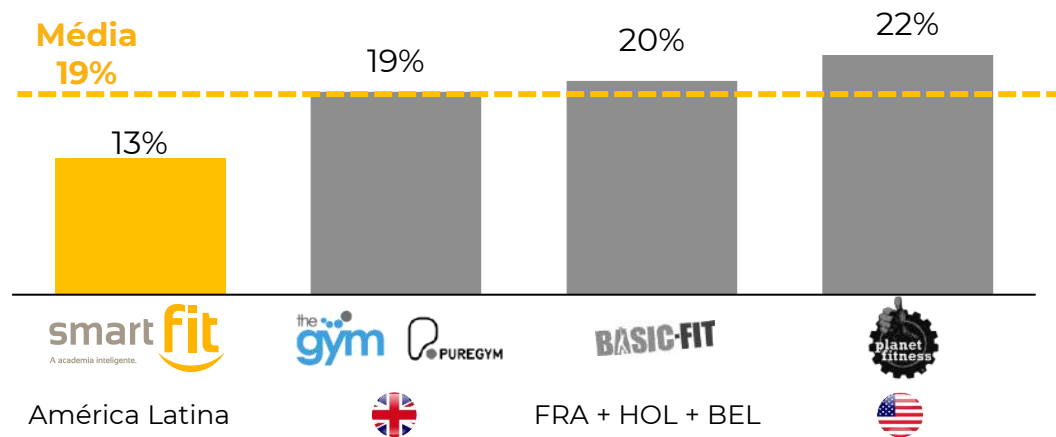
### PARTICIPAÇÃO DAS TOP 5 ACADEMIAS

em # de membros – 2019 (%)



### PARTICIPAÇÃO DOS PRINCIPAIS PLAYERS

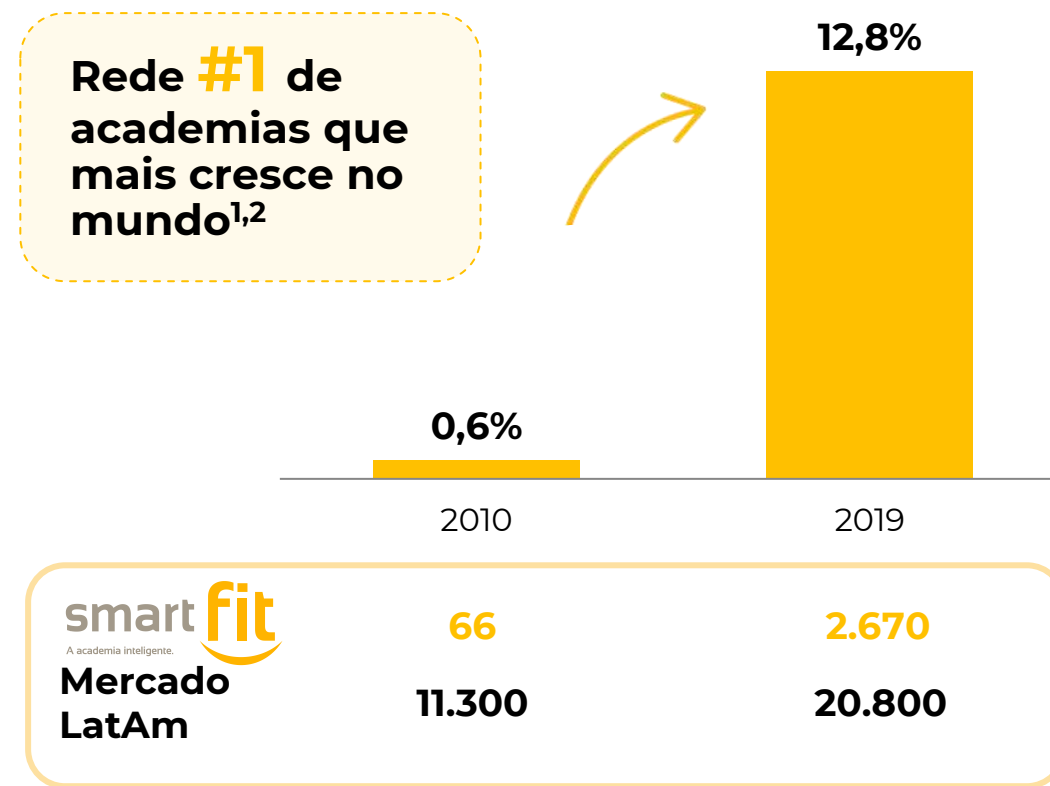
em # de membros – 2019 (%)



## ... PARA CONSOLIDAR NOSSA POSIÇÃO DE LIDERANÇA

### MARKET SHARE DE MEMBROS EM ACADEMIAS NA AMÉRICA LATINA

# membros ('000)



	2010	2019
smart fit	66	2.670
Mercado LatAm	11.300	20.800

Fonte: IHRSA Global Report 2020  
 (1) Academias próprias  
 (2) Considera os dados de 2014-19 e entre as 25 maiores globais

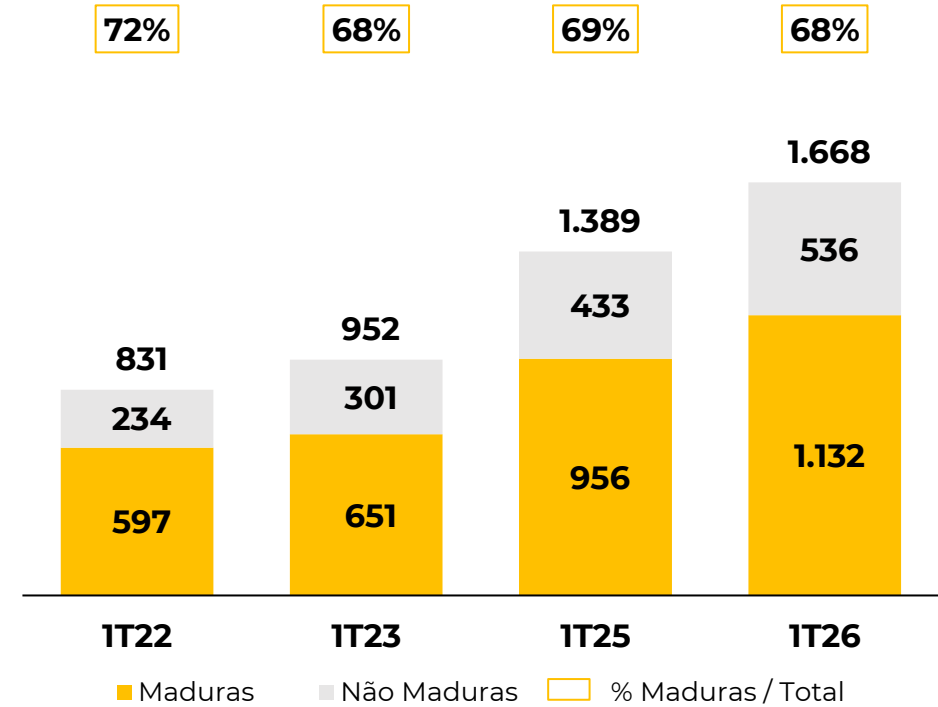
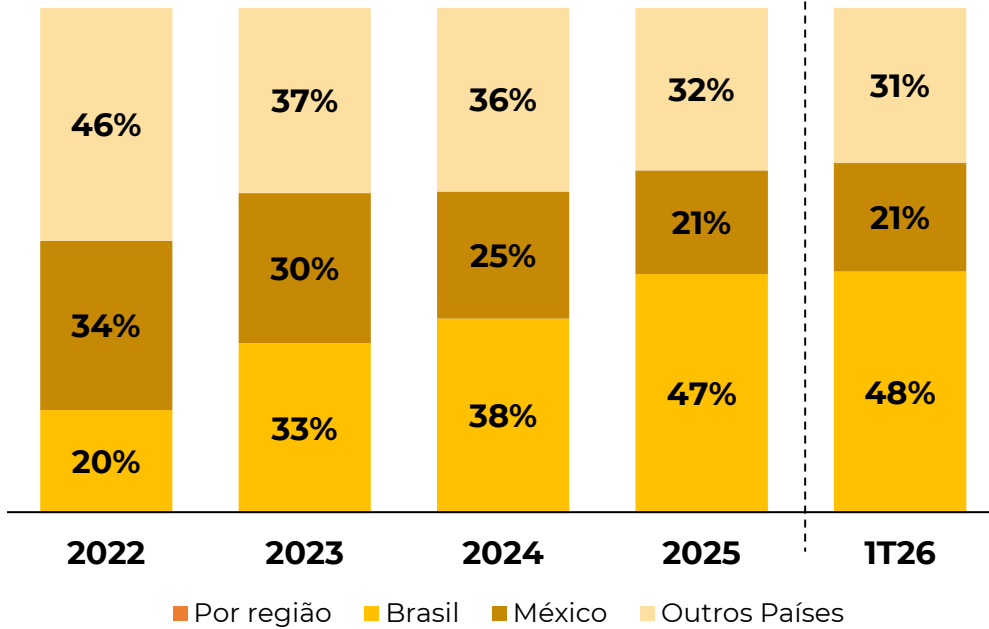


# ATUALIZAÇÃO DO PLANO DE EXPANSÃO

## DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA (% de academias)

## COMPOSIÇÃO SMART FIT PRÓPRIAS POR AGING

Adições líquidas nos últimos 12 meses



(1) Uma unidade é considerada madura quando tiver pelo menos 24 meses de funcionamento no início do ano; Uma unidade está em maturação quando tem entre 12 e 24 meses de operação; Uma unidade é considerada nova quando tem até 12 meses de operação.

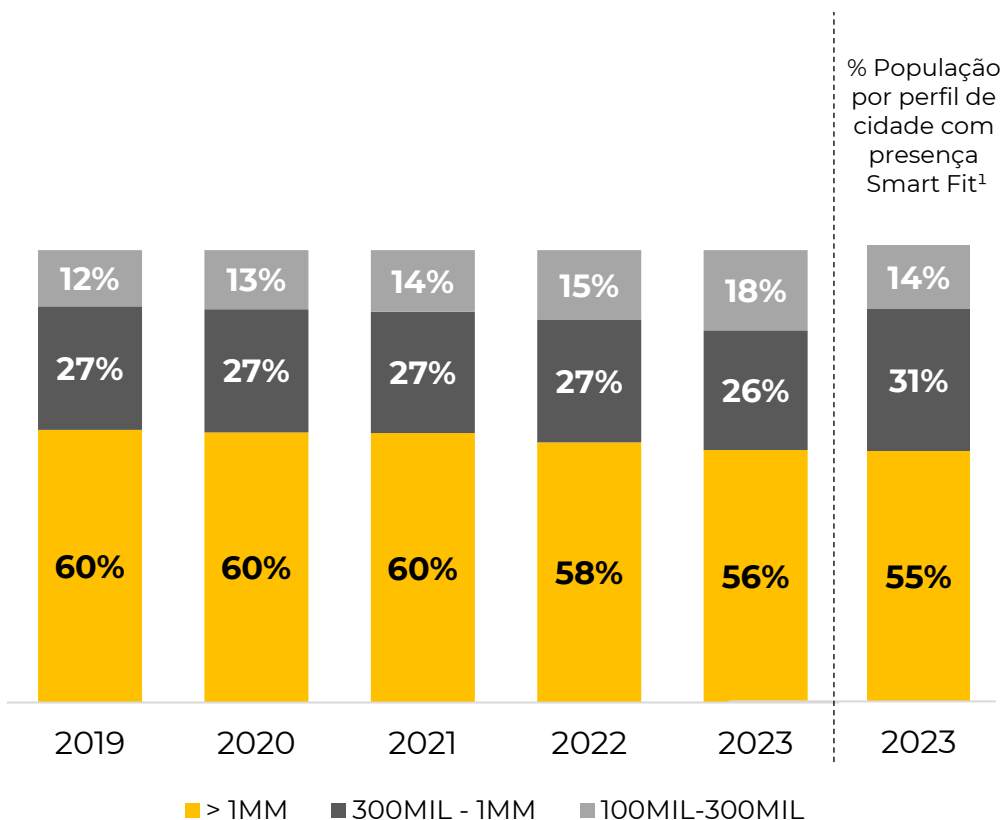


# REDE CAPILARIZADA COM POTENCIAL DE CRESCIMENTO

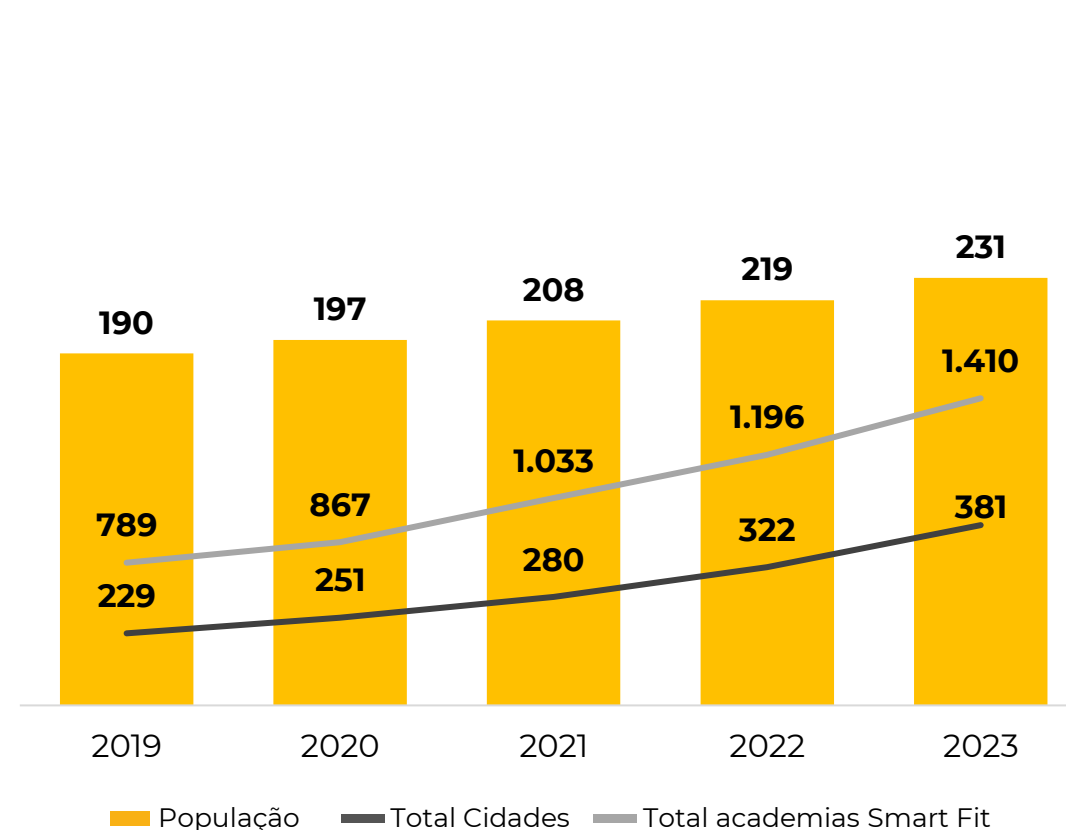


## Captura de oportunidades de crescimento em diferentes perfis de cidade

### REDE DE ACADEMIAS POR PERFIL DE CIDADE (%)



### NÚMERO DE CIDADES E POPULAÇÃO COM PRESENÇA SMART FIT (%)



**Performance do lucro bruto das unidades sem correlação ( $R^2=0,0008$ ) com o perfil da cidade em quantidade de habitantes, reforçando o potencial de crescimento da Companhia**

Fonte: Institutos de produção e análise de informações geográficas relacionados aos países com presença Smart Fit, consolidados nas três principais fontes: (i) Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); (ii) City Population; e (iii) World Population Review  
(1) Considera o número de habitantes por perfil de cidades onde a Smart Fit está presente.

musculação


02

**MODELO DE NEGÓCIOS ÚNICO**  
COM EXECUÇÃO E CULTURA DE INOVAÇÃO  
SUPERIORES



# PLANOS REFORÇAM PROPOSTA DE VALOR ÚNICA

## Benefício do efeito rede como importante atrativo para os clientes do Plano Black

		Single-Club	Multi-Club
Permanência mínima <sup>1</sup>	Com	<b>Plano FIT</b> Pague menos para treinar na sua unidade R\$99 - R\$129	<i>O mais vantajoso</i> <b>Plano BLACK</b> Acesso a todas as academias da rede e outros benefícios R\$ 139
	Sem	<b>Plano SMART</b> Treine na sua unidade, <b>sem taxa de cancelamento</b> R\$119 - R\$159	 <b>OFERTA DE PLANOS POTENCIALIZA VANTAGEM COMPETITIVA</b>

*Mensalidade<sup>4</sup>*

### PLANO BLACK: OFERTA ÚNICA COM ATRIBUTOS DIFERENCIADOS



~50% da base<sup>3</sup> em 2023 (vs. 38% em 2019) utilizou o benefício *Multi-Club* em um intervalo de 1 mês



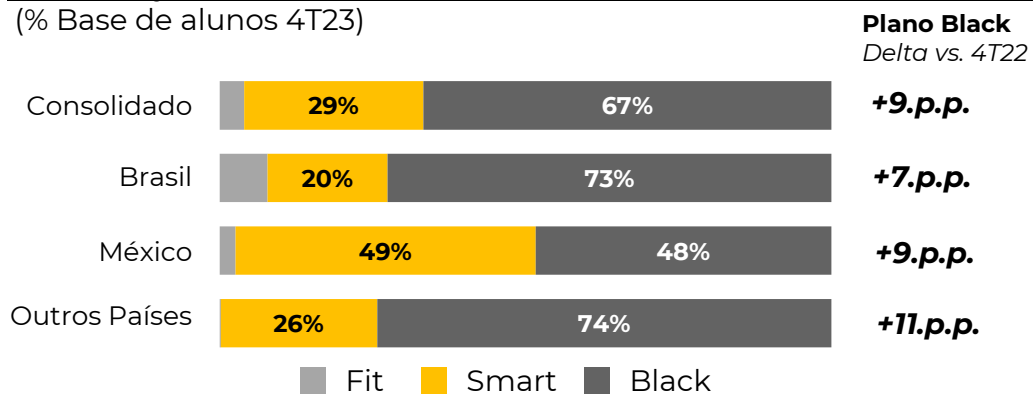
Efeito rede como diferencial competitivo, potencializando a proposta de valor do Plano Black



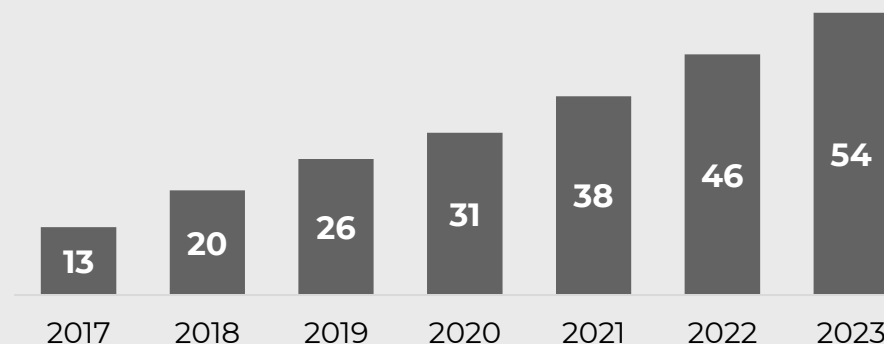
54 cidades da América Latina tem 5 ou mais academias Smart Fit

### Penetração dos planos por regiões<sup>2</sup>

(% Base de alunos 4T23)



### Evolução de cidades com 5 ou mais academias Smart Fit



(1) Sujeito a taxa de cancelamento de 20% do valor remanescente do contrato; (2) Considera unidades Smart Fit Próprias ao final de 2023; (3) Média dos alunos Plano "Black" que frequentaram academia utilizando o benefício *multi-club* no intervalo de 30 dias; (4) Valor mensalidade referência Brasil;



# ALTO VALOR / BAIXO PREÇO DA SMART FIT: PROPOSTA DE VALOR



## CONVENIÊNCIA PARA OS MEMBROS



- Maior rede da América Latina com alcance mais extenso: **1.831 academias<sup>1</sup>** em 16 países<sup>2</sup>
- Academias estrategicamente localizadas perto de membros potenciais



## MODERNAS INSTALAÇÕES & EQUIPAMENTOS



- Ambiente agradável e acolhedor
- Arquitetura, iluminação e design modernos
  - Foco no *core*: cárdio, musculação e peso-livre



## SERVIÇO AO CLIENTE SUPERIOR



- Abordagem centrada no cliente
- Funcionários motivados a oferecer o melhor serviço
- Inovação constante das ofertas de serviços



## OMNICANAL FITNESS DIGITAL



- Dentro da academia: melhora da experiência dos membros
- Fora da academia: *fitness* a qualquer hora, em qualquer lugar
- Atividade física e serviços adicionais

## MENSALIDADE COM PREÇOS ATRATIVOS E PROPOSTA DE VALOR DIFERENCIADA

Mensalidade de US\$15-30

(1) Apenas unidades Smart Fit (próprias e franquias)  
 (2) Em 30 de setembro de 2025

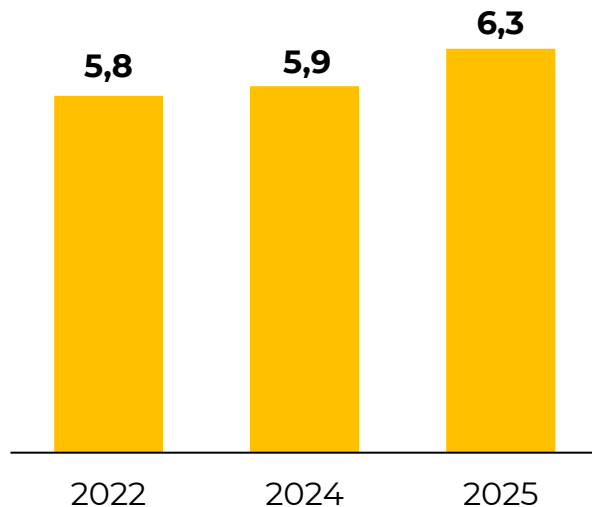


# EFICIÊNCIA COMO PILAR PARA EXPANSÃO

Busca constante por eficiência, mantendo a proposta de valor e reforçando os diferenciais competitivos

## Eficiência no Capex, preservando experiência diferenciada

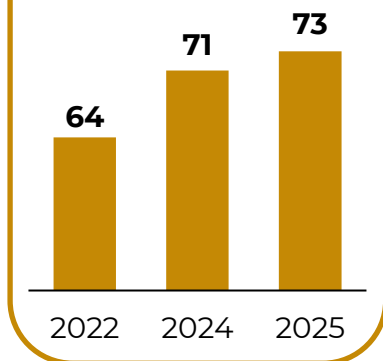
### Evolução CAPEX/Unidade (R\$ M)



Sendo, aproximadamente:

- 70%:** Obra civil, adequações estruturais e design
- 30%:** Equipamentos de musculação, cardio e peso livre

### Evolução NPS (Net Promoter Score)



### Evolução Inflação (2022 até out/24)

9%	9%	15%
Brasil	México	Colômbia

## Principais pilares estratégicos para expansão

Garantem a experiência premium, com eficiência no processo



### Sofisticado processo de seleção de ponto comercial

Wishlist pautada em dados e intensa análise local



### Layout eficiente e funcional

Alta produtividade por m<sup>2</sup>, garantindo otimização de capex e experiência fluida



CARDIO



MUSCULAÇÃO



### Equipamentos com alta qualidade

Durabilidade garante performance com alta disponibilidade para uso durante os treinos



PESO LIVRE



AULAS COLETIVAS  
Em algumas unidades



### Arquitetura moderna

Inovação com design moderno e sofisticado

## Sólida governança e time com extenso know-how

Processo estruturado e maduro na abertura e operação de academias



# SMART FIT MÉXICO: ESCALA, RENTABILIDADE E LIDERANÇA

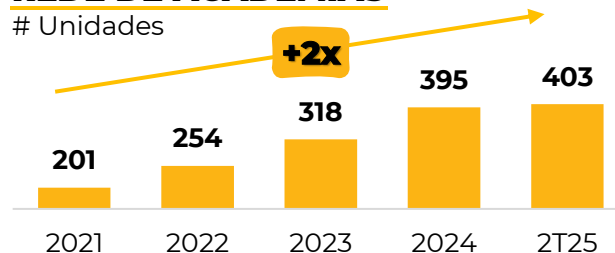
Com 15 anos de atuação, a Smart Fit possui liderança absoluta no México, o 2º maior mercado Latam

## PILARES ESTRATÉGICOS QUE IMPULSIONARAM EXPANSÃO SUSTENTÁVEL E ESCALÁVEL

-  **EVOLUÇÃO REDE DE ACADEMIAS**  
Rede com presença nacional, reflexo do relacionamento com parceiros de *real estate* e disciplina na seleção de pontos
-  **REVENUE MANAGEMENT**  
Estratégia de *pricing*, com 1º reajuste de preços no Plano "Black" em dez/23 e introdução do Plano "Fit"
-  **CONTROLE DE CUSTOS**  
Eficiência energética, revisão do modelo de contratação de pessoal e negociação com fornecedores
-  **CRESCIMENTO COM RENTABILIDADE**  
Manutenção da margem bruta caixa das unidades maduras e *ramp-up* consistente dos novos *vintages*

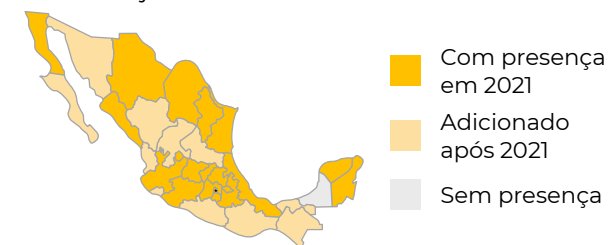
### REDE DE ACADEMIAS

# Unidades



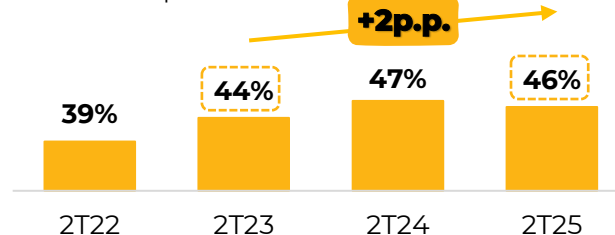
### PRESENÇA GEOGRÁFICA

Data base: junho de 2025



### MARGEM BRUTA CAIXA

% Receita Líquida



## EVOLUÇÃO CONTÍNUA DOS PILARES ESTRATÉGICOS



### FORTALECIMENTO DA ESTRUTURA DE PESSOAL E GESTÃO

Desenvolvimento da estrutura com gestão focada por todo território



### EVOLUÇÃO DA ESTRATÉGIA DE MARKETING E VENDAS

Campanhas mais assertivas nos planos com maior *lifetime value*



### OTIMIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS

Maior produtividade do capex de expansão por m<sup>2</sup>, mantendo a experiência do cliente



### MELHORIAS CONTÍNUAS DE PRODUTO

Aumento da oferta de equipamentos de peso livre e força



### ALTO POTENCIAL DE CRESCIMENTO

Iniciativas em curso contribuem para manutenção da expansão sustentável, reforçando a liderança no México



# CAPEX MÉXICO: OTIMIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS



Maior produtividade do capex de expansão por m<sup>2</sup>, mantendo a experiência do cliente

## EVOLUÇÃO NO PILAR ESTRATÉGICO DE EXPANSÃO



Estratégia de **seniorização da equipe de expansão**, com sólida experiência no modelo de negócios da Smart Fit



**Revisão de projeto**, a partir de sucessos de eficiência obtidos em projetos no Brasil, com engenharia aprimorada, **mantendo a qualidade e a segurança**



1ª unidade, após revisão de projeto, inaugurada em Cancún em abril/25. **Nos 9M25, foram adicionadas 18 unidades próprias**



Aumento da eficiência operacional, **preservando a satisfação do cliente**

**EFICIÊNCIA NO INVESTIMENTO PARA MANUTENÇÃO DA RENTABILIDADE E ALOCAÇÃO ESTRATÉGICA DE RECURSOS**



Maior eficiência no investimento por m<sup>2</sup>



Com alto nível de satisfação do cliente

**Redução de ~20%<sup>1</sup>**

**NPS em linha com o histórico**

## CAPEX OTIMIZADO, MANTENDO O PADRÃO EM ACADEMIAS

FACHADA



México | Mazatlán

ÁREA DE CÁRDIO



México | Saltillo

ÁREA DE MUSCULAÇÃO



México | Cumbres Puebla

ÁREA DE PESO LIVRE



México | Cancún

(1) Considera o CAPEX médio das unidades próprias inauguradas até junho de 2025 vs. a média das unidades próprias inauguradas no ano de 2024.



# MELHORIAS CONSTANTES NO PRODUTO

Iniciativas para atender as principais demandas dos alunos, que geram maior produtividade e uma experiência cada vez melhor dentro das academias

Mudança de hábito dos alunos com maior procura por exercícios de força



## Musculação para garantir saúde, bem-estar físico e mental

Estudos científicos comprovam a **eficácia da musculação para emagrecimento e longevidade**

**Mudança comportamental**, independente do gênero e da idade

## AUMENTO DA OFERTA DE EXERCÍCIOS DE FORÇA



- ✓ Programa para ampliar a oferta de exercícios de força, com adição de equipamentos;
- ✓ Início em 2023, contemplando centenas de unidades – principalmente no Brasil. *Pipeline* de 2024 já em implementação;
- ✓ Investimento de R\$43,4 milhões nos últimos 12 meses, compondo o montante do CAPEX de manutenção, que representou 6,0% da receita bruta das academias Smart Fit maduras.



As unidades do programa tiveram um **aumento de acessos de 9,4% e +9 no NPS em fev/24 vs. fev/23**



# PROCESSO DISCIPLINADO DE SELEÇÃO DE NOVAS LOCALIZAÇÕES, POTENCIALIZANDO OS RESULTADOS

## Estratégia

### Cidade

Principalmente áreas metropolitanas de cidades com mais de 100 mil habitantes

### Bairro

Alta renda per capita e densidade

### Estratégia de Clusters

Estratégia para dominar um bairro

### CrITÉRIOS de Avaliação

Aspectos de Mercado

Sociodemográficos

Aspectos Técnicos no Nível de Cada Propriedade

Regulatórios

+

## Processo Estruturado



Experiência adquirida com a abertura de **+2.113 unidades<sup>1</sup>**



Equipe multidisciplinar de **+80 pessoas em todos países**



Reputação forte, trazendo os **melhores leads**



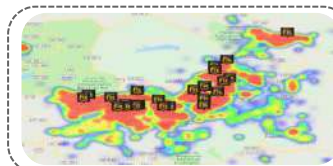
Fluxo consistente de *leads* imobiliários suportado por **forte relacionamento com proprietários**

### Ferramentas

#### Geofusion



#### Mapa de Calor da Base de Membros

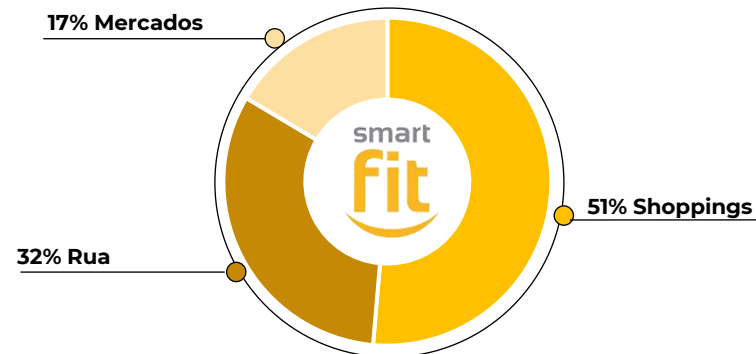


+

Relacionamento de longa data com marcas traz localizações melhores e únicas



**Breakdown de academias por tipo de imóvel<sup>2</sup> (Unidades Smart Fit)**



(1) Considera todas as academias da Companhia (não considera Studios);  
 (2) Em 31 de março de 2026;

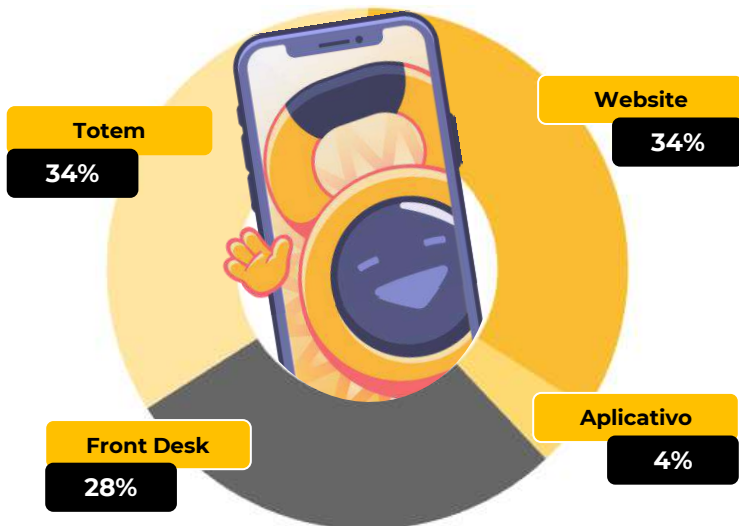


# 72% DAS VENDAS ATRAVÉS DE CANAIS DIGITAIS

Representatividade dos canais digitais continua em crescimento, com mais de 79% das transações feitas digitalmente

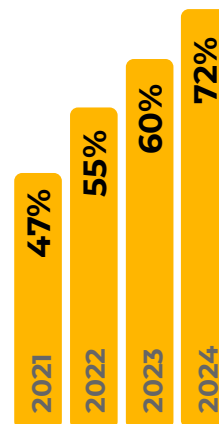
## Mix de canais

% de vendas por canal em Dez/2024



## Penetração dos canais digitais nas vendas

% canais digitais no total de vendas

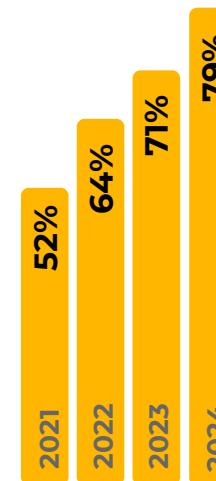


### Aplicativo

Vendas via aplicativo já estão disponíveis para todos os países

## Transações digitais

% das operações financeiras e operacionais feitas via canais digitais



**+22,0M**

de transações através dos canais digitais em **2024**

### Maior eficiência operacional

Transações como *upgrades* de planos, pagamentos, acesso convidados, transferência e etc.

Vendas via Aplicativo já supera balcão nas unidades *Vintage* 2023 e 2024 no Brasil

### Maior produtividade CAC

Alavanca de eficiência nos investimentos para aquisição de clientes

## Entregas



### Personal Trainer Marketplace

Disponibilizamos um marketplace de pessoais no aplicativo

## Por vir em 2025



### Social Perfil do Aluno e Amigos

Em breve lançaremos, dentro do app, uma rede social interna da Smart

## FOCO NO CLIENTE

AUTOMAÇÃO DOS PROCESSOS



SISTEMA DE MONITORAMENTO DE NPS



Times dedicados a reduzir processos administrativos

**SATISFAÇÃO DO CLIENTE COMO PRINCIPAL KPI**

## TREINAMENTO

PROTOCOLOS



UNIVERSIDADE SMART FIT



Equipe especializada focada na difusão do conhecimento

**ESCALABILIDADE, PRÁTICAS PADRONIZADAS**

## ENGAJAMENTO DA EQUIPE

OBJETIVOS CLAROS



AUTONOMIA



PLANO DE CARREIRA



Mensuração de resultados, não de processos - Inovação de baixo para cima

**EQUIPE ALTAMENTE MOTIVADA**



# CULTURA FOCADA NO CLIENTE

Prêmios relevantes refletem a cultura de servir com excelência e a força da marca

## PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

Reader's  
Digest

veja São Paulo

AMANHÃ

veja Rio



ReclameAQUI

A TRIBUNA

O GLOBO

Valor  
ECONÔMICO

BienPremios

### MARCAS DOS CARIOCAS

MARCA MAIS LEMBRADA  
O GLOBO 2023 e 2024

**CASE TIKTOK**  
AUMENTO DE 10% NA LEMBRANÇA  
DE AUNCIO E 5,6% NO  
RECONHECIMENTO DA MARCA  
BRAND MISSION

**SHARE OF MIND**  
MARCA MAIS LEMBRADA  
O POPULAR 2023

### OS MAIS AMADOS DE SÃO PAULO

ACADEMIA MAIS QUERIDA DOS  
CONSUMIDORES  
VEJA SÃO PAULO 2023 e 2024

**A MARCA MAIS CONFIÁVEL  
DO MÉXICO**  
ACADEMIA MAIS CONFIÁVEL  
THE READER'S DIGEST 2023

**TOP DE MARCAS 2024**  
VENCEDORA DA  
CATEGORIA TOP SAÚDE /  
ACADEMIA DE GINÁSTICA  
TOP DE MARCAS 2024

### PRÊMIO TOP OF MIND

ACADEMIA MAIS LEMBRADA  
PELOS CONSUMIDORES  
A TRIBUNA 2023

**OS MAIS AMADOS DO RIO  
DE JANEIRO**  
ACADEMIA MAIS AMADA  
DO RIO DE JANEIRO  
VEJA RIO 2024

**VALOR 1000**  
VENCEDORA DA  
CATEGORIA SERVIÇOS  
ESPECIALIZADOS  
VALOR ECONÔMICO 2024

### TOP OF MIND E LOVE BRANDS

ACADEMIA MAIS LEMBRADA  
DE PORTO ALEGRE  
GRUPO AMANHÃ 2024

**RECLAME AQUI 2023**  
MELHORES EMPRESAS  
PARA O CONSUMIDOR  
PORTAL RECLAME AQUI  
2023 e 2024

**MELHOR ACADEMIA NO  
MÉXICO**  
CENTRO ESPORTIVO  
BIEN PRÊMIOS 2022

**MELHOR DE SÃO PAULO**  
MELHOR ACADEMIA DA  
CIDADE DE SÃO PAULO  
FOLHA DE SÃO PAULO 2024

**AS 100 EMPRESAS MAIS  
INFLUENTES DO BRASIL**  
DA REVISTA VEJA 2024





# MODELO DE ASSINATURA DIGITAL

Alavancando na oferta principal para atingir o CAC mais baixo no espaço digital



Smart Fit Nutri  
Saúde e Dieta

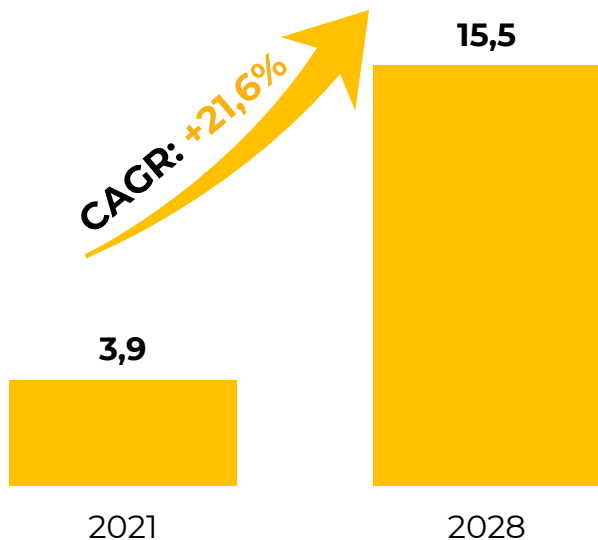


★★★★★<sup>(1)</sup> 14 mil

## APLICATIVOS DE SAÚDE E FITNESS SÃO UM MERCADO DE ALTO CRESCIMENTO

### MERCADO GLOBAL DE APLICATIVOS DE SAÚDE E FITNESS

Mercado global de aplicativos de saúde e fitness – US\$ bi



Conselhos e planos de refeição **personalizados** no aplicativo

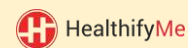
Consulta **online** com **nutricionista** através do nosso **marketplace**

Medição de resultados na academia **Smart Fit** com a máquina de bioimpedância

### PLAYERS INTERNACIONAIS SIMILARES



noom



### CRESCIMENTO

smart **fit** coach

Programas de treinamento personalizados



### OUTRAS OPORTUNIDADES EM GRANDES MERCADOS



Saúde



Fitness



Bem estar



# NOSSAS CAPACIDADES CRIAM DIFERENCIAIS COMPETITIVOS SIGNIFICATIVOS



	<b>Vantagem de First Mover</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líder e criador de tendências</li> </ul>
	<b>Marca</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca <b>top of mind</b></li> </ul>
	<b>Escala</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>10x maior</b> do que o 2º player na América Latina</li> </ul>
	<b>Efeito de Rede</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Forte engajamento</b> nas redes sociais</li> </ul>
	<b>Real Estate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Efeito de rede</b> como diferencial competitivo, difícil de replicar, potencializando a proposta de valor do Plano Black</li> <li>• Parceiro de escolha para os principais <b>players do setor imobiliário</b></li> </ul>
	<b>Digital</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Uma das maiores plataformas</b> em conteúdo digital de fitness</li> </ul>
	<b>Novas assinaturas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Serviços adicionais</b> que são relevantes para o cliente principal</li> </ul>
	<b>Cultura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos os funcionários são treinados para oferecer o <b>melhor CX e inovação</b>, resultando em uma cultura focada em <b>NPS</b> em patamares de excelência</li> </ul>

**Ecosistema completo para atrair e reter clientes (físicos e digitais)**

03

## SÓLIDO HISTÓRICO FINANCEIRO

COMBINANDO ALTO CRESCIMENTO E *UNIT ECONOMICS* ATRATIVO

## FORTE CRESCIMENTO, COM SÓLIDA RENTABILIDADE E ALTA CONVERSÃO DE EBITDA EM CAIXA OPERACIONAL



**SÓLIDO CRESCIMENTO DE 20% DA REDE DE ACADEMIAS VS. 1T25, COM RECORDE DE 354 ACADEMIAS ADICIONADAS LTM, TOTALIZANDO 2.113 UNIDADES EM 16 PAÍSES NO 1T26**



**RECEITA LÍQUIDA DE R\$2,1 BI NO 1T26, SÓLIDO CRESCIMENTO DE 25% VS. 1T25 E 8% VS. 4T25**



**LUCRO BRUTO CAIXA<sup>1</sup> DE R\$1,1 BI NO 1T26, CRESCIMENTO DE 28% VS. 1T25, COM MARGEM BRUTA CAIXA RECORDE DE 51,8%, UMA EXPANSÃO DE 1,1p.p. VS. 1T25**



**EBITDA RECORDE<sup>1</sup> DE R\$672 M NO 1T26 COM FORTE CRESCIMENTO DE 29% VS. 1T25 E MARGEM DE 32,0%, EXPANSÃO DE 1,0p.p. VS. 1T25**



**ROBUSTA GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL DE R\$635 M NO 1T26, UMA ALTA CONVERSÃO DE 95% DE EBITDA**



**CRESCIMENTO DE 47% DO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE<sup>2</sup>, TOTALIZANDO R\$207 M NO 1T26, COM MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE DE 9,8%, UMA EXPANSÃO DE +1,5p.p. VS. 1T25**

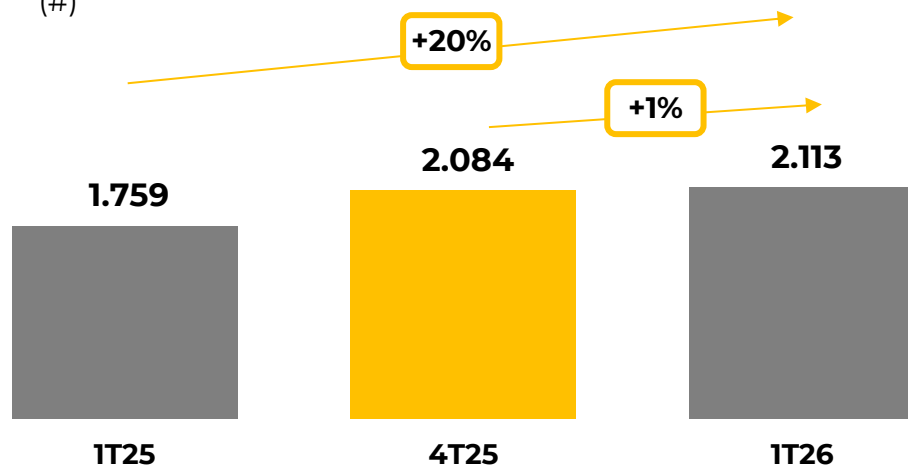




# ESTAMOS EM FORMA PARA CONTINUAR TREINANDO

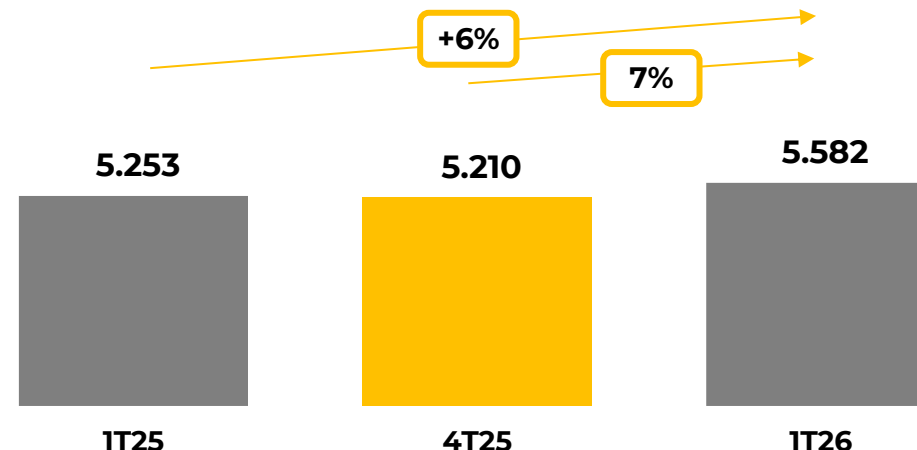
## ACADEMIAS

(#)



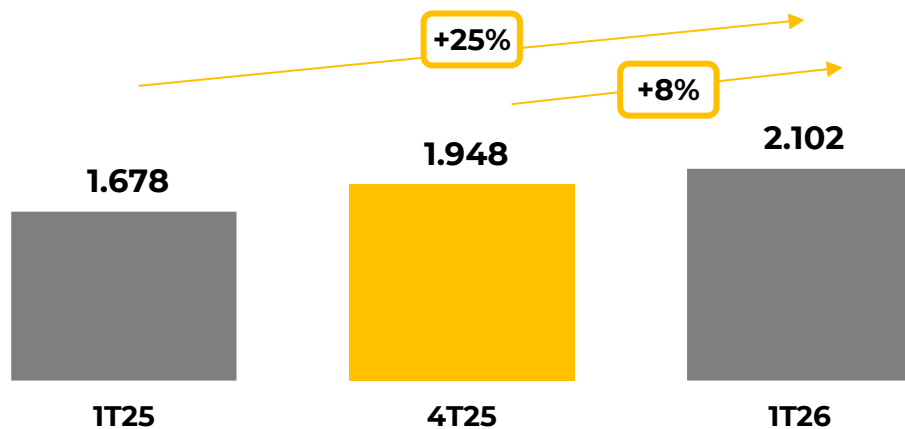
## CLIENTES EM ACADEMIAS

(# '000)



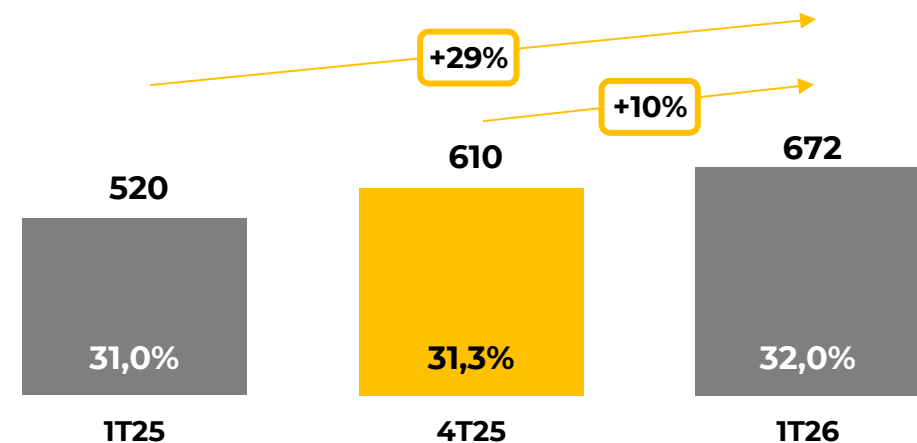
## RECEITA LÍQUIDA

(R\$ MM)



## EBITDA<sup>1</sup> E MARGEM

(R\$ MM e %)



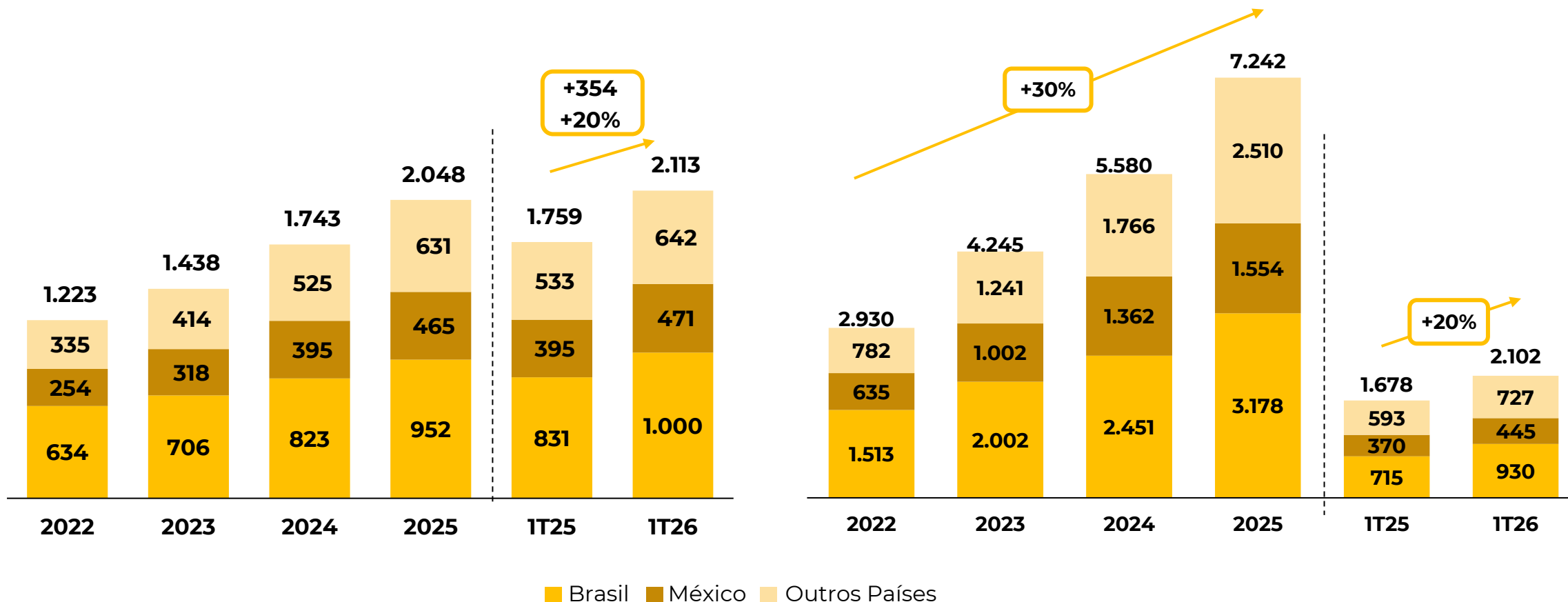
(1) Exclui impacto do IFRS 16;



# HISTÓRICO DE CRESCIMENTO COMPROVADO

## NÚMERO DE ACADEMIAS (#)

## RECEITA LÍQUIDA (R\$ MM)<sup>1</sup>

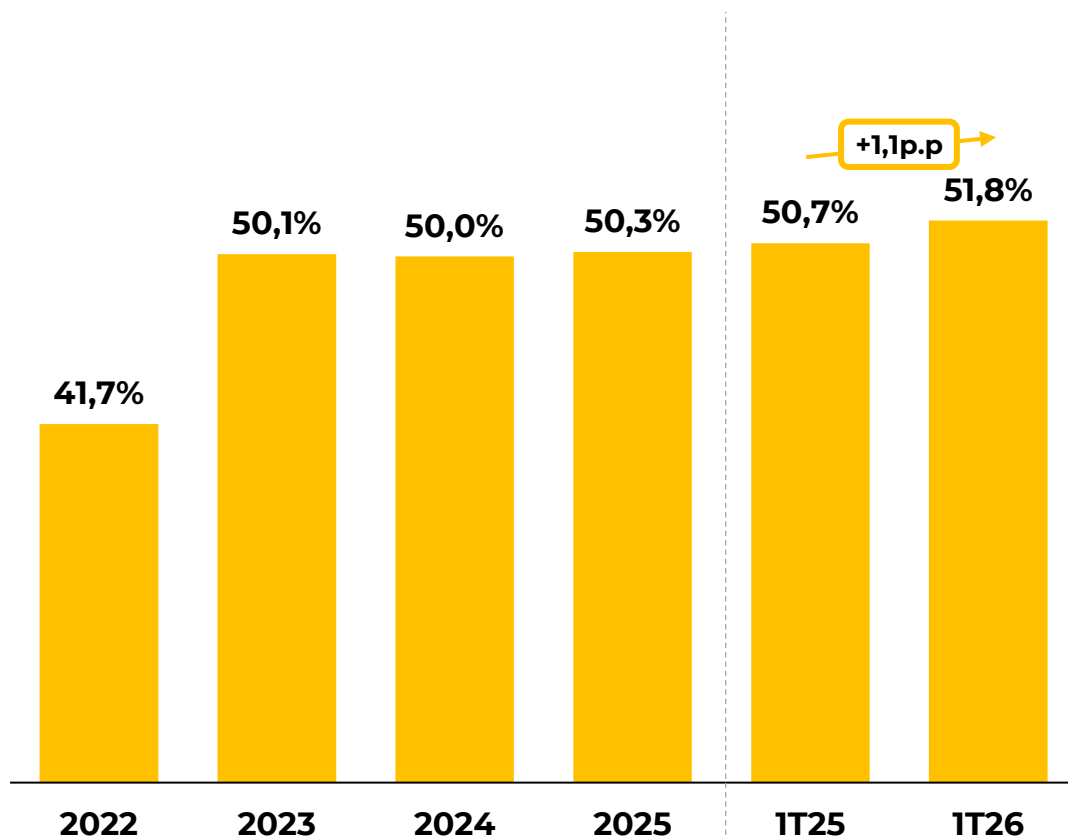


(1) As receitas provenientes dos agregadores do México são consolidadas nos resultados do Brasil, incorporando a FitMaster a partir do 2T25 e o TotalPass a partir do 1T26.

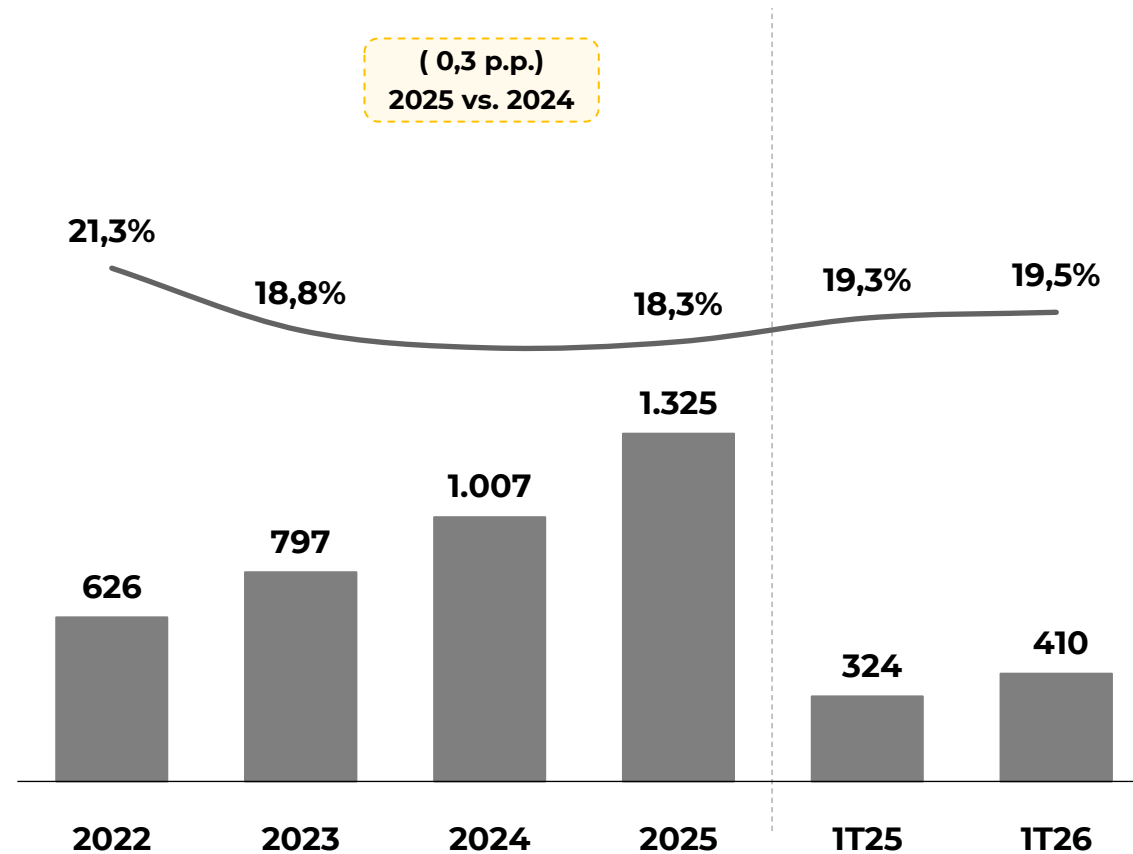


# ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO PARA AUMENTAR A EFICIÊNCIA

**MARGEM BRUTA CAIXA<sup>1</sup> (%)**



**DESPESAS E % DA RECEITA LÍQUIDA (R\$ MM & %)**



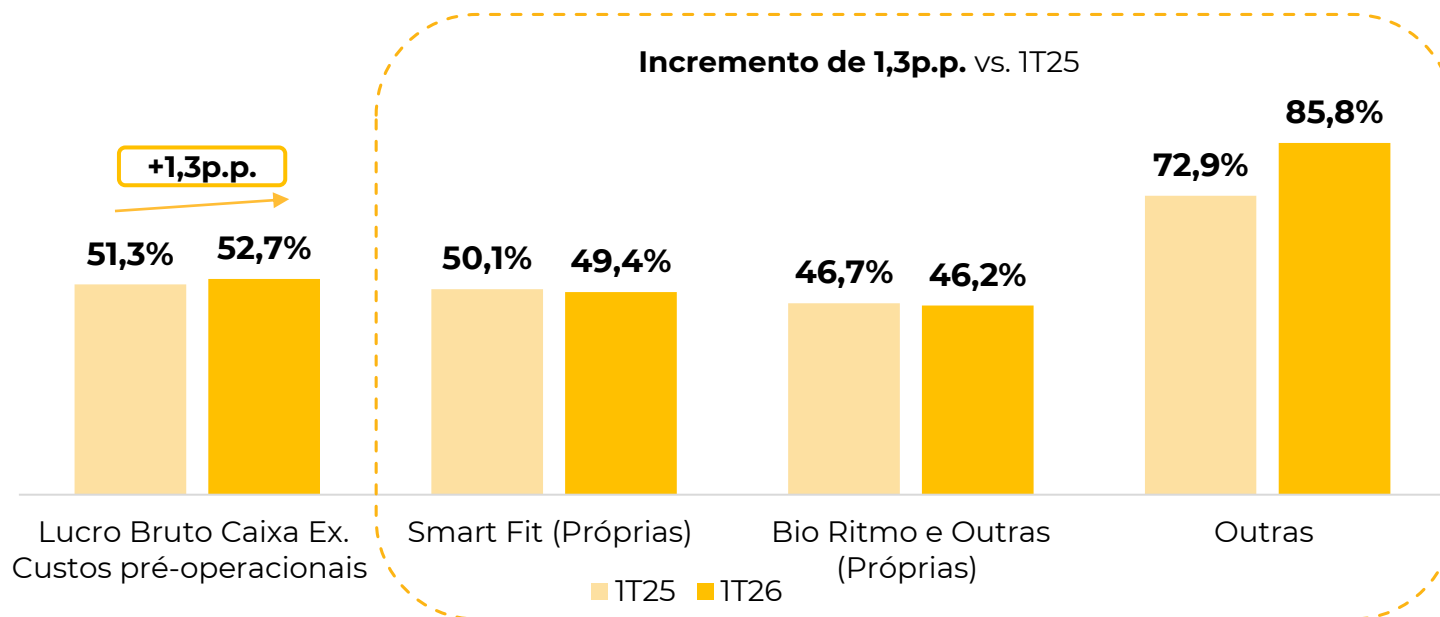
(1) Exclui impacto do IFRS 16



# MARGEM BRUTA CAIXA ANTES DOS CUSTOS PRÉ-OPERACIONAIS

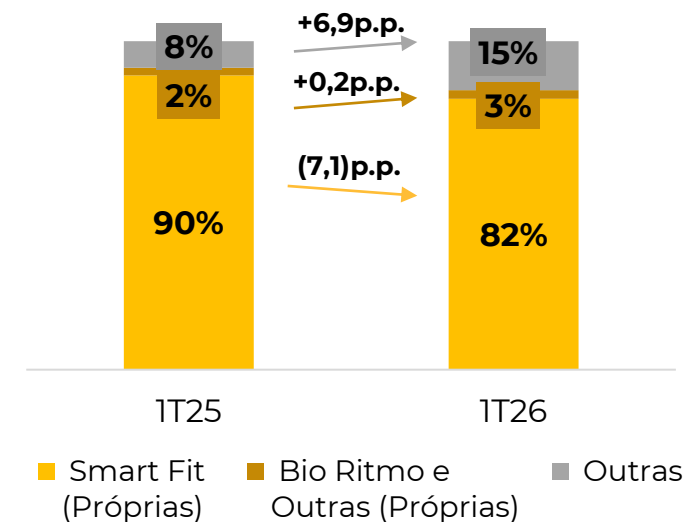
## BREAKDOWN MARGEM BRUTA CAIXA ANTES DOS CUSTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Por segmento | 1T26 vs. 1T25 (%)



## LUCRO BRUTO CAIXA ANTES DOS CUSTOS PRÉ-OP

Por Segmento (%) e variação vs. 1T25 (p.p.)

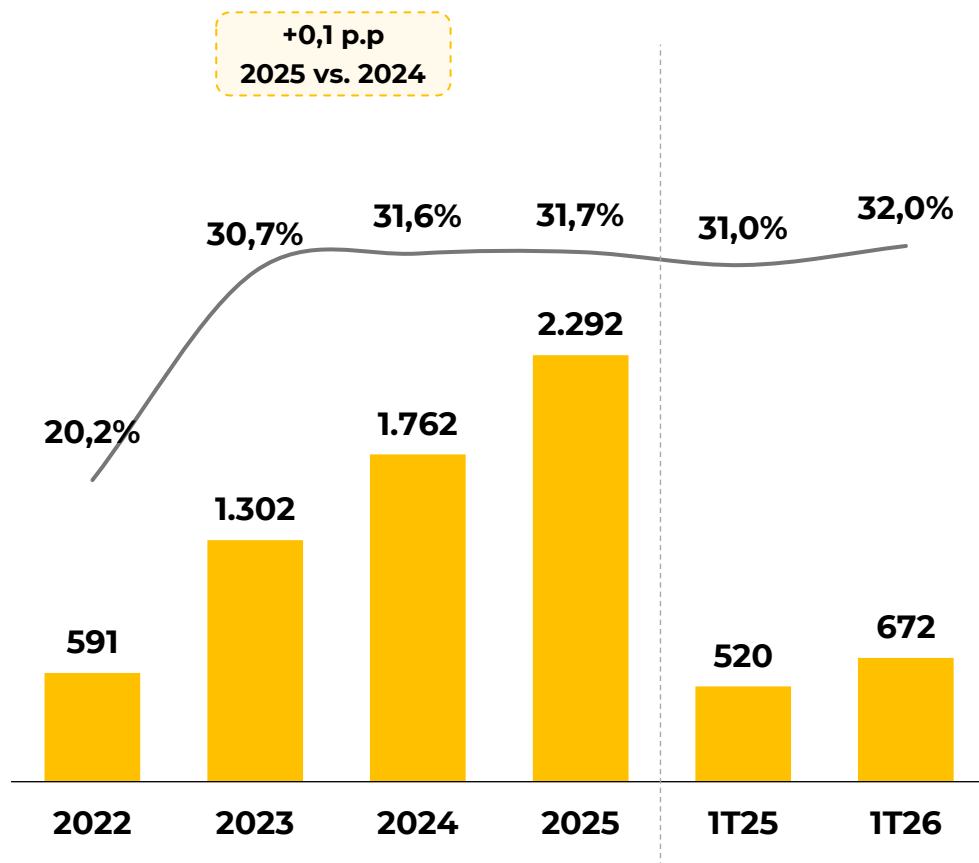


- No 1T26, a **margem bruta antes dos custos pré-operacionais da Companhia** expandiu **1,3p.p.** vs. 1T25, atingindo **52,7%**
- **Segmento “Outras”** manteve o patamar de margem superior aos demais segmentos da Companhia, encerrando o período em **85,8%** (vs. **70,7%** em 4T25).
- **Efeito positivo na margem bruta devido ao ganho de representatividade de “Outras”**, representando **15%** do lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais em **1T26** (vs. 8% em 1T25)

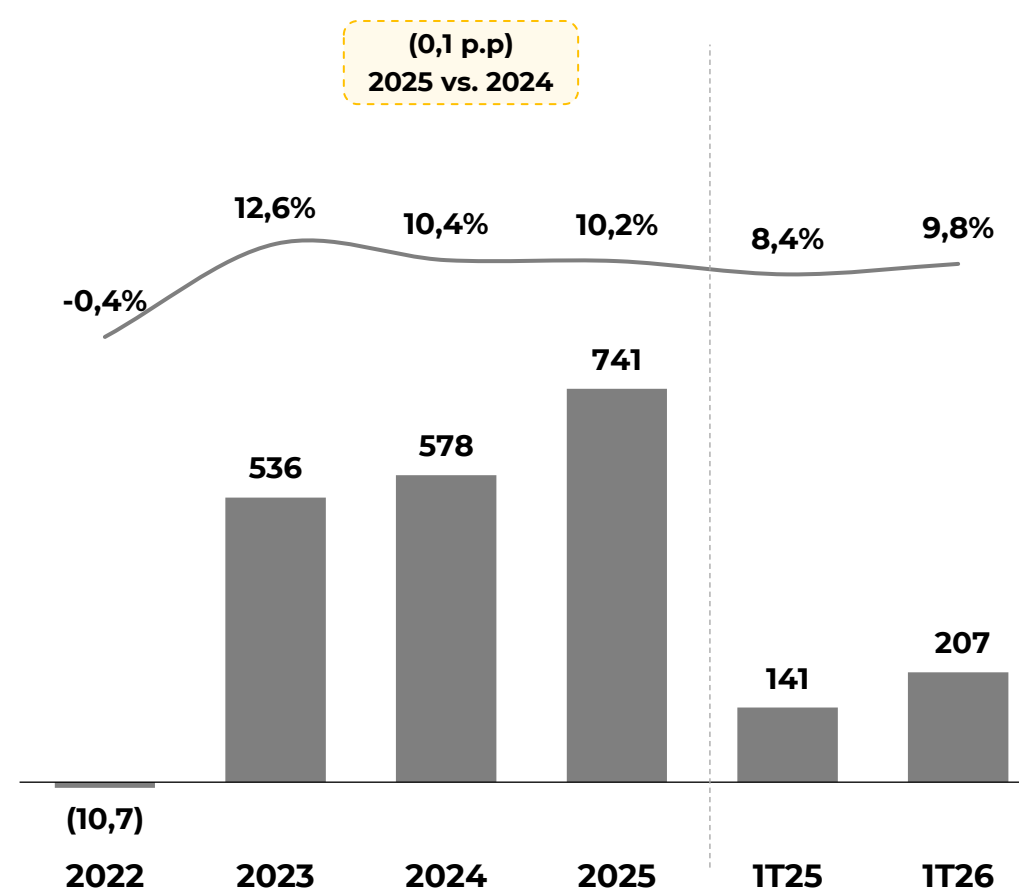


# EBITDA ACUMULADO DOS ÚLTIMOS 12 MESES ATINGINDO PATAMAR RECORDE DE R\$1,6 BI

**EBITDA AJ.<sup>1</sup> & MARGEM EBITDA AJ. (R\$ MM & %)**



**LUCRO LÍQUIDO & MARGEM LÍQUIDA RECORRENTES<sup>2</sup> (R\$ MM & %)**



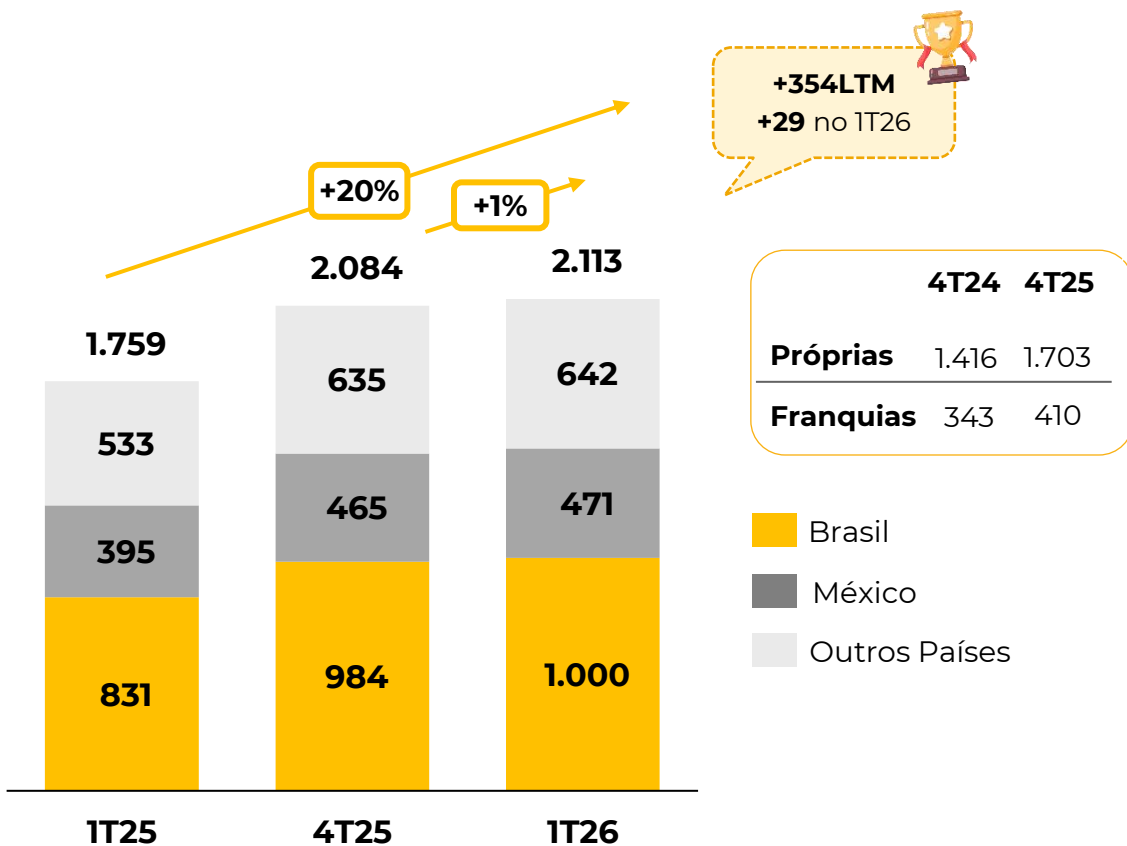
(1) Exclui o efeito positivo de R\$176,6 M auferido no 2T23 com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido a aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período  
 (2) "Lucro (prejuízo) Líquido Recorrente" exclui os impactos referentes à (i) reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica; e (ii) despesas financeiras não-recorrentes no 2T24 de R\$22,1 milhões após IR/CSLL relacionadas ao pré-pagamento da 6ª emissão de debêntures e de R\$5,3 M no 3T24 referentes ao pré-pagamento da 5ª emissão em conjunto com outras iniciativas de *liability management*.



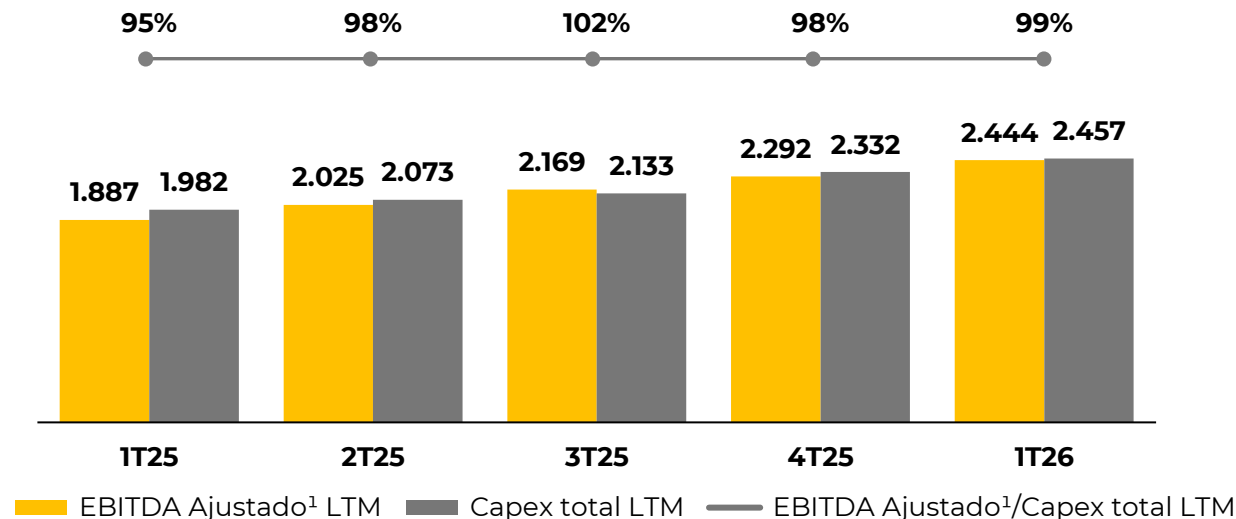
# DISCIPLINA PARA EXPANSÃO BASEADA EM RESULTADO

Adição de 354 academias nos últimos 12 meses, atingindo 2.113 unidades (+20% vs. 1T26)

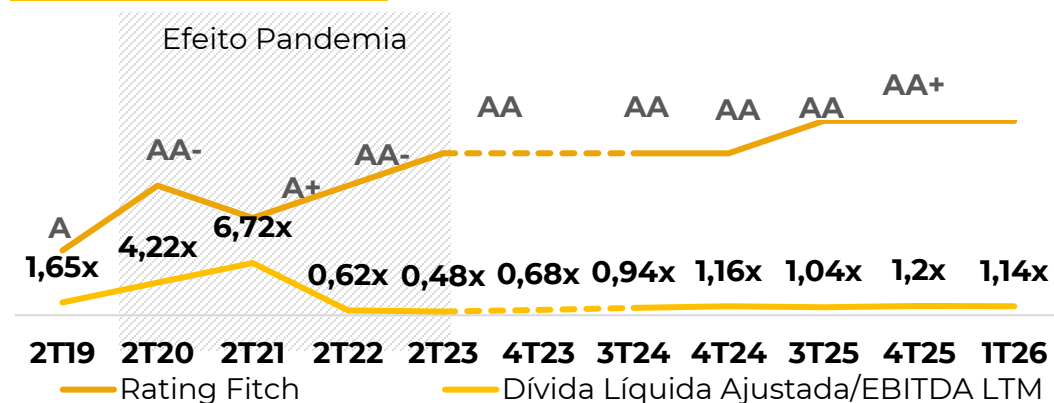
## EVOLUÇÃO NÚMERO DE ACADEMIAS



## EBITDA AJUSTADO<sup>1</sup> E CAPEX TOTAL LTM (R\$M)



## EVOLUÇÃO DO RATING E DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA/EBITDA LTM<sup>2</sup>



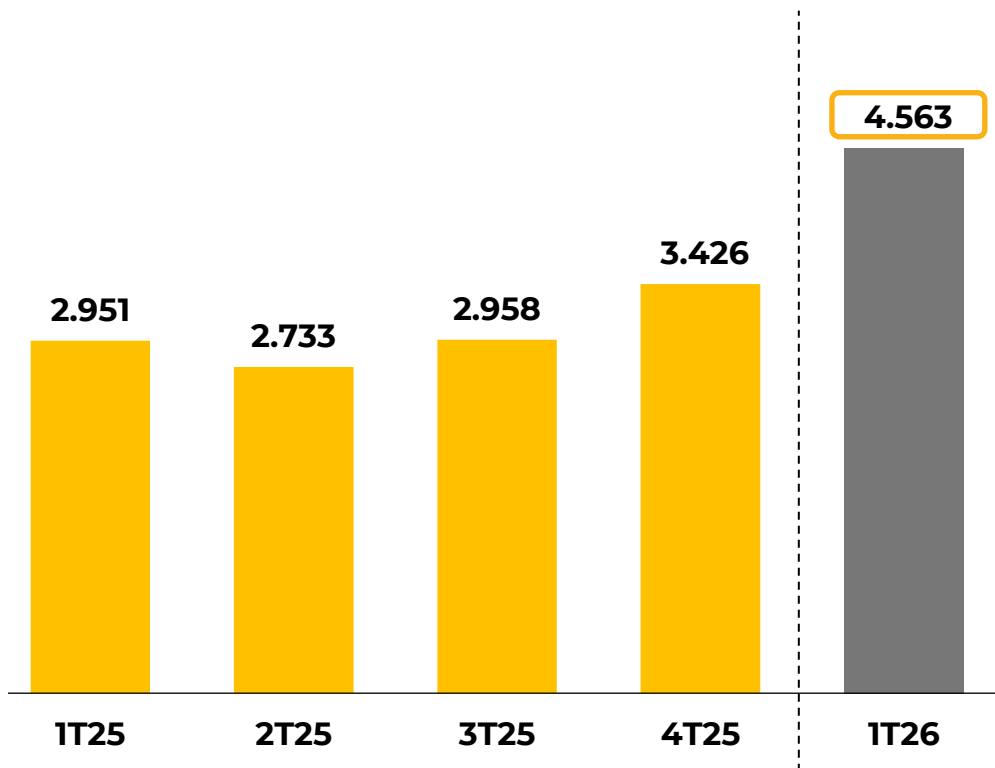
(1) Exclui (i) o impacto da IFRS 16 (ii) ganho de R\$ 176,6 milhões no 2T23 obtido com a reavaliação da participação de 50% existente no Panamá (2) O indicador "Dívida Líquida Ajustada/EBITDA LTM" utiliza a definição de dívida líquida e EBITDA das debêntures da Companhia; Documento Gerencial da Devedora indicando cálculo realizado com base em números auditados, disponíveis no site de RI.



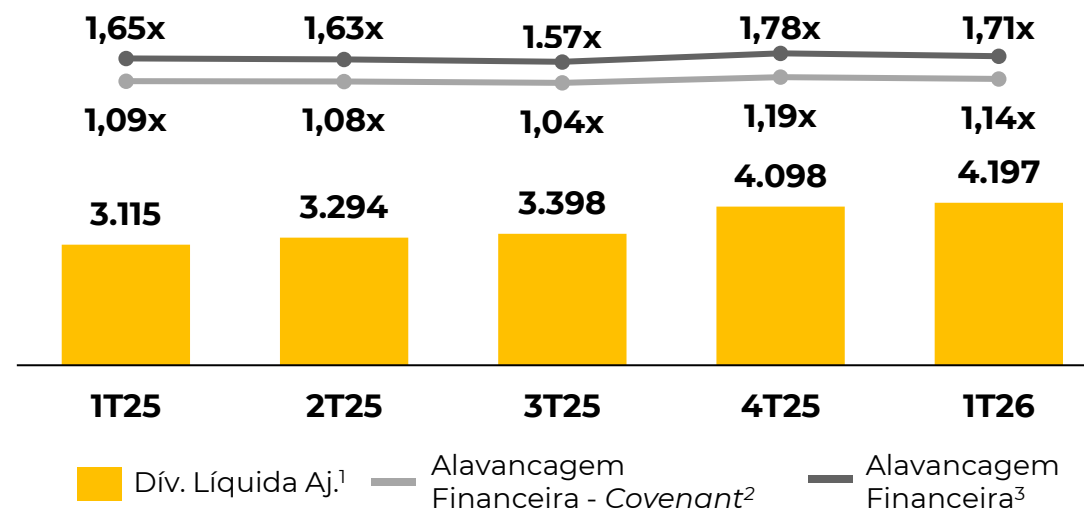
# SÓLIDA POSIÇÃO DE CAIXA DE R\$ 3,4 BI E PERFIL DE ENDIVIDAMENTO DE LONGO PRAZO

Posição financeira única no setor

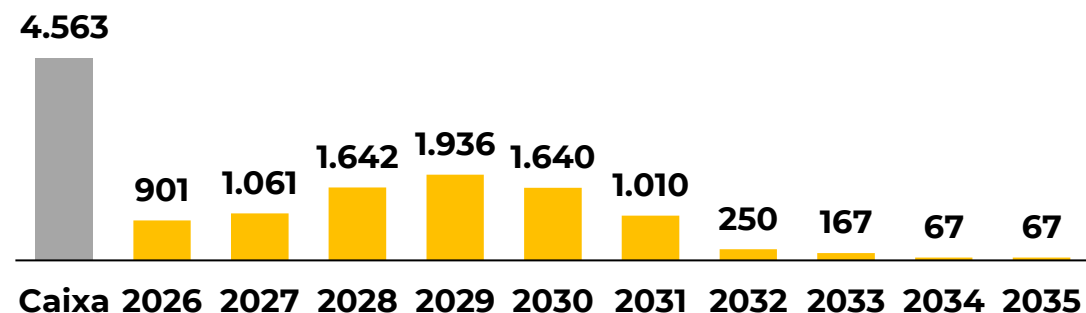
## POSIÇÃO DE CAIXA (R\$ M)



## DÍVIDA LÍQUIDA AJ. (R\$M) E ALAVANCAGEM FINANCEIRA



## FLUXO DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA BRUTA<sup>4</sup> (R\$M)



(1) "Dívida Líquida" utiliza a definição das debêntures da Companhia. Para mais detalhes, [vide escritura das debêntures](#);

(2) Indicador "Alavancagem Financeira - Covenant" considera o indicador "Dívida Líquida Ajustada" dividido pelo "EBITDA LTM", utilizando a definição de dívida líquida e EBITDA das debêntures da Companhia;

(3) Indicador "Alavancagem Financeira" considera o indicador "Dívida Líquida Ajustada", utilizando a definição das debêntures da Companhia, e o indicador "EBITDA LTM", desconsiderando os efeitos do IFRS16 em relação aos arrendamentos mercantis referentes a aluguel das academias e escritórios;

(4) "Dívida Bruta" considera empréstimos, financiamentos e arrendamento operacional (excluindo arrendamento de imóveis) com instituições financeiras, de curto e longo prazo ao final de março de 2026.

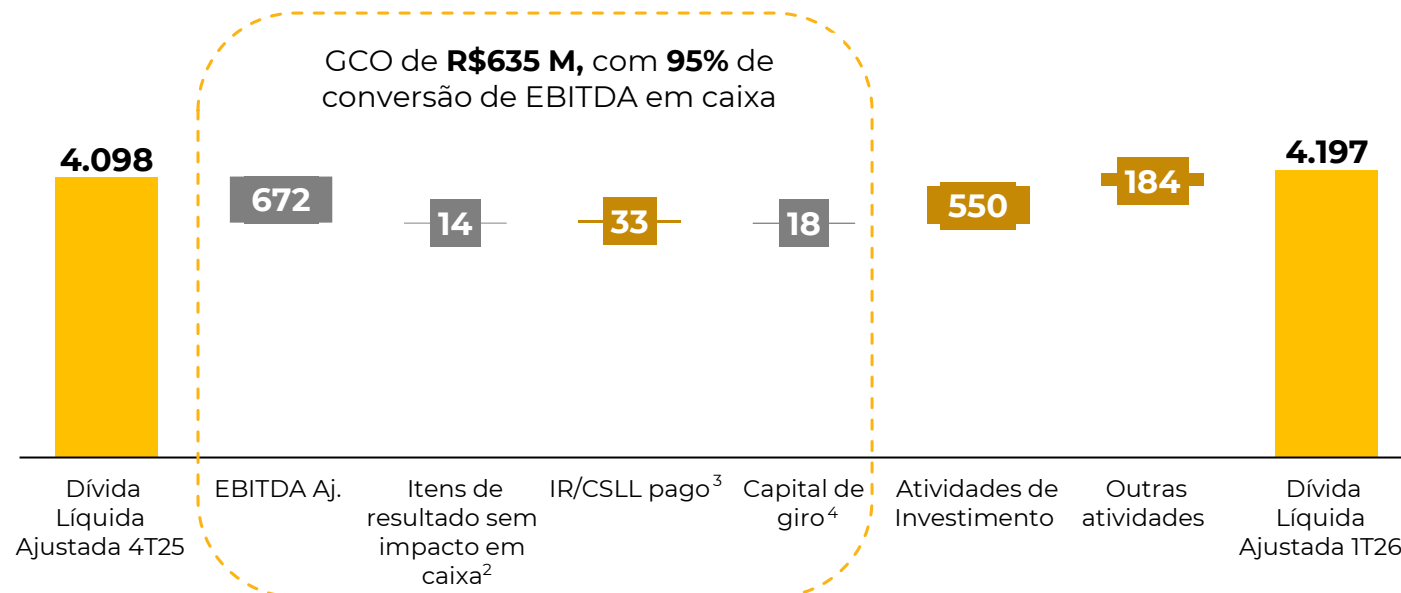


# VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA E CAPEX

Alta conversão de EBITDA em caixa operacional e estrutura de capital diversificada entre as geografias

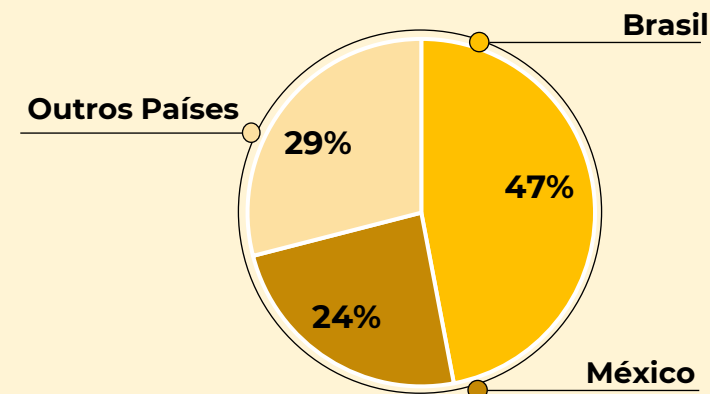
## VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA<sup>1</sup>

(R\$M)



## DÍVIDA LÍQUIDA POR REGIÃO

(%)



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

(1) "Dívida Líquida Ajustada" utiliza a definição das debêntures da Companhia. Para mais detalhes, [vide escritura das debêntures](#); (2) Inclui principalmente equivalência patrimonial, baixa de ativos, receita diferida e provisões; (3) Inclui impostos sobre vendas e serviços; (4) A partir do 1T25, a Companhia passou a usar as variações no capital de giro conforme a Demonstração de Fluxo de Caixa das demonstrações financeiras; (5) Não considera investimentos em cessão de direito de uso relacionado a compra de pontos comerciais.

04

**CRIAÇÃO DE VALOR**  
OPORTUNIDADES SIGNIFICATIVAS DE  
CRESCIMENTO



### INICIATIVAS AMBIENTAIS E PARCERIA PARA AMPLIAÇÃO DE ENERGIA RENOVÁVEL



**389 UNIDADES**

**+42% vs. 2T24**

**Com Sistema de Automação de Ar Condicionado**

Sendo 229 unidades no Brasil, 146 no México e 14 na Colômbia, com maior eficiência energética.



**257 UNIDADES**

**+34% vs. 2T24**

**Operando com Energia Renovável no Brasil**

44% da base de academias próprias (vs. 38% no 2T24), com redução dos custos por kWh utilizado.



**496 UNIDADES**

**+55% vs. 2T24**

**Monitoramento Online do Consumo de Água no Brasil e México**

Sendo 450 unidades no Brasil e 46 unidades no México. Redução de aproximadamente 2,2 mil m<sup>3</sup> e R\$ 131 mil mensais





# DESTAQUES ESG 1º SEMESTRE DE 2025 (2/2)

## Iniciativas do pilar social e governança



### **Campanha de Inverno Acolhedor**

Campanha do agasalho envolvendo nossas marcas e arrecadando mais de 7 toneladas de roupas.



### **Apoio às comunidades afetadas pelas chuvas - Colômbia**

Doação de água, alimentos e suprimentos para diversas famílias impactadas.



### **Campanha “Transformando vidas a través del movimiento” no México**

Desenvolver habilidades motoras e promover o trabalho em equipe por meio de atividades físicas para crianças em escolas (4.780 crianças beneficiadas)



### **“De vuelta a clases con Smart Fit” no Peru**

Entrega de kits escolares às crianças que vivem em região de vulnerabilidade social.



### **Parceria com Casa de la Mujer**

Doação de materiais utilizados no estande da Smart Fit no Lollapalooza Chile, para um espaço dedicado ao acolhimento e apoio a mulheres vítimas de violência.



## OPERAÇÃO COM INCLUSÃO

Lançamento do curso de Libras na Universidade Corporativa e realização do curso sobre a Língua de Sinais Chilena para 230 colaboradores.



## IFRS S1 E IFRS S2

Contratação de consultoria externa para projeto de diagnóstico de aderência às normas IFRS S1 (Sustentabilidade) e S2 (Fatores Climáticos), para definição dos próximos passos.

## DESTAQUES EM GOVERNANÇA

O **Relatório Anual 2024** foi publicado em conformidade com diretrizes da *GRI* e *SASB* e as informações contaram com verificação externa independente, realizada pela ABNT.

### **Compliance:**

Brasil - lançamento de novos treinamentos em formato de pílulas de conhecimento, voltado à atualização rápida e interativa.

Chile, Argentina, Uruguai e Paraguai - capacitação de 65 líderes e representantes regionais sobre o programa de compliance da Companhia.



# ESTAMOS CONFIANTES NO NOSSO FUTURO



MERCADO EM  
EXPANSÃO BENEFICIADO  
POR TENDÊNCIAS  
SECULARES



LÍDER ABSOLUTO NA  
REGIÃO COM ESCALA E  
RENTABILIDADE

HISTÓRICO DE EXECUÇÃO  
COMPROVADO COM  
EQUIPE DE GESTÃO  
EXPERIENTE



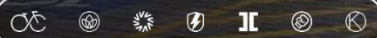
MÚLTIPLAS AVENIDAS  
DE CRESCIMENTO COM  
OPORTUNIDADES DE  
CONSOLIDAÇÃO DE  
MERCADO

**COMPANY  
PRESENTATION**  
May, 2026

BIO RITMO



BE



N STUDIOS

TOTALPASS

QUEIMA  
DIÁRIA



**1**

**SMART FIT GROUP ECOSYSTEM**

**2**

RECENT FINANCIAL AND OPERATIONAL HIGHLIGHTS

**3**

VALUE CREATION AND UNIT ECONOMICS

**4**

GOVERNANCE



# THE LARGEST LATIN AMERICA FITNESS GROUP<sup>1</sup>



**2,113**  
Clubs<sup>(2)</sup> **+20%**  
1Q26 vs. 1Q25

**5.6 MM**  
Members<sup>(3)</sup> **+6%**  
1Q26 vs. 1Q25

**467k**  
Digital Members<sup>(4)</sup>

PRESENT IN

**16 countries,**  
15 in Latin America



**Brazil:**  
1,000 clubs  
**+169 LTM (+20%)**

**Mexico**  
471 clubs  
**+76 LTM (+19%)**

**Other Countries<sup>(6):</sup>**  
642 clubs  
**+109 LTM (+20%)**

**+354 clubs**  
1Q26 LTM

NET REVENUE (1Q26 LTM)

**R\$ 7.7 bn** **21%** CAGR  
2019-1Q26 LTM

EBITDA (1Q26 LTM) <sup>(5)</sup>

**R\$ 2.5 bn** **32%** EBITDA  
Margin

As of March 31, 2026

(1) According to data from the Health & Fitness Association, released in 2025, with a 2024 reference date ("HFA"); (2) Includes franchises and excludes studios; (3) Gym members; (4) Considers exclusively digital customers; (5) Excludes the impact of IFRS 16; (6) "Other Countries" includes operations in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru, Uruguay, El Salvador, Ecuador, Guatemala, the Dominican Republic, Honduras, and Morocco.



# HISTORY MARKED BY OUR ABILITY TO ADAPT



**B I O**  
**R I T M O**  
ACADEMIA

**1996**



Design experience

Benchmarking changes  
Smaller clubs in primary zones

**1997**

**1999**



TOWN SPORTS INTERNATIONAL  
(200 Clubs)



Fitness First  
(500 Clubs)

Metanoia  
Flat Organizational Structure  
Focus on customer  
Staff engagement  
Bio Ritmo growth

**2003**

GALLUP

REX  
Roundtables

**2008**



**2009**

Add Group Fitness

Smart Fit  
Latin America

**2011 / 2012**



**TOTAL PASS**

**2016**

Smart Fit 2.0  
Launch Smart Fit App



**2017**

Studios

New Investment Round  
+195 Clubs Opened

**2019**

Total Pass new phase  
as a business unit

**TOTAL PASS**

**QUEIMADIÁRIA**

**2020**

IPO

**2021**



Post-pandemic recovery  
and expansion

Smart Fit reaches  
4.5 MM members

**2023**



**VELOCITY**

**2024**

Market consolidation  
and more than 5MM  
members

Smart Fit brand  
surpasses 2,000 units  
and expands into a  
new continent

**2025**



**"THE  
WINNER  
TAKES IT  
ALL"**



# SMART FIT GROUP: A STRONG AND UNIQUE BRAND PORTFOLIO smart fit

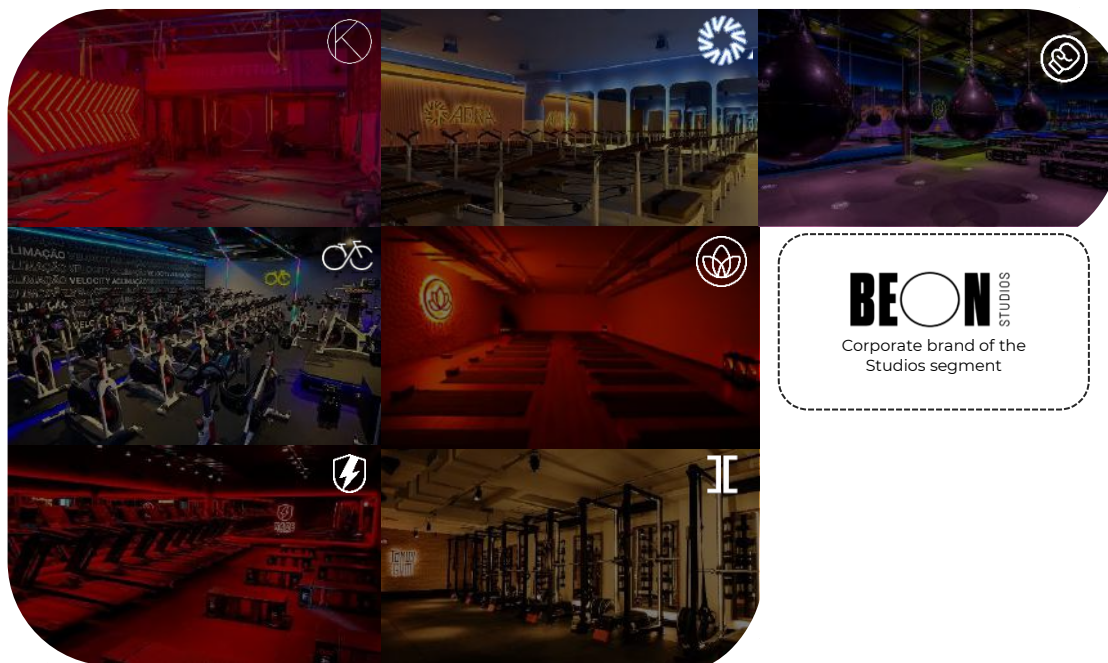
Brands that connect people, technology and purpose, transforming the way people engage with fitness



## CLUBS



## STUDIOS



**BEON** STUDIOS  
Corporate brand of the Studios segment

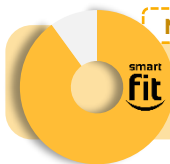
## AGGREGATOR



**TP's STRATEGIC ROLE**  
TotalPass reinforces the Group's value proposition.



### NET REVENUE BREAKDOWN



**SMART FIT-OWNED CLUBS ACCOUNT FOR 89% OF THE GROUP'S NET REVENUE IN 2025 (vs. 91% in 2024)**

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



# SOLID SECULAR TRENDS IN LATIN AMERICA

High demand and growth potential for fitness services

## KEY FINDINGS OF HFA'S "2024 LATAM FITNESS CONSUMER SURVEY"

**78%**

of the respondents exercise multiple times a month, and **61%** exercise several times a week

**53%**

of **non-members**<sup>1</sup> intend to join a club within the next 12 months



### PILLARS OF A WEEKLY ROUTINE

✓ **STRENGTH TRAINING**

✓ HEALTHY SLEEP HABITS

✓ NUTRITION

### MAIN BENEFITS OF A MORE ACTIVE LIFESTYLE

✓ Physical wellness

✓ Stress reduction

✓ Prevention of diseases

✓ Energy boost

✓ Healthy aging

Source: Health & Fitness Association (HFA); Key Findings from the "2024 LatAm Fitness Consumer Survey";

(1) Considers respondents who are physically active in major Latin American metro areas who were never members of a health or fitness organization or facility



# SMART FIT: A REMARKABLE YEAR FOR THE BRAND



2025 was marked by a new record of openings, the beginning of operations in a new continent, and the acceleration of growth in strategic markets



## Brand with 2,048 clubs in 2025

of which 952 are in Brazil, 465 in Mexico and 631 in Other Countries



## Accelerated expansion

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



## Branding

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



## Evolution of the product

Continued expansion and modernization of equipment and products



## Customer experience

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



## Growth opportunity

Highly scalable model, with extensive whitespace.

## ACCELERATED GROWTH WITH IMPROVED PROFITABILITY

1<sup>st</sup>

CLUB NETWORK TO REACH MORE THAN 2,000 CLUBS IN LATIN AMERICA IN 2025

### PRESENCE IN 16 COUNTRIES

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



SMART FIT: Brazil (Goiás)



SMART FIT: Morocco (Casablanca)

+0.6p.p.

CASH GROSS MARGIN EXPANSION EX-PRE-OPERATING COSTS<sup>1</sup> IN 2025 VS. 2024

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



# BIO RITMO: NEW STRATEGIC CYCLE IN 2025



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



## Brand with 34 units in 2025

Including 28 owned clubs and 6 franchises



## Accelerated expansion

6 gross openings, including entry into Chile and Peru



## Branding

Brand repositioning, expanding customer experience and increasing community engagement



## Product redesign

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



## Customer experience

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



## Growth opportunity

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



BRAZIL: Rio de Janeiro



BRAZIL: São Paulo

## BRAND AWARENESS

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



## BRAND EXPERIENCE

Experiences **inside and outside the clubs**



Brand Experience Event - Copacabana Palace

Wellness Morning - Villa-Lobos Park

New Year's Event - Carneiros



# THE WORLD'S 3<sup>rd</sup> LARGEST<sup>1</sup> NETWORK

Undisputed leadership in LatAm with solid secular trends

## GROWING DEMAND FOR FITNESS AND WELL-BEING SERVICES



The **demand for fitness services** in Mexico is expected to grow **5x over the next 10 years**.



**82%** of US consumers consider **well-being to be a top priority**.

## DRIVEN BY THE SEGMENTS OF HIGH-VALUE/LOW-PRICE AND STUDIOS



The expansion in Brazil is largely driven by **high-value & low-price networks**.



For the future, **high-value & low-price, and studios** segments are expected to lead the LatAm market.

**The Smart Fit Group is well-positioned to continue growing and seizing the solid fitness market opportunities**

### 2024 GLOBAL RANKING

		# owned clubs <sup>1</sup>
#1	Player 1	1,782
#2	Player 2	1,575
<b>#3</b>	<b>smart fit</b>	<b>1,407</b>

**#3 network of owned clubs in the world**

### 2024 LATIN AMERICA RANKING

		# clubs
<b>#1</b>	<b>smart fit</b>	<b>1,743</b>
#2	Player 2	180
#3	Player 3	160

**#1 network in Latin America 10x bigger vs. #2**

Source: Health & Fitness Association ("HFA"), published in 2025 and 2024, with reference dates of 2024 and 2023.  
(1) Considers only the owned gym base. Excludes units in the studios segment and other fitness and wellness modalities.

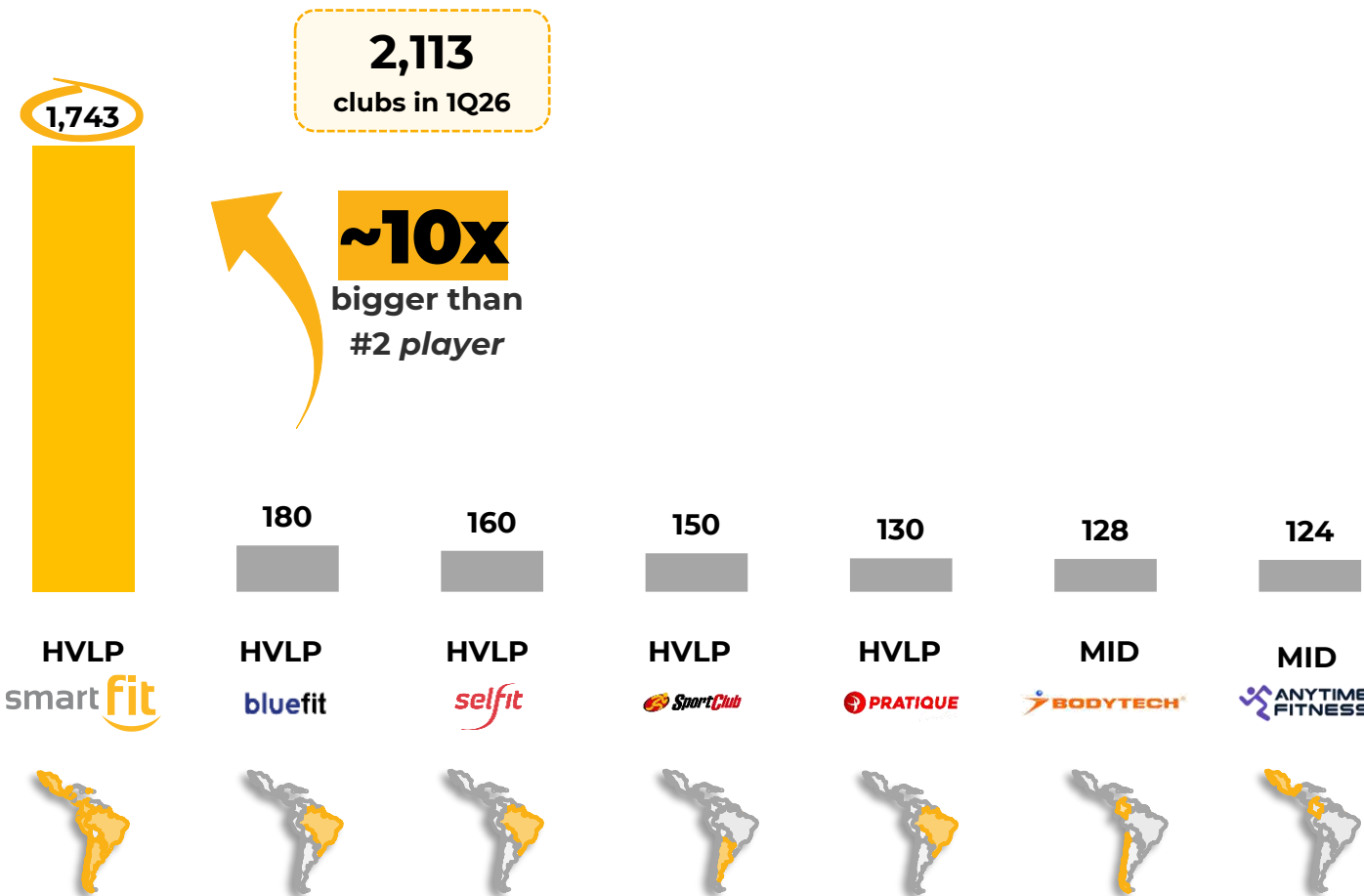


# THE WINNER TAKES IT ALL

Smart Fit is the undisputed largest gym operator in LatAm, being ~10x bigger than the second player

## MAIN GYM BRANDS IN LATIN AMERICA<sup>1,2</sup>

(number of clubs in 2024)

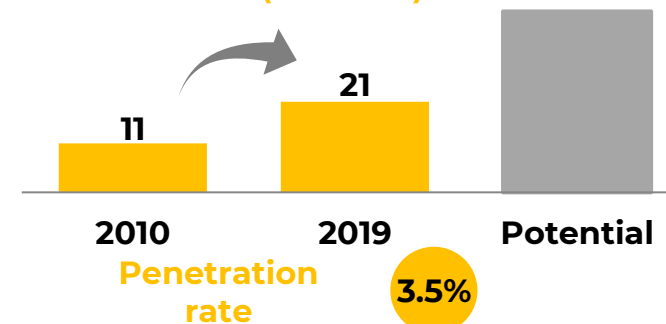


## FAST GROWING INDUSTRY...

### LATIN AMERICA MARKET FITNESS<sup>3</sup>

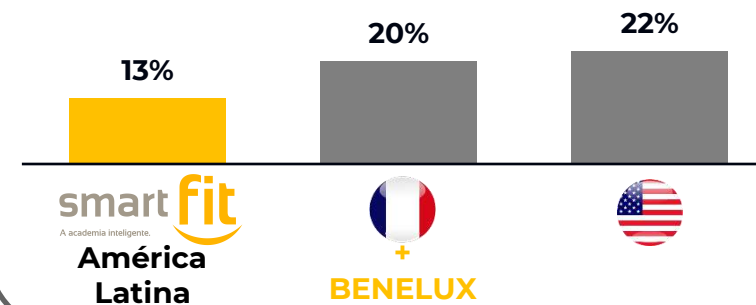
Number of members (M)

CAGR (2010-2019): ~7%



## WITH POTENTIAL FOR CONSOLIDATION

### 2019 LEADER MARKET SHARE IN SELECTED MARKETS<sup>3</sup>



Source: HFA Global Report (formerly IHRSA) - 2011, 2015, 2020, 2022, 2023, 2024 and 2025

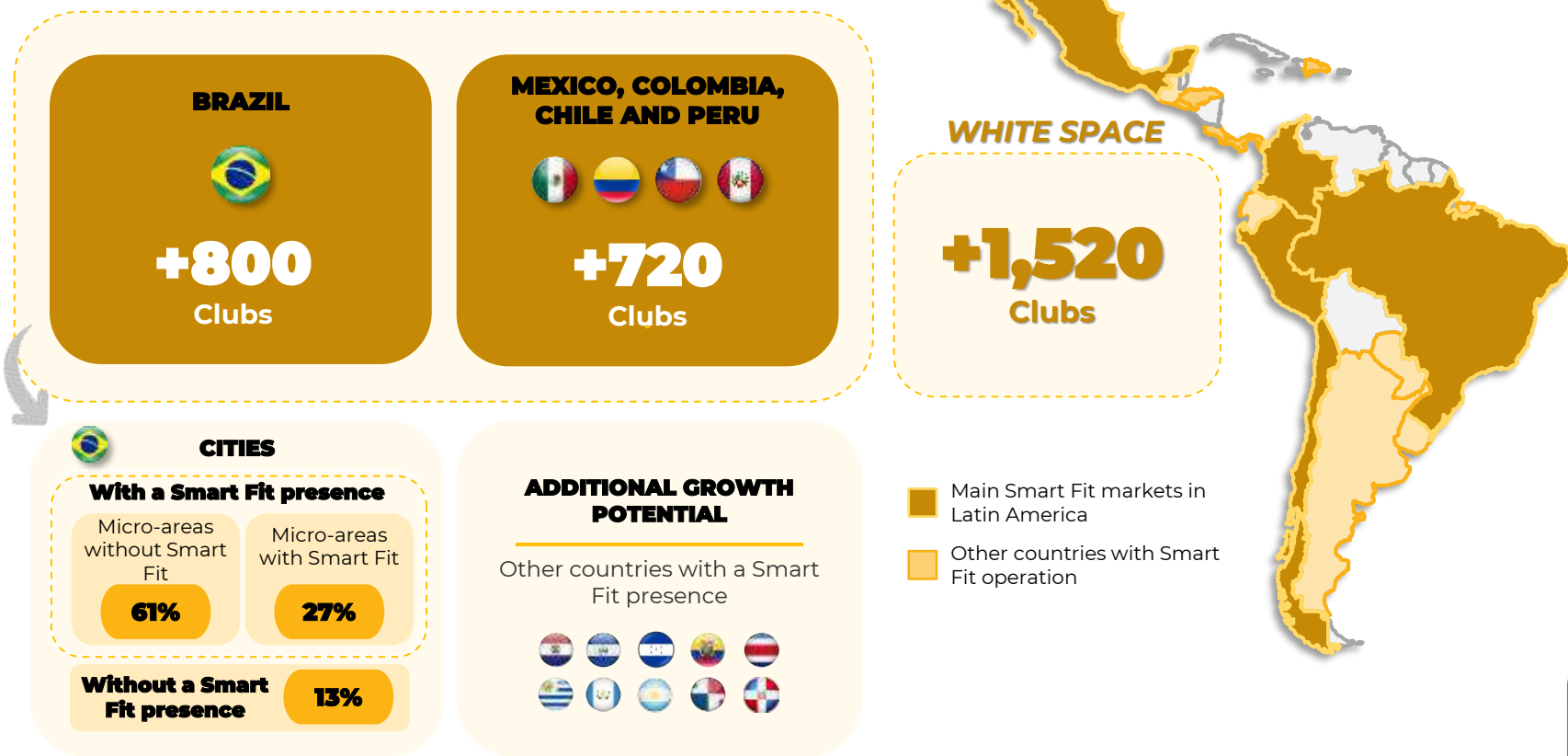
(1) Based on data from the HFA Global Report 2025; (2) HVLP (High Value / Low Price); H-E (High-End); MID (Mid-Market); (3) Source: IHRSA Global Report 2020.



# SIGNIFICANT GROWTH POTENTIAL

An update of external study reinforces the growth opportunity in Latin America

## WHITE SPACE CASE STUDY



### CONTEXT/OBJECTIVE

Update of study with external consultancy to estimate the white space in Brazil and Latin America

### METHODOLOGY

Artificial Intelligence (AI) predictive model based on internal data, competitive environment, and market variables by micro-area

Source: The study was carried out with an external consulting firm in April 2025. Company's internal data.

1. Consider Smart Fit clubs in Brazil, Mexico, Chile, and Peru. Considering the total number of Smart Fit clubs, the Company ended 2Q25 with 1,783 units.



# STUDIOS: CONSOLIDATION OF BRANDS AND STRONG GROWTH smart fit

Asset-light operating model with unique competitive advantages



## Brand with 180 units and 270 rooms in 2025

Including 154 franchises and 26 owned clubs



## Accelerated expansion

45 new units in 2025, adding more than 90 rooms, mostly through franchising



## Branding

Consolidation of the 7 brands into their respective modalities



## Product redesign

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



## Customer experience

Enhancing fluidity of the member journey and overall experience



## Growth opportunity

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

## INTEGRATION FOLLOWING VELOCITY'S ACQUISITION

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



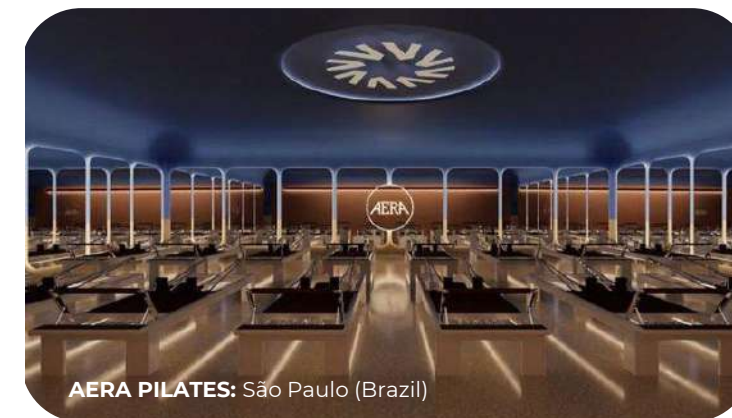
## BRAND EXPERIENCE

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



Race Run Club

Vidya Sessions



AERA PILATES: São Paulo (Brazil)

## BEON LAUNCH IN 2026

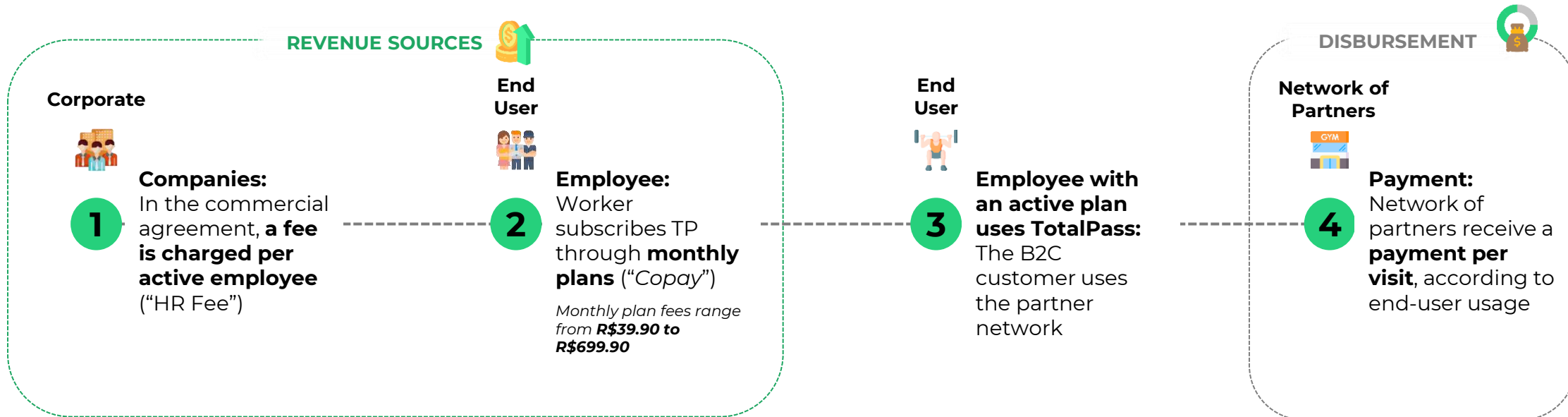
BEON, the corporate brand for Studios, was created to enhance integration between brands and improve the customer journey





# TOTALPASS CONTRIBUTES TO AN INTEGRATED BRAND STRATEGY smart fit

Asset-light B2B2C business model



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



# SOLID PERFORMANCE OF TOTALPASS IN 1Q26

## Significant market share gains in Brazil and continued leadership in Mexico, surpassing the 2 million end-user mark



TOTALPASS IN NUMBERS IN THE **BRAZILIAN**<sup>1</sup> MARKET

### MARKET SHARE OF USERS

Sensor Tower: Monthly Active Users

### SHARE OF DOWNLOADS

Sensor Tower: App store downloads



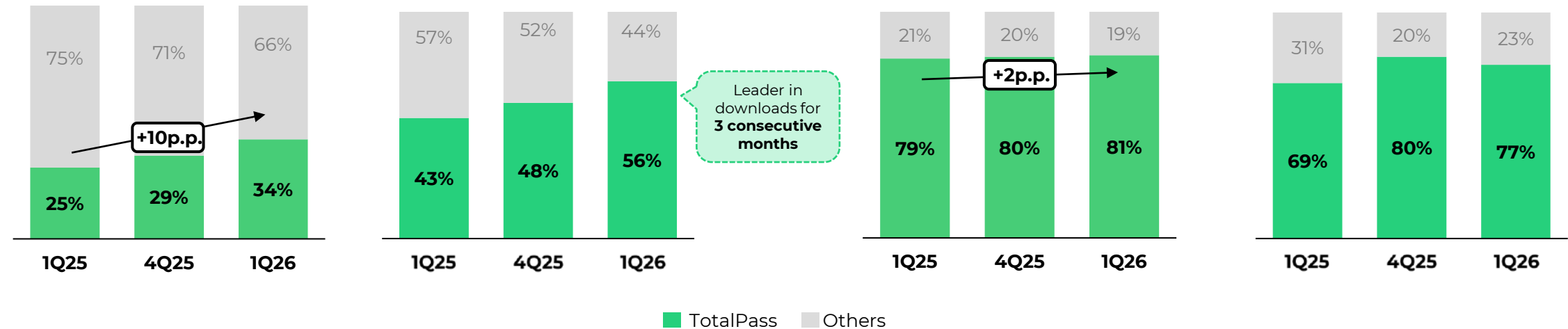
TOTALPASS IN NUMBERS IN THE **MEXICAN**<sup>1</sup> MARKET

### MARKET SHARE OF USERS

Sensor Tower: Monthly Active Users

### SHARE OF DOWNLOADS

Sensor Tower: App store downloads



### CLIENT BASE B2C<sup>2</sup>

**2.1M**

End users  
(+25% vs. 4Q25)

### GROWTH DRIVERS

- ✓ Investment in branding
- ✓ Acquisition of **new contracts with HR departments**
- ✓ Increased **perception of the benefit's value by employees**

### TOTALPASS IN THE SMART FIT GROUP

In the consolidated results, the "Others"<sup>3</sup> line accounted for **9% of net revenue and 15% of cash gross profit** (vs. 6% and 8% in 1Q25, respectively), mainly driven by **TotalPass Brazil**

(1) 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. Additionally, data are considered as of the end of the period; (2) Company proprietary data, based on paying users; (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.



# KEY PILLARS OF OUR UNIQUE BUSINESS MODEL

**DOMINANT PLAYER  
IN THE REGION**



**Top of mind player** with **leadership** in number of members and clubs<sup>1</sup> In Latin America

**~2.1 K**  
clubs  
(~10x bigger than the #2 player<sup>1</sup>)

**WINNER TAKES IT ALL**



**Market consolidation** opportunities in the **16 operating countries**, with diligent expansion focused on profitability

**+5.6 MM**  
Members in clubs  
(+329 K LTM)

**PROVEN AND RESILIENT  
BUSINESS MODEL**



**Recurring and predictable** revenue stream in an **expanding market**, driven by secular trends

**+354**  
Clubs added  
LTM

**UNIQUE VALUE  
PROPOSITION**



**Competitive portfolio of plans**, combining recurrence through the **subscription** model with **attractive pricing and a unique coverage**

**70%**  
Black Card  
members<sup>2</sup>

**PROVEN EXECUTION TRACK-  
RECORD WITH SEASONED  
MANAGEMENT TEAM**



Consistently delivering a **high-growth** business model with a **customer-centric** culture and a strong level of returns

**74**  
NPS

**SOLID PROFITABILITY AND  
CAPITAL STRUCTURE**



Strong financial track record combining high growth, attractive **unit economics**, and a **solid capital** structure

**R\$4.6 BN**  
Cash  
position

As of March 31, 2026

(1) Source: Health & Fitness Association, 2025, data-base of 2024 ("HFA")

(2) Considers Smart Fit owned clubs member base



**1**

SMART FIT GROUP ECOSYSTEM

**2**

RECENT FINANCIAL AND OPERATIONAL HIGHLIGHTS

**3**

VALUE CREATION AND UNIT ECONOMICS

**4**

GOVERNANCE



# SMART FIT GROUP: 1Q26 HIGHLIGHTS



Continued brand strengthening and evolution of the Company's ecosystem

## CLUBS



- **Average ticket growth** across all operating regions;
- **Mature<sup>1</sup> club** margins remained **at consistent levels**;
- **Strong performance of the 2024 Vintage Units**, with cash gross profit and margin above mature units;
- **Operational leverage** in expenses, optimizing investments

## BIO RITMO

- **Largest quarterly addition in history**, with 5 openings during the period;
- Openings in **capital cities and regions with high per capita income in Brazil**;
- Higher investments in activations, increasing **brand awareness**;

## STUDIOS



- **Expansion of 90 studios rooms** over the last 12 months;
- The brands **Vidya, Velocity, Aera Pilates, and Tonus** accounted for 90% of the studio rooms expansion;
- The network reached a total of **299 studios rooms** at the end of 1Q26;

## AGGREGATOR

### TOTALPASS

- **10p.p. market share gain** in Brazil over the last year, driven by brand strengthening and product evolution;
- **Leadership in downloads** within the aggregator category in Brazil and Mexico throughout the quarter;
- **Continuous innovation**, with a **pioneering extra check-in** offer for selected members.

**ADVANCES ACROSS THE KEY BRANDS OF THE ECOSYSTEM, CONSOLIDATING THE GROUP AS THE LEADING FITNESS & WELLNESS PLATFORM IN ITS OPERATING REGIONS**

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

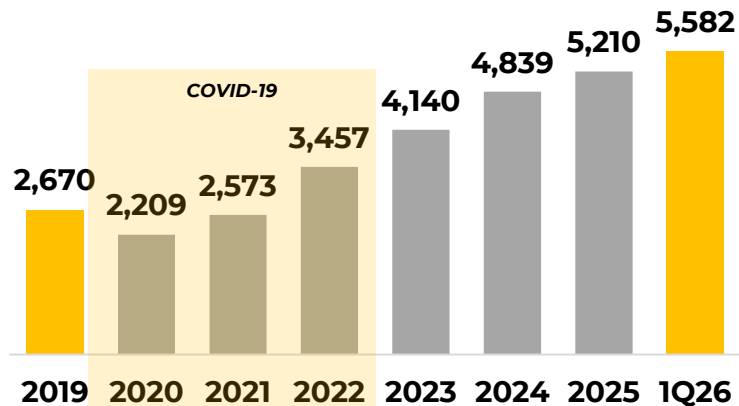


# HIGH GROWTH WITH SOLID PROFITABILITY

## MEMBER BASE IN CLUBS ('000)

Delta vs. 2019 / CAGR 2019-2026 (%)

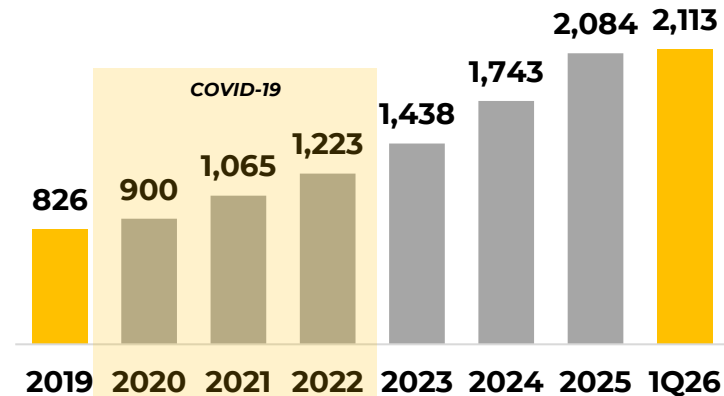
**+2.1X**  
12%



## CLUBS

Delta vs. 2019 / CAGR 2019-2026 (%)

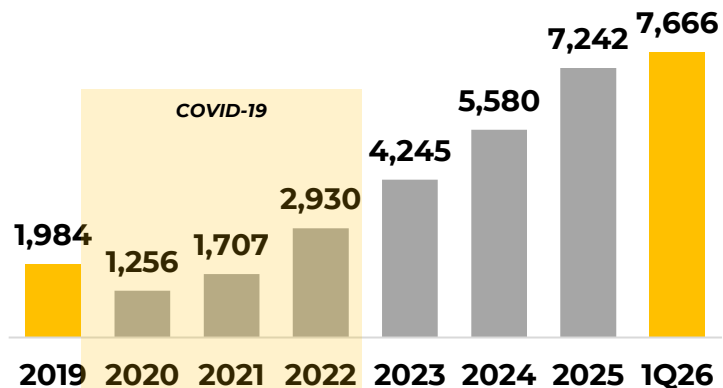
**+2.6X**  
14%



## NET REVENUE (R\$M)

Delta vs. 2019 / CAGR 2019-2026 LTM (%)

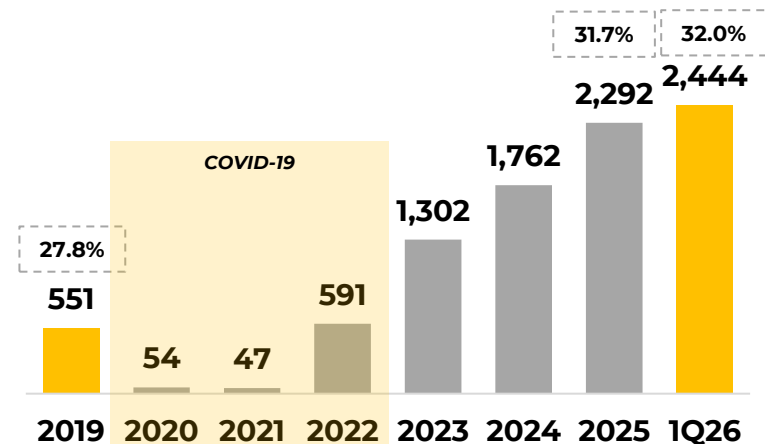
**+3.9X**  
21%



## Adj. EBITDA <sup>(1,2)</sup> (R\$M) and Margin

Delta vs. 2019 / CAGR 2019-2026 LTM (%)

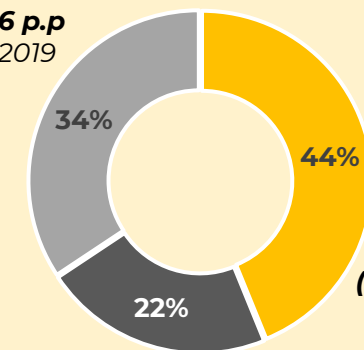
**+4.4X**  
24%



## BREAKDOWN OF REVENUE BY GEOGRAPHY (%)

1Q26 LTM

+13.6 p.p  
vs. 2019



(13.7 p.p.)  
vs. 2019

+0.05 p.p  
vs. 2019

■ Brazil ■ Mexico ■ Other Countries

## DIVERSIFIED EXPANSION

Consolidating our leadership in the fitness sector in Latin America across the **16 operating geographies**

(1) Excludes impact of IFRS 16; (2) Excludes gain of R\$ 176.6 million in the 2Q23 obtained from the revaluation of the existing 50% stake in Panama and "Adjusted EBITDA" excludes the extraordinary impact from the non-recurring revenue of R\$ 10.7 M recognized in 4Q25, related to the remeasurement of the stake held in FitMaster.



# RECORD EXPANSION IN 2025, MAINTAINING PACE INTO 2026



The solid expansion reinforces the consistency of the strategy and execution

## 2025 MARKS ANOTHER YEAR OF STRONG CLUB EXPANSION



RECORD EXPANSION IN 2025

GUIDANCE 2025



**341** clubs added, +12% vs. 2024



CLUB NETWORK DOUBLED SINCE 2021

**18%** CAGR<sup>21-25</sup>, one of the highest globally

### Expansion by region: Network at the end of 2025

Brazil



**+161 (+20%)**  
984 clubs

Other Countries



**+110 (+21%)**  
635 clubs

Mexico



**+70 (+18%)**  
465 clubs

**2,084**

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



### 2025 expansion increased the Company's reach

**79**

Cities with **5 or more Smart Fit Clubs**

**+80**

**New municipalities**, totaling presence in more than 550 cities

**35%**

of additions in **cities with more than 1 million inhabitants**, accounting for 49% of the club base

## 2026 GUIDANCE<sup>1</sup>

OUTLOOK FOR CONTINUED STRONG EXPANSION

**330 – 350**  
Clubs

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

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



SMART FIT: Argentina (Rosario)



SMART FIT: Mexico (Cabo San Lucas)



BIO RITMO: Brazil (Rio de Janeiro)



NATION: Brazil (São Paulo)

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



**1**

SMART FIT GROUP ECOSYSTEM

**2**

RECENT FINANCIAL AND OPERATIONAL HIGHLIGHTS

**3**

**VALUE CREATION AND UNIT ECONOMICS**

**4**

GOVERNANCE



# SMART FIT: ABSOLUTE LEADERSHIP IN LATIN AMERICA



Highly scalable model with broad regional presence and flexibility for capital allocation

## PILLARS FOR CONSOLIDATING LEADERSHIP IN THE REGION



**BUSINESS MODEL WITH ROBUST AND SCALABLE UNIT ECONOMICS**

**UNIQUE VALUE PROPOSITION WITH A SOLID COMPETITIVE POSITIONING**

**LONG-STANDING RELATIONSHIP WITH THE TOP REAL ESTATE DEVELOPERS**

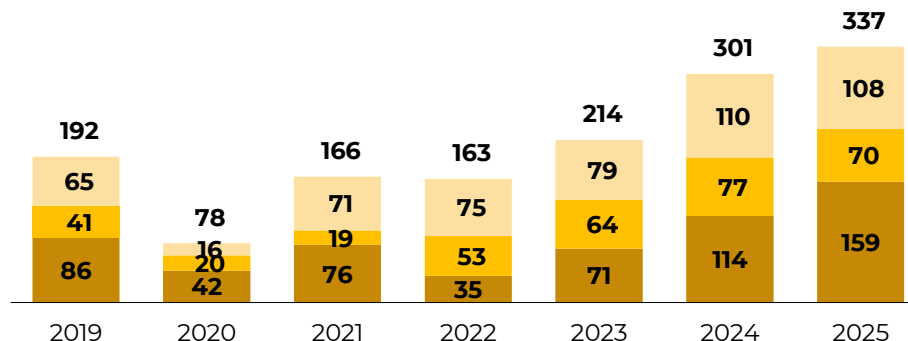
**DISCIPLINE IN CAPITAL ALLOCATION, OPTIMIZING RETURN**



**MANAGEMENT TEAM WITH ROBUST EXPERTISE AND DATA-DRIVEN STRATEGY**

## CONSISTENT GROWTH IN ALL REGIONS OF OPERATION

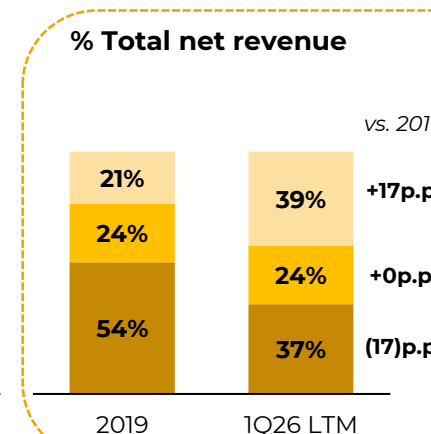
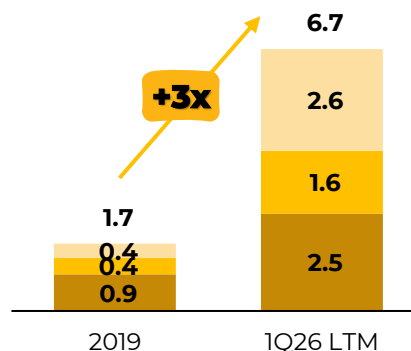
# Clubs added | Smart Fit (own and franchises)



**330-350**  
New clubs<sup>1</sup>  
In 2026

## SMART FIT NET REVENUE BY REGION

R\$ billion | In 1Q26 LTM



**63%**  
of the net revenue over the last 12 months corresponds to Other Countries and Mexico

■ Brazil ■ Mexico ■ Other Countries

## GEOGRAPHIC DIVERSIFICATION WITH VALUE CREATION

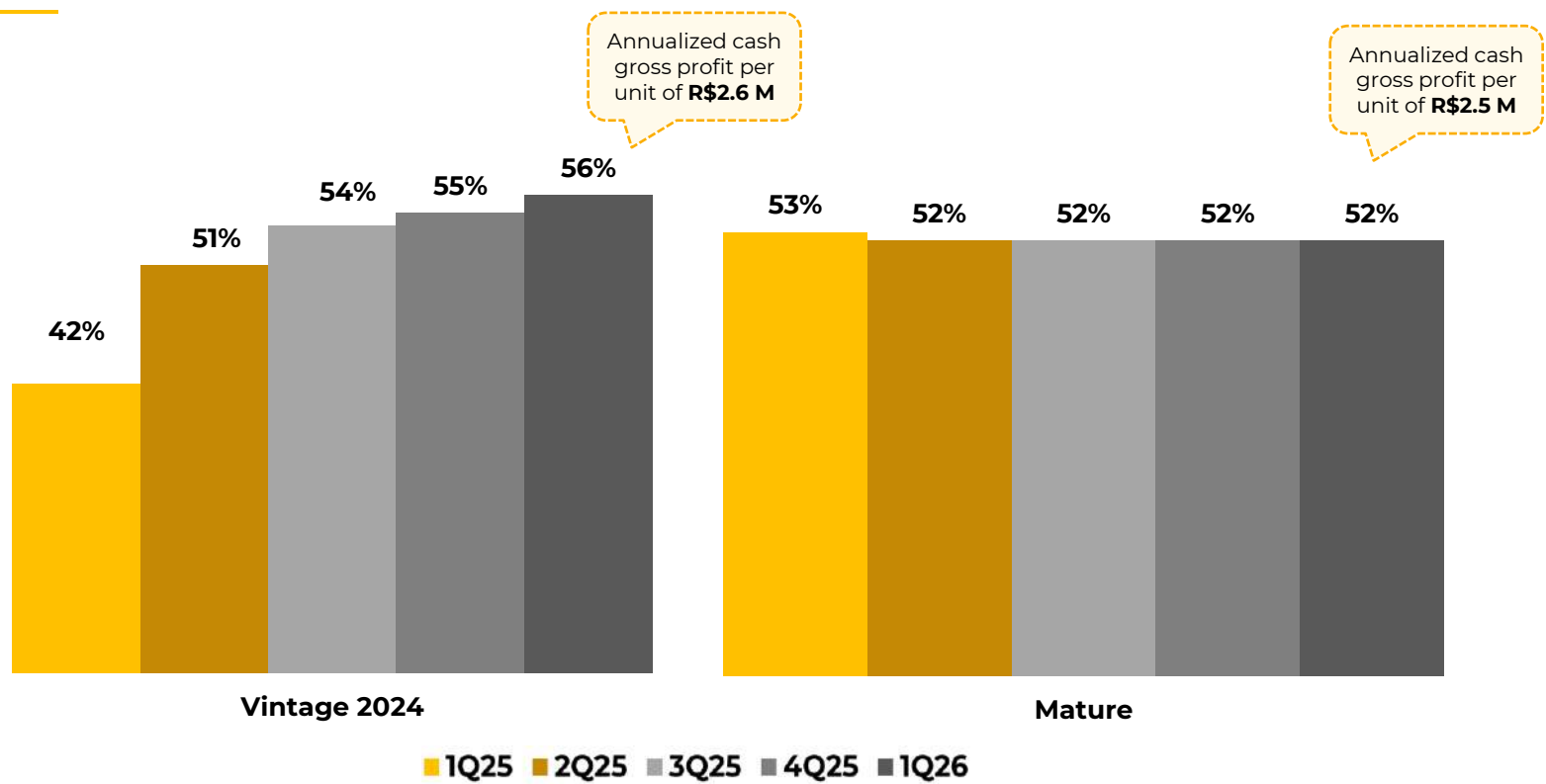
(1) According to the Material Fact disclosed to the market on March 11, 2026, regarding the projection of the opening of clubs for the year 2025;



# SOLID GROSS MARGIN OF MATURE CLUBS

Margin of mature clubs<sup>1</sup> was 52%, consistent with the expected range and the twelve previous quarters, and the maturation of units opened in recent years is in line with historical trends

## GROSS MARGIN PER VINTAGE<sup>1</sup>



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



# SOLID AND CONSISTENT RETURN PER CLUB

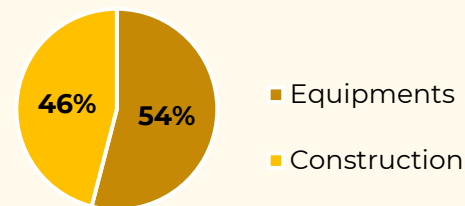
High profitability with maintenance investments that ensure the continuity of the differentiated value proposition over the years. Depreciation reaching 7% of net revenue after 12 years of operation

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

Vintage 2022:  
ROIC of 15%

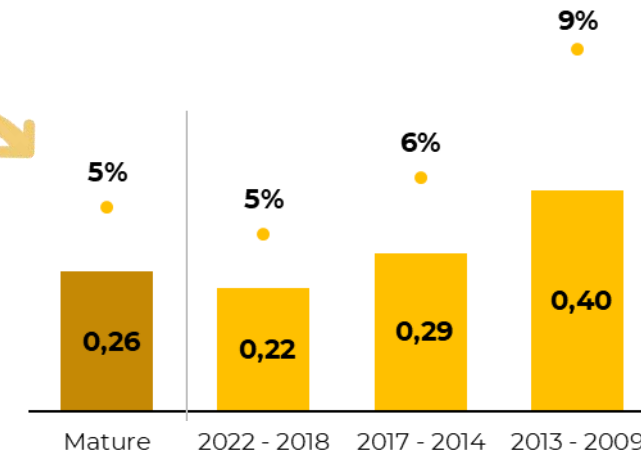
## Maintenance Capex - Mature Units

% By investment type



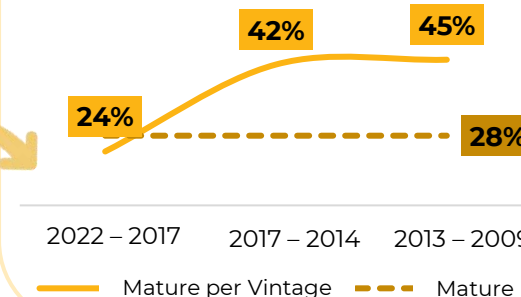
## Maintenance CAPEX for mature units<sup>1</sup>

R\$ million/club and % of Net Revenue



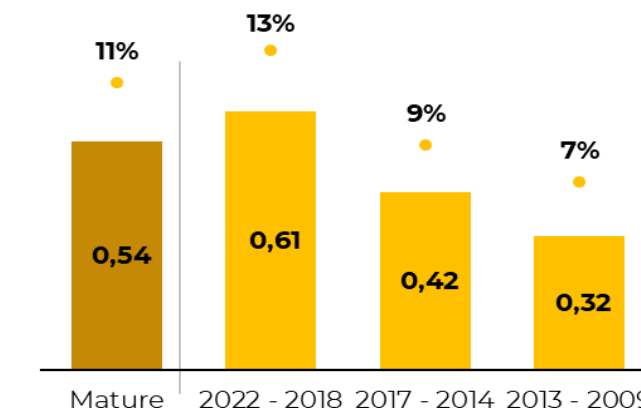
## CONSISTENT RETURNS ACROSS VINTAGES

ROIC is in line with historical performance across all maturity stages



## Depreciation for mature units<sup>1</sup>

R\$ million/club and % of Net Revenue



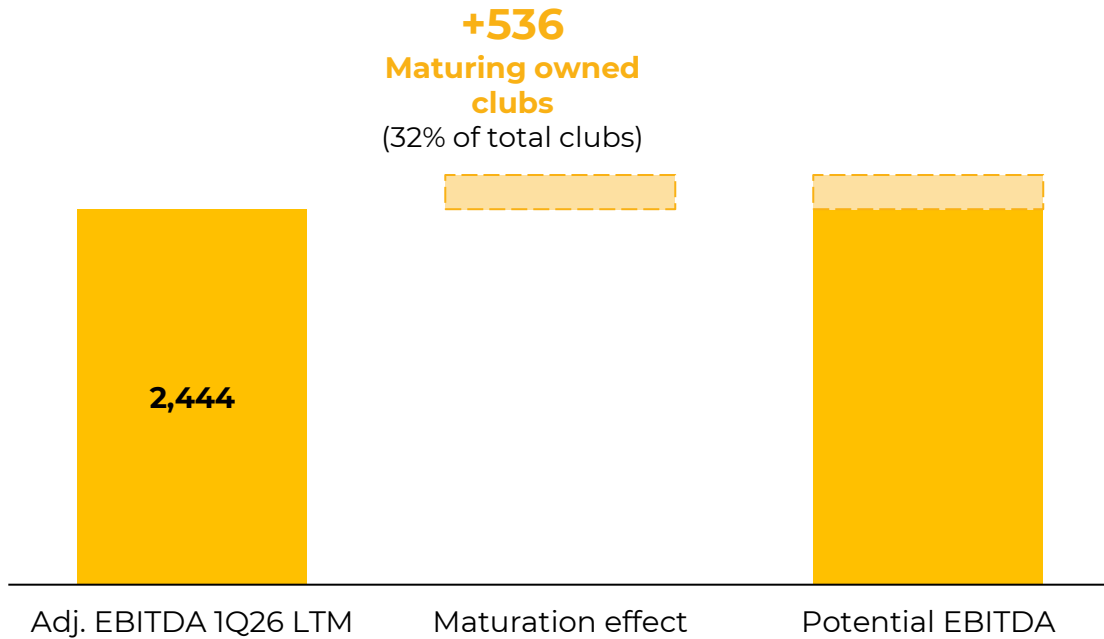
(1) Considers all 950 mature Smart Fit owned gyms as of the end of 2024.; (2) Based on the sum of selling expenses (excluding pre-operating costs), general and administrative expenses, and other (expenses) income as a percentage of net revenue of 17.8% recorded in 2024; (3) Brazil's marginal Corporate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



# PREDICTABLE EBITDA EXPANSION THROUGH CLUB MATURATION

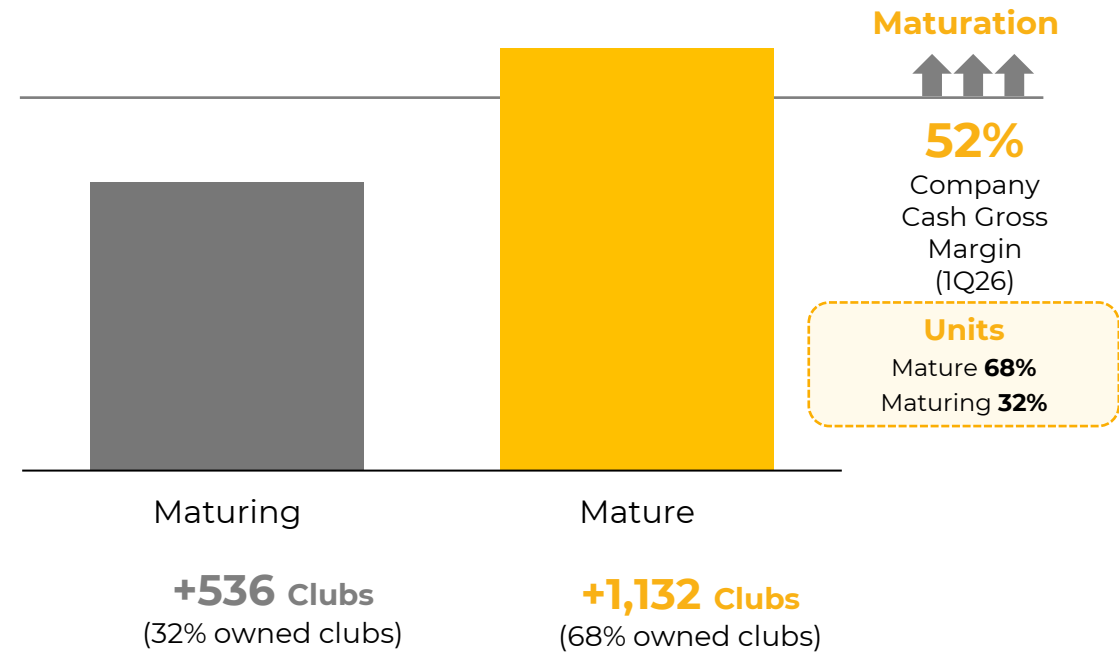
## STRONG GROWTH POTENTIAL FROM MATURATION<sup>1</sup>

R\$ MM, in 1Q26  
(Total of 1,668 Smart Fit owned Clubs)



## GROSS MARGIN IS CONVERGING TO THE LEVEL OF MATURE UNITS<sup>1</sup>

Gross Margin per Vintage of Smart Fit owned clubs (1Q26)



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



**1**

SMART FIT GROUP ECOSYSTEM

**2**

RECENT FINANCIAL AND OPERATIONAL HIGHLIGHTS

**3**

VALUE CREATION AND UNIT ECONOMICS

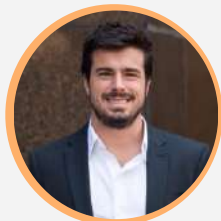
**4**

**GOVERNANCE**



# EXPERIENCED MANAGEMENT TEAM

Multi-disciplinary team formed by experienced professionals with several years at the Company



**Diogo Corona**

CEO



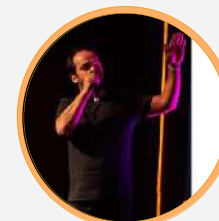
**José Luís Rizzardo**

CFO and IRO



**Alexandre Gregianin**

CTO



**Itamar Herculano**

Expansion



**Juana Pimentel**

Legal, Compliance and ESG

Years of experience

**14**

**12**

**15**

**23**

**26**

Years at Smart Fit

**14**

**5**

**15**

**8**

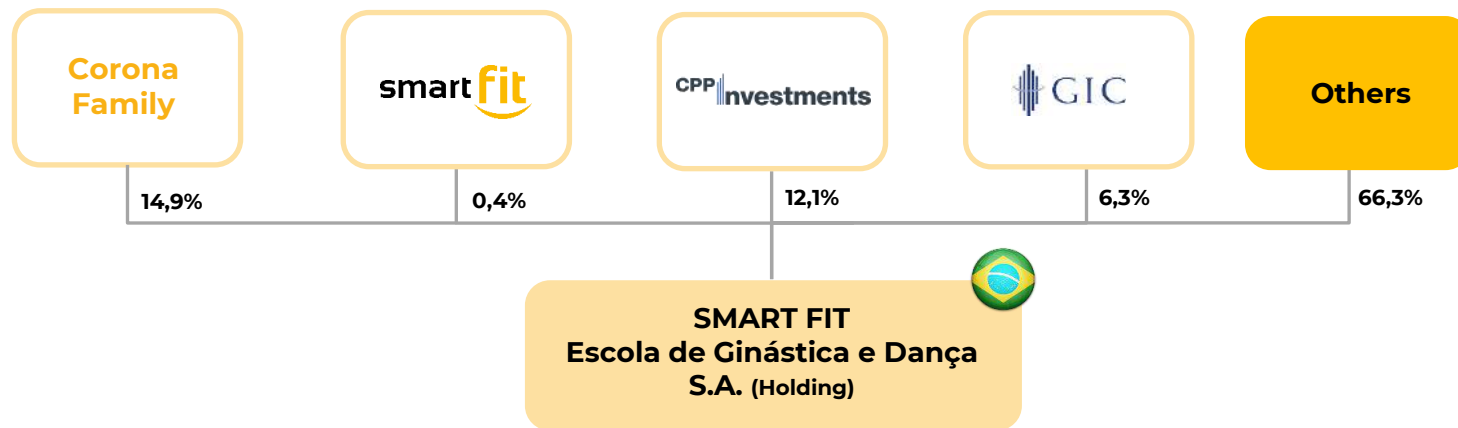
**5**

Previous experiences





# SOLID SHAREHOLDER STRUCTURE AND GOVERNANCE



GIC joined Smart Fit in 2014 and CPPIB in 2019

## Board of Directors



**Edgard Corona**  
Chairman of Board of Directors

Statutory executive board



**Diogo Corona**  
CEO



**Felipe Affonso**  
Member



**Claudia Elisa**  
Independent Member



**Pedro Santos Ripper**  
Independent Member



**Ricardo Castro**  
Independent Member



**Daniel Sorrentino**  
Member



**Andre Pezeta**  
Member



**Wolfgang Schwerdtle**  
Independent Member

- Board of Directors composed of **7 members**, including **3 independent** members, in line with corporate **governance** best practices and **Novo Mercado** rules
- **Active** and **highly experienced** Board, combining strong **expertise in expansion, consumer, finance, operational management and capital markets**
- Governance structure aligned with the Company's **long-term strategy**, with strong oversight of **operational execution** and **value creation** for shareholders



# OPPORTUNITIES FOR PROFITABLE GROWTH



## MATURATION OF CLUBS

- ✓ **32%<sup>1</sup> of clubs** yet to achieve maturity
- ✓ **Revenue growth potential to be captured** through the current network of gyms and revenue management



## EXPANSION OF CLUB NETWORK

- ✓ **Significant whitespace potential** in the current 16 geographies.
- ✓ **M&A and franchise buyback** opportunities to accelerate growth
- ✓ Potential new geographies.



## ADD-ON AND DIGITALIZATION

- ✓ **Add-on** to increase revenue per member, offering value-added products and services
- ✓ **Increase traffic and scalability** of the digital platform.
- ✓ Content creation as a pillar to **increase user engagement** in the app.



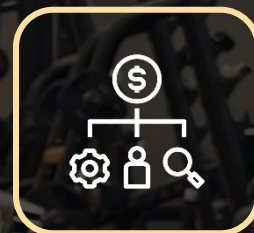
## OTHER BUSINESS

- ✓ *High-end: expansion of **Bio Ritmo** brand*
- ✓ *Studios: growth and consolidation of the brands **Race Bootcamp, Vydia, Jab House, Tonus Gym, Aera Pilates, Velocity and Kore***
- ✓ Fitness aggregator B2B2C: expansion of the partners network and increase of the corporate member base of **TotalPass**
- ✓ **New Business lines?**

(1) Smart Fit-owned clubs as of March 31st, 2026

# KEY STRATEGIC PILLARS FOR 2025

MAINTENANCE OF GROSS MARGIN IN MATURE GYMS AND SOLID RAMP-UP OF NEW VINTAGES



CONTINUOUS DISCIPLINE IN EXPENSE AND CAPEX MANAGEMENT

MULTIPLE GROWTH AVENUES WITH MARKET CONSOLIDATION OPPORTUNITIES



MAINTENANCE OF THE STRONG LIQUIDITY PROFILE.

**SOLID FINANCIAL POSITION + LEADERSHIP IN LATIN AMERICA + EXTENSIVE KNOW HOW = MARKET CONSOLIDATION POTENTIAL**

**A** APPENDIX



## **SMART FIT HIGH LIGHTS**



**01**

**#1 PLAYER IN A  
IN A LARGE, FAST-GROWING MARKET,  
FUELED BY SECULAR TRENDS**

**02**

**UNIQUE BUSINESS MODEL  
WITH SUPERIOR EXECUTION AND  
INNOVATION CULTURE**

**03**

**STRONG FINANCIAL TRACK RECORD  
COMBINING HIGH GROWTH AND ATTRACTIVE  
UNIT ECONOMICS**

**04**

**VALUE CREATION  
SIGNIFICANT GROWTH AND VALUE CREATION  
OPPORTUNITIES**

01

## #1 PLAYER

IN A LARGE, FAST-GROWING MARKET, FUELED  
BY SECULAR TRENDS

# LEADERS IN FITNESS IN LATIN AMÉRICA

## RANKING – LatAm



(Clubs, 2024)

		HQ	# Clubs
#1	<b>smart fit</b> A academia inteligente.		1,743
#2	<b>bluefit</b>		180
#3	<b>selfit</b>		160
#4	<b>SportClub</b>		150
#5	<b>PRATIQUE</b>		130
#6	<b>BODYTECH</b>		128
#7	<b>PURPOSE BRANDS</b>		124
#8	<b>bt bodytech</b>		96
#9	<b>STATION</b>		71
#10	<b>MEGATLON</b>		56

## RANKING – GLOBAL



(Owned Clubs, 2024)<sup>2</sup>

		HQ	# Owned Clubs
#1	<b>RIZAP GROUP</b>		1,782
#2	<b>BASIC-FIT</b>		1,575
#3	<b>smart fit</b> A academia inteligente.		1,407
#4	<b>中田集团 ZHONGTIAN GROUP</b>		1,300
#5	<b>PUREGYM</b>		657
#6	<b>NORDICWELLNESS</b>		369
#7	<b>FITNESS &amp; LIFESTYLE GROUP</b>		323
#8	<b>planet fitness</b>		277
#9	<b>cure.fit</b>		228
#10	<b>VIVA LEISURE</b>		197

**#1 in Latin America**

**A US\$6Bn market<sup>(1)</sup>  
10x larger than the 2<sup>nd</sup>  
competitor**

**From #18 to  
#3 in the  
world  
In 6 years<sup>(1)</sup>**

Source: ReportHFA Global, Report HFA Global 25

(1) In 2019

(2) Considers only the company-owned club's base. Studios and other formats are not included;









# LEADERSHIP POSITION WITH A HIGHLY SCALABLE MODEL



Allowing high growth and profitability throughout LatAm

## Geographic Footprint



Country	Smart Fit Entry	# Clubs <sup>1</sup>	% Members / population
 Brazil	2009	1,000	1.1%
 Mexico	2011	471	0.8%
 Colombia	2016	226	1.3%
 Chile	2014	119	1.7%
 Peru	2016	98	0.8%
 Other Countries	-	199	-

(1) As of March 31st, 2026



# FAST-GROWING AND UNDERPENETRATED INDUSTRY

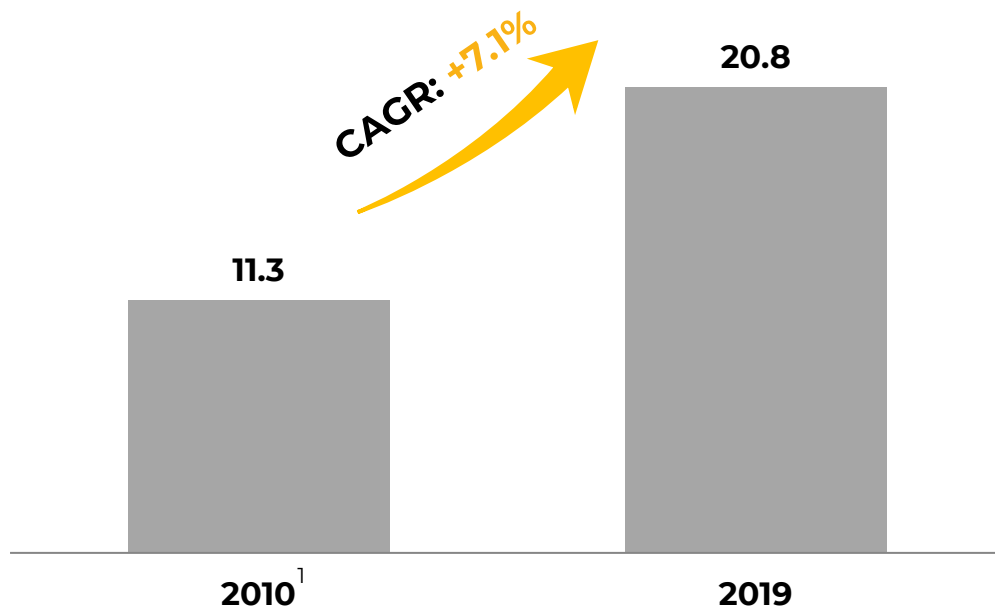


The Latin American fitness industry expanded at a 7% CAGR<sup>10-19</sup>, but remains significantly untapped. Smart Fit helped drive this expansion by delivering a unique value proposition to consumers

## OPERATING IN A FAST-GROWING INDUSTRY...

### LATIN AMERICAN FITNESS MARKET<sup>1</sup>

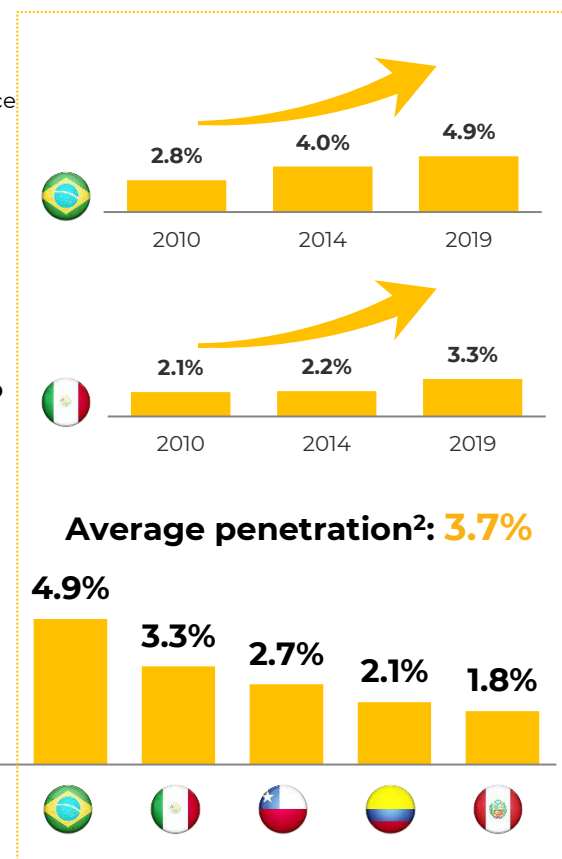
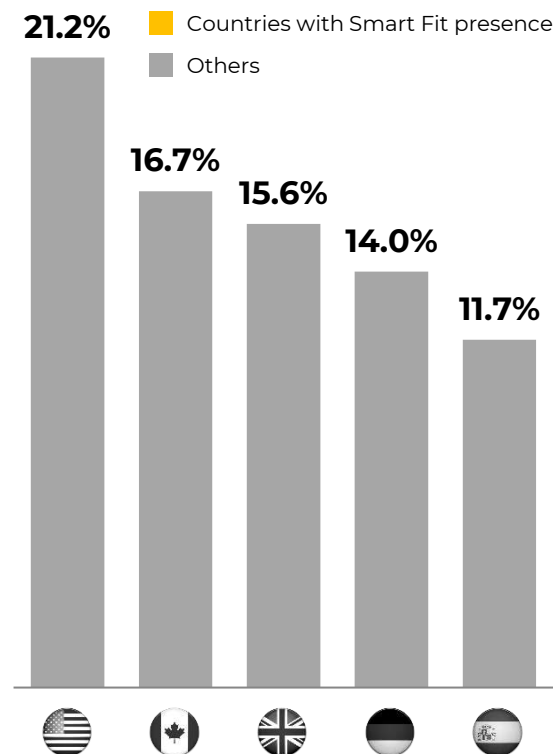
Number of members (MM)



## ...IN A HIGHLY UNDERPENETRATED REGION

### PENETRATION BY COUNTRY

Penetration (%) – 2019



Source: IHRSA Global Report (2011, 2015, and 2020), World Bank, Lincoln International – Digital Fitness Trends (April 2020), PwC study “Low-cost gyms in the UK – increasing market margin forecasts,” March 2019; IHRSA, Basic-Fit Company/website, UN World Population Prospects, IMF, Sports World Institutional Presentation, La Nación.

(1) Growth rate reflects only Latin American countries present in the IHRSA 2011 and 2020 databases, excluding the following countries: Colombia, Peru, Ecuador, Venezuela, Costa Rica, Dominican Republic, Paraguay, Bolivia, Guatemala, Panama, Honduras, El Salvador, and Nicaragua / (2) Average penetration of the 15 countries where Smart Fit was present in 2019 (Brazil, Mexico, Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Paraguay, Peru, Panama, Uruguay, El Salvador, Ecuador, Guatemala, Dominican Republic, and Honduras).



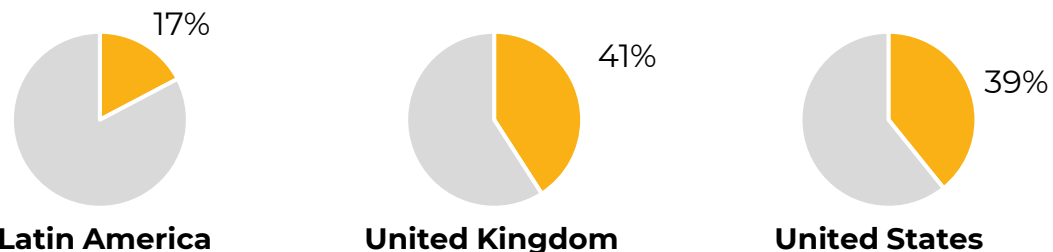
# BENEFITING FROM A FRAGMENTED MARKET

Smart Fit reached a 12.8% market share, growing ~7x faster than the Latin American fitness industry.

## A HIGHLY FRAGMENTED MARKET ...

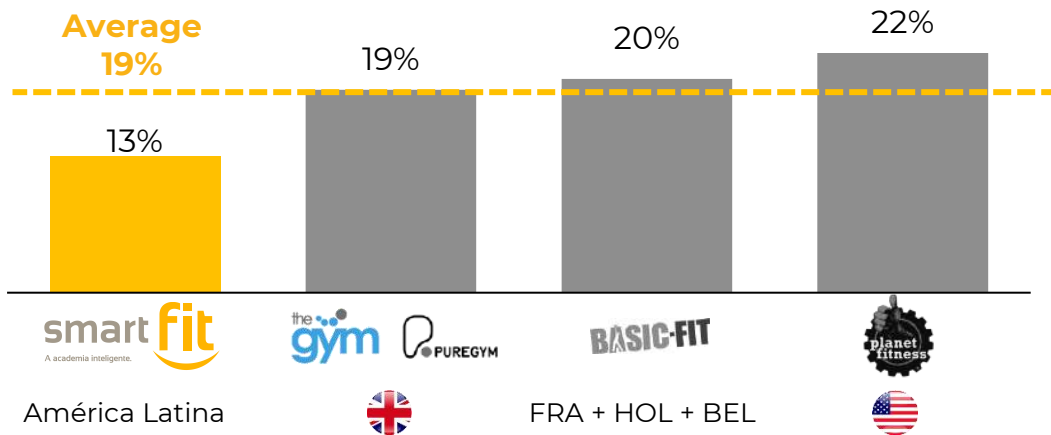
### SHARE OF TOP 5 CLUBS

in # of members – 2019 (%)



### SHARE OF TOP PLAYERS

in # of members – 2019 (%)

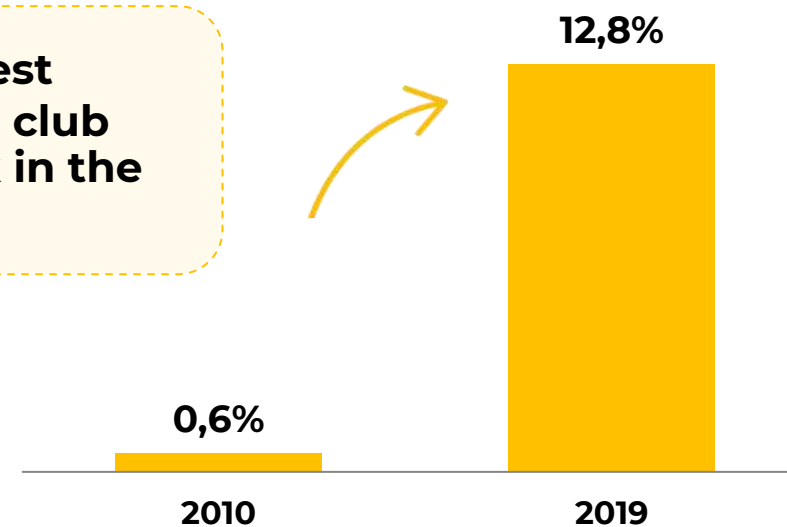


## ... TO CONSOLIDATE OUR LEADERSHIP POSITION

### FITNESS MEMBERS MARKET SHARE IN LATAM

# members ('000)

**#1** fastest growing club network in the world<sup>1,2</sup>



smart fit  
A academia inteligente.

LatAm Market

66  
11,300

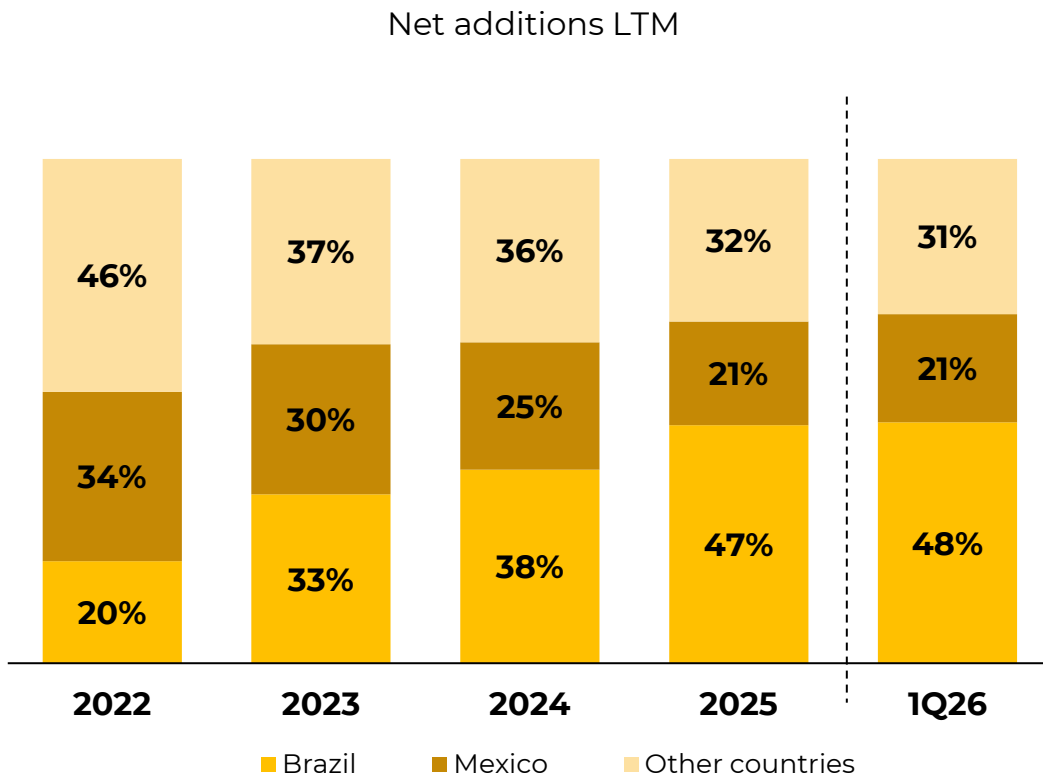
2,670  
20,800

Source: IHRSA Global Report 2020  
(1) Owned clubs  
(2) Considers 2014-19 data and the top 25 global players.

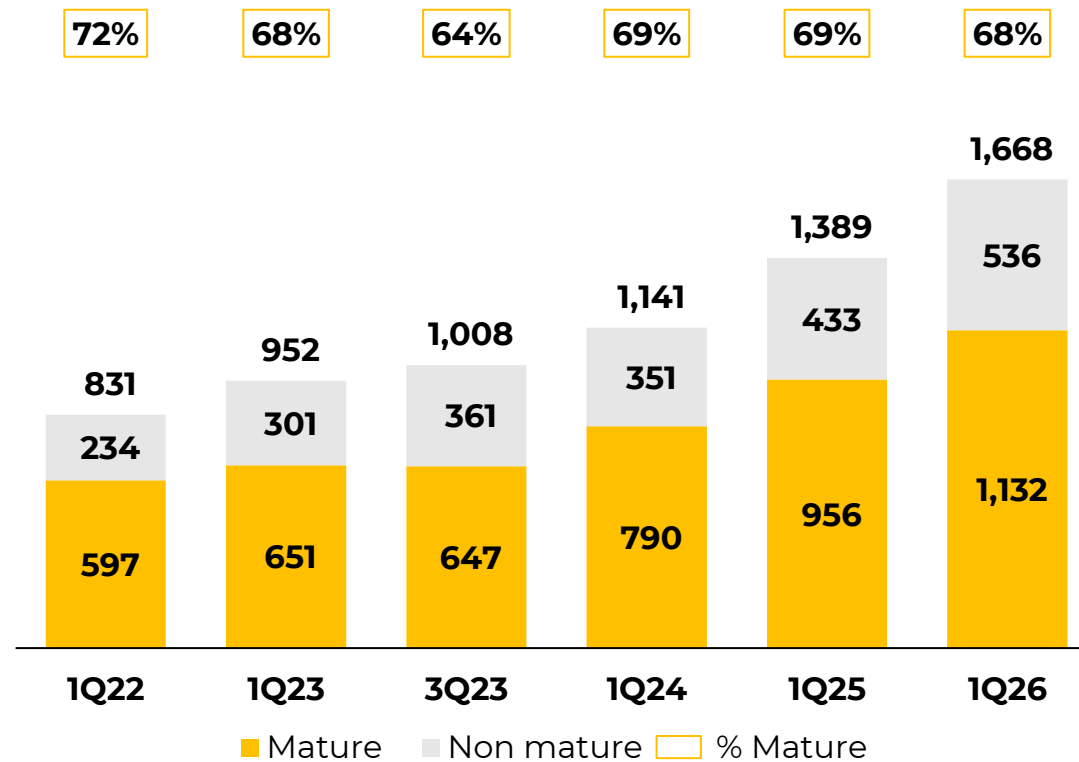


# UPDATE ON CURRENT EXPANSION PLAN

## GEOGRAPHICAL DISTRIBUTION (% of clubs)



## OWN SMART FIT CLUBS BY AGE



(1) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year; A unit is maturing when it has between 12 and 24 months of operation; A unit is consider new When it has been in operation up to 12 months

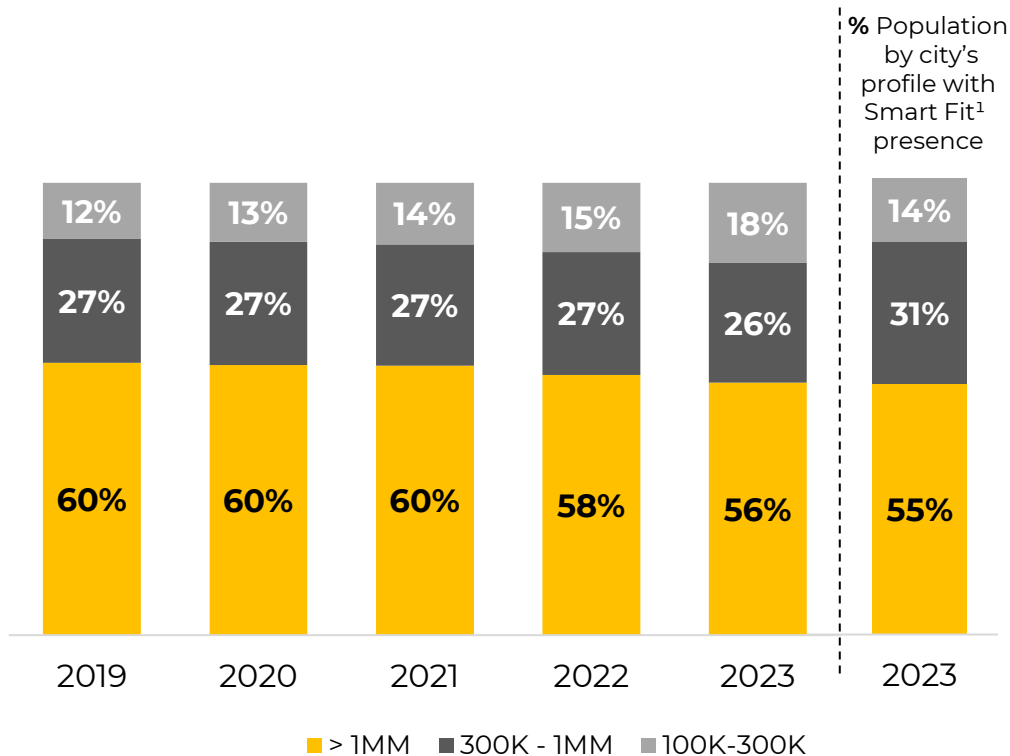


# UNIQUE GYM NETWORK WITH GROWTH POTENTIAL

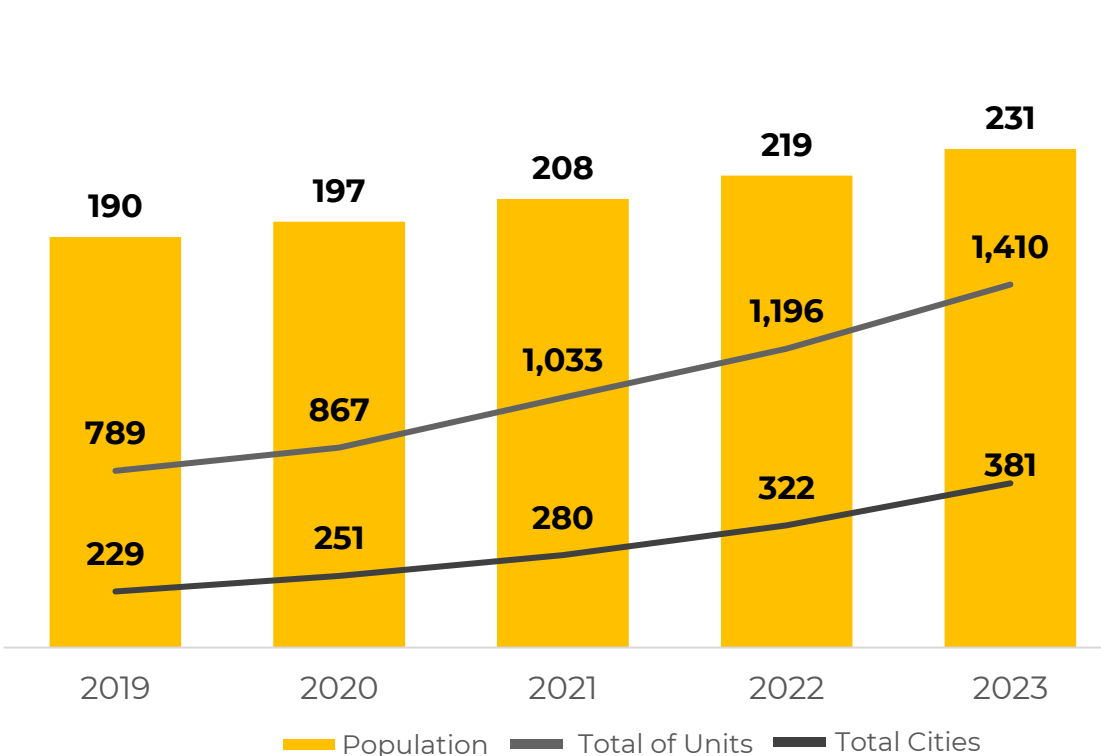


## Smart Fit presence at the main cities in Latin America regions

### CLUB NETWORK BY CITY PROFILE (%)



### NUMBER OF CITIES AND POPULATION WITH SMART FIT PRESENCE (%)



**Gross profit performance of units without correlation ( $R^2=0,0008$ ) with the city's profile in # inhabitants, reinforcing the Company's growth potential**

Source: Institutes of production and analysis of geographic information related to countries with Smart Fit presence, consolidated in the three main sources: (i) Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE); (ii) City Population; e (iii) World Population Review  
 (1) Considers the number of inhabitants per city's profile Where Smart Fit is present.

musculação


02

**UNIQUE BUSINESS MODEL**  
WITH SUPERIOR EXECUTION AND  
INNOVATION CULTURE



# PLANS REINFORCES UNIQUE VALUE PROPOSITION

The network effect benefit as a compelling factor for Black card members

		Single Club	Multi-Club
Minimum stay <sup>1</sup>	With	<b>FIT Card</b> Pay less to train in your unit <i>R\$99 - R\$129</i>	<i>The most beneficial</i> <b>BLACK Card</b> Access to all network units and other benefits <i>R\$ 139</i>
	Without	<b>SMART Card</b> Train in your unit, <b>without cancellation fee</b> <i>R\$119 - R\$159</i>	 <b>OFFERING PLANS ENHANCES COMPETITIVE ADVANTAGE</b>

*Monthly fee<sup>4</sup>*

## BLACK CARD: UNIQUE OFFER WITH DIFFERENTIATED ATTRIBUTES



~50% of the client base<sup>3</sup> in 2023, (vs. 38% in 2019) used the Multi-Club benefit



Network effect as a competitive advantage, enhancing the value proposition of the Black Card

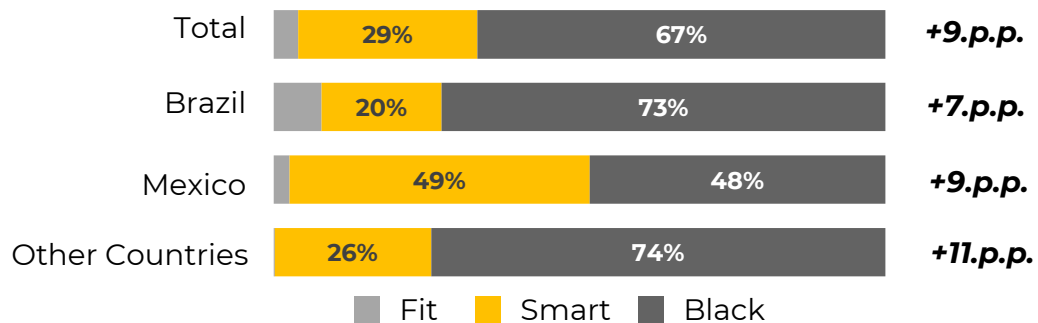


54 Latin America cities have 5 or more Smart Fit units

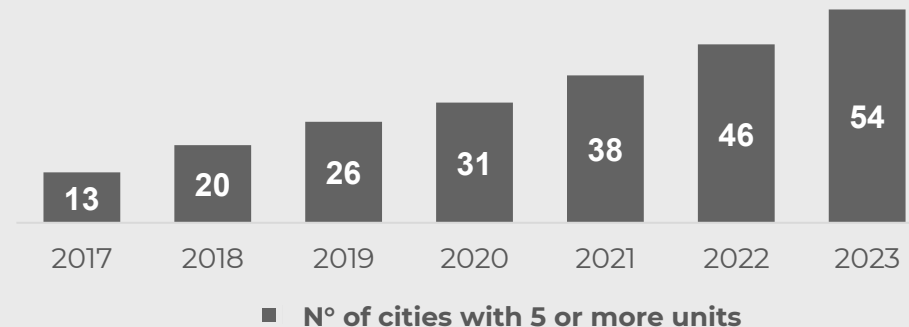
## Cards penetration by region<sup>2</sup>

(% Member base 4Q23)

Black Card  
Delta vs 4Q22



## Evolution of cities with 5 or more Smart Fit units



(1) Subject to a cancellation fee of 20% of the remaining contract value; (2) Considers Smart Fit own units at the end of 2023; (3) on average of "Black" card clients who visited one of our gyms in a 30-day period used this benefit (4) Monthly reference in Brazil;



# SMART FIT HIGH VALUE LOW PROCE: VALUE PROPOSITION

## MEMBER CONVENIENCE



- Largest chain in Latin America with the widest reach: **2,072 Clubs<sup>1</sup>** in 16 countries<sup>2</sup>
- Clubs strategically located near potential members



## MODERN FACILITIES & EQUIPMENT



- Pleasant and welcoming environment
- Modern architecture, lighting, and design
- Focus on the core: cardio, strength exercises and free weights



## SUPERIOR CUSTOMER SERVICE



- Customer-centric approach
- Employees motivated to deliver the best service
- Constant innovation of service offerings



## OMNICHANNEL DIGITAL FITNESS



- Inside the club: enhances member experience
- Outside the club: fitness anytime, anywhere
- Physical activity and additional services

## MONTHLY FEES WITH ATTRACTIVE PRICES AND VALUE PROPOSITION

Monthly fee of US\$15-30

(1) Smart Fit units only (owned and franchised)  
(2) As of March 31<sup>st</sup>, 2026

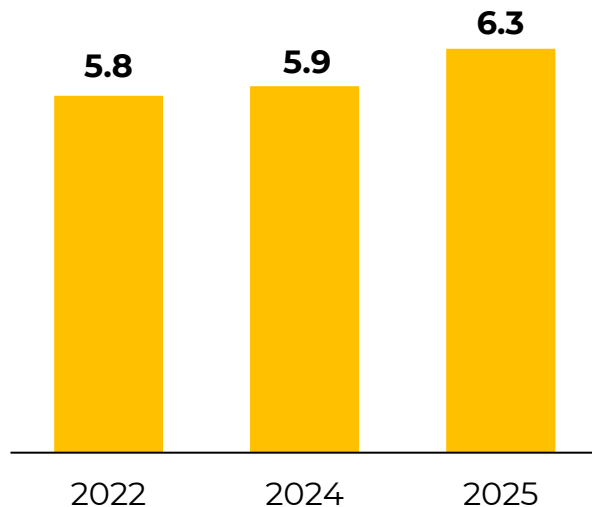


# EFFICIENCY AS A PILLAR FOR EXPANSION

Ongoing pursuit of efficiency, preserving the value proposition, and strengthening competitive advantages

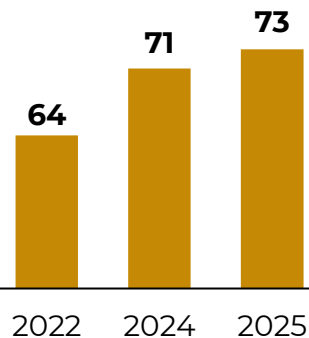
## Capex efficiency, maintaining differentiated experience

### CAPEX/Unit Evolution (R\$ M)



Approximately:  
**70%:** construction, structural adjustments and design  
**30%:** Strength training, cardio, and free weight equipment

### NPS Evolution (Net Promoter Score)



### Inflation Evolution (2022 until oct/24)

+9%	+9%	+15%
Brazil	Mexico	Colombia

## Key strategic pillars for expansion

Ensure premium experience with process efficiency



### Sophisticated location selection process

Data-driven Wishlist and intense local analysis



CARDIO



STRENGTH



### Efficient and functional layout

High productivity per square meter, ensuring capex optimization and fluid experience



FREE WEIGHT



GROUP CLASSES  
Available at select gyms



### High-quality equipment

Durability ensures performance with high availability for use during workouts



### Modern architecture

Innovation with modern and sophisticated design

## Solid governance and team with extensive know-how

Structured and mature process in the opening and operation of clubs



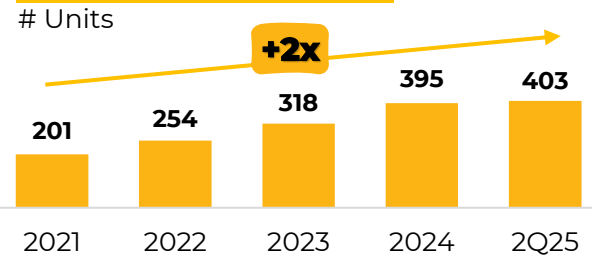
# SMART FIT MEXICO: SCALE, PROFITABILITY, AND LEADERSHIP smart fit

With 15 years of experience, Smart Fit holds an undisputed leadership in Mexico, the second-largest market in LatAm

## STRATEGIC PILLARS THAT DROVE SUSTAINABLE AND SCALABLE EXPANSION

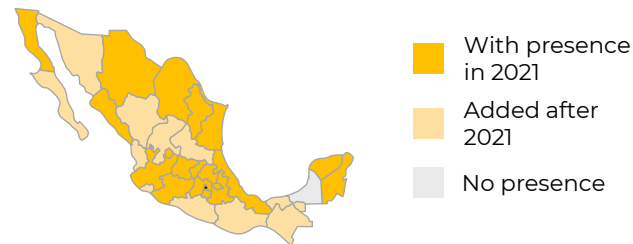
- EXPANSION OF CLUB NETWORK**  
A network with a national presence, demonstrating strong relationships with real estate partners and a disciplined approach to selecting commercial locations
- PRICING/REVENUE MANAGEMENT**  
Dec/23: First-ever price adjustment for the Black plan and introduction of the Fit Plan
- COST CONTROL**  
Energy efficiency, revision of the personnel hiring model, and negotiations with suppliers
- GROWTH WITH PROFITABILITY**  
Maintenance of the cash gross margin for mature units and a consistent ramp-up of new vintages

### CLUB NETWORK



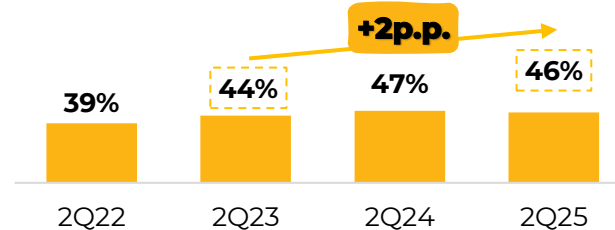
### GEOGRAPHIC PRESENCE

Reference date: June 2025



### CASH GROSS MARGIN

% Net Revenue



## CONTINUOUS EVOLUTION OF THE STRATEGIC PILLARS

**STRENGTHENING OF THE PERSONNEL AND MANAGEMENT STRUCTURE**  
Development of the structure with focused management throughout the entire territory

**EVOLUTION OF MARKETING AND INTAKE STRATEGY**  
More targeted campaigns for plans with higher *lifetime value*

**INVESTMENT OPTIMIZATION**  
Increased productivity of expansion capex per square meter while preserving the customer experience

**CONTINUOUS PRODUCT IMPROVEMENTS**  
Expansion of free weight and strength equipment offerings

**HIGH GROWTH POTENTIAL**  
Ongoing initiatives contribute to maintaining sustainable expansion, reinforcing its leadership in Mexico



# MEXICO CAPEX: OPTIMIZATION OF INVESTMENTS



Higher productivity of expansion capex per sqm, maintaining customer experience

## EVOLUTION IN THE STRATEGIC EXPANSION PILLAR



Strategy to build a **more senior expansion team**, leveraging solid experience in Smart Fit's business model



**Project review** based on efficiency gains achieved in projects in Brazil, with enhanced engineering **while maintaining quality and safety**



1st unit after project review opened in Cancún on April 25. **In 9M25, 18 units were added**



Enhancing operational efficiency while **maintaining customer satisfaction**

**EFFICIENCY IN INVESTMENTS TO MAINTAIN PROFITABILITY AND STRATEGIC RESOURCE ALLOCATION**



Higher efficiency in investment per sqm



High level of customer satisfaction

**Reduction of ~20%<sup>1</sup>**

**NPS in line with historical levels**

## OPTIMIZED CAPEX WHILE MAINTAINING CLUB STANDARDS

FACADE



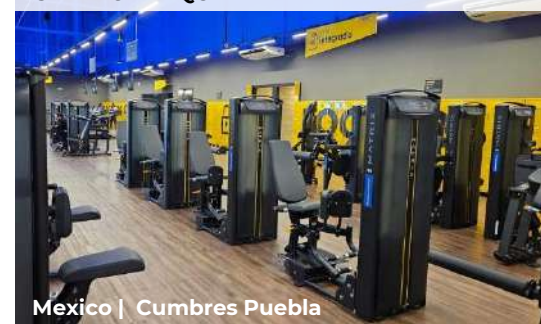
Mexico | Mazatlán

CARDIO AREA



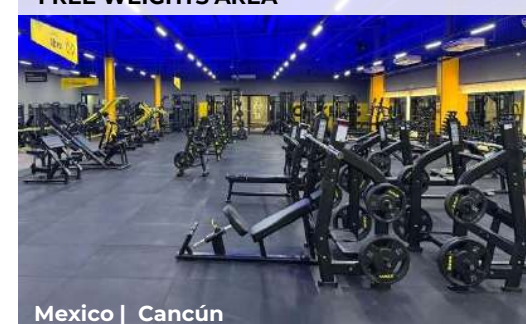
Mexico | Saltillo

STRENGTH EQUIPMENT AREA



Mexico | Cumbres Puebla

FREE WEIGHTS AREA



Mexico | Cancún

(1) Considers the average CAPEX of owned units opened until June/2025, compared to the average of the owned units opened in 2024.



# CONSTANT PRODUCT IMPROVEMENTS

Initiatives to attend the members main demands, that generate greater productivity and a better experience at the gyms

Change of members habits with a higher demand for strength exercises



## INCREASED OFFER OF STRENGTH EXERCISES



- ✓ Program to expand the offer of strength exercises with more gym equipment;
- ✓ Beginning in 2023, covering hundreds of units – mainly in Brazil. 2024 pipeline being implemented;
- ✓ Investment of R\$43.4 million in the last 12 months, composing the amount of maintenance CAPEX, represented 6.1% of the gross revenue of Smart Fit mature units.



### Strength training to ensure health, physical and mental well-being

Scientific studies prove the **efficiency of strength exercises for weight loss and longevity;**

**Behavior change,** regardless of gender and age.



The units in the program had an **increase of access in 9.4% and +9 in NPS in Feb/24 vs. Feb/23**



# DISCIPLINED SITE SELECTION PROCESS BOOSTING RESULTS OF NEW CLUBS

## Strategy

<b>City</b>	From metropolitan areas to cities with more than 100k citizens
<b>Neighborhood</b>	High per capita income and density
<b>Cluster Strategy</b>	Strategy to dominate a neighborhood

### Evaluation Criteria

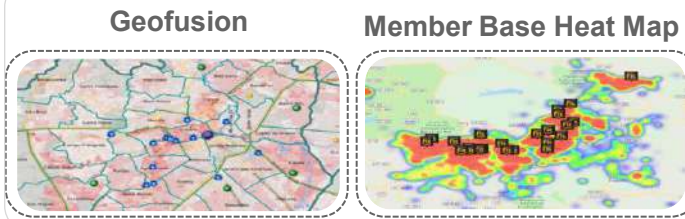
Market Aspects      Socio-demographic      Technicalities on Property Level      Regulatory



## Structured Process

- ✓ Know-how from **2,113 + club openings<sup>1</sup>**
- ✓ **More than 80+ people** multi-disciplinary **team in all countries**
- ✓ **Strong reputation** brings the **best leads**
- ✓ Consistent flow of real estate leads backed by **strong relationship with landlords**

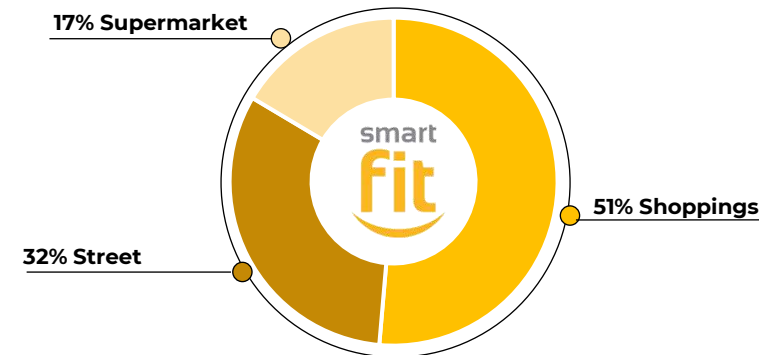
### Tools



## Long-standing relationship and renowned brand brings best and unique locations



### Breakdown of clubs by property<sup>2</sup> (Smart Fit Units)



(1) Includes all group clubs (excludes Studios);  
 (2) As of March 31<sup>st</sup> 2026,

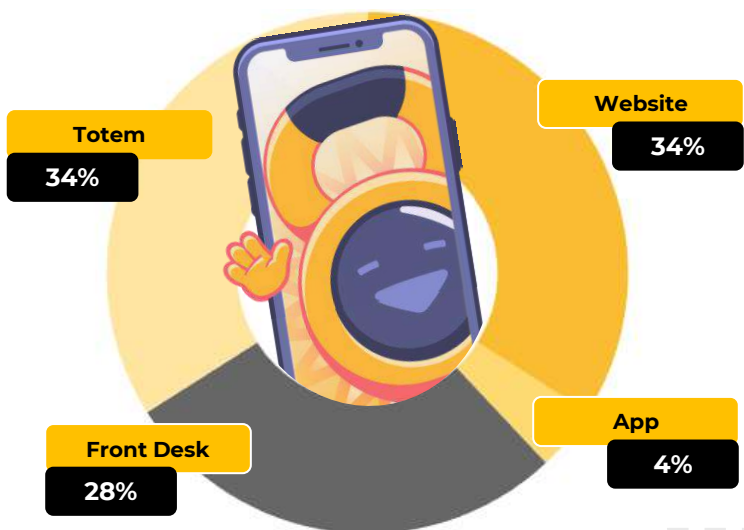


# 72% OF SALES VIA DIGITAL CHANNELS

Share of digital channels continues to grow, with over 79% of transactions made digitally

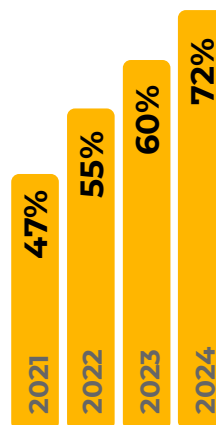
## Channel sales mix

% by channel in Dec/2024



## Share of digital channels of sales

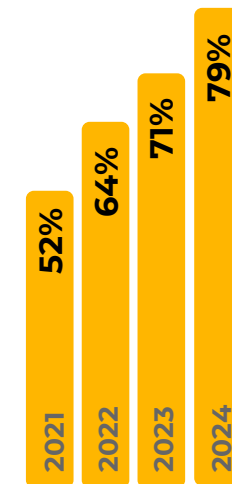
% digital channels of total sales



**App**  
Sales via app are now available for all countries

## Digital transactions

% of financial and operational transactions conducted through digital channels



**+22.0 M**  
of transactions through digital channels in **2024**

**Greater operating efficiency**  
Transactions such as plan upgrades, payments, guest access, transfer, etc.

Sales via App already surpass counter sales in the 2023 and 2024 Vintage Units in Brazil

**CAC increased productivity**  
Efficiency lever in investments for member acquisition

## Deliveries



### Personal Trainer Marketplace

We offer a marketplace for personal trainers within the app

## Coming in 2025

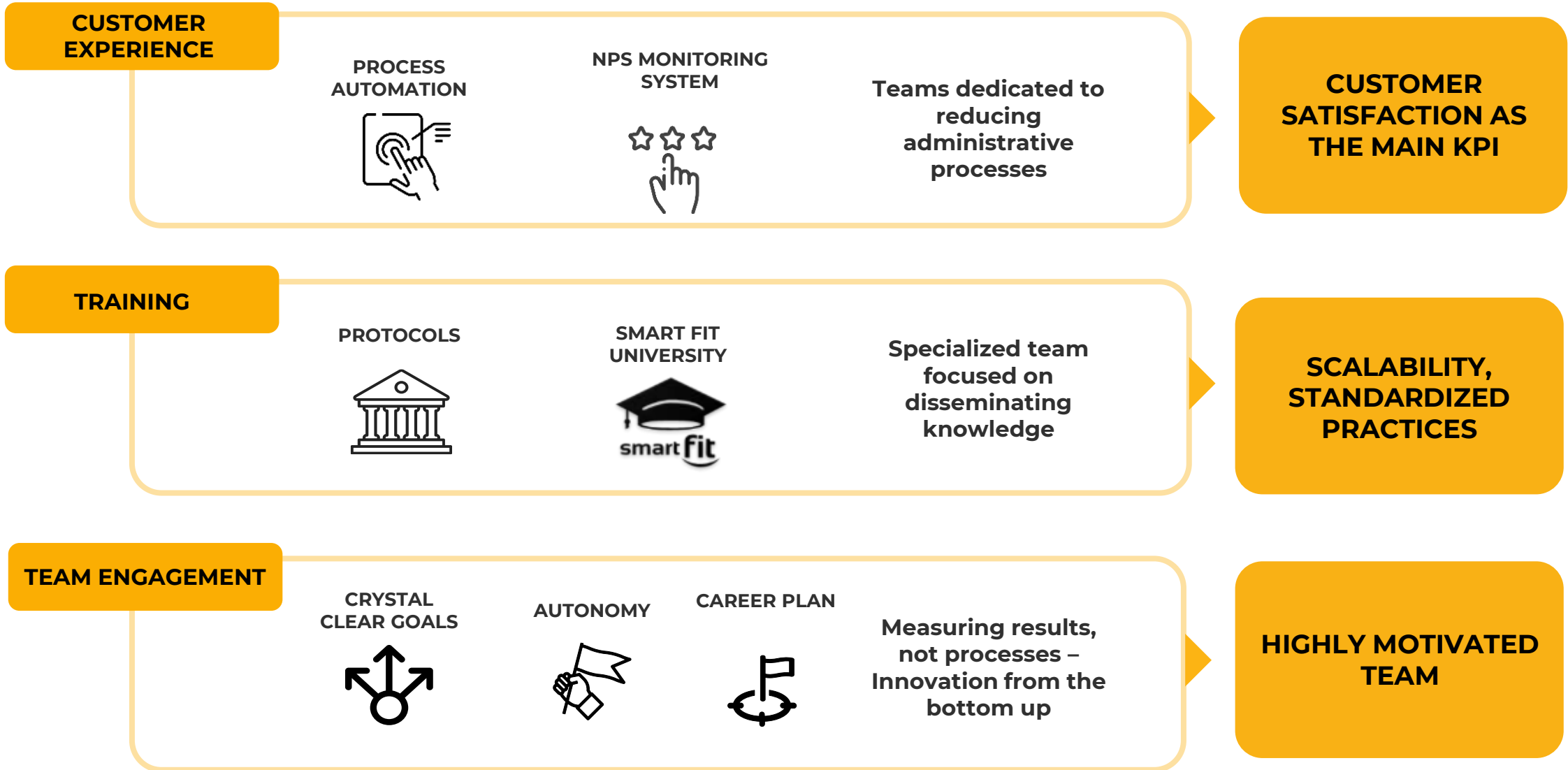


### Social Member and Friends Profile

We will soon launch an internal social network for Smart within the app.



# CUSTOMER CENTERED CULTURE





# CUSTOMER CENTERED CULTURE

Relevant awards that reflects the culture of serving with excellence and the brand strength

## AWARDS AND RECOGNITIONS



Reader's  
Digest

veja São Paulo

AMANHÃ

veja Rio

ReclameAQUI

A TRIBUNA

O GLOBO

Valor  
ECONÔMICO



### MARCAS DOS CARIOCAS

MARCA MAIS LEMBRADA  
O GLOBO 2023 e 2024

### CASE TIKTOK

AUMENTO DE 10% NA LEMBRANÇA  
DE AUNCIO E 5,6% NO  
RECONHECIMENTO DA MARCA  
BRAND MISSION

### SHARE OF MIND

MARCA MAIS LEMBRADA  
O POPULAR 2023

### OS MAIS AMADOS DE SÃO PAULO

ACADEMIA MAIS QUERIDA DOS  
CONSUMIDORES  
VEJA SÃO PAULO 2023 e 2024

### A MARCA MAIS CONFIÁVEL DO MÉXICO

ACADEMIA MAIS CONFIÁVEL  
THE READER'S DIGEST 2023

### TOP DE MARCAS 2024

VENCEDORA DA  
CATEGORIA TOP SAÚDE /  
ACADEMIA DE GINÁSTICA  
TOP DE MARCAS 2024

### PRÊMIO TOP OF MIND

ACADEMIA MAIS LEMBRADA  
PELOS CONSUMIDORES  
A TRIBUNA 2023

### OS MAIS AMADOS DO RIO DE JANEIRO

ACADEMIA MAIS AMADA  
DO RIO DE JANEIRO  
VEJA RIO 2024

### VALOR 1000

VENCEDORA DA  
CATEGORIA SERVIÇOS  
ESPECIALIZADOS  
VALOR ECONÔMICO 2024

### TOP OF MIND E LOVE BRANDS

ACADEMIA MAIS LEMBRADA  
DE PORTO ALEGRE  
GRUPO AMANHÃ 2024

### RECLAME AQUI 2023

MELHORES EMPRESAS  
PARA O CONSUMIDOR  
PORTAL RECLAME AQUI  
2023 e 2024

### MELHOR ACADEMIA NO MÉXICO

CENTRO ESPORTIVO  
BIEN PRÉMIOS 2022

### MELHOR DE SÃO PAULO

MELHOR ACADEMIA DA  
CIDADE DE SÃO PAULO  
FOLHA DE SÃO PAULO 2024

### AS 100 EMPRESAS MAIS INFLUENTES DO BRASIL

DA REVISTA VEJA 2024





# DIGITAL SUBSCRIPTION MODEL

Leverage on Core Offering to achieve the lowest CAC in the digital space



Smart Fit Nutri  
Health & Fitness

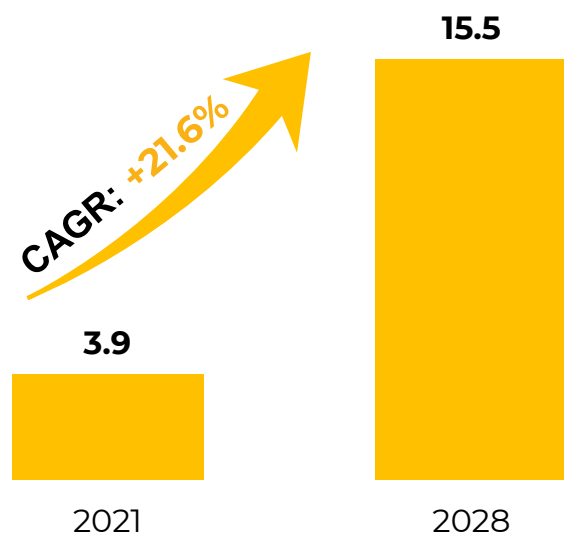


★★★★★14K<sup>(1)</sup>

## HEALTH AND FITNESS APPS ARE A HIGH GROWTH MARKET

### GLOBAL HEALTH AND FITNESS APP MARKET

Global health and fitness app market – US\$ bn



## GROWTH



Customized meal plans and advice in app

Online appointments with nutritionist via our marketplace

Measure rest at Smart Fit club with the bioimpedance scale



Development of personalized training programs



## OTHER OPPORTUNITIES IN HUGE MARKETS



Health

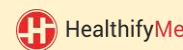


Fitness



Wellness

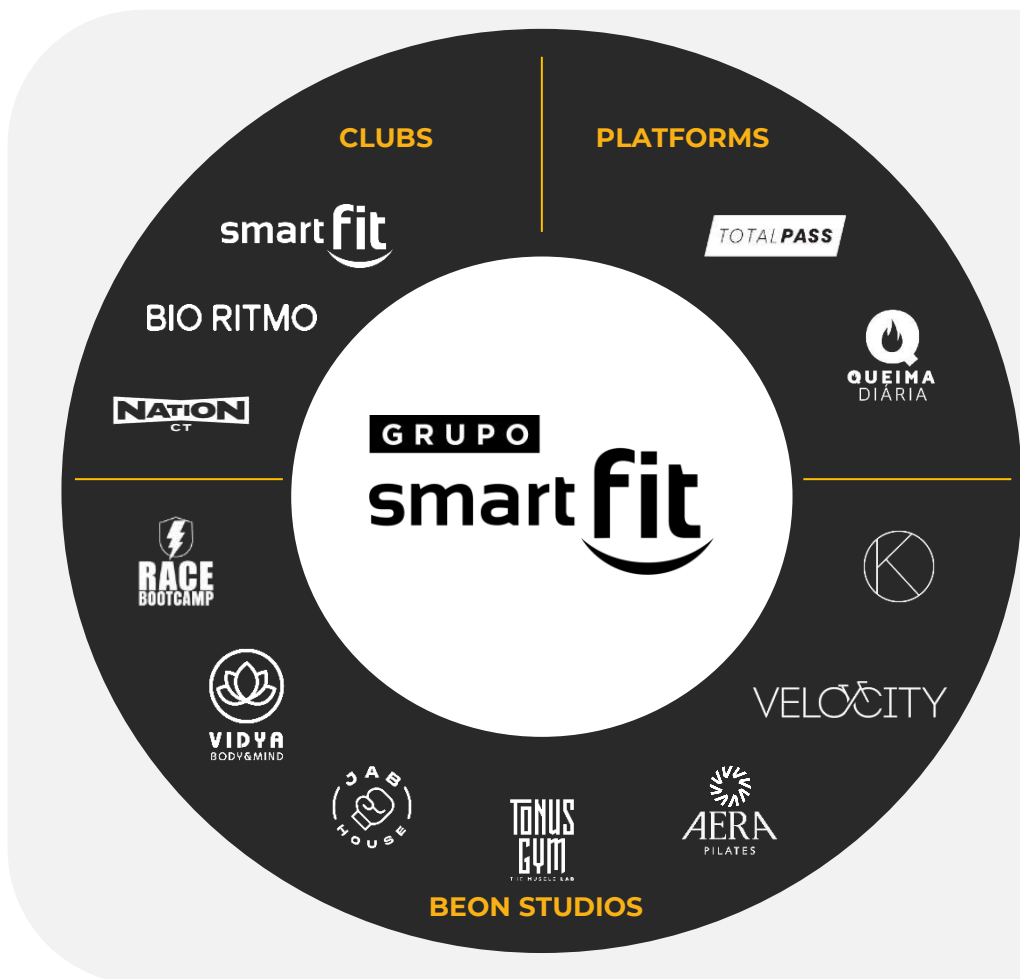
### SIMILAR INTERNATIONAL PLAYERS



(1) Source: Grand View Research  
(2) (1) May, 2024



# OUR CAPABILITIES CREATE COMPETITIVE ADVANTAGES



	<b>First Mover advantage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Leader</b> and trend setter</li> </ul>
	<b>Brand</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Top of mind</b> brand</li> </ul>
	<b>Scale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>10x bigger</b> than the 2<sup>nd</sup> player in LatAm</li> </ul>
	<b>Network effect</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Strong engagement</b> on social media</li> <li>• <b>Network effect</b> as a competitive Advantage, hard to replicate, enhancing the value proposition of the Black Card</li> </ul>
	<b>Real Estate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• One of the main partners of choice for main <b>Real Estate players</b></li> </ul>
	<b>Digital</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Major player</b> indigital fitness content</li> </ul>
	<b>New subscriptions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Additional services</b> that are relevant for core client</li> </ul>
	<b>Culture</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• All of our employees are trained to deliver the <b>best CX and innovation</b>, resulting in a culture focused on <b>NPS</b> at levels of excellence</li> </ul>

**Full ecosystem to attract and retain our customers (physical and digital)**

03

## **STRONG FINANCIAL TRACK RECORD**

**COMBINING HIGH GROWTH AND ATTRACTIVE UNIT ECONOMICS**



## STRONG GROWTH, WITH SOLID PROFITABILITY AND HIGH CONVERSION OF EBITDA INTO OPERATING CASH



- ✔ **SOLID GROWTH OF 20% OF CLUBS** VS. 1Q25, WITH A **RECORD OF 354 CLUB ADDITIONS LTM**, TOTALIZING **2,113 UNITS** IN 16 COUNTRIES IN 1Q26
- ✔ **NET REVENUE OF R\$2.1 BN** IN 1Q26, **SOLID GROWTH OF 25% VS. 1Q25** AND **8% VS. 4Q25**
- ✔ **CASH GROSS MARGIN<sup>1</sup> OF R\$1.1 BN** IN 1Q26, **GROWTH OF 28% VS. 1Q25**, WITH **CASH GROSS MARGIN RECORD OF 51.8%**, **EXPANSION OF 1.1p.p. VS. 1Q25**
- ✔ **RECORD EBITDA<sup>1</sup> OF R\$672 M** IN 1Q26 WITH A **STRONG GROWTH OF 29% VS. 1Q25**, AND **MARGIN OF 32.0%**, **EXPANSION OF 1.0p.p. VS. 1Q25**
- ✔ **ROBUST OPERATING CASH GENERATION OF R\$ 635 M** IN THE 1Q26, WITH A **HIGH 95% EBITDA CONVERSION RATE**
- ✔ **GROWTH OF 47% IN RECURRING NET INCOME<sup>2</sup> VS. 1Q25**, **REACHING R\$207 M** IN 1Q26, WITH A **RECURRING NET MARGIN OF 9.8%**, AN **EXPANSION OF 1.5p.p. VS. 1Q25**

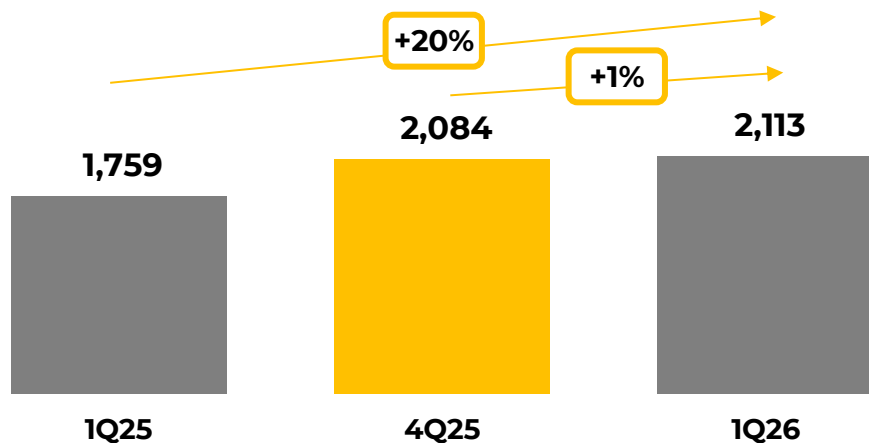
(1) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2); (2) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 and non-recurring impacts



# WE ARE IN SHAPE TO KEEP WORKING OUT

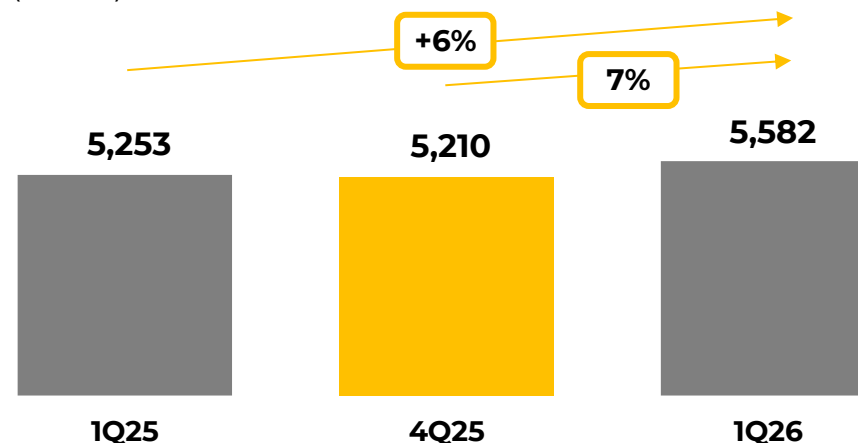
## CLUBS

(#)



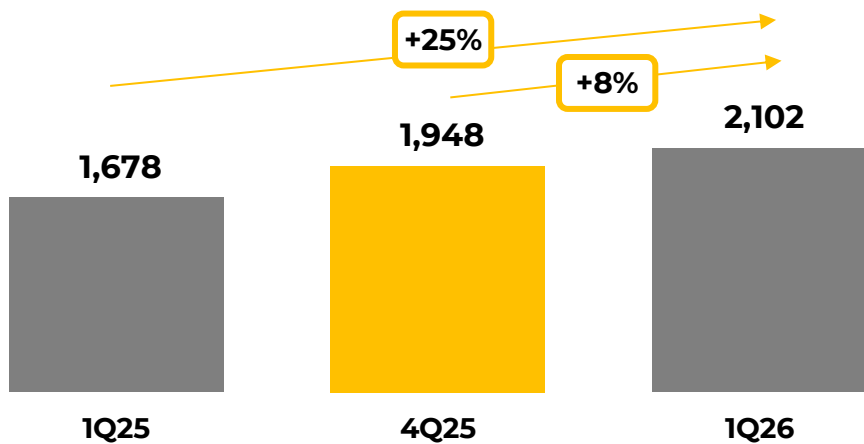
## CLUB MEMBERS

(# '000)



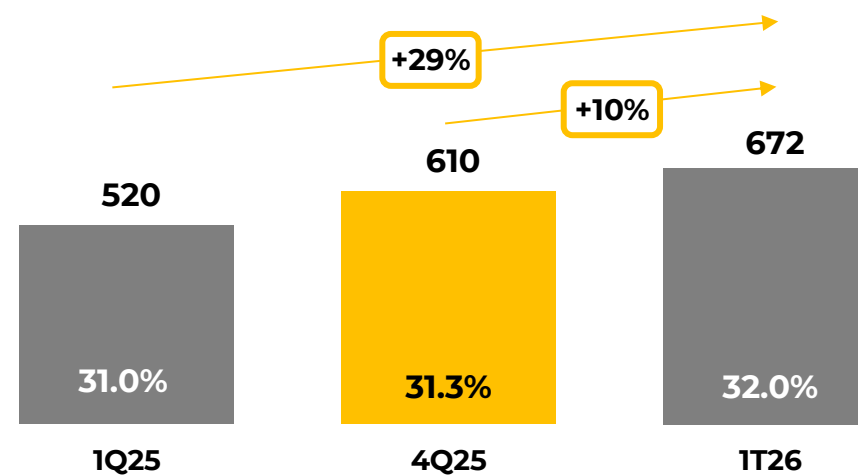
## NET REVENUE

(R\$ MM)



## ADJ. EBITDA ADJ.<sup>1</sup> EBITDA MARGIN

(R\$ MM;%)



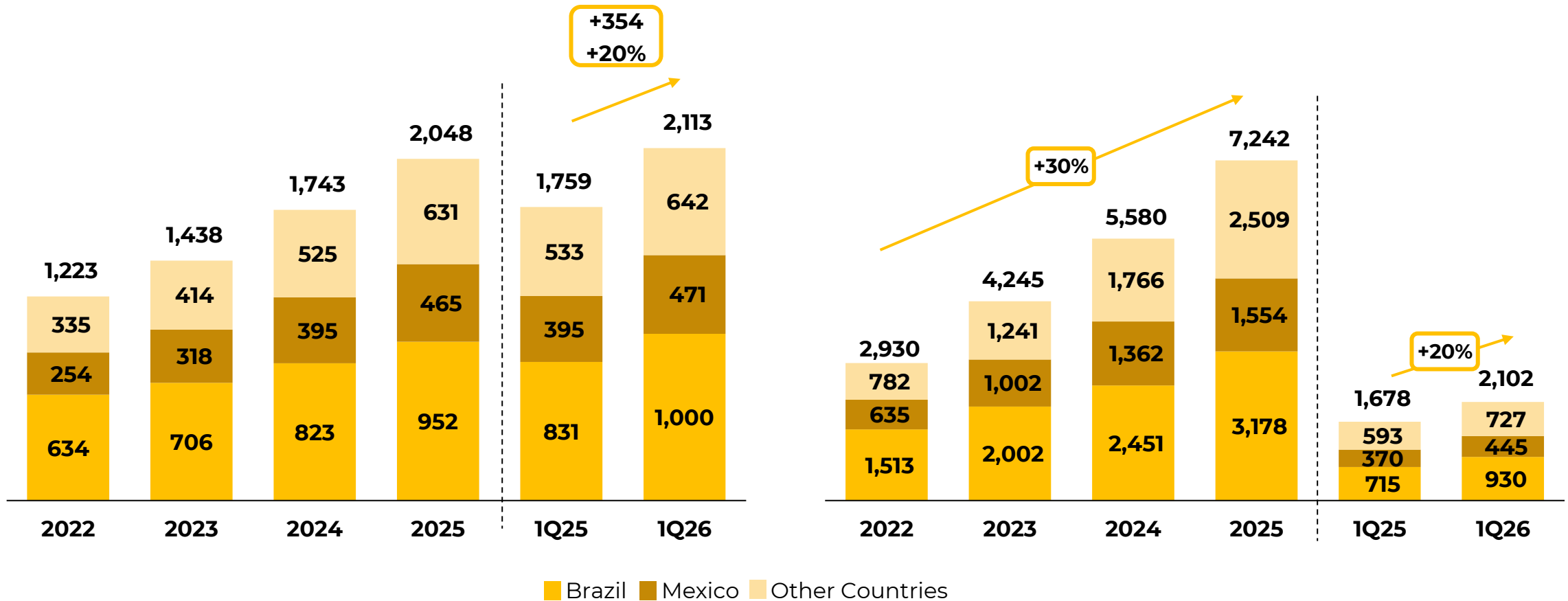
(1) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2)



# PROVEN GROWTH TRACK RECORD

### NUMBER OF CLUBS (#)

### NET OPERATING REVENUE (R\$ MM)

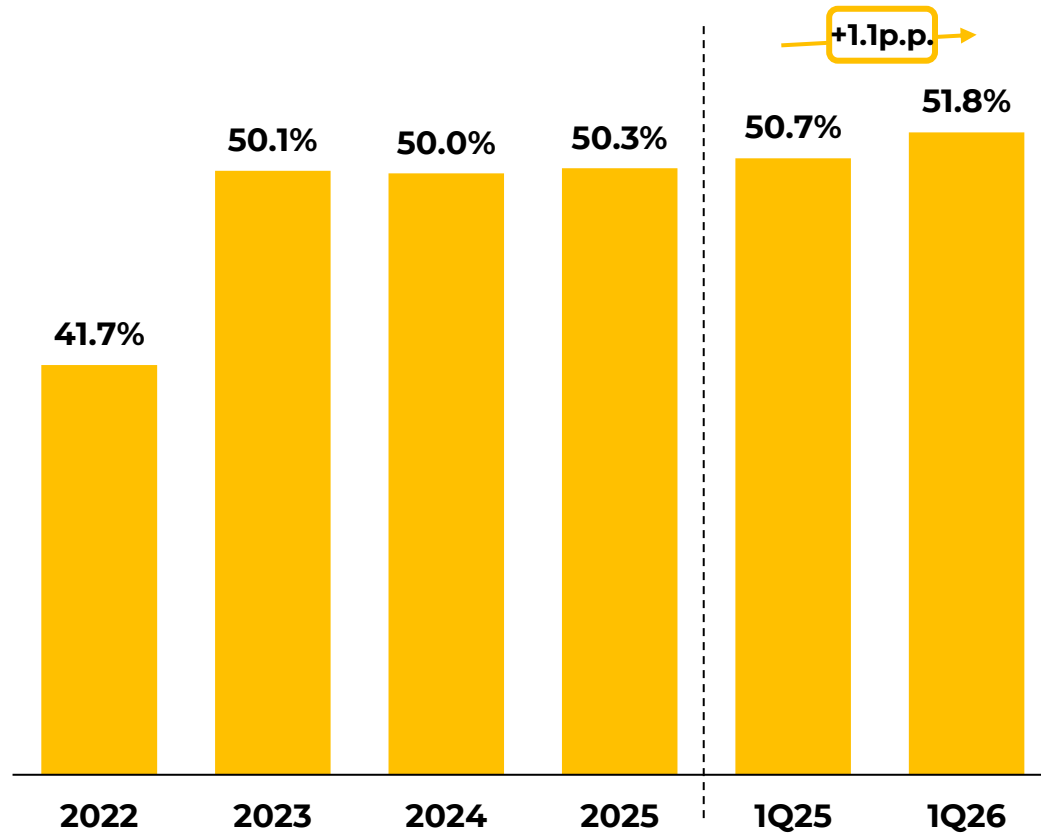


(1) Revenues from aggregators in Mexico are consolidated into the results of Brazil, including FitMaster as of 2Q25 and TotalPass as of 1Q26.

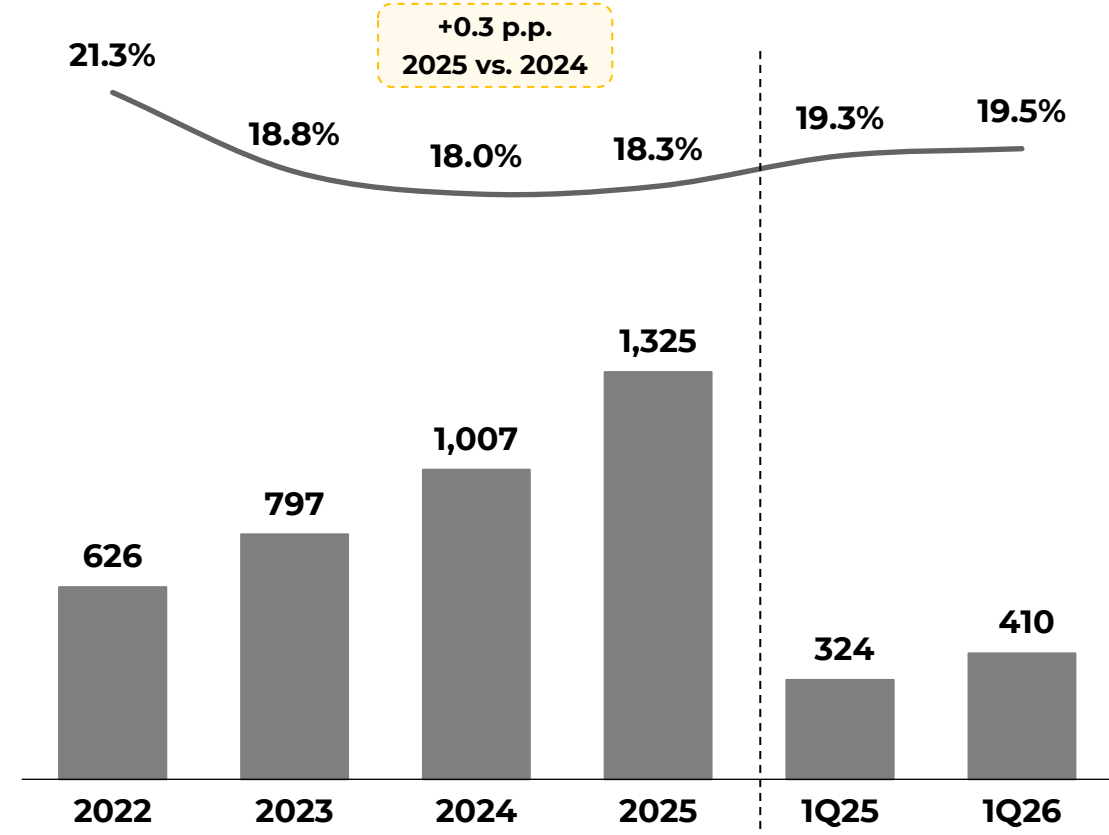


# LONG-TERM STRATEGY TO INCREASE EFFICIENCY

### CASH GROSS MARGIN<sup>1</sup> (%)



### SG&A & % OF NET OPERATING REVENUE (R\$ MM & %)



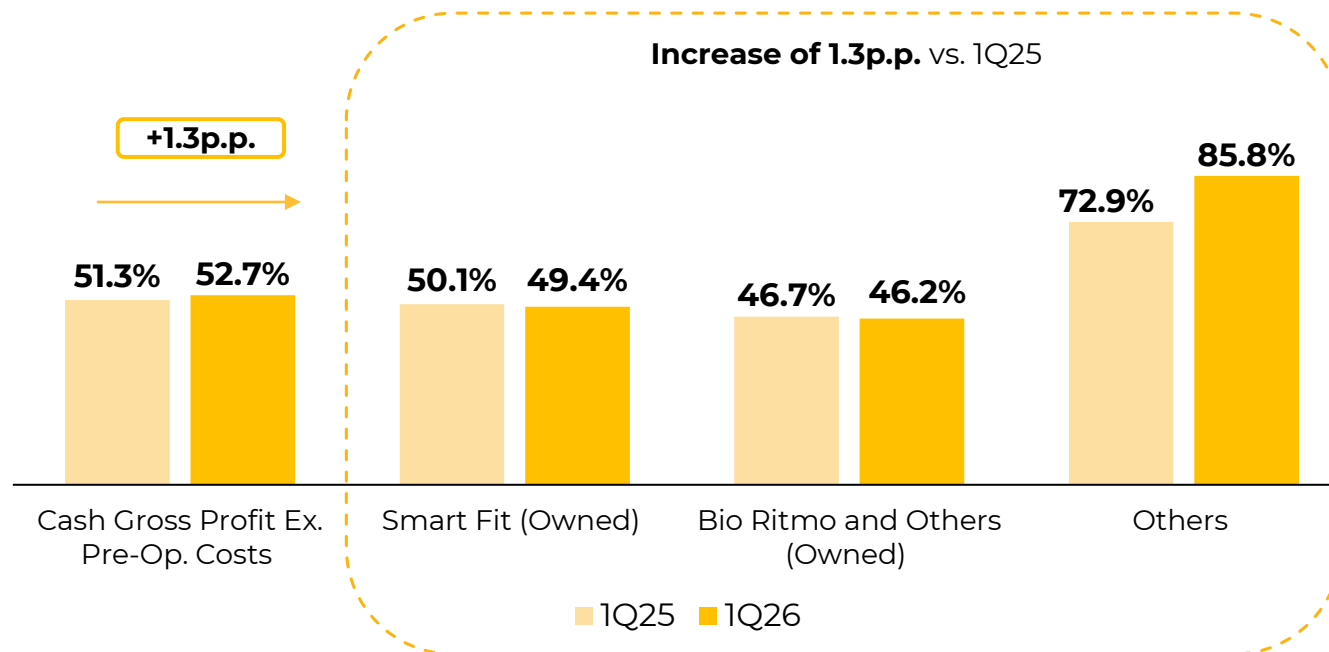
(1) Excludes impact of IFRS 16



# CASH GROSS MARGIN BEFORE PRE-OPERATING COSTS

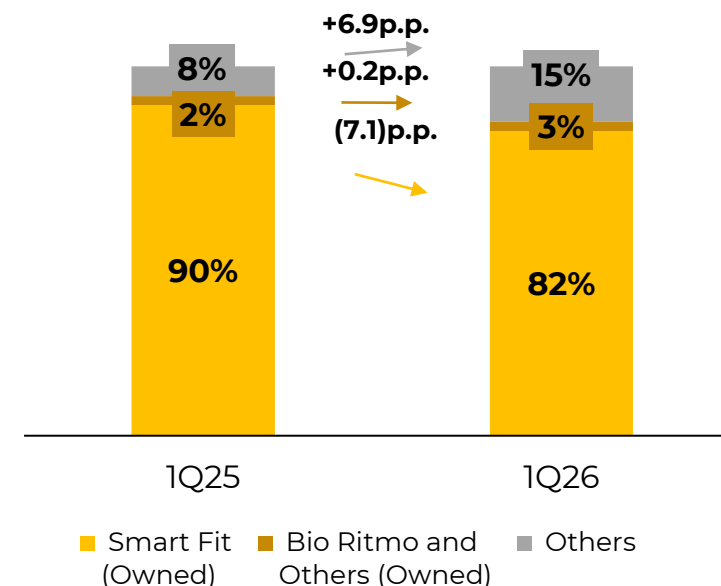
## CASH GROSS MARGIN BEFORE PRE-OPERATING COSTS BREAKDOWN

Per segment | 1Q26 vs. 1Q25 (%)



## CASH GROSS PROFIT BEFORE PRE-OP

Per Segment (%) and variation vs. 1Q25 (p.p.)



- In 1Q26, the Company's **gross margin before pre-operating costs** expanded by **1.3p.p. vs. 1Q25**, reaching **52.7%**
- **The "Others" segment maintained a higher margin level compared to the Company's other segments**, closing the period at **85.8%** (vs. **70.7%** in 4Q25)
- **Positive effect on gross margin driven by the increased share of "Others"**, which accounted for **15%** of cash gross profit before pre-operating costs in 1Q26 (vs. **8%** in 1Q25)

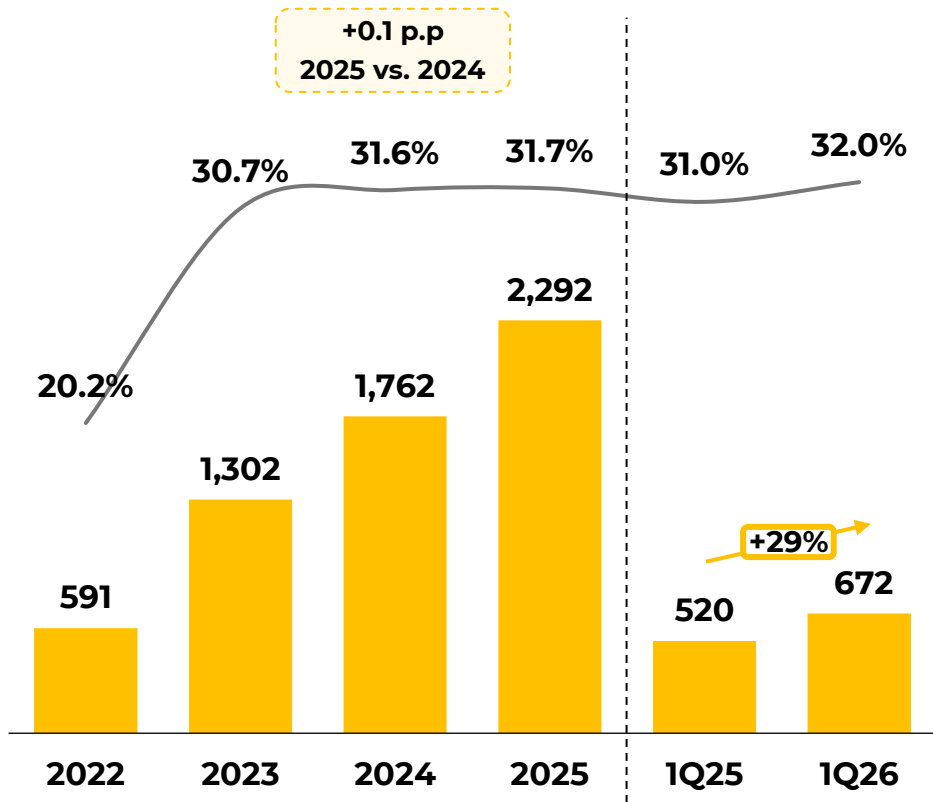
Note: Pre-operating costs refer to those related to the opening of new units.

"Bio Ritmo and others" includes the operations of Bio Ritmo and Nation. "Others" includes royalties received from franchises in Brazil and internationally (excluding Mexico), as well as revenue from other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass, Queima Diária and Studios, and in Mexico, TotalPass and FitMaster.

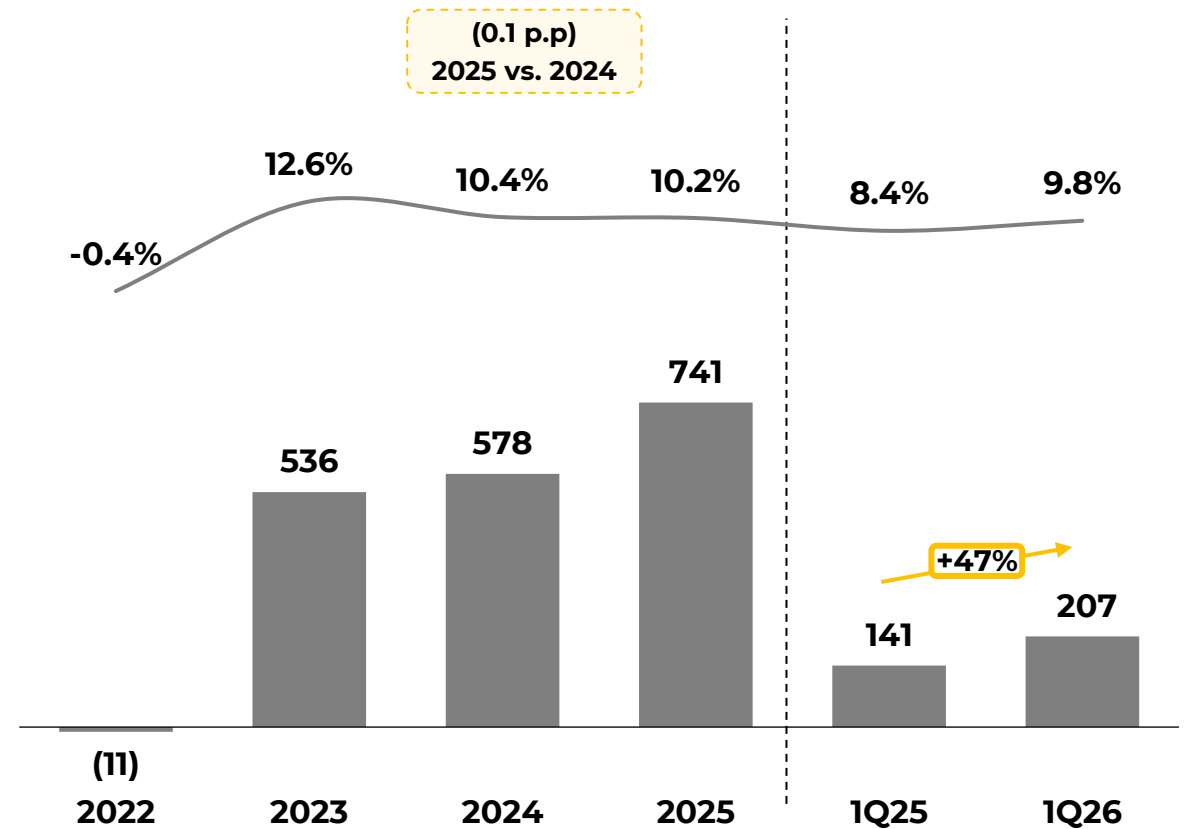


# EBITDA IN THE LAST 12 MONTHS REACHING A RECORD LEVEL OF R\$ 1.6 BILLION

**ADJ. EBITDA<sup>1</sup> & ADJ. EBITDA MARGIN (R\$ MM & %)**



**RECURRING NET INCOME & NET MARGIN<sup>2</sup> (R\$ MM & %)**



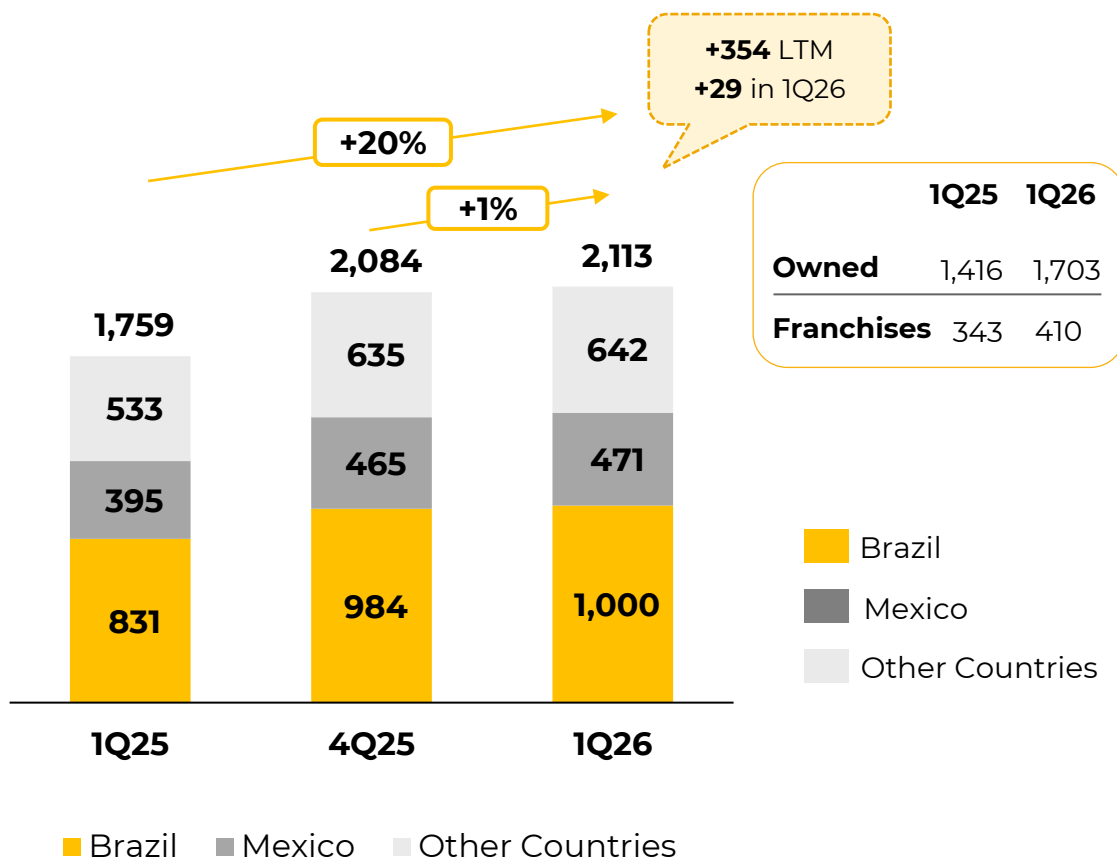
(1) Excludes the positive effect of R\$176.6 million registered in 2Q23 with the revaluation of existing 50% interest in Panama due to the acquisition of control of this operation, in accordance with accounting standards in effect in the period  
 (2) "Recurring Net Income (loss)" excludes impacts related to (i) revaluation of existing 50% interest in Panama and Costa Rica operations; and (ii) non-recurring financial expenses in 2Q24 of R\$22.1 million after income tax/CSLL related to the prepayment of the 6th issue of debentures and R\$5.3 M in 3Q24 related to the prepayment of the 5th issue in conjunction with other liability management initiatives.



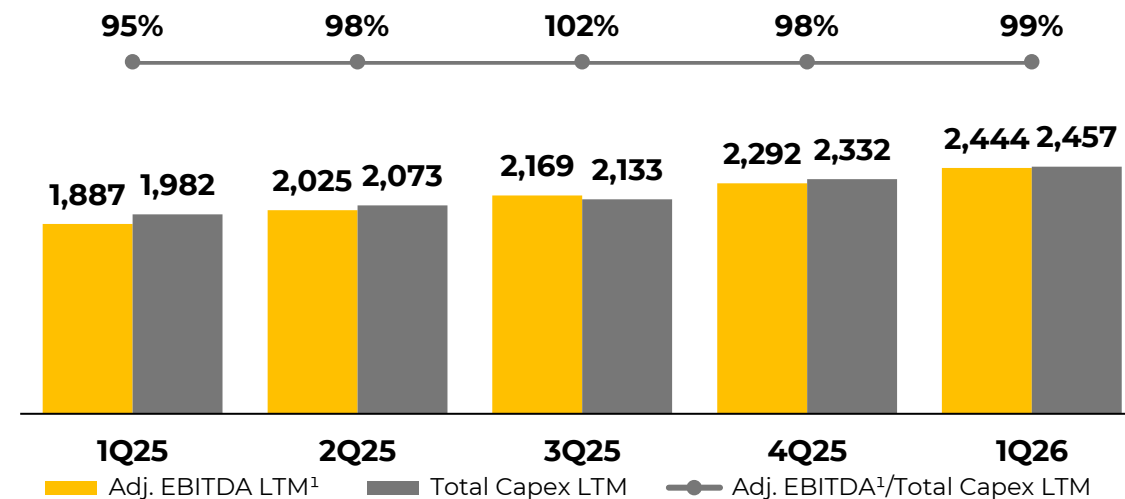
# DISCIPLINED EXPANSION FOCUSED ON RESULTS

Addition of 354 clubs in the last 12 months, reaching 2,113 clubs (+20% vs. 1Q25)

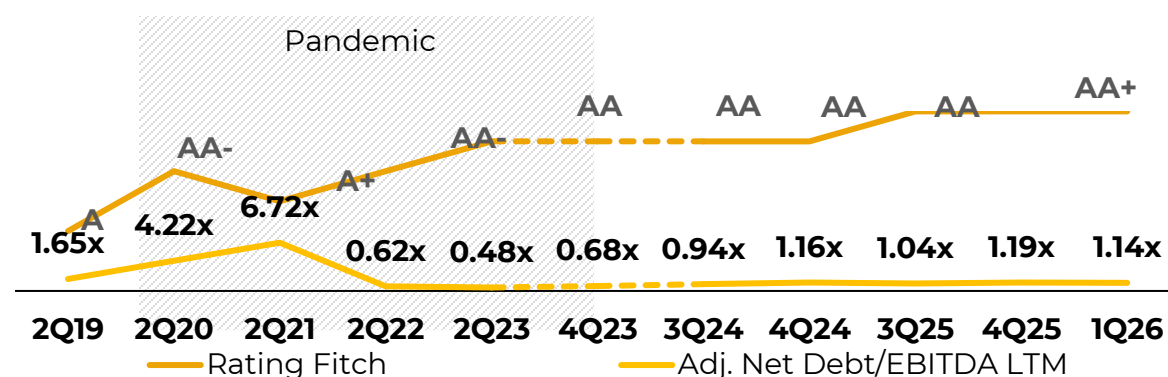
## EVOLUTION OF CLUB NETWORK



## ADJ. EBITDA<sup>1</sup> AND TOTAL CAPEX LTM (R\$M)



## RATINGS EVOLUTION AND ADJ. NET DEBT / EBITDA LTM<sup>2</sup>



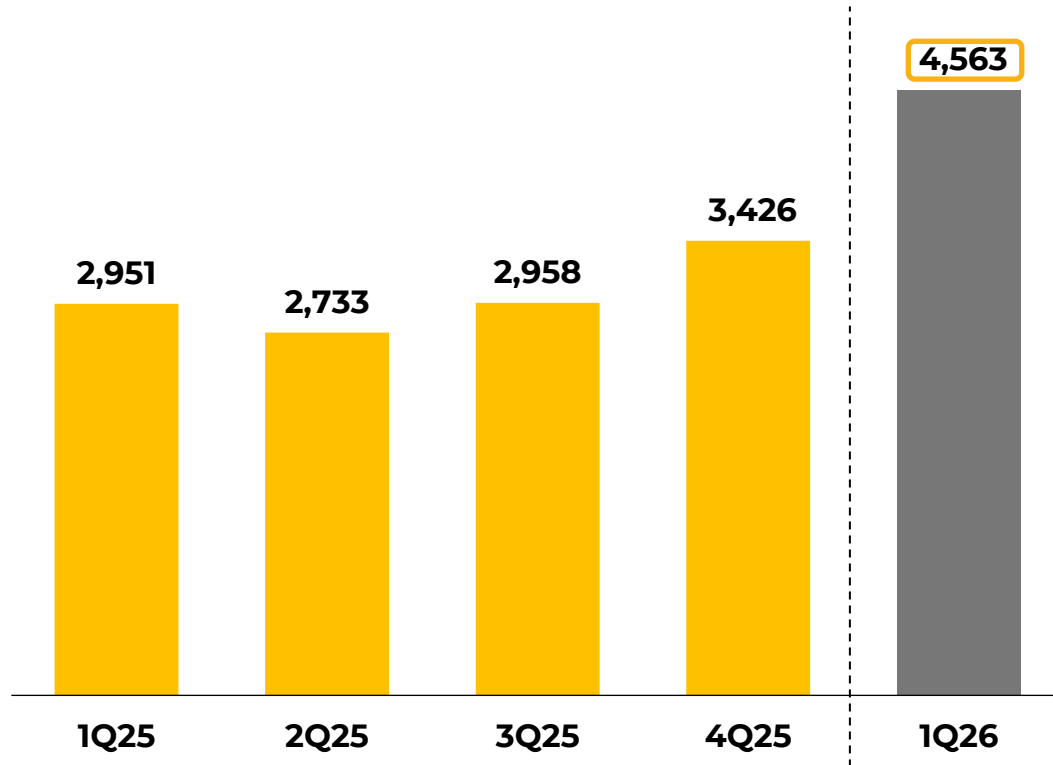
(1) Excludes (i) IFRS 16 impact; (ii) Adjusted EBITDA\* excludes the extraordinary impact from the non-recurring revenue of R\$ 10.7 M recognized in 4Q25, related to the remeasurement of the stake held in FitMaster.. (2) The "Adjusted Net Debt/LTM EBITDA" ratio follows the Net Debt and EBITDA definitions from the Company's debentures; Debtor's Management Document indicating calculations based on audited figures, available on the IR website.



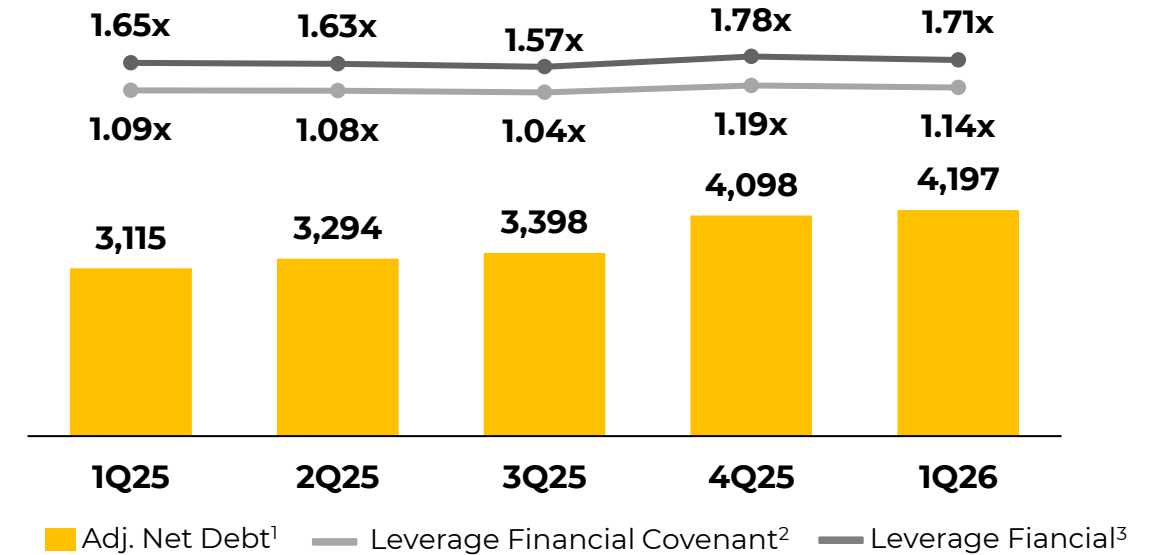
# SOLID CASH POSITION OF R\$4.6 BN AND LENGTHY DEBT PROFILE

Unique financial position in the industry

## CASH POSITION (R\$ M)

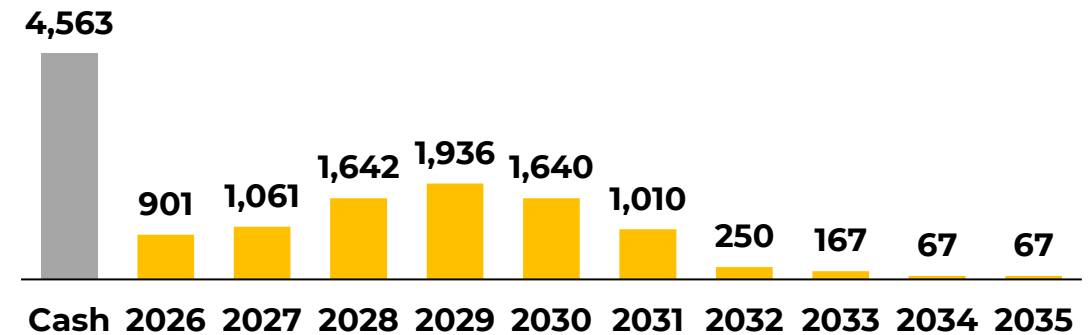


## ADJ. NET DEBT (R\$ MILLION) AND FINANCIAL LEVERAGE



## GROSS DEBT REPAYMENT FLOW<sup>4</sup>

(R\$ million)



(1) "Net Debt" uses the definition established in the Company's debentures. For more information, see the [debenture indenture](#) (Portuguese only);

(2) The "Financial Leverage - Covenant" indicator is calculated as "Adjusted Net Debt" divided by "EBITDA LTM", using the definitions of net debt and EBITDA established in the Company's debentures;

(3) The "Financial Leverage" indicator considers "Adjusted Net Debt", using the definition established in the Company's debentures, and "EBITDA LTM", excluding the effects of IFRS 16 related to commercial leases associated with the rent of clubs and offices;

(4) "Gross Debt" considers short- and long-term loans, financing and operating leases (excluding property leases) with financial institutions at the end of March 2026.

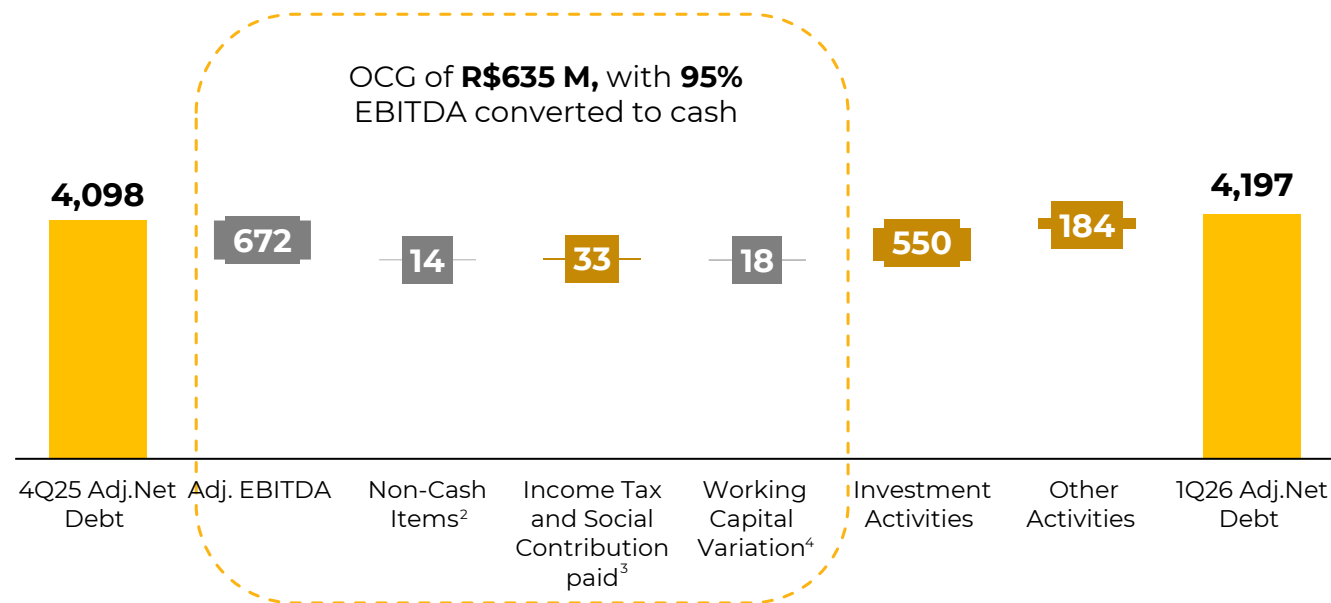


# VARIATION IN ADJUSTED NET DEBT

High conversion of EBITDA into operational cash and diversified capital structure across the regions

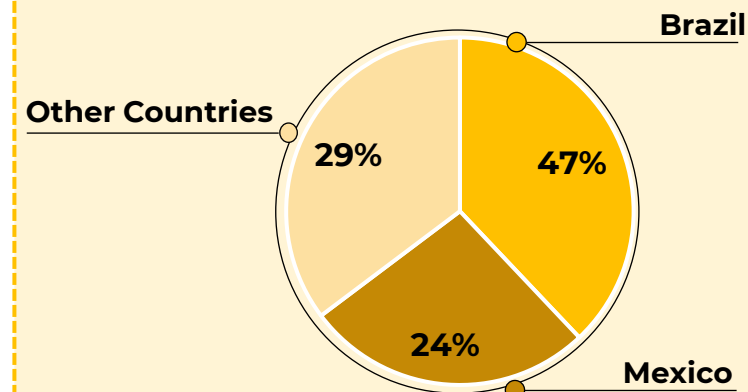
## VARIATION IN ADJUSTED NET DEBT<sup>1</sup>

(R\$M)



## NET DEBT BY REGION

(%)



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

(1) "Adjusted Net Debt" uses the definition of the Company's debentures. For more information, see the indenture (Portuguese only); (2) Mainly includes equity income, asset write-offs, deferred revenue, and provisions;; (3) Includes taxes on sales and services; (4) As of 1Q25, the Company began using changes in working capital as presented in the Statement of Cash Flows of the financial statements.

04

**VALUE CREATION**  
SIGNIFICANT GROWTH AND VALUE CREATION  
OPPORTUNITIES



### ENVIRONMENTAL INITIATIVES AND PARTNERSHIP FOR THE EXPANSION OF RENEWABLE ENERGY



**389 UNITS**

**+42% vs. 2Q24**

**With an air conditioning automation system**

229 units in Brazil, 146 in Mexico, and 14 in Colombia, with greater energy efficiency.



**257 UNITS**

**+34% vs. 2Q24**

**Operating with renewable energy**

44% of the base of owned clubs (vs. 38% in 2Q24), with a reduction in costs per kWh used.



**496 UNITS**

**+55% vs. 2Q24**

**With online monitoring of water consumption**

450 units in Brazil and 46 units in Mexico. Reduction of approximately 2.2 thousand cubic meters and R\$131 thousand per month





# ESG HIGHLIGHTS OF THE 1ST HALF OF 2025 (1/2)

## Social pillar and governance initiatives



### **Warm Winter Campaign**

A warm clothing campaign involving our brands, collecting over 7 tons of clothing.



### **Supporting communities affected by the rains – Colombia**

Donation of water, food, and supplies to several impacted families.



### **"Transforming Lives through Movement" Campaign in Mexico**

Develop motor skills and promote teamwork through physical activities for children in schools (4,780 children benefited)



### **"Back to school with Smart Fit" in Peru**

Delivery of school kits to children living in a region of social vulnerability.



### **Partnership with Casa de la Mujer**

Donation of materials used in the Smart Fit booth at Lollapalooza Chile, for a space dedicated to welcoming and supporting women victims of violence.



## OPERATION WITH INCLUSION

Launch of the Libras course at the Corporate University and realization of the course on Chilean Sign Language for 230 employees.



## IFRS S1 AND IFRS S2

Hiring of an external consultant for a diagnostic project of adherence to IFRS S1 (Sustainability) and S2 (Climate Factors) standards, to define the next steps in preparation for future disclosure.

## GOVERNANCE HIGHLIGHTS

The **2024 Annual Report** was published in accordance with GRI and SASB guidelines, and ABNT independently verified the information.

### **Compliance:**

Brazil - Launch of new training in the form of knowledge pills, aimed at providing fast and interactive updates.

Chile, Argentina, Uruguay, and Paraguay - training of 65 regional leaders and representatives on the Company's compliance program.



# WE ARE CONFIDENT IN OUR FUTURE



SIZEABLE AND  
EXPANDING MARKET  
BENEFITED BY SECULAR  
TRENDS



UNDISPUTED LEADER IN  
THE REGION WITH SCALE  
AND PROFITABILITY

PROVEN EXECUTION  
TRACK RECORD WITH  
SEASONED  
MANAGEMENT TEAM



MULTIPLE GROWTH  
AVENUES WITH MARKET  
CONSOLIDATION  
OPPORTUNITIES