



RESULTADOS 2T26

Webinar de Resultados

06 de agosto de 2026

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

BIO RITMO



BE



TOTALPASS

QUEIMA
DIÁRIA

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 2T26

São Paulo, 05 de agosto de 2026 – A Smart Fit (SMFT3), líder no setor *Fitness* na América Latina em número de clientes e academias¹ anuncia os resultados do 2T26. Para permitir melhor análise, os resultados são apresentados sem o efeito do IFRS-16/CPC 06 (R2). Os efeitos da adoção do IFRS-16/CPC 06 (R2) sobre o resultado são detalhados a partir da página 35.

DESTAQUES DO PERÍODO

➤ **Sólido crescimento de 19% da rede de academias vs. 2T25, totalizando 2.170 unidades em 16 países**

Forte ritmo de expansão, com 352 academias adicionadas nos últimos 12 meses.

➤ **Receita líquida atingiu R\$2,2 BI no 2T26, com sólido crescimento de 22% vs. 2T25 e 4% vs. 1T26**

Robusto desempenho impulsionado pelo avanço de 19% na receita das academias próprias e pelo robusto crescimento na linha de “Outras”², +47% vs. 2T25.

➤ **Lucro bruto caixa³ de R\$1,1 BI no 2T26, crescimento de 24% vs. 2T25 e margem recorde de 51,9%, +1,1p.p. vs. 2T25**

Sólida margem bruta caixa das academias maduras⁴ e consistente maturação das unidades inauguradas nos últimos anos, combinadas com o forte incremento do lucro bruto caixa de “Outras”².

➤ **EBITDA recorde de R\$712 M no 2T26, sólido crescimento de 24% vs. 2T25 e margem de 32,7% (+0,5p.p. vs. 2T25)**

EBITDA ajustado⁵ recorde de R\$2,6 bilhões nos últimos 12 meses, com margem de 32,0%. No mesmo período, robusta geração de caixa operacional de R\$2,4 bilhões, com alta conversão de 92%.

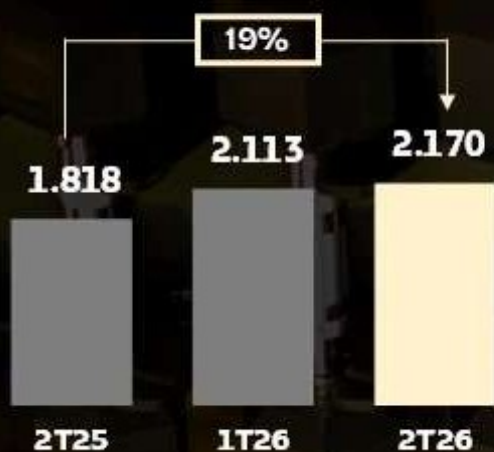
➤ **Lucro líquido recorrente⁶ de R\$204 M no 2T26, crescimento de 8% vs. 2T25, com margem líquida recorrente de 9,4%**

Nos últimos 12 meses, o lucro líquido recorrente atingiu R\$822 milhões, com margem líquida recorrente de 10,2%.

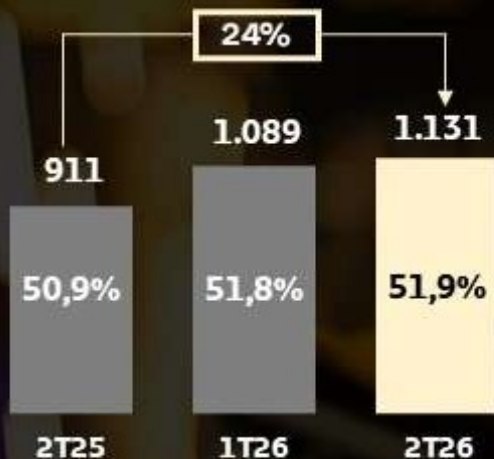
Destaques do 2T26	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Academias	2.170	1.818	19%	2.113	3%	2.170	1.818	19%
Receita Líquida (R\$ M)	2.177	1.791	22%	2.102	4%	4.279	3.469	23%
Lucro Bruto Caixa ³	1.131	911	24%	1.089	4%	2.220	1.762	26%
Margem Bruta Caixa	51,9%	50,9%	1,1 p.p.	51,8%	0,1 p.p.	51,9%	50,8%	1,1 p.p.
EBITDA ³ (R\$ M)	712	576	24%	672	6%	1.383	1.096	26%
Margem EBITDA	32,7%	32,1%	0,5 p.p.	32,0%	0,7 p.p.	32,3%	31,6%	0,7 p.p.
Lucro Líquido Recorrente ⁶ (R\$ M)	204	189	8%	207	(2%)	411	330	24%

(1) De acordo com os dados da Health & Fitness Association, divulgados em 2025, com data-base de 2024 (“HFA”); (2) “Outras” inclui *royalties* recebidos de franquias no Brasil e internacionais (exceto México) e a receita de outras marcas operadas pela Companhia no Brasil, incluindo TotalPass Brasil, Queima Diária e Studios e, no México, FitMaster e TotalPass México; (3) Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2), vide seções “Lucro Bruto Caixa” e “EBITDA”; (4) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; (5) “EBITDA ajustado” exclui o impacto positivo da receita não recorrente de R\$10,7 M auferida no 4T25 correspondente à reavaliação da participação detida na FitMaster; e (6) Exclui os impactos não recorrentes de aquisições, com destaque para a reavaliação da participação nas operações da FitMaster, Panamá e Costa Rica, Velocity e outras aquisições, além das despesas financeiras não recorrentes no 2T26 de R\$21,1 milhões, após IR/CSLL, relacionadas ao pré-pagamento da 7ª emissão (1ª série) e da 9ª emissão de debêntures e outras iniciativas de *liability management*. Vide seção “Lucro Líquido e Lucro Líquido Recorrente”.

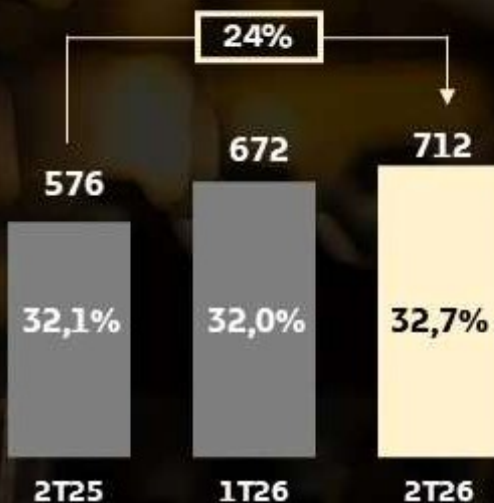
Academias



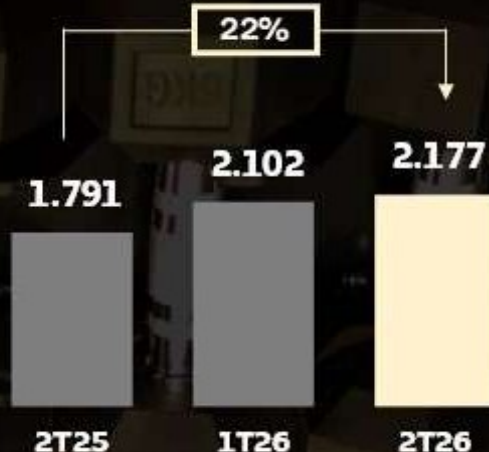
Lucro Bruto Caixa e Margem ^(a) (R\$ M)



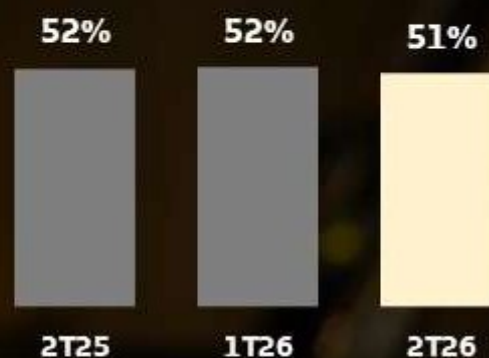
EBITDA (R\$ M) e Margem ^(a) (%)



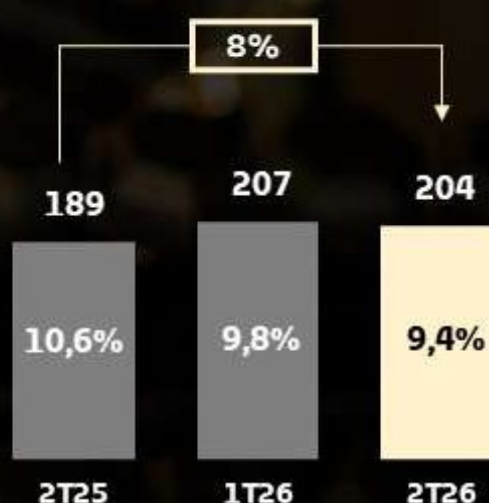
Receita Líquida (R\$ M)



Margem Bruta Maduras ^(b) (%)



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



(a) Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2), vide seções “Lucro Bruto Caixa” e “Composição do EBITDA” e “Lucro Líquido”;

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

(c) Exclui os efeitos não recorrentes, vide seção “Lucro Líquido e Lucro Líquido Recorrente”.

PERFORMANCE OPERACIONAL

REDE DE ACADEMIAS, STUDIOS E AGREGADORES

Evolução da rede de academias

Academias	Final de Período					Crescimento 2T26 vs.		Variação 2T26 vs.	
	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26	1T26	2T25	1T26	2T25
Academias Total	1.818	1.867	2.084	2.113	2.170	57	352	3%	19%
Por Tipo									
Próprias	1.459	1.501	1.683	1.703	1.746	43	287	3%	20%
Franquias	359	366	401	410	424	14	65	3%	18%
Por Marca									
Smart Fit	1.783	1.831	2.048	2.072	2.126	54	343	3%	19%
Próprias	1.430	1.471	1.653	1.668	1.708	40	278	2%	19%
Brasil	587	605	693	701	718	17	131	2%	22%
México	379	390	435	439	452	13	73	3%	19%
Outros Países ^a	464	476	525	528	538	10	74	2%	16%
Franquias	353	360	395	404	418	14	65	3%	18%
Brasil	237	241	259	262	268	6	31	2%	13%
México	24	26	30	32	36	4	12	13%	50%
Outros Países ^a	92	93	106	110	114	4	22	4%	24%
Bio Ritmo e outras ^b	35	36	36	41	44	3	9	7%	26%
Próprias	29	30	30	35	38	3	9	9%	31%
Franquias	6	6	6	6	6	0	0	-	-
Por região									
Brasil	856	878	984	1.000	1.025	25	169	2%	20%
México	403	416	465	471	488	17	85	4%	21%
Outros Países ^a	559	573	635	642	657	15	98	2%	18%

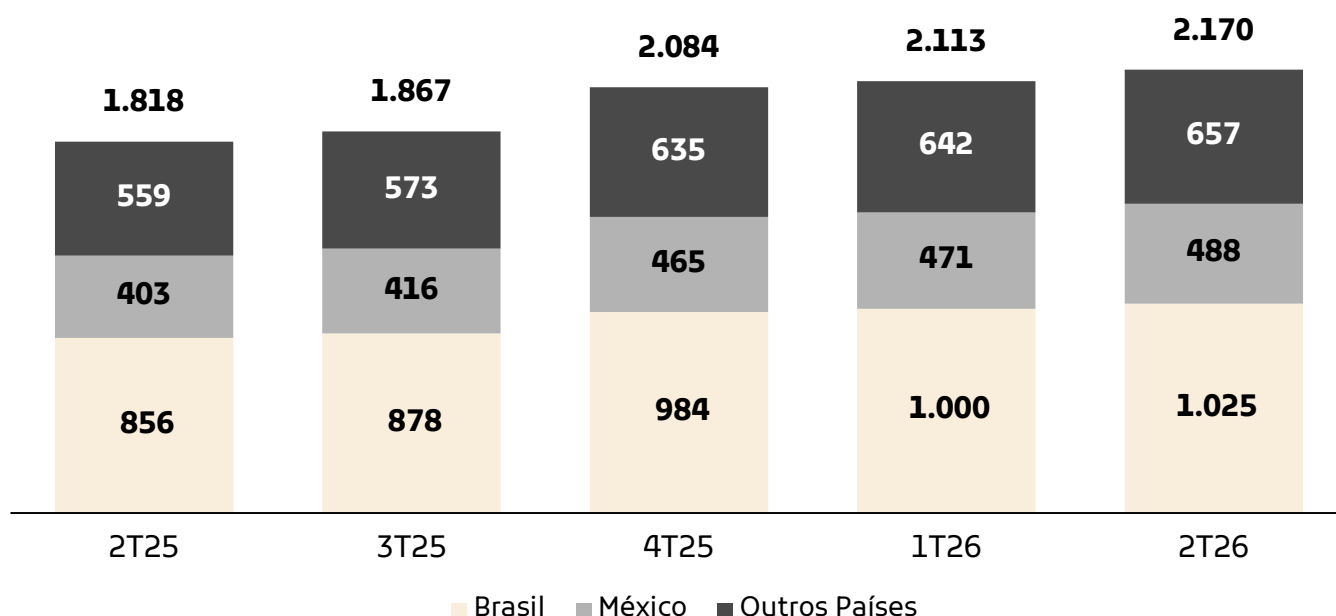
(a) "Outros Países" inclui as operações próprias da Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Marrocos e as franquias de El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana, Honduras e Argentina; (b) "Bio Ritmo e outras" inclui 42 unidades Bio Ritmo e 2 unidades Nation CT.

A Companhia encerrou o segundo trimestre de 2026 com 2.170 academias em 16 países, um crescimento de 19% da rede quando comparado ao mesmo período do ano anterior. A expansão segue em ritmo consistente com a estratégia de crescimento da Companhia, reforçando sua liderança no segmento *Fitness* na América Latina e posicionando-a entre as maiores empresas do setor no mundo. Ao final do período, a rede era composta por 1.746 unidades próprias (80% do total) e 424 franquias (20%).

A composição geográfica manteve-se estável em relação ao 2T25, com o Brasil representando 47% das unidades, seguido por Outros Países (30%) e México (23%), refletindo a estratégia de diversificação geográfica construída pela Companhia nos últimos anos.

No trimestre, foram adicionadas 57 academias — 54 da marca Smart Fit e 3 da "Bio Ritmo e outras" —, sendo 25 no Brasil, 17 no México e 15 em Outros Países. Do total de unidades inauguradas, 43 são próprias e 14 são franquias.

Academias no final do período



Nos últimos 12 meses, foram adicionadas 352 academias, sendo 343 da marca Smart Fit e 9 unidades “Bio Ritmo e outras”, representando a maior expansão na história da marca Bio Ritmo em um intervalo de 12 meses. Do total de adições de academias, 82% correspondem a unidades próprias. Em termos de geografia, o Brasil representou 48% das adições, a região de Outros Países 28% e México 24%.

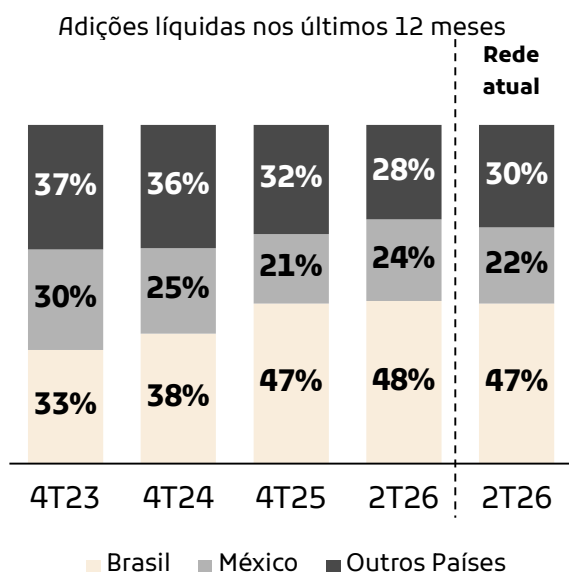
Ao final de julho, a Companhia encerrou o período com 98 adições no acumulado do ano, além de 134 obras em andamento e mais de 200 contratos assinados para unidades com inauguração prevista em 2026 e 2027. Assim como observado nos anos anteriores, a expansão concentra-se no segundo semestre — historicamente responsável por cerca de 70% a 75% das aberturas anuais — de modo que o ritmo acumulado até o momento é consistente com o plano de expansão para 2026.

Nesse contexto, o andamento operacional da expansão ao final de julho segue compatível com o *guidance*¹ de aberturas de 330-350 academias no ano, sendo aproximadamente 80% unidades próprias. A decisão de manter o forte ritmo está fundamentada (i) na maturação das safras recentes e no desempenho das academias maduras; (ii) na disciplina de alocação de capital para aprovação de novos projetos; (iii) na robustez da posição financeira da Companhia; (iv) no pipeline favorável de oportunidades imobiliárias; e (v) na demanda estruturalmente crescente do segmento Fitness. A Companhia preserva flexibilidade para ajustar o ritmo de aberturas conforme a performance das unidades de negócio e as condições de mercado, mantendo a disciplina de alocação de capital orientada à criação de valor no longo prazo.

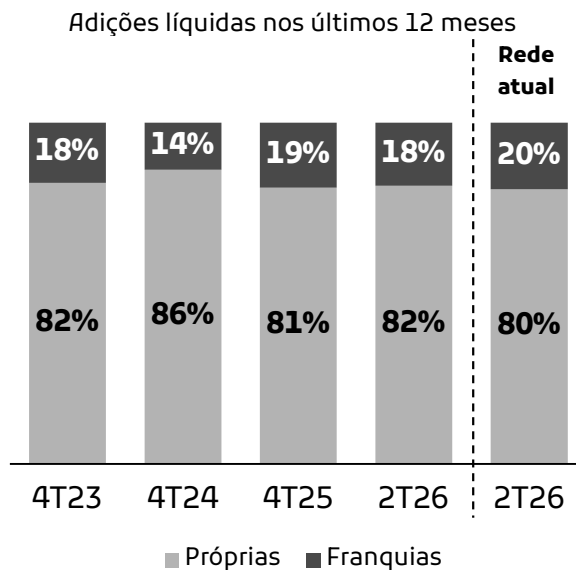
Destaca-se que, ao final do 2T26, 1.127 unidades próprias da Smart Fit eram maduras, representando 66% da base de unidades próprias da marca (versus 67% da base no mesmo período do ano anterior). Considera-se madura a unidade que possui pelo menos 24 meses de operação no início do ano.

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

Composição das academias^(a) por região

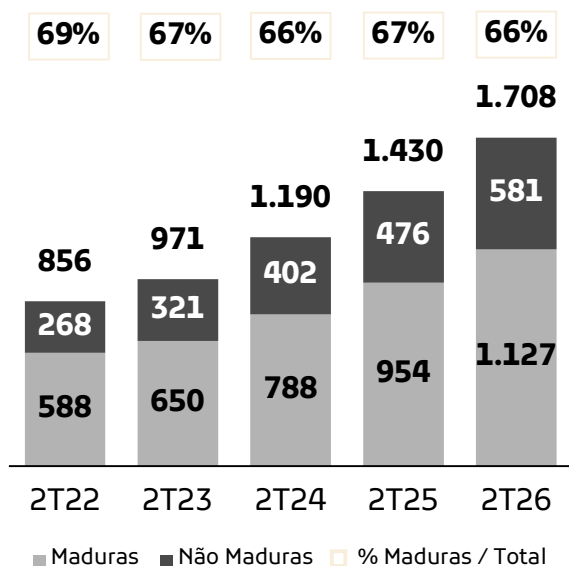


Composição das academias^(a) por tipo

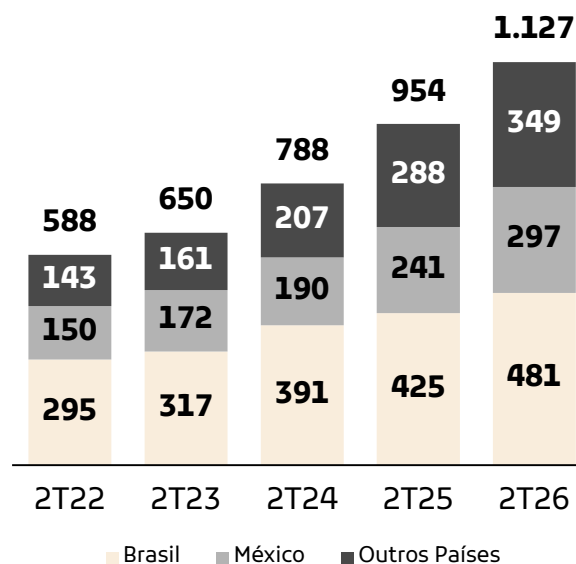


(a) Considera somente as academias da Companhia (não considera Studios).

Composição Academias Smart Fit Próprias por aging



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



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

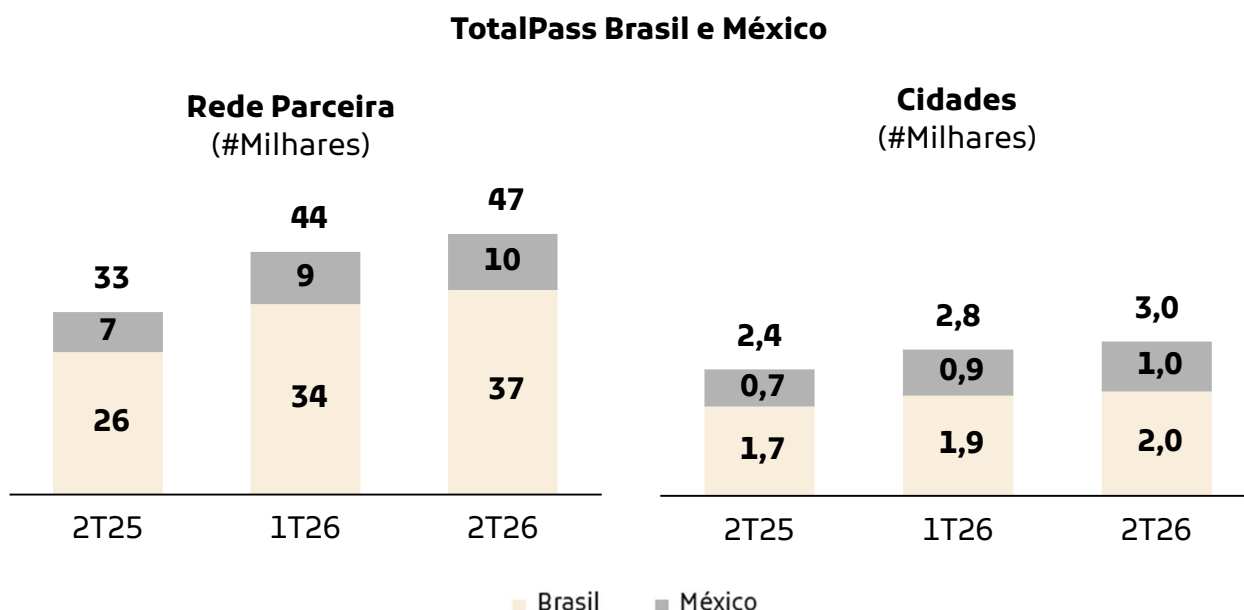
Evolução BeOn Studios e TotalPass

A BeOn Studios atingiu 311 salas no trimestre, um crescimento de 39% frente ao 2T25, com destaque para as inaugurações das marcas *Uidya*, *Velocity*, *Aera Pilates* e *Tonus* que, em conjunto, representaram aproximadamente 90% das novas salas adicionadas no período.

A BeOn Studios encerrou o trimestre com 192 unidades (sendo 171 franquias, ou 89% do total), representando uma sólida adição de 34 unidades em relação ao 2T25. Destaca-se que a região Sudeste do Brasil foi responsável por 68% dessa expansão no período, com destaque para o estado de São Paulo. Frente ao 1T26, foram adicionadas 6 unidades.

No TotalPass Brasil, a base de academias parceiras totalizou cerca de 37 mil unidades no 2T26 (+44% vs. 2T25), com presença em 2 mil cidades (+17% vs. 2T25). No TotalPass México, a rede de parceiros superou, pela primeira vez na história, o patamar de 10 mil unidades credenciadas, que representou um crescimento de 40% frente ao 2T25. Considerando os dois mercados, as redes de parceiros do TotalPass Brasil e México totalizaram aproximadamente 47 mil estabelecimentos, incluindo as academias e studios da própria Companhia.

A ampliação da base de parceiros e da cobertura geográfica fortalece a proposta de valor do TotalPass para as empresas, usuários finais e parceiros, consolidando seu posicionamento como uma das maiores plataformas de bem-estar corporativo da América Latina.



BASE DE CLIENTES

Evolução da base de clientes em academias

Clientes ('000)	Final de Período					Crescimento 2T26 vs.		Variação 2T26 vs.	
	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26	1T26	2T25	1T26	2T25
Em academias^a	5.151	5.228	5.210	5.582	5.582	0	431	0%	8%
Por Tipo									
Próprias	4.149	4.232	4.222	4.528	4.539	11	390	0%	9%
Franquias	1.002	996	988	1.054	1.043	(11)	41	(1%)	4%
Por Marca									
Smart Fit	5.097	5.174	5.157	5.527	5.526	(2)	429	(0%)	8%
Próprias	4.104	4.187	4.178	4.482	4.491	9	387	0%	9%
Brasil	1.635	1.620	1.595	1.703	1.638	(65)	3	(4%)	0%
México	1.035	1.042	1.007	1.103	1.156	53	121	5%	12%
Outros Países ^b	1.434	1.525	1.576	1.676	1.697	21	263	1%	18%
Franquias	993	987	979	1.046	1.035	(11)	42	(1%)	4%
Bio Ritmo e outras ^c	55	54	53	55	57	2	2	3%	3%
Por região									
Brasil	2.282	2.250	2.216	2.346	2.248	(98)	(34)	(4%)	(2%)
México	1.110	1.116	1.079	1.189	1.255	66	145	6%	13%
Outros Países ^b	1.760	1.862	1.915	2.047	2.080	33	320	2%	18%

(a) Base de clientes em academias não inclui os alunos do TotalPass; (b) "Outros Países" inclui as academias próprias na Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Marrocos. Para franquias, inclui El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana, Honduras e Argentina; (c) "Bio Ritmo e outras" inclui as operações da Bio Ritmo e da Nation CT.

Destaca-se que tanto a base de clientes em academias, quanto as análises apresentadas a seguir, contemplam exclusivamente o "canal de vendas direto (B2C)". Dessa forma, os usuários que acessam as academias por meio de agregadores, no Brasil e no México, não estão incluídos nesta seção. Para uma melhor visão da performance operacional nessas regiões, torna-se cada vez mais relevante considerar também a frequência dos clientes do TotalPass nas unidades do Grupo Smart Fit.

No 2T26, a base de clientes em academias atingiu 5,6 milhões, alta de 8% frente ao 2T25 (+431 mil clientes). O crescimento reflete a expansão da rede (+19% em unidades no período) e o processo de *ramp-up* das safras inauguradas nos últimos anos.

Nas unidades maduras, o número de alunos por unidade recuou no comparativo anual, movimento associado principalmente à (i) estratégia de adensamento da rede, com novas unidades em regiões já atendidas. Esse movimento tem como objetivo ampliar a cobertura de mercado e fortalecer o posicionamento competitivo da Companhia, ainda que pressione a densidade das unidades existentes no curto prazo; e (ii) maior acesso via TotalPass no Brasil, que migra parte da frequência do canal direto (B2C) para o agregador.

Em comparação ao 1T26, a base de clientes em academias permaneceu estável, reflexo principalmente da sazonalidade histórica nas unidades maduras no período, quando a base por unidade recua tipicamente do primeiro para o segundo trimestre na maior parte das geografias. No período, o crescimento no México e nos Outros Países foi compensado pela performance do Brasil.

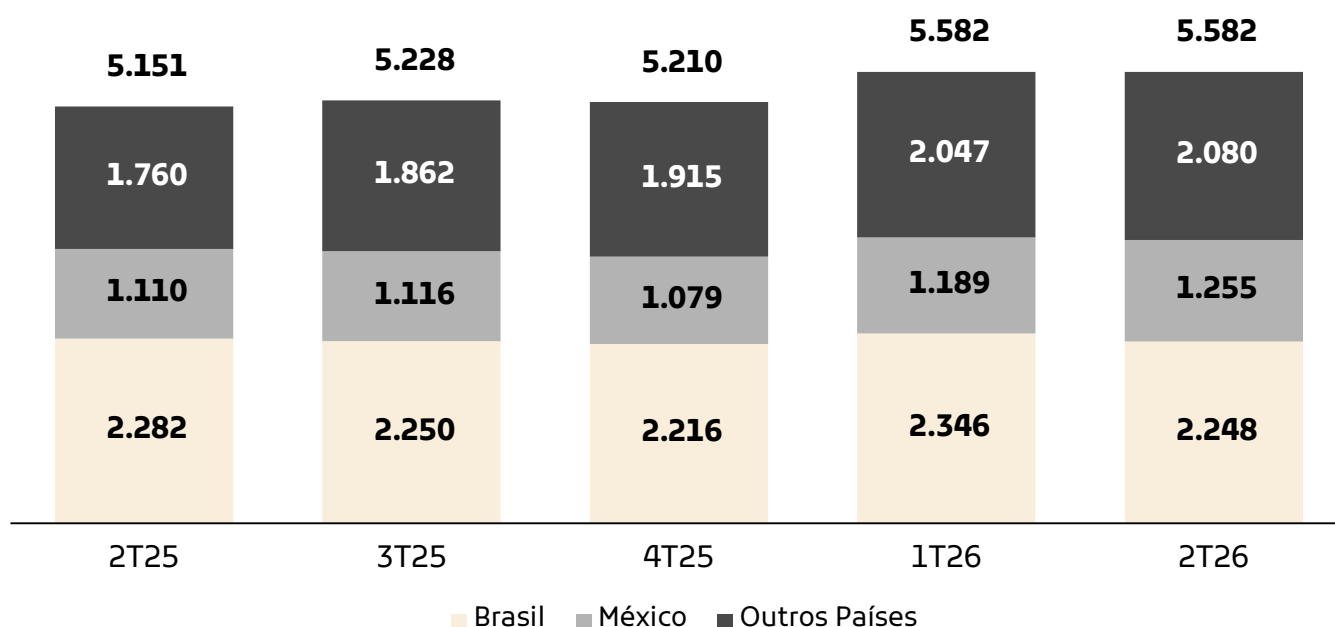
No Brasil, a base de clientes encerrou o 2T26 com 2,2 milhões, o que representa 1,0% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país. A redução de 2,0% na base de clientes em relação ao 2T25 reflete, principalmente, o aumento da representatividade dos acessos (*check-ins*) dos usuários do TotalPass. A utilização vem crescendo a cada trimestre, o que contribui de forma positiva para o fluxo de usuários e para a receita das academias. Em comparação ao 1T26, a base de clientes apresentou uma redução de 4%, devido à sazonalidade do trimestre na região e ao aumento da representatividade dos usuários do TotalPass.

O México encerrou o 2T26 com 1,3 milhão de alunos, um crescimento de 13% em relação ao 2T25. Isso equivale a 0,9% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país. No trimestre, a base apresentou uma adição de 66 mil alunos, representando um crescimento de 6% da base frente ao 1T26, em função da maturação das unidades inauguradas nos últimos anos e da sazonalidade favorável para o trimestre.

Destaca-se que a evolução da base de alunos nas unidades maduras apresentou melhora tanto no 2T26 quanto no primeiro semestre de 2026, em comparação aos mesmos períodos do ano anterior, embora ainda permaneça abaixo do histórico da Companhia. Adicionalmente, a base de alunos no país apresentou melhora no mix, refletindo a maior penetração de clientes matriculados no Plano Black.

Na região Outros Países, a base de clientes totalizou 2,1 milhões, representando um sólido crescimento de 18% quando comparada ao 2T25, resultado do *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos anos. No trimestre, foram adicionados 33 mil alunos, representando um incremento de 2% da base frente ao 1T26, em função da performance da maturação das unidades, que mais do que compensou a sazonalidade do trimestre na região.

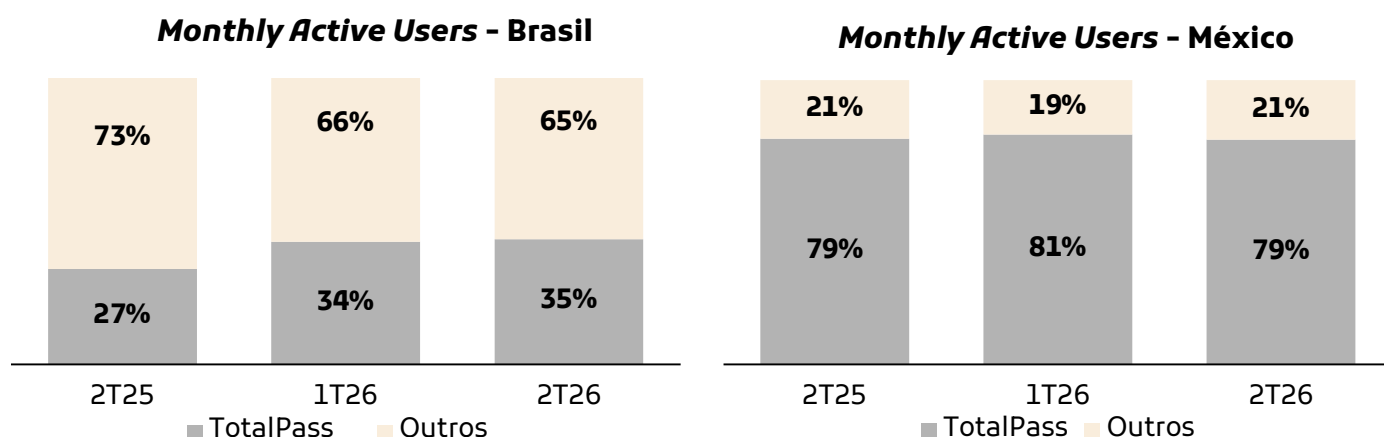
Clientes em academias no final do período



Evolução da base de clientes no TotalPass e serviços digitais

No segmento de agregadores do mercado *Fitness* B2B, o TotalPass apresentou novamente um forte crescimento, consolidando-se como um dos principais benefícios corporativos de bem-estar no Brasil e no México. Destaca-se que o TotalPass encerrou o 2T26 com 2,2 milhões de clientes no Brasil e no México, representando um sólido crescimento de 70% em relação ao mesmo período de 2025, 35% frente ao 4T25 e 7% na comparação com o 1T26.

Além disso, com base nos dados de *Monthly Active Users (MAU)* disponibilizados pela Sensor Tower, o TotalPass Brasil atingiu 35% de *market share* em 30 de junho de 2026 (vs. 27% no mesmo período do ano anterior), um sólido crescimento de 8p.p. no período. No México, o TotalPass manteve seu alto *market share* na região, atingindo 79%, estável frente ao mesmo período do ano anterior.



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

A Companhia vem expandindo e aperfeiçoando sua oferta de produtos e serviços digitais, com o objetivo de complementar a experiência presencial de treino, fortalecer o relacionamento com os clientes e diversificar as fontes de receita.

Atualmente os principais serviços digitais incluem: Add-ons digitais, com destaque para o Smart Fit Nutri, serviço de acompanhamento nutricional via aplicativo que combina medição de bioimpedância — por balanças instaladas nas academias Smart Fit — e teleconsultas com nutricionistas. A instalação de balanças na América Latina segue avançando e representa uma alavanca relevante para a expansão da base de usuários. Destaca-se o Smart Fit Coach, serviço de consultoria de treino individualizada online, que complementa o portfólio. Além disso, Queima Diária, uma das maiores plataformas digitais de *fitness* na América Latina em número de usuários, oferece programas *on-demand* de exercícios físicos, nutrição e outros conteúdos voltados para hábitos de vida mais saudáveis.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Principais indicadores financeiros ^a (R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Receita bruta	2.297,2	1.901,2	21%	2.220,1	3%	4.517,4	3.682,7	23%
Receita líquida	2.177,1	1.791,1	22%	2.102,1	4%	4.279,2	3.469,3	23%
Custo caixa dos serviços ^b	(1.046,2)	(880,1)	19%	(1.012,9)	3%	(2.059,1)	(1.707,6)	21%
Lucro bruto caixa^b	1.130,9	911,1	24%	1.089,2	4%	2.220,1	1.761,7	26%
Margem bruta caixa	51,9%	50,9%	1,1 p.p.	51,8%	0,1 p.p.	51,9%	50,8%	1,1 p.p.
Custos pré-operacionais	(18,3)	(17,1)	7%	(17,6)	4%	(35,9)	(27,6)	30%
Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais ^b	1.149,2	928,1	24%	1.106,8	4%	2.256,0	1.789,3	26%
Margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais	52,8%	51,8%	1,0 p.p.	52,7%	0,1 p.p.	52,7%	51,6%	1,1 p.p.
SG&A	(419,4)	(333,8)	26%	(417,4)	0%	(836,8)	(667,3)	25%
% Receita Líquida	19,3%	18,6%	0,6 p.p.	19,9%	(0,6) p.p.	19,6%	19,2%	0,3 p.p.
Despesas com vendas ^c	(161,4)	(138,3)	17%	(172,1)	(6%)	(333,5)	(280,5)	19%
% Receita Líquida	7,4%	7,7%	(0,3) p.p.	8,2%	(0,8) p.p.	7,8%	8,1%	(0,3) p.p.
Despesas gerais e administrativas ^d	(232,9)	(177,6)	31%	(221,9)	5%	(454,8)	(351,7)	29%
% Receita Líquida	10,7%	9,9%	0,8 p.p.	10,6%	0,1 p.p.	10,6%	10,1%	0,5 p.p.
Despesas pré-operacionais	(10,3)	(7,1)	44%	(16,3)	(37%)	(26,6)	(14,5)	84%
Outras (despesas) receitas	(14,8)	(10,8)	37%	(7,1)	109%	(21,9)	(20,7)	6%
Equivalência patrimonial	0,0	(1,5)	-	-	-	0,0	1,6	(100%)
EBITDA^e	711,6	575,7	24%	671,8	6%	1.383,3	1.095,9	26%
Margem EBITDA	32,7%	32,1%	0,5 p.p.	32,0%	0,7 p.p.	32,3%	31,6%	0,7 p.p.
EBITDA antes dos gastos pré-operacionais^f	740,1	599,9	23%	705,7	5%	1.445,9	1.138,0	27%
Margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais	34,0%	33,5%	0,5 p.p.	33,6%	0,4 p.p.	33,8%	32,8%	1,0 p.p.
Depreciação e amortização	(295,6)	(239,0)	24%	(282,6)	5%	(578,2)	(467,3)	24%
Resultado financeiro	(172,5)	(98,8)	75%	(124,6)	38%	(297,1)	(204,2)	46%
EBT	243,5	237,9	2%	264,6	(8%)	508,0	424,4	20%
Margem EBT	11,2%	13,3%	(2,1) p.p.	12,6%	(1,4) p.p.	11,9%	12,2%	(0,4) p.p.
IRPJ & CSLL	(65,2)	(51,3)	27%	(61,0)	7%	(126,2)	(97,5)	29%
Lucro (prejuízo) líquido^g	178,3	186,6	(4%)	203,5	(12%)	381,8	326,9	17%
Margem Líquida	8,2%	10,4%	(2,2) p.p.	9,7%	(1,5) p.p.	8,9%	9,4%	(0,5) p.p.

(a) Todos os indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, apresentamos o "Custo Caixa dos Serviços", que exclui os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações. "Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais" exclui também os custos pré-operacionais com aberturas de novas unidades. Vide seção "Lucro Bruto" para a memória de cálculo destas medições; (c) "Despesas com vendas" exclui despesas pré-operacionais; (d) "Despesas gerais e administrativas" exclui depreciação e os efeitos do IFRS-16; (e) Vide seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição; (f) "EBITDA antes dos custos e despesas pré-operacionais" exclui custos e despesas com aberturas de novas unidades. Vide seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição; (g) "Lucro Líquido" inclui os impactos não recorrentes de aquisições, com destaque para a reavaliação da participação nas operações da FitMaster, Panamá e Costa Rica, Uelocity e outras aquisições, além das despesas financeiras não recorrentes no 2T26 de R\$21,1 milhões, após IR/CSLL, relacionadas ao pré-pagamento da 7ª emissão (1ª série) e da 9ª emissão de debêntures e outras iniciativas de *liability management*.

RECEITA LÍQUIDA

A receita líquida do 2T26 totalizou R\$2.177,1 milhões, um sólido crescimento de 22% em relação ao 2T25. Esse desempenho foi impulsionado, principalmente, pelo avanço de 19% na receita das academias próprias da marca Smart Fit e pelo robusto crescimento de 47% na linha de “Outras”. Com isso, essa linha passou a representar 11% da receita líquida da Companhia (+2p.p. vs. 2T25).

Receita Líquida por Marca e Região

Receita Líquida (R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Smart Fit	1.880,0	1.583,8	19%	1.847,1	2%	3.727,1	3.122,4	19%
Brasil	695,1	595,7	17%	683,2	2%	1.378,3	1.173,2	17%
México	447,6	384,8	16%	444,8	1%	892,3	755,0	18%
Outros Países ^a	737,3	603,4	22%	719,2	3%	1.456,5	1.194,1	22%
Bio Ritmo e outras ^b	67,5	50,9	33%	62,1	9%	129,6	94,9	36%
Outras ^c	229,6	156,4	47%	192,9	19%	422,5	252,0	68%
Total	2.177,1	1.791,1	22%	2.102,1	4%	4.279,2	3.469,3	23%

(a) A região “Outros Países” considera somente operações próprias controladas na região (Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Marrocos); (b) “Bio Ritmo e outras” inclui as operações da Bio Ritmo e Nation CT; (c) “Outras” inclui royalties recebidos de franquias no Brasil e internacionais (exceto México) e a receita de outras marcas operadas pela Companhia no Brasil, incluindo TotalPass Brasil, Queima Diária e BeOn Studios e, no México a FitMaster e TotalPass México.

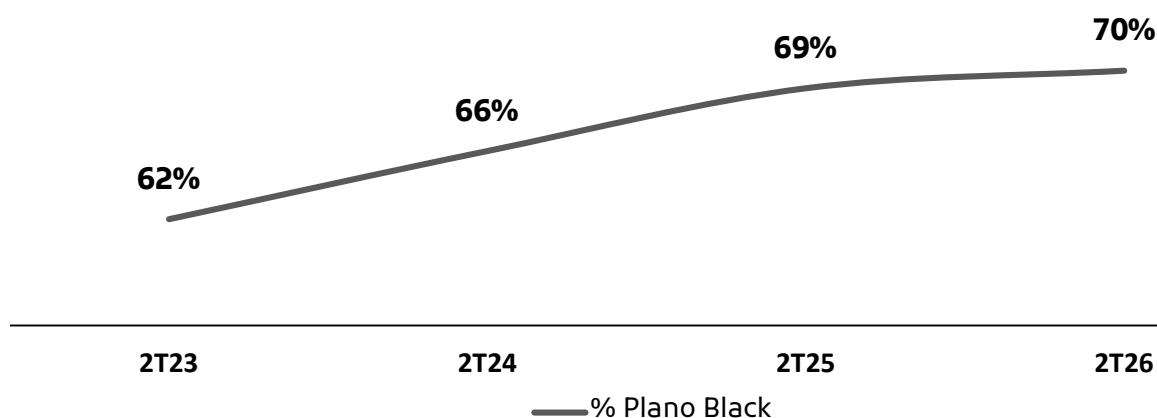
No 2T26, a receita líquida das academias próprias da marca Smart Fit atingiu R\$1.880,0 milhões, crescimento de 19% frente ao 2T25, refletindo principalmente o incremento de 10% no ticket médio das academias Smart Fit próprias frente ao mesmo período do ano anterior, com crescimento em todas as regiões de atuação, e o aumento de 8% na base média de alunos em academias, impulsionado pela expansão de 20% da rede média de unidades próprias da marca e pela maturação dessas academias. Em relação ao 1T26, a receita líquida de academias cresceu 2%.

O forte crescimento do ticket médio no período reflete diversas iniciativas para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia. Nesse sentido, o incremento decorre principalmente dos assertivos repasses de preços realizados ao longo dos últimos anos, além de iniciativas comerciais e operacionais eficazes para captação e retenção de clientes, ancoradas na força da marca e proposta de valor única do modelo da Companhia.

Destaca-se também o aumento dos acessos (*check-ins*) dos usuários do TotalPass, que contribuem para o crescimento da receita e do ticket médio da marca Smart Fit, no Brasil e no México. Esse movimento reflete a assertiva estratégia de distribuição das academias da marca dentro dos diferentes planos disponíveis para os usuários do TotalPass.

Além disso, iniciativas como o aumento da oferta de *add-ons* e o próprio avanço da expansão da rede de academias têm contribuído para o robusto percentual de clientes matriculados no Plano “Black”, que representou 70% da base de clientes de academias próprias ao término do 2T26, um incremento de 1p.p. frente ao 2T25.

Evolução da penetração de clientes matriculados no Plano “Black” em Academias Próprias (% clientes totais em academias próprias)



Em relação ao mix de geografia, destaca-se o ganho de participação das academias Smart Fit na região de Outros Países que, em conjunto com México, representaram 63% da receita líquida das academias próprias Smart Fit, +1p.p. frente ao 2T25.

No Brasil, a receita líquida das academias Smart Fit atingiu R\$695,1 milhões no 2T26, sendo 17% superior ao 2T25. O crescimento reflete principalmente o sólido incremento de 17% no ticket médio, com base média de alunos praticamente estável no período. O ticket médio foi positivamente impactado pela assertiva estratégia de *pricing*, com destaque para o reajuste de preços na mensalidade do Plano “Black”, realizado no início de 2026, somado à maior representatividade dos acessos do agregador na frequência total dentro das academias próprias.

Parte relevante do crescimento do ticket médio na comparação anual veio da maior representatividade da receita de acessos (*check-ins*) de clientes TotalPass nessas academias próprias, em conjunto com o incremento por acesso.

Frente ao 1T26, a receita líquida das academias Smart Fit no Brasil apresentou um crescimento de 2%. Este desempenho é explicado, principalmente, pelo incremento de 1% da base média de alunos em academias próprias.

Destaca-se que a receita gerada por clientes de agregadores está atrelada à frequência de uso das academias. Assim, o ganho de representatividade do agregador na receita das academias adiciona um componente de sazonalidade, visto que em trimestres com menor uso das academias, a receita gerada pelo agregador é naturalmente inferior.

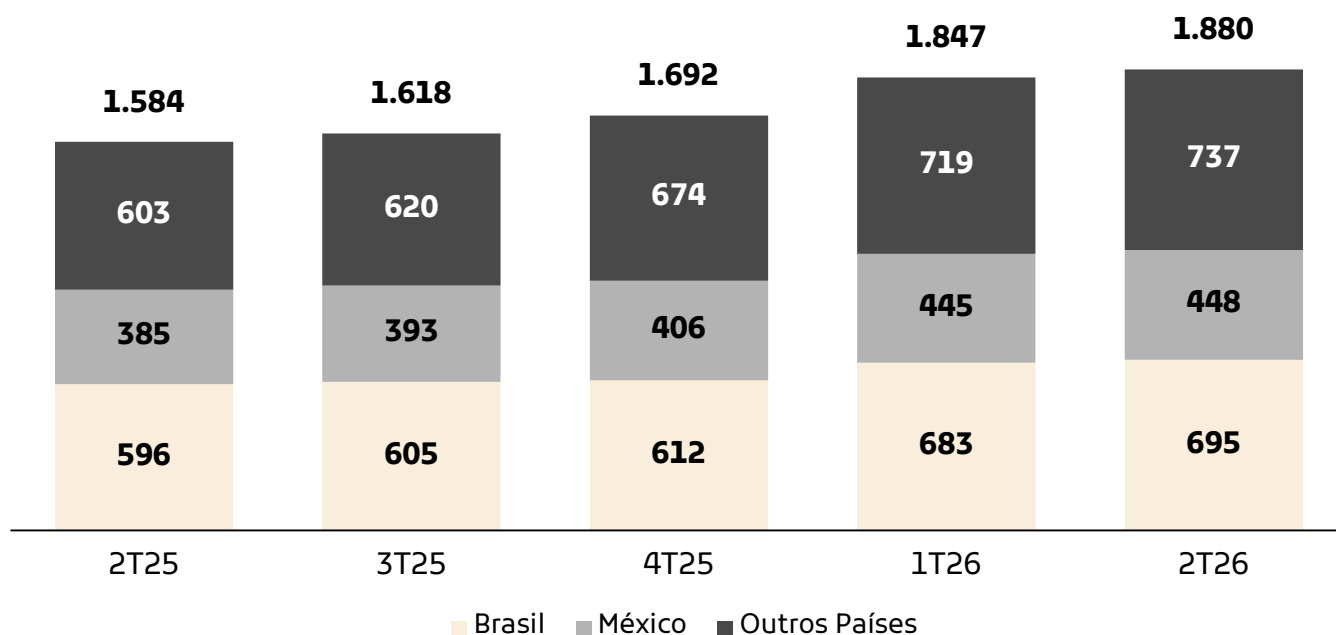
No México, a receita líquida das academias Smart Fit totalizou R\$447,6 milhões no 2T26, um aumento de 16% frente ao 2T25. Esse resultado foi impulsionado pela expansão de 9% na base média de clientes em academias próprias e pelo incremento de 7% no ticket médio.

O aumento do ticket médio no México é reflexo da estratégia de precificação baseada em *clusters*, com aumentos de preços no plano “Smart” e “Fit” ao longo dos últimos trimestres, e do aumento da penetração dos clientes matriculados no Plano “Black”. Nesse sentido, a penetração desses clientes em academias próprias atingiu 65% no 2T26, um expressivo crescimento de 8p.p. frente ao mesmo período do ano anterior e de 1p.p. frente ao 1T26. Adicionalmente, vale lembrar que o preço do plano “Black” não é reajustado desde o final de 2023. Quando comparada com o 1T26, a receita líquida cresceu 1% devido ao incremento de 7%

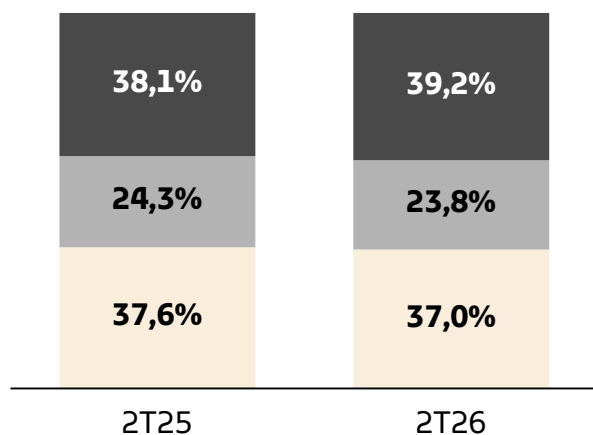
na base média de clientes em academias próprias, que mais do que compensou a redução de 6% no ticket médio. Esse desempenho do ticket médio é reflexo do impacto das atividades promocionais, em um momento de sazonalidade positiva para captação de alunos, e da apreciação do real frente ao peso mexicano no período.

A receita líquida das academias Smart Fit em Outros Países totalizou R\$737,3 milhões neste trimestre, sendo a região com maior nível de receita da marca e com um forte crescimento de 22% em relação ao 2T25. Esse crescimento ocorre devido à expansão de 17% da base média de alunos em academias próprias e ao incremento de 4% do ticket médio. Vale destacar que, em Outros Países, seguimos avançando com a agenda de *pricing*, com assertivos repasses de preços no Plano “Black” ao longo dos últimos períodos, com destaque para Colômbia, Chile, Panamá, Peru e Costa Rica, além de reajustes nas mensalidades do plano “Smart” e “Fit”. Nesse contexto, a penetração de clientes em academias próprias matriculados no plano “Black” atingiu 75%, mesmo patamar frente ao 2T25. Na comparação com o 1T26, o crescimento da receita foi de 3%, reflexo da expansão de 4% da base média de alunos em academias próprias na região devido ao *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos 24 meses.

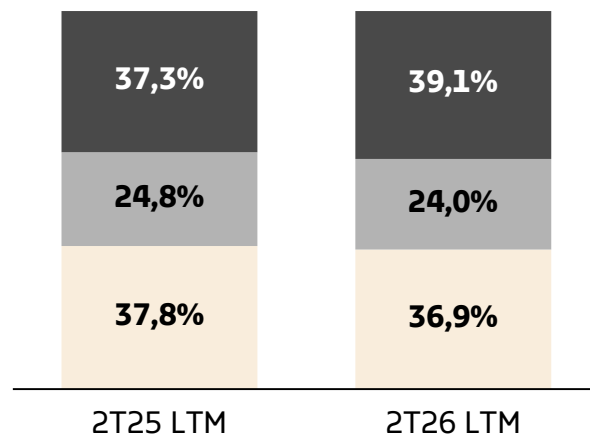
Evolução Receita Líquida Smart Fit Próprias (por Região)
R\$ milhões



**(%) Receita Líquida Smart Fit
Próprias por Região**
(bases trimestrais)



**(%) Receita Líquida Smart Fit
Próprias por Região**
(bases anuais)



■ Brasil ■ México ■ Outros Países

As academias próprias “Bio Ritmo e outras” registraram receita de R\$67,5 milhões no 2T26, crescimento de 33% em relação ao 2T25, explicado pelo incremento de ticket médio no período e pela expansão da base de clientes.

A linha de “Outras” totalizou uma receita de R\$229,6 milhões no 2T26, um crescimento de 47% frente ao mesmo período do ano anterior, representando 11% da receita líquida total (+2p.p. vs. 2T25). Este incremento é explicado pelo crescimento do resultado das outras unidades de negócios, com destaque para a performance do TotalPass Brasil. Além disso, vale comentar a consolidação do TotalPass México a partir do 1T26.

Frente ao 1T26, a receita líquida de “Outras” apresentou um incremento de 19% em função, principalmente, da sazonalidade apresentada entre os períodos no TotalPass Brasil.

CUSTO CAIXA DOS SERVIÇOS PRESTADOS

O custo caixa dos serviços prestados totalizou R\$1.046,2 milhões no 2T26, alta de 19% em relação ao 2T25. Esse incremento reflete, principalmente, a expansão de 20% da base média de academias próprias. Destaca-se que o crescimento de custos foi em linha com o crescimento da receita de academias Smart Fit, Bio Ritmo e outras e inferior ao aumento da receita líquida do período em função do ganho de representatividade da linha de “Outras”, cujos negócios possuem uma base de custos estruturalmente menor.

Considerando somente as academias maduras, os custos por unidade aumentaram 1% frente ao 2T25, permanecendo abaixo da inflação média ponderada em reais de 4% no período. Esse desempenho é resultado da otimização dos custos de ocupação e dos esforços e investimentos em projetos de eficiência energética, que reduziram as contas de consumo. Tais eficiências, contudo, foram parcialmente compensadas pelos impactos dos dissídios e encargos aplicados no período na linha de pessoal e serviço de terceiros.

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

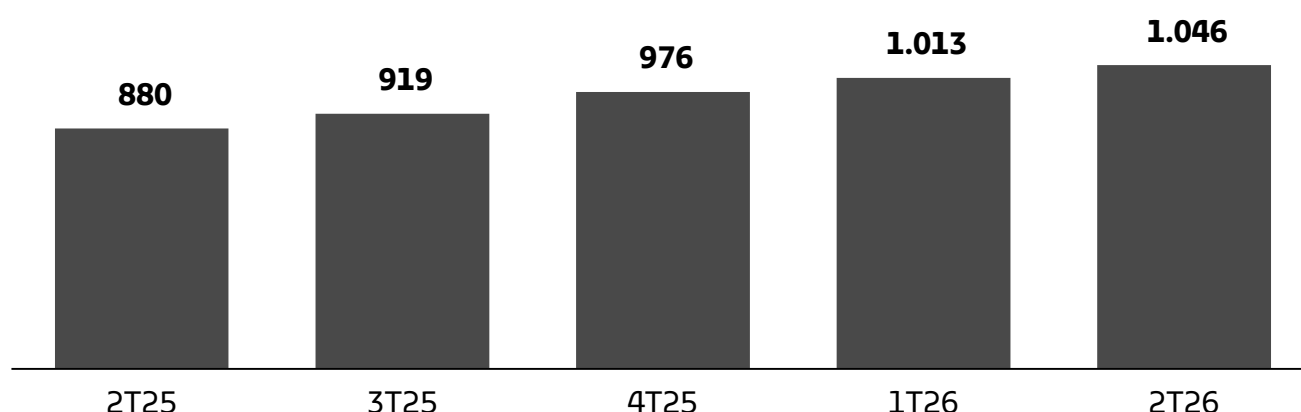
Custo Caixa dos Serviços Prestados por Natureza

Custo Caixa dos Serviços (R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Ocupação	395,7	328,1	21%	394,9	0%	790,6	644,6	23%
Pessoal e serviços de terceiros	410,4	320,0	28%	392,2	5%	802,5	624,5	29%
Consumo	162,5	142,3	14%	150,7	8%	313,1	276,3	13%
Outros ^b	77,6	89,7	(13%)	75,2	3%	152,9	162,1	(6%)
Custo Caixa dos Serviços	1.046,2	880,1	19%	1.012,9	3%	2.059,1	1.707,6	21%

(a) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, apresentamos o “Custo Caixa dos Serviços Prestados”, que exclui os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações. O valor do aluguel dos imóveis é considerado nesta conta em “Ocupação”. (b) A partir do 1T26, os repasses da FitMaster para as academias parceiras são deduzidos da receita bruta, anteriormente alocadas na linha de “Outras”, em linha com a prática adotada no TotalPass Brasil e México.

Evolução do Custo Caixa dos Serviços Prestados

(R\$ milhões)



Em comparação ao 1T26, o custo caixa do trimestre apresentou um aumento de 3%, abaixo do crescimento da receita líquida de 4% no período.

LUCRO BRUTO CAIXA

O lucro bruto caixa no 2T26 atingiu R\$1.130,9 milhões, 24% acima do registrado no 2T25, com margem bruta caixa recorde de 51,9%, sendo 1,1p.p. superior ao mesmo período do ano anterior. Destaca-se o robusto crescimento de 79% no lucro bruto caixa da linha de “Outras” frente ao 2T25. Com esse desempenho, o segmento ampliou a sua representatividade no lucro bruto caixa da Companhia, passando de 12% para 17%. Além disso, a margem bruta dessa linha alcançou 84,7%, uma sólida expansão de 15,1p.p. frente ao 2T25, resultado principalmente da performance do TotalPass Brasil, além da contribuição positiva dos agregadores do México.

Adicionalmente, o lucro bruto caixa foi positivamente impactado pela maturação consistente das unidades inauguradas nos últimos anos e pela manutenção da margem das academias maduras em patamares sólidos, reforçando a resiliência do modelo de negócios. Nos últimos 12 meses, o lucro bruto caixa totalizou R\$4.097,5 milhões, com uma margem bruta caixa de 50,9%.

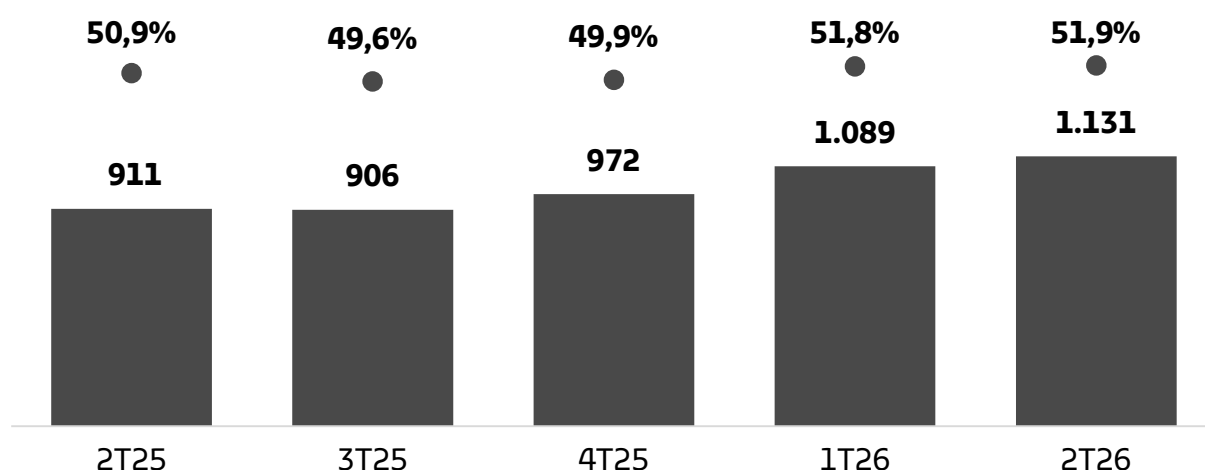
Excluindo os custos pré-operacionais, ou seja, aqueles relacionados às aberturas de unidades, a margem bruta caixa foi de 52,8% no 2T26 (+1,0p.p. vs. 2T25), recorde para o período. Essa expansão evidencia a diversificação e a resiliência no negócio, impulsionada pelo aumento de representatividade da linha de “Outras”, além da manutenção da rentabilidade das unidades maduras e o sólido *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos anos. Nos últimos 12 meses, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais totalizou R\$4.191,8 milhões, com uma margem bruta caixa de 52,1%.

Lucro Bruto Caixa^a (R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Receita Líquida	2.177,1	1.791,1	22%	2.102,1	4%	4.279,2	3.469,3	23%
(-) Custo Caixa dos Serviços Prestados	1.046,2	880,1	19%	1.012,9	3%	2.059,1	1.707,6	21%
Lucro Bruto Caixa^b	1.130,9	911,1	24%	1.089,2	4%	2.220,1	1.761,7	26%
Margem Bruta Caixa	51,9%	50,9%	1,1 p.p.	51,8%	0,1 p.p.	51,9%	50,8%	1,1 p.p.
(+) Custos pré-operacionais	18,3	17,1	7%	17,6	4%	35,9	27,6	30%
Lucro Bruto Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais^c	1.149,2	928,1	24%	1.106,8	4%	2.256,0	1.789,3	26%
Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais	52,8%	51,8%	1,0 p.p.	52,7%	0,1 p.p.	52,7%	51,6%	1,1 p.p.

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

Evolução Lucro Bruto Caixa e Margem Bruta Caixa

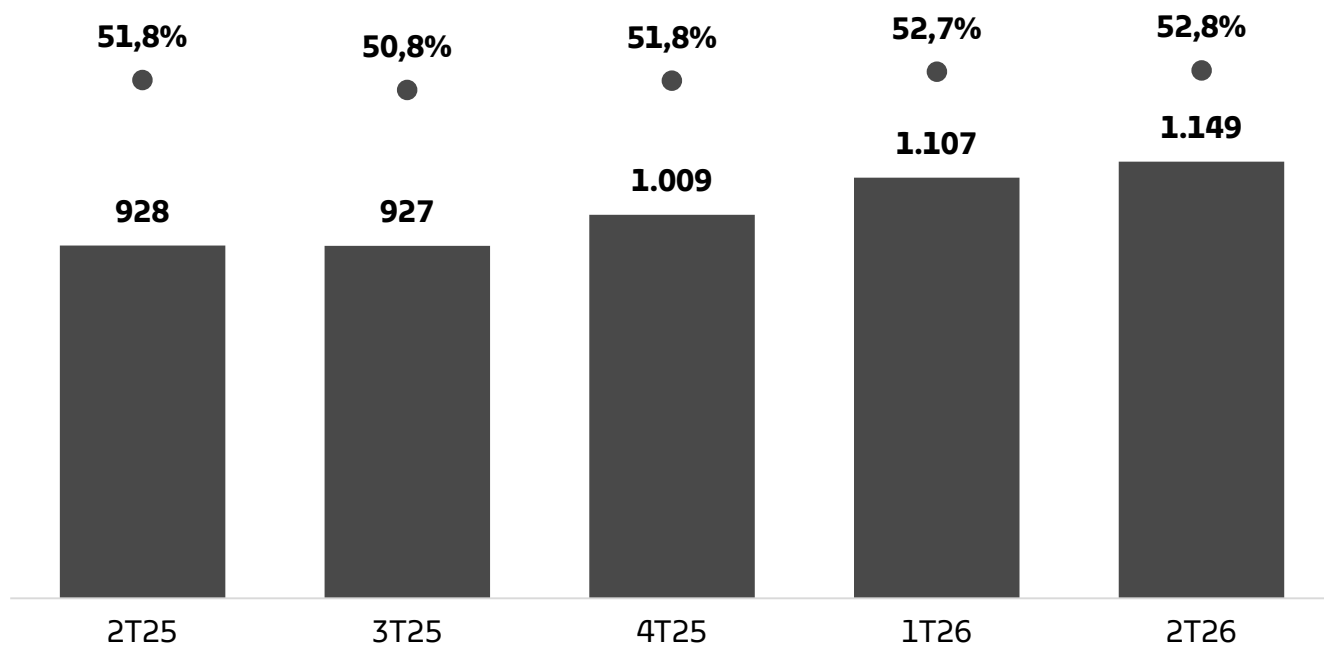
R\$ milhões | % Receita Líquida



Na comparação com o 1T26, o lucro bruto caixa cresceu 4%, com margem estável. A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais também apresentou estabilidade. Esse resultado reflete, principalmente, o ganho de representatividade da linha de “Outras”, que compensou a redução de margem das academias Smart Fit.

Evolução Lucro Bruto Caixa e Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais

R\$ milhões | % Receita Líquida



Lucro Bruto Caixa por Segmento antes dos Custos Pré-Operacionais

Lucro Bruto Caixa^{a,b,c} (Por Segmento R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Smart Fit	921,9	796,9	16%	912,7	1%	1.834,6	1.567,8	17%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>49,0%</i>	<i>50,3%</i>	<i>(1,3) p.p.</i>	<i>49,4%</i>	<i>(0,4) p.p.</i>	<i>49,2%</i>	<i>50,2%</i>	<i>(1,0) p.p.</i>
Brasil	315,6	291,4	8%	326,1	(3%)	641,7	570,2	13%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>45,4%</i>	<i>48,9%</i>	<i>(3,5) p.p.</i>	<i>47,7%</i>	<i>(2,3) p.p.</i>	<i>46,6%</i>	<i>48,6%</i>	<i>(2,0) p.p.</i>
México	191,5	178,6	7%	193,7	(1%)	385,3	351,4	10%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>42,8%</i>	<i>46,4%</i>	<i>(3,6) p.p.</i>	<i>43,6%</i>	<i>(0,8) p.p.</i>	<i>43,2%</i>	<i>46,5%</i>	<i>(3,4) p.p.</i>
Outros Países	414,8	326,8	27%	392,8	6%	807,6	646,1	25%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>56,3%</i>	<i>54,2%</i>	<i>2,1 p.p.</i>	<i>54,6%</i>	<i>1,6 p.p.</i>	<i>55,5%</i>	<i>54,1%</i>	<i>1,3 p.p.</i>
Bio Ritmo e Outras^d	32,8	22,4	47%	28,6	15%	61,5	42,9	43%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>48,6%</i>	<i>44,0%</i>	<i>4,7 p.p.</i>	<i>46,2%</i>	<i>2,5 p.p.</i>	<i>47,4%</i>	<i>45,2%</i>	<i>2,2 p.p.</i>
Outras^e	194,5	108,9	79%	165,5	18%	359,9	178,6	102%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>84,7%</i>	<i>69,6%</i>	<i>15,1 p.p.</i>	<i>85,8%</i>	<i>(1,1) p.p.</i>	<i>85,2%</i>	<i>70,9%</i>	<i>14,3 p.p.</i>
Lucro Bruto Caixa antes dos Custos Pré-operacionais	1.149,2	928,1	24%	1.106,8	4%	2.256,0	1.789,3	26%
<i>Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais</i>	<i>52,8%</i>	<i>51,8%</i>	<i>1,0 p.p.</i>	<i>52,7%</i>	<i>0,1 p.p.</i>	<i>52,7%</i>	<i>51,6%</i>	<i>1,1 p.p.</i>
Custos pré-operacionais	(18,3)	(17,1)	7%	(17,6)	4%	(35,9)	(27,6)	30%
Lucro Bruto Caixa^e	1.130,9	911,1	24%	1.089,2	4%	2.220,1	1.761,7	26%
<i>Margem Bruta Caixa</i>	<i>51,9%</i>	<i>50,9%</i>	<i>1,1 p.p.</i>	<i>51,8%</i>	<i>0,1 p.p.</i>	<i>51,9%</i>	<i>50,8%</i>	<i>1,1 p.p.</i>

Com objetivo de aprimorar a análise por unidade de negócio, os critérios de segmentação apresentados na nota explicativa “Nota de Segmento” foram revisados a partir do 1T25 no Earnings Release. Nas Demonstrações Financeiras, os dados de 2024 permanecem apresentados conforme o formato anterior. (a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) “Lucro bruto caixa antes dos Custos Pré-operacionais” exclui depreciação, amortização e custos com abertura de unidades; (c) “Lucro bruto caixa” exclui depreciação e amortização; (d) “Bio Ritmo e outras” inclui as operações da Bio Ritmo e Nation CT; (e) “Outras” inclui royalties recebidos de franquias no Brasil e internacionais (exceto México) e a receita de outras marcas operadas pela Companhia no Brasil, incluindo TotalPass Brasil, Queima Diária e BeOn (Studios) e, no México, FitMaster e TotalPass.

No 2T26, o lucro bruto caixa das academias Smart Fit antes dos custos pré-operacionais totalizou R\$921,9 milhões, crescimento de 16% em relação ao 2T25 e 1% frente ao 1T26. A margem bruta caixa no trimestre foi de 49,0%, sendo 1,3p.p. inferior ao mesmo período do ano anterior e 0,4p.p. abaixo do patamar do 1T26.

Na Smart Fit Brasil, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais no 2T26 foi de R\$315,6 milhões, 8% superior em relação ao 2T25. A margem bruta caixa do trimestre foi de 45,4%, redução de 3,5p.p. frente ao 2T25, negativamente impactada pela aceleração da expansão na região, com adição de 131 academias próprias nos últimos 12 meses (vs. 81 nos últimos doze meses do mesmo período do ano anterior). Por estarem em estágio inicial de maturação, essas unidades ainda apresentam um menor patamar de receita por unidade. Adicionalmente, a comparação anual foi impactada pelo maior aproveitamento de créditos fiscais no mesmo período do ano anterior.

Comparado ao 1T26, a margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais da Smart Fit Brasil apresentou uma redução de 2,3p.p., em função do menor patamar de receita por unidade, além dos dissídios e encargos aplicados na linha de pessoal e de serviço de terceiros e do o maior patamar de manutenção nas unidades maduras.

No México, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais das academias Smart Fit foi de R\$191,5 milhões no 2T26, crescimento de 7% frente ao 2T25. A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais reduziu 3,6p.p. frente ao mesmo período do ano anterior, reflexo, principalmente, do incremento nos custos de pessoal e serviço de terceiros e dos custos de ocupação, que mais do que compensaram o sólido *ramp-up*

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

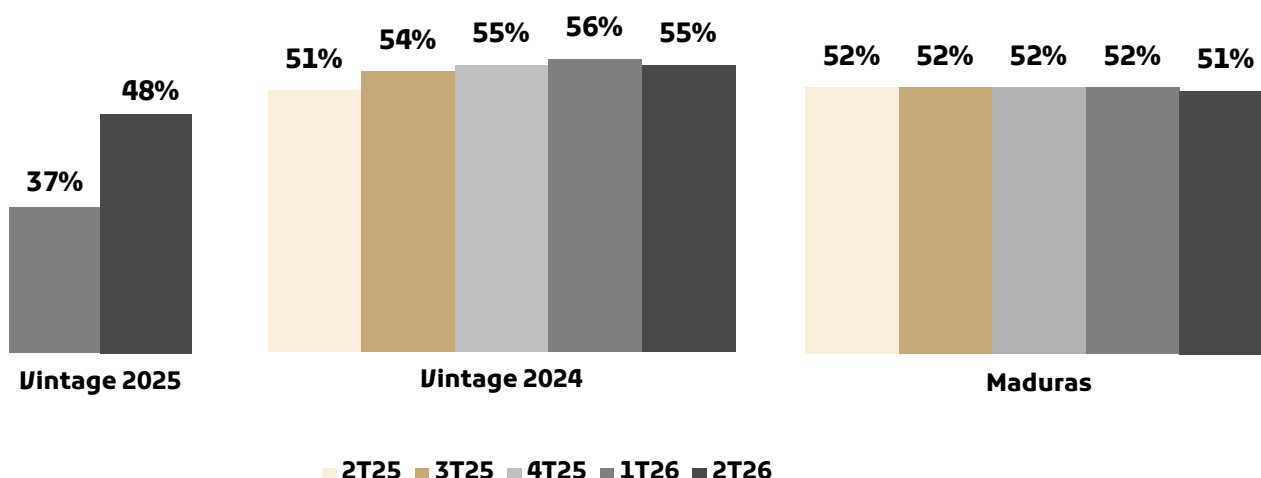
Na comparação com o 1T26, a margem bruta caixa das academias Smart Fit no México reduziu em 0,8p.p. Esse desempenho é reflexo do menor patamar de receita por unidade madura, mesmo com o incremento de alunos por academia, e da aceleração de abertura de academias no trimestre.

Nos Outros Países, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais do 2T26 ultrapassou, pela primeira vez, a marca de R\$400 milhões, totalizando R\$414,8 milhões, crescimento de 27% frente ao mesmo período do ano anterior. A margem bruta caixa do trimestre foi de 56,3%, sendo 2,1p.p. superior ao 2T25, impulsionada pelo sólido *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos 24 meses. Se comparado ao 1T26, o lucro bruto caixa da região cresceu 6% no trimestre, com incremento de 1,6p.p. na margem.

Na linha de “Outras”, o lucro bruto caixa totalizou R\$194,5 milhões, 79% superior ao 2T25, em função do crescimento de outros negócios, principalmente do TotalPass Brasil. A margem bruta antes dos custos pré-operacionais foi de 84,7%, uma expansão de 15,1p.p. frente ao 2T25, em função da maior representatividade do TotalPass Brasil combinada à melhora da sua rentabilidade na comparação anual. Além disso, os agregadores do México contribuíram positivamente para o incremento da margem bruta na linha de “Outras”.

Na comparação com o 1T26, o lucro bruto caixa apresentou um incremento de R\$29,0 milhões, com redução de margem bruta de 1,1p.p. versus o trimestre anterior. Esse desempenho de margem bruta reflete a sazonalidade negativa do período na maior parte das unidades de negócio, parcialmente compensada pelo TotalPass Brasil.

Margem Bruta por Vintage (Smart Fit Próprias)



No 2T26, a margem bruta caixa das academias Smart Fit maduras atingiu 51%, mantendo-se em nível considerado estruturalmente saudável pela Companhia pelo décimo terceiro trimestre consecutivo. A manutenção da margem nesses patamares evidencia a resiliência do modelo de negócios e os intensos e assertivos esforços nos pilares de eficiência operacional. Nesse mesmo conceito de unidades maduras, o lucro bruto caixa anualizado por unidade no trimestre foi de R\$2,4 milhões, comparado a R\$2,5 milhões no 1T26 e no 2T25.

As unidades inauguradas em 2024 (“Vintage 2024”) registraram uma margem bruta caixa de 55% no 2T26, com lucro bruto caixa anualizado por unidade de R\$2,5 milhões. Destaca-se que o Vintage 2024 já apresenta um desempenho acima do patamar das unidades maduras. Essa sólida performance reflete a inteligência da estratégia de expansão e a força da marca Smart Fit, além de um custo de ocupação estruturalmente inferior ao das unidades maduras.

Destaca-se que as unidades inauguradas em 2025 (“Vintage 2025”) mantêm a sólida trajetória de maturação. As academias do Vintage 2025 atingiram lucro bruto caixa anualizado por unidade de R\$1,7 milhão e margem bruta caixa de 48% no 2T26, apresentando uma forte expansão de margem versus o trimestre anterior. Vale reforçar que das 276 academias próprias adicionadas em 2025, 182 foram inauguradas no 4T25, ou seja, apresentando um estágio ainda inicial de maturação.

DESPESAS COMERCIAIS E ADMINISTRATIVAS

Despesas com vendas, gerais e administrativas ^{a,b} (R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Despesas com Vendas	161,4	138,3	17%	172,1	(6%)	333,5	280,5	19%
Gerais e Administrativas (G&A)	232,9	177,6	31%	221,9	5%	454,8	351,7	29%
Despesas Pré-Operacionais	10,3	7,1	44%	16,3	(37%)	26,6	14,5	84%
Total	404,6	323,0	25%	410,3	(1%)	814,9	646,7	26%
% Receita Líquida	18,6%	18,0%	0,5 p.p.	19,5%	(0,9) p.p.	19,0%	18,6%	0,4 p.p.

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

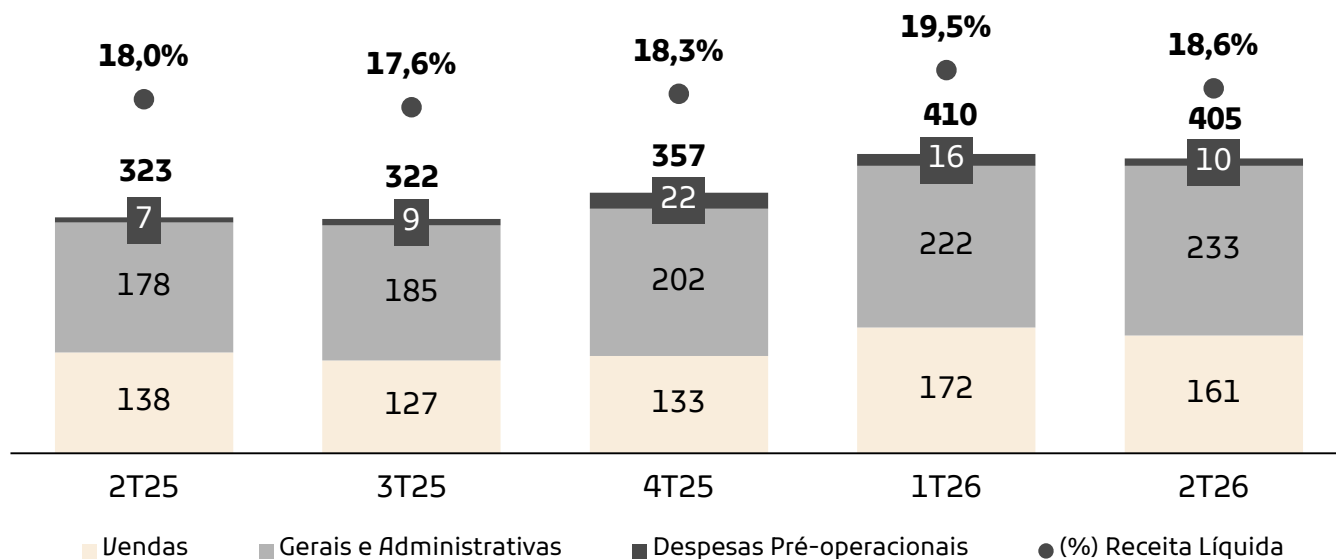
As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$404,6 milhões no 2T26, crescimento de 25% frente ao 2T25 e equivalente a 18,6% da receita líquida, aumento de 0,5p.p. na mesma base de comparação.

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$232,9 milhões no 2T26, crescimento de 31% frente ao 2T25 e representando 10,7% da receita líquida, incremento de 0,8p.p. na mesma base de comparação. O incremento como percentual da receita líquida decorre, principalmente, da maior representatividade do TotalPass, cujo modelo de negócios é estruturalmente mais intensivo em G&A do que a operação de academias e do maior investimento na estruturação de novos negócios. Na operação de academias, a alavancagem operacional do G&A continua se materializando. Adicionalmente, destaca-se o impacto da consolidação do TotalPass México a partir do 1T26. Excluindo esse efeito, as despesas gerais e administrativas apresentam um crescimento de 25% frente ao 2T25, representando 10,3% da receita líquida.

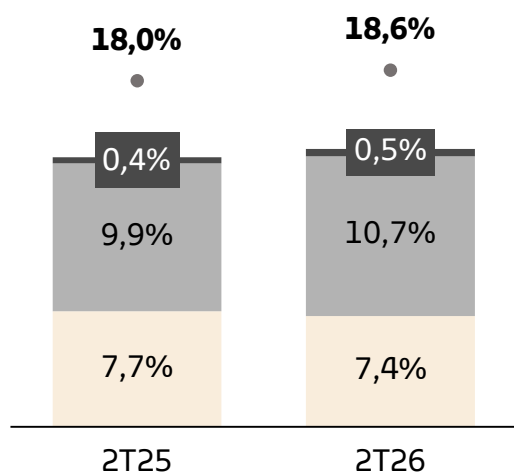
As despesas com vendas somaram R\$161,4 milhões no 2T26, 17% acima do 2T25 e representaram 7,4% da receita líquida, 0,3p.p. inferior frente ao 2T25. Essa diluição foi impulsionada principalmente pela marca Smart Fit, beneficiada pela otimização dos investimentos em marketing.

Por fim, as despesas pré-operacionais – referentes aos gastos incorridos antes da inauguração e até 3 meses após o início da operação de academias – totalizaram R\$10,3 milhões no 2T26, vs. R\$7,1 milhões no mesmo período do ano anterior. Esse aumento reflete, principalmente, o maior volume de aberturas de academias próprias nos últimos meses.

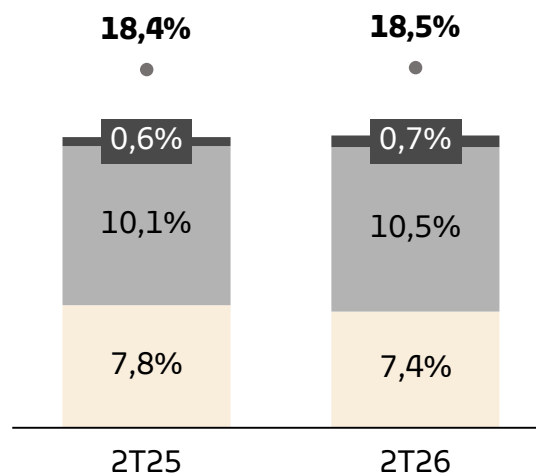
Evolução das Despesas com Vendas, Gerais, Administrativas e Despesas Pré-Operacionais (R\$ milhões)



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



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



■ Vendas ■ Gerais e Administrativas ■ Despesas Pré-operacionais ● (%) Receita Líquida

Em comparação com o 1T26, as despesas com vendas, gerais e administrativas reduziram em R\$5,7 milhões, com diluição de 0,9p.p. como percentual da receita líquida.

As despesas com vendas reduziram 6% em relação ao trimestre anterior, representando 7,4% da receita líquida (-0,8p.p. frente ao 1T26). Destaca-se que essa redução reflete, principalmente, os maiores investimentos realizados no trimestre anterior em campanhas para as vendas do início do ano e nas

iniciativas de fortalecimento das marcas do grupo. As despesas gerais e administrativas cresceram 5% frente ao 1T26, praticamente estável como percentual da receita líquida.

Por fim, as despesas pré-operacionais reduziram R\$6,0 milhões em comparação ao 1T26. Esse desempenho reflete o menor volume de inaugurações nos últimos seis meses do 2T26 frente ao mesmo período do acumulado no 1T26.

EBITDA

Composição do EBITDA ^a (R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Lucro (prejuízo) líquido	178,3	186,6	(4%)	203,5	(12%)	381,8	326,9	17%
(+) IR & CSLL	65,2	51,3	27%	61,0	7%	126,2	97,5	29%
(+) Resultado Financeiro	172,5	98,8	75%	124,6	38%	297,1	204,2	46%
(+) Depreciação	295,6	239,0	24%	282,6	5%	578,2	467,3	24%
EBITDA	711,6	575,7	24%	671,8	6%	1.383,3	1.095,9	26%
<i>Mg. EBITDA</i>	<i>32,7%</i>	<i>32,1%</i>	<i>0,5 p.p.</i>	<i>32,0%</i>	<i>0,7 p.p.</i>	<i>32,3%</i>	<i>31,6%</i>	<i>0,7 p.p.</i>
(+) Gastos pré-operacionais	28,6	24,2	18%	33,9	(16%)	62,5	42,1	49%
EBITDA antes dos gastos pré-operacionais	740,1	599,9	23%	705,7	5%	1.445,9	1.138,0	27%
<i>Mg. EBITDA antes dos gastos pré-operacionais</i>	<i>34,0%</i>	<i>33,5%</i>	<i>0,5 p.p.</i>	<i>33,6%</i>	<i>0,4 p.p.</i>	<i>33,8%</i>	<i>32,8%</i>	<i>1,0 p.p.</i>

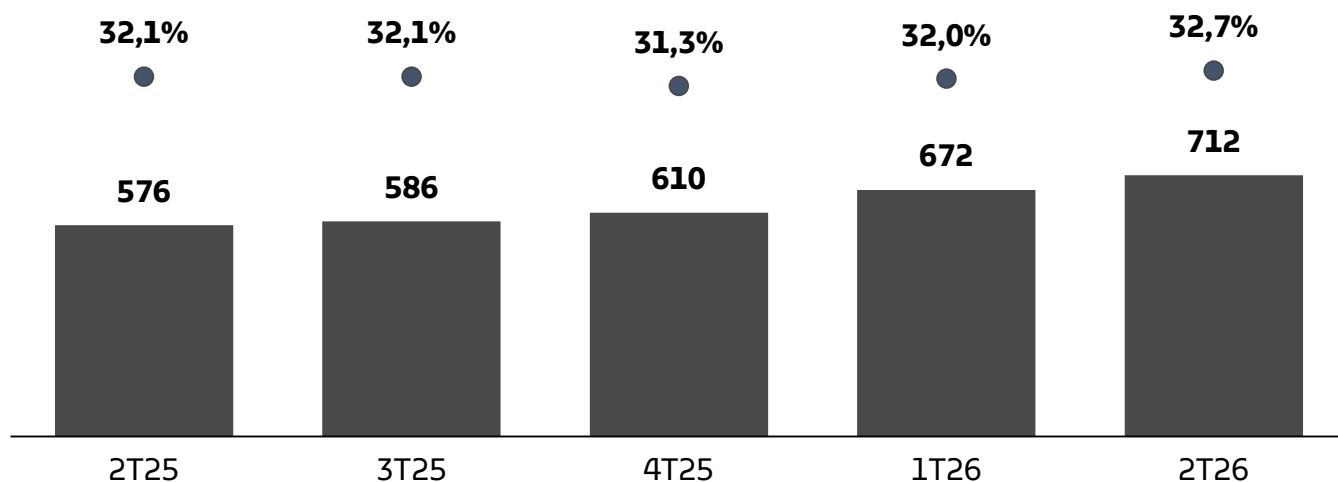
a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos os indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados aos aluguéis das academias e escritórios.

O EBITDA ultrapassou, pela primeira vez na história da Companhia, o patamar de R\$700 milhões em um trimestre, totalizando R\$711,6 milhões no 2T26, forte crescimento de 24% frente ao 2T25. A margem EBITDA alcançou 32,7%, entre as mais altas já registradas pela Companhia em um trimestre, com expansão de 0,5p.p. frente ao 2T25.

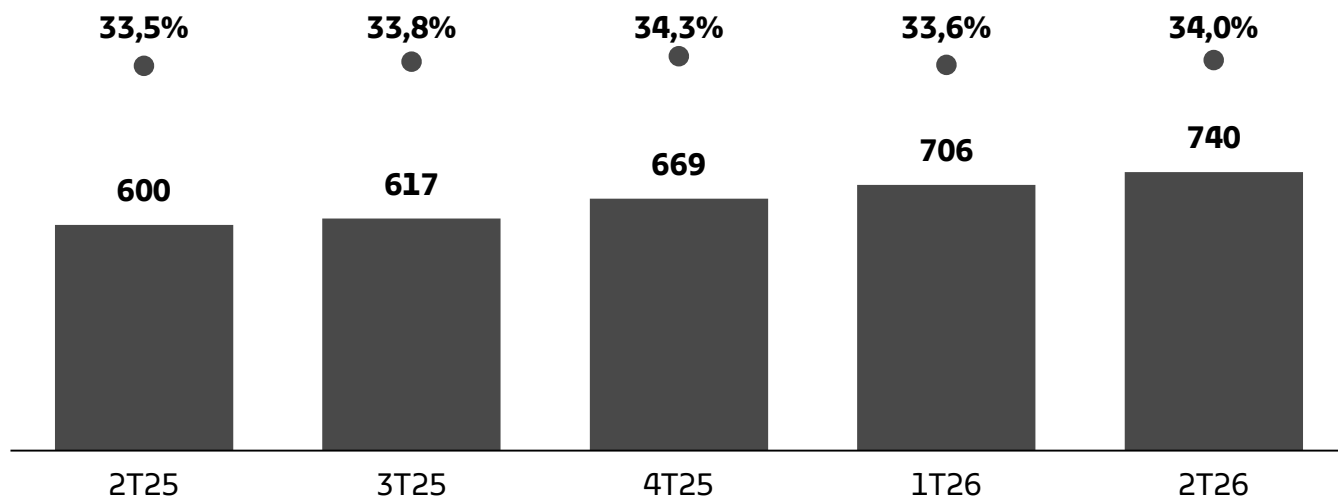
Na comparação com o 1T26, o EBITDA apresentou crescimento de 6%, com expansão de 0,7p.p. na margem EBITDA. Nos últimos 12 meses, o EBITDA totalizou R\$2.590,3 milhões, com margem de 32,2%. Se excluído o impacto da reavaliação da participação da FitMaster no 4T25, o EBITDA ajustado totalizou R\$2.579,6 milhões, resultando em uma margem de 32,0%.

Evolução do EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Aj.

R\$ milhões | % Receita Líquida



Evolução do EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Aj. antes dos gastos pré-operacionais
R\$ milhões | % Receita Líquida



O EBITDA antes dos gastos pré-operacionais totalizou o recorde de R\$740,1 milhões no 2T26, um crescimento de 23% frente ao 2T25. A margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais atingiu 34,0% no período, um incremento de 0,5p.p. frente ao mesmo período do ano anterior. Nos últimos 12 meses, o EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais totalizou R\$2.732,1 milhões, resultando em margem EBITDA ajustada antes dos gastos pré-operacionais de 33,9%.

Na comparação com o 1T26, o EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais cresceu 5%, com expansão de 0,4p.p. na margem.

LUCRO LÍQUIDO E LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

Composição do Lucro Líquido Recorrente ^a (R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Lucro (prejuízo) líquido	178,3	186,6	(4%)	203,5	(12%)	381,8	326,9	17%
<i>Margem líquida</i>	<i>8,2%</i>	<i>10,4%</i>	<i>(2,2) p.p.</i>	<i>9,7%</i>	<i>(1,5) p.p.</i>	<i>8,9%</i>	<i>9,4%</i>	<i>(0,5) p.p.</i>
(+) Não recorrente de aquisições	4,1	2,6	58%	3,5	20%	7,6	2,9	158%
(+) Resgate antecipado de debêntures	21,1	-	-	-	-	21,1	-	-
Lucro (prejuízo) líquido recorrente^b	203,6	189,2	8%	207,0	(2%)	410,5	329,8	24%
<i>Margem líquida recorrente</i>	<i>9,4%</i>	<i>10,6%</i>	<i>(1,2) p.p.</i>	<i>9,8%</i>	<i>(0,5) p.p.</i>	<i>9,6%</i>	<i>9,5%</i>	<i>0,1 p.p.</i>

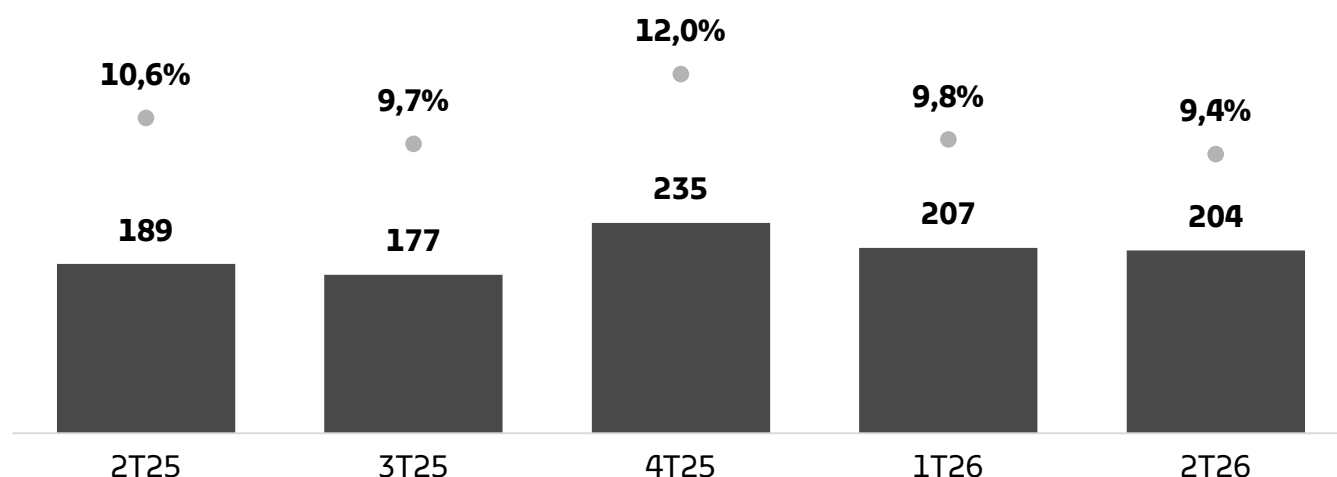
(a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos os indicadores excluem efeitos do IFRS 16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) "Lucro (prejuízo) líquido recorrente" exclui os impactos referentes à não recorrente de aquisições, com destaque para a reavaliação da participação nas operações da FitMaster, Panamá e Costa Rica, Velocity e outras aquisições, além das despesas financeiras não recorrentes no 2T26 de R\$21,1 milhões, após IR/CSLL, relacionadas ao pré-pagamento da 7ª emissão (1ª série) e da 9ª emissão de debêntures e outras iniciativas de *liability management*.

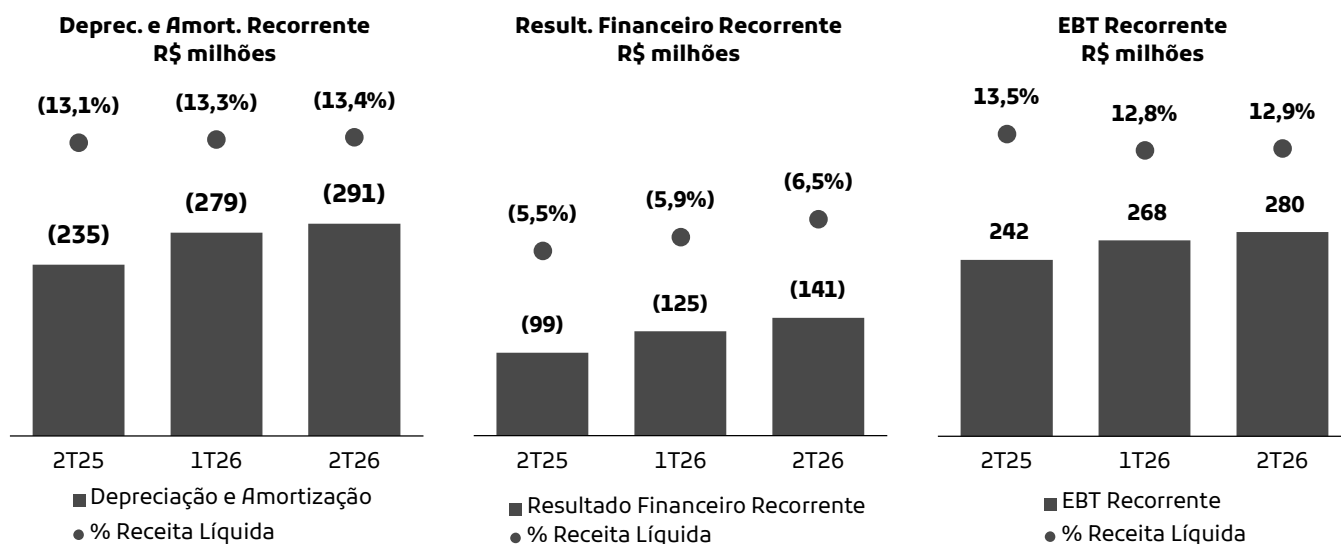
No 2T26, o lucro líquido recorrente totalizou R\$203,6 milhões, crescimento de 8% em relação ao 2T25, com margem líquida recorrente de 9,4%. Esse desempenho reflete o sólido crescimento de 24% do EBITDA no período, parcialmente compensado pelo aumento das despesas financeiras e por uma maior alíquota efetiva de IR/CSLL. Em relação às despesas financeiras, destaca-se que o resultado do 2T25 foi positivamente impactado pelo reconhecimento de uma receita financeira de R\$10,8 milhões, decorrente da atualização monetária do saldo de créditos a recuperar. Além disso, a maior alíquota efetiva de IR/CSLL reflete, principalmente, a tributação de subsidiárias que atingiram lucratividade. Nos últimos 12 meses, o lucro líquido recorrente atingiu R\$822,2 milhões, resultando em uma margem líquida de 10,2%.

Na comparação com o 1T26, o lucro líquido recorrente apresentou redução de 2%, refletindo o maior volume de despesas financeiras devido aos gastos incorridos nas diferentes iniciativas de *liability management*, incluindo os custos de pré-pagamento da 9ª emissão e 7ª emissão (1ª série), além da maior alíquota de IR/CSLL.

Evolução do Lucro Líquido Recorrente e Margem Líquida Recorrente

R\$ milhões | % Receita Líquida





Nota: “Despesas Financeiras Recorrentes” e “EBT Recorrente” desconsideram os impactos não recorrentes nas despesas financeiras em função do pré-pagamento de debêntures e outras iniciativas de *liability management* e os impactos referentes às aquisições.

O lucro líquido totalizou R\$178,3 milhões no 2T26, com uma margem líquida de 8,2%, apresentando uma redução de 4% em relação ao 2T25 e de 12% frente ao 1T26. Esse desempenho é reflexo do incremento das despesas financeiras e da maior alíquota de IR/CSLL. Destaca-se que as despesas financeiras foram pontualmente impactadas em R\$31,8 milhões pela continuidade da agenda de *liability management*, com o pré-pagamento (i) da 9ª emissão e da 7ª emissão (1ª série) de debêntures no Brasil; e (ii) de dívida no México. Embora gere uma despesa pontual no trimestre, essa estratégia aprimora o perfil de endividamento da Companhia, que tem acessado capital a custos e outras condições mais competitivas em relação ao estoque de dívida da companhia, principalmente aquelas captadas há mais tempo. Além disso, destaca-se que nem toda a despesa pontual do trimestre é uma despesa caixa. Nos últimos 12 meses, o lucro líquido totalizou R\$793,4 milhões, resultando em uma margem líquida de 9,9%.

CAPEX

Capex ^{a,b} (R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Capex	624,6	457,0	37%	566,3	10%	1.191,0	898,4	33%
Expansão	462,8	356,0	30%	489,1	(5%)	951,9	706,1	35%
Manutenção	151,6	87,6	73%	63,0	141%	214,6	161,8	33%
Corporativo / Inovação	10,2	13,5	(24%)	14,3	(29%)	24,5	30,6	(20%)

(a) Não considera investimentos em cessão de direito de uso relacionado a compra de pontos comerciais. (b) A partir do 1T25, os montantes de capex não consideram os custos financeiros capitalizados, que totalizaram R\$7,2 milhões no 2T26.

No 2T26, o capex totalizou R\$624,6 milhões, um aumento de 37% em relação ao 2T25. O capex de expansão cresceu 30% frente ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$462,8 milhões no trimestre. Essa evolução reflete, principalmente, o maior volume de inaugurações de academias próprias no primeiro semestre de 2026 (63 adições líquidas, comparadas a 52 na primeira metade de 2025), além da aceleração dos investimentos na construção das unidades que serão inauguradas nos próximos períodos e da mudança no mix de marcas. As unidades “Bio Ritmo e Outras” responderam por 13% da expansão no semestre (8 unidades), comparado a 6% (3 unidades) no mesmo período de 2025. Por atuarem no segmento *high-end*, essas marcas demandam um investimento médio por academia superior ao das unidades Smart Fit.

O capex de manutenção totalizou R\$151,6 milhões no 2T26, 73% acima do 2T25, reflexo do aumento na quantidade de academias maduras e sua idade média, combinado à estratégia de preservar a oferta de alto padrão nas unidades, inclusive com ajustes de produto nas unidades da marca Bio Ritmo. Nos últimos 12 meses, o capex de manutenção das academias da marca Smart Fit atingiu R\$361,3 milhões, representando 7,2% da receita líquida das unidades maduras, alinhado com a estratégia de oferecer continuamente uma experiência de alto padrão aos clientes. Esse capex também inclui investimentos no programa de ampliação da oferta de equipamentos e da área útil em determinadas unidades, em resposta ao maior fluxo de alunos em algumas academias e à mudança nos hábitos dos clientes, bem como em projetos de eficiência energética, como a automação do sistema de ar-condicionado, entre outras iniciativas.

O capex com projetos corporativos e inovação totalizou R\$10,2 milhões no 2T26, 24% abaixo do mesmo período do ano anterior.

VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA

2T26 vs. 1T26

A Companhia apresentou um aumento de R\$417,1 milhões na dívida líquida ajustada no trimestre em relação ao 1T26. Essa evolução reflete, principalmente, os investimentos realizados no período, com foco na expansão da rede de academias, o incremento das despesas financeiras, devido ao cronograma de serviço da dívida e do impacto não recorrente referente à agenda de *liability management*, e o maior pagamento de IR/CSLL, em razão do fluxo de recolhimento dos tributos no período. Esses efeitos foram parcialmente compensados pela sólida geração de caixa operacional de R\$529,5 milhões, impulsionada pelo crescimento do EBITDA de 6% e por uma taxa de conversão em caixa operacional de 74%.

A Variação do capital de giro no 2T26 foi negativa em R\$119,1 milhões. Esse resultado é explicado principalmente pela variação na linha de Impostos, que apresentou consumo de caixa de R\$78,1 milhões, refletindo o aumento no saldo de impostos a recuperar, e pela linha de Fornecedores, que apresentou consumo de caixa de R\$59,4 milhões, principalmente em razão do fluxo de pagamento referente à expansão. Por fim, vale mencionar o impacto positivo de R\$37,7 milhões na linha de Salários no trimestre, decorrente do provisionamento de bonificações e 13º salário.

As Atividades de investimento totalizaram R\$633,5 milhões no 2T26, refletindo principalmente o capex referente à abertura de novas unidades, que totalizou R\$462,8 milhões no período. As Outras atividades representaram uma adição de R\$313,2 milhões à dívida líquida ajustada, devido principalmente ao pagamento do serviço da dívida no trimestre.

2T26 vs. 2T25

A Companhia apresentou aumento da Dívida líquida ajustada de R\$1.319,4 milhões nos últimos 12 meses, refletindo principalmente os investimentos realizados no período com foco na expansão da rede de academias. Esse movimento foi parcialmente compensado pela sólida Geração de caixa operacional de R\$2.369,8 milhões, impulsionada pelo EBITDA do período e pela elevada conversão de EBITDA em caixa operacional de 92%.

A Variação do capital de giro nos últimos 12 meses foi negativa em R\$145,9 milhões, mantendo sua baixa representatividade em relação ao EBITDA do período. Essa performance é explicada principalmente pelo consumo de R\$164,9 milhões na linha de Clientes, com destaque para o aumento de representatividade do TotalPass. Por outro lado, a linha de Fornecedores apresentou uma geração de caixa de R\$156,4 milhões, reflexo da aceleração do ritmo de expansão no período e da maior participação de TotalPass.

As Atividades de investimento totalizaram R\$2.692,8 milhões nos últimos 12 meses, devido principalmente ao capex relacionado à abertura de novas unidades, que somou R\$2.161,5 milhões no período. As Outras atividades representaram uma adição de R\$996,4 milhões à dívida líquida ajustada, refletindo principalmente o serviço da dívida e a variação cambial, além da distribuição de juros sobre capital próprio.

Variação da Dívida Líquida Ajustada (R\$ milhões)	2T26	2T25	1T26	6M26	6M25
Dívida Líquida Ajustada Inicial	4.196,6	3.114,8	4.097,5	4.097,5	3.104,1
EBITDA^a	711,6	575,7	671,8	1.383,3	1.095,9
Itens de resultado sem impacto em caixa ^b	32,8	34,5	14,0	46,8	45,5
IR/CSLL pago	(95,8)	(83,2)	(32,5)	(128,3)	(108,0)
Variação no capital de giro^c	(119,1)	(6,3)	(17,9)	(137,0)	(20,0)
Clientes	(2,1)	(17,1)	(110,1)	(112,3)	(78,8)
Fornecedores	(59,4)	11,1	80,2	20,8	46,6
Salários, provisões e contribuições sociais	37,7	28,0	10,6	48,3	38,6
Impostos ^d	(78,1)	23,0	9,4	(68,7)	42,6
Outros	(17,1)	(51,3)	(8,0)	(25,1)	(69,0)
Geração de Caixa Operacional	529,5	520,6	635,4	1.164,8	1.013,3
Conversão EBITDA em Caixa Operacional	74%	90%	95%	84%	92%
Capex Expansão	(462,8)	(356,0)	(489,1)	(951,9)	(706,2)
Capex Manutenção	(151,6)	(87,6)	(63,0)	(214,6)	(161,7)
Capex Corporativo/Inovação	(10,2)	(13,5)	(14,3)	(24,5)	(30,6)
Outros Investimentos e aquisições	(8,8)	(106,4)	15,9	7,1	(117,1)
Atividades de investimento	(633,5)	(563,5)	(550,5)	(1.183,9)	(1.015,5)
Resultado Financeiro e variação cambial	(242,7)	(133,3)	(23,9)	(266,6)	(145,4)
Pagamento de Dividendos/JCP	(37,4)	(39,0)	(111,0)	(148,4)	(113,1)
Recebimento aumento de capital	-	-	12,0	12,0	-
Aquisições de ações em tesouraria	(2,8)	-	(50,0)	(52,8)	-
Outras variações de ativos e passivos	(30,3)	35,6	(11,0)	(41,3)	64,0
Outras atividades	(313,2)	(136,7)	(184,0)	(497,1)	(188,0)
Variação da dívida líquida do período	(417,1)	(179,5)	(99,1)	(516,2)	(190,1)
Dívida Líquida Ajustada Final	4.613,7	3.294,3	4.196,6	4.613,7	3.294,3

(a) Exclui os efeitos do IFRS-16/CPC06; (b) Inclui principalmente equivalência patrimonial, baixa de ativos, receita diferida e provisões; (c) 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; (d) Inclui impostos sobre vendas e serviços. Nota: A partir do 1T26, realizamos ajustes entre classificações de linhas referente aos movimentos de: (a) recompra de ações, antes classificado na linha de "Outros Investimentos e aquisições"; (b) Recebimento de aumento de capital, antes classificado na linha de "Dividendos/JCP".

CAIXA E ENDIVIDAMENTO

Caixa e Endividamento^{a,b} (R\$ milhões)	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
Caixa e aplicações financeiras	2.733	2.958	3.426	4.563	2.627
Dívida Bruta	5.979	6.316	7.504	8.740	7.217
Por natureza:					
Empréstimos e debêntures	5.952	6.290	7.477	8.666	7.136
Passivo de arrendamento - equipamentos	26	26	27	74	81
Por vencimento:					
Curto prazo	817	873	939	1.112	1.085
Longo prazo	5.161	5.442	6.538	7.555	6.052
Dívida Líquida	3.246	3.357	4.078	4.177	4.590
Outros Passivos e Ativos ^c	48	40	19	20	24
Dívida Líquida Ajustada	3.294	3.398	4.098	4.197	4.614
Dívida Líquida Ajustada / EBITDA LTM ^d	1,08x	1,04x	1,19x	1,14x	1,20x

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

Ao final do 2T26, a Companhia possuía uma sólida posição de caixa de R\$2.627 milhões e dívida bruta de R\$7.217 milhões, sendo 84% com vencimento no longo prazo. A dívida líquida ajustada era de R\$4.614 milhões, resultando em um índice de dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, seguindo a definição das debêntures da Companhia, de 1,20x. Esse índice apresentou um aumento frente ao registrado no 1T26, refletindo principalmente os maiores investimentos na expansão de academia no período, que mais do que compensaram o sólido crescimento do EBITDA LTM da Companhia.

O índice dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis, terminou o 2T26 em 1,78x (vs. 1,71x no 1T26), patamar considerado saudável, especialmente diante da alta previsibilidade de resultados da Companhia e do perfil de vencimento da dívida bastante alongado. Além disso, o índice dívida líquida ajustada/EBITDA 2T26 anualizado, também excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis, é de 1,62x. Nesta mesma métrica, mas excluindo os custos e despesas pré-operacionais, o índice é de 1,56x.

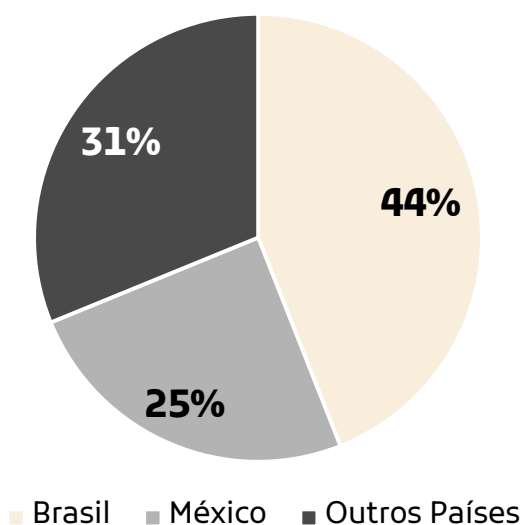
A Companhia apresenta robusta liquidez financeira, resultado da captação de R\$2,6 bilhões na oferta pública primária de ações e das captações de empréstimos, com melhoria gradual nos termos ao longo dos últimos 24 meses. Essas operações proporcionaram o alongamento dos vencimentos da dívida, redução do custo financeiro e melhora nas demais condições comerciais.

Adicionalmente, destaca-se a contínua execução de iniciativas de *liability management*, com destaque para emissão de uma nova dívida sindicalizada no México a custos inferiores comparado à dívida sindicalizada anterior e uso dos recursos principalmente da 14ª emissão para o pré-pagamento de dívidas com condições comerciais inferiores comparadas àquelas da 14ª emissão. As operações evidenciam a disciplina financeira da Companhia, com acesso a capital a custos competitivos e capacidade de otimização da estrutura de capital mesmo em um ambiente macroeconômico desafiador.

A Companhia busca financiar sua necessidade de expansão em cada um dos países onde opera, combinando a geração de caixa das operações locais com captação de recursos com instituições financeiras. Nesse contexto, a composição da dívida líquida é diversificada: Brasil, México e Outros Países representaram, respectivamente, 44%, 25% e 31% da dívida líquida da Companhia ao final do 2T26.

Na maioria dos países onde a Companhia opera academias próprias e possui dívida local, a perspectiva atual é de continuidade da redução da taxa de juros local. Ao final do 2T26, a dívida líquida da Companhia apresentava a seguinte composição.

Breakdown da Dívida Líquida Por Região



A Companhia mantém o perfil de vencimento de seus empréstimos e financiamentos alinhado à sua capacidade de geração de caixa operacional, utilizando linhas de financiamento locais para apoiar a expansão nos países em que atua. Ao final do 2T26, o cronograma de vencimentos da dívida bruta apresentava a seguinte composição:

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

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

EVENTOS SUBSEQUENTES

DÉCIMA QUINTA EMISSÃO DE DEBÊNTURES

Em 24 de julho de 2026, o Conselho de Administração aprovou a 15ª emissão pública de debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, em até 3 séries, no valor inicial de R\$ 1 bilhão (com opção de lote adicional de até 25%).

As debêntures terão prazos de vencimento de até 5, 7 e 10 anos, com remuneração correspondente a 100% da Taxa DI acrescida de spreads de 0,65%, 0,75% e 1,05% a.a. Os recursos captados serão destinados ao resgate antecipado integral da 8ª emissão de debêntures e da 2ª emissão de notas comerciais da Companhia, além de propósitos gerais corporativos e reforço do capital de giro.

CONCLUSÃO DA AQUISIÇÃO DO CONTROLE DA EVOLVE

Em 3 de agosto de 2026, a Companhia concluiu a aquisição do controle da Evolve Participações em Sociedades S.A., mediante a subscrição de novas ações ordinárias representativas de 60% do capital social da empresa, conforme previamente divulgado ao mercado. A Evolve atualmente opera 30 academias próprias, sendo seis inauguradas nos últimos 12 meses, além de possuir unidades em construção, reforçando a estratégia de expansão da Smart Fit na região Centro-Oeste, especialmente no Distrito Federal.

Na mesma data, as partes celebraram aditamento ao Contrato de Investimento e Outras Avenças, estabelecendo, entre outros pontos, o montante final dos aportes a serem realizados pela Companhia. Foi efetuado um aporte inicial de R\$ 39,7 milhões no fechamento da transação, enquanto o saldo remanescente, de até R\$ 60,0 milhões, será aportado de forma condicionada ao cumprimento das obrigações previstas contratualmente. A participação societária final da Smart Fit na Evolve poderá ser ajustada após a apuração da dívida líquida da adquirida, sem impacto sobre os valores dos aportes previstos.

Os números financeiros apresentados a partir deste ponto refletem a adoção do IFRS-16

IMPACTO DA ADOÇÃO DO IFRS 16

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

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

Demonstração de Resultados	2T26	Impactos do	2T26	2T25	Impactos do	2T25	6M26	Impactos do	6M26	6M25	Impactos do	6M25
(R\$ milhões)	Reportado	IFRS 16	excluindo IFRS 16	Reportado	IFRS 16	excluindo IFRS 16	Reportado	IFRS 16	excluindo IFRS 16	Reportado	IFRS 16	excluindo IFRS 16
Receita Líquida	2.177,1	-	2.177,1	1.791,1	-	1.791,1	4.279,2	-	4.279,2	3.469,3	-	3.469,3
Custo dos serviços	(1.215,6)	110,0	(1.325,5)	(1.016,8)	92,1	(1.108,9)	(2.386,5)	220,2	(2.606,7)	(1.977,8)	180,5	(2.158,3)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(76,6)	329,4	(406,0)	(62,3)	276,9	(339,2)	(154,9)	658,5	(813,4)	(120,6)	543,2	(663,8)
Depreciação e amortização (custo)	(498,8)	(219,4)	(279,4)	(413,6)	(184,8)	(228,8)	(986,0)	(438,3)	(547,7)	(813,4)	(362,7)	(450,7)
Lucro bruto	961,5	110,0	851,6	774,4	92,1	682,3	1.892,7	220,2	1.672,5	1.491,5	180,5	1.311,0
SG&A	(434,9)	0,7	(435,6)	(343,4)	0,7	(344,1)	(865,9)	1,4	(867,4)	(683,0)	1,0	(684,0)
Despesas com vendas	(161,4)	-	(161,4)	(138,3)	-	(138,3)	(333,5)	-	(333,5)	(280,5)	-	(280,5)
Gerais e administrativas	(229,1)	3,8	(232,9)	(174,2)	3,4	(177,6)	(447,0)	7,7	(454,8)	(345,2)	6,5	(351,7)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(2,5)	3,8	(6,3)	(3,3)	3,4	(6,8)	(5,7)	7,7	(13,4)	(5,6)	6,5	(12,1)
Depreciação e amortização (despesa)	(19,3)	(3,1)	(16,2)	(12,9)	(2,7)	(10,2)	(36,9)	(6,3)	(30,6)	(22,2)	(5,5)	(16,6)
Outras (despesas) receitas	(14,8)	-	(14,8)	(10,8)	-	(10,8)	(21,9)	-	(21,9)	(20,7)	-	(20,7)
Equivalência patrimonial	0,0	-	0,0	(1,5)	-	(1,5)	0,0	-	0,0	1,6	-	1,6
Lucro (prejuízo) operacional antes do	526,6	110,7	415,9	429,5	92,8	336,7	1.026,7	221,6	805,1	810,0	181,5	628,6
Resultado Financeiro	(326,1)	(153,6)	(172,5)	(224,2)	(125,4)	(98,8)	(612,1)	(315,0)	(297,1)	(449,6)	(245,4)	(204,2)
Imposto de Renda e Contribuição Social ^b	(44,7)	20,5	(65,2)	(44,4)	6,9	(51,3)	(86,6)	39,6	(126,2)	(78,6)	18,9	(97,5)
Lucro (prejuízo) líquido	155,9	(22,4)	178,3	160,9	(25,7)	186,6	328,0	(53,8)	381,8	281,8	(45,0)	326,9
Impactos do IFRS-16 na composição do EBITDA e do Lucro Bruto excluindo depreciação e amortização												
Lucro bruto	961,5	110,0	851,6	774,4	92,1	682,3	1.892,7	220,2	1.672,5	1.491,5	180,5	1.311,0
(-) Depreciação e amortização (custo)	498,8	219,4	279,4	(413,6)	(184,8)	(228,8)	986,0	438,3	547,7	(813,4)	(362,7)	(450,7)
Lucro bruto excluindo depreciação	1.460,3	329,4	1.130,9	1.188,0	276,9	911,1	2.878,7	658,5	2.220,1	2.304,9	543,2	1.761,7
Margem Bruta excluindo depreciação	67,1%		51,9%	66,3%		50,9%	67,3%		51,9%	66,4%		50,8%
Lucro (prejuízo) líquido	155,9	(22,4)	178,3	160,9	(25,7)	186,6	328,0	(53,8)	381,8	281,8	(45,0)	326,9
(-) IR & CSLL	44,7	(20,5)	65,2	(44,4)	6,9	(51,3)	86,6	(39,6)	126,2	(78,6)	18,9	(97,5)
(-) Resultado Financeiro	326,1	153,6	172,5	(224,2)	(125,4)	(98,8)	612,1	315,0	297,1	(449,6)	(245,4)	(204,2)
(-) Depreciação e amortização	518,1	222,5	295,6	(426,5)	(187,5)	(239,0)	1.022,9	444,6	578,2	(835,5)	(368,2)	(467,3)
EBITDA	1.044,8	333,2	711,6	856,1	280,3	575,7	2.049,6	666,3	1.383,3	1.645,5	549,7	1.095,9
Margem EBITDA	48,0%		32,7%	47,8%		32,1%	47,9%		32,3%	47,4%		31,6%

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

(b) Efeito de IR diferido sobre as diferenças temporais de IFRS16 no 1T26 e 1T25

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

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

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

Operação	Reconhecimento na Demonstração de Resultado do período		Reconhecimento no Balanço Patrimonial do período	
	2026	2025	2026	2025
Brasil, México, Colômbia, Chile, Peru, Argentina, Paraguai, Panamá, Costa Rica, Uruguai, Marrocos, Queima Diária, TotalPass Brasil e Agregadores México ¹	Consolidado	Consolidado	Consolidado	Consolidado
República Dominicana, El Salvador, Equador, Guatemala e Honduras	Royalties pelo uso da marca	Royalties pelo uso da marca	n/a	n/a

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

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DRE (R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Receita Operacional Líquida	2.177,1	1.791,1	22%	2.102,1	4%	4.279,2	3.469,3	23%
Custo dos Serviços Prestados	(1.215,6)	(1.016,8)	20%	(1.171,0)	4%	(2.386,5)	(1.977,8)	21%
Lucro Bruto	961,5	774,4	24%	931,1	3%	1.892,7	1.491,5	27%
Receitas (despesas) operacionais								
Vendas	(171,7)	(145,4)	18%	(188,4)	(9%)	(360,2)	(295,0)	22%
Gerais e administrativas	(248,4)	(187,1)	33%	(235,5)	5%	(483,9)	(367,4)	32%
Equivalência patrimonial	0,0	(1,5)	-	(0,0)	-	0,0	1,6	(100%)
Outras (despesas) receitas	(14,8)	(10,8)	37%	(7,1)	109%	(21,9)	(20,7)	6%
Lucro antes do resultado financeiro	526,6	429,5	23%	500,1	5%	1.026,7	810,0	27%
Resultado financeiro	(326,1)	(224,2)	45%	(285,9)	14%	(612,1)	(449,6)	36%
Lucro antes do IR/CS	200,5	205,3	(2%)	214,2	(6%)	414,7	360,5	15%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(44,7)	(44,4)	0%	(42,0)	6%	(86,6)	(78,6)	10%
Lucro (prejuízo) líquido	155,9	160,9	(3%)	172,2	(9%)	328,0	281,8	16%

BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO (R\$ milhões)	2T26	2T25
CIRCULANTE	4.203	3.966
Caixa e equivalentes de caixa	2.627	2.733
Clientes	817	631
Instrumentos financeiros derivativos	11	9
Outros Créditos	748	593
NÃO CIRCULANTE	17.288	14.490
Imobilizado	7.381	5.774
Ativos de direito de uso	5.892	5.003
Intangível	2.518	2.427
Investimentos	0	1
Outros ativos	1.497	1.285
TOTAL DO ATIVO	21.490	18.456
PASSIVO (R\$ milhões)	2T26	2T25
CIRCULANTE	3.501	2.726
Empréstimos	1.085	831
Passivos de arrendamentos	838	684
Fornecedores	676	497
Receita diferida	242	215
Outros passivos	660	499
NÃO CIRCULANTE	11.896	10.074
Empréstimos	6.052	5.121
Passivos de arrendamentos	5.692	4.813
Outros passivos	153	140
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	6.092	5.655
Capital social	3.524	3.148
Reservas de capital	835	851
Reserva legal	106	74
Reserva de lucros	1.057	1.025
Outros resultados abrangentes	608	542
Participação não controladora	16	16
Ações em tesouraria	(54)	0
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	21.490	18.456

FLUXO DE CAIXA

Demonstrativo de Fluxo de Caixa (R\$ milhões)	2T26	2T25	2T26 vs. 2T25	1T26	2T26 vs. 1T26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS								
Resultado do Período	155,9	160,9	(3%)	172,2	(9%)	328,0	281,8	16%
Depreciações e amortizações	518,1	426,5	21%	504,7	3%	1.022,9	835,5	22%
Baixa de intangível e imobilizado	28,6	15,5	85%	9,1	215%	37,7	23,8	58%
Juros provisionados sobre dívida e variação cambial	243,4	186,2	31%	225,6	8%	469,0	359,1	31%
Juros provisionados sobre arrendamentos	159,1	130,9	22%	162,2	(2%)	321,3	256,2	25%
Outros	(32,6)	(18,7)	75%	(57,5)	(43%)	(90,1)	(61,4)	47%
Variação no capital de giro	(119,1)	(6,3)	1777%	(17,9)	564%	(137,0)	(20,0)	584%
Caixa gerado pelas (aplicado nas) operações	953,5	895,0	7%	998,4	(5%)	1.951,9	1.675,0	17%
Juros pagos sobre empréstimos e debêntures	(337,7)	(246,7)	37%	(137,0)	146%	(474,8)	(336,8)	41%
Juros pagos sobre arrendamentos	(159,1)	(130,6)	22%	(162,2)	(2%)	(321,3)	(255,8)	26%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(95,8)	(83,2)	15%	(32,5)	195%	(128,3)	(108,0)	19%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades operacionais	360,9	434,5	(17%)	666,6	(46%)	1.027,5	974,5	5%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO								
Adições do ativo imobilizado	(615,6)	(456,2)	35%	(558,6)	10%	(1.174,2)	(894,7)	31%
Adições do ativo intangível	(10,4)	(0,8)	1159%	(8,0)	29%	(18,4)	(3,7)	393%
Custos diretos iniciais de ativos de direito de uso	(2,3)	(6,9)	(67%)	(2,4)	(5%)	(4,7)	(16,5)	(72%)
Recebimento por venda de imobilizado	-	-	-	-	-	-	-	-
Pagamento de aquisição de grupo de ativos, controlada e controlada em	(6,1)	(98,8)	(94%)	18,5	-	12,3	(99,9)	-
Aumento de capital em controlada e controlada em conjunto	-	(0,7)	-	-	-	-	(0,7)	-
Aplicações financeiras	798,9	(106,3)	-	369,8	116%	1.168,7	(55,6)	-
Partes relacionadas e mútuos com terceiros	-	7,1	-	-	-	-	13,8	-
Pagamento de contraprestação contingente	-	-	-	-	-	-	-	-
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	164,6	(662,9)	-	(180,8)	-	(16,2)	(1.057,3)	(98%)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO								
Pagamento de empréstimos e custos	(2.399,3)	(151,8)	1481%	(155,4)	1444%	(2.554,7)	(295,6)	764%
Captação de empréstimos	889,6	225,9	294%	1.415,4	(37%)	2.305,1	441,9	422%
Captação de leasing - máquinas e equipamentos	10,2	-	-	51,9	(80%)	62,1	-	-
Pagamento de arrendamento	(193,6)	(162,5)	19%	(186,3)	4%	(379,9)	(324,4)	17%
Aquisição de participação de não controladores	(0,3)	-	-	-	-	(0,3)	-	-
Pagamento de dividendos/JCP	(38,7)	(39,9)	(3%)	(111,0)	(65%)	(149,8)	(113,8)	32%
Recebimento de aumento de capital	-	-	-	12,0	(100%)	12,0	6,6	83%
Aquisições de ações em tesouraria	(2,8)	-	-	(50,0)	(94%)	(52,8)	-	-
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	(1.734,8)	(128,4)	1252%	976,5	-	(758,3)	(285,4)	166%
AUMENTO (REDUÇÃO) DO SALDO DE CAIXA E EQUIV.								
Saldo inicial	2.737,2	1.441,5	90%	1.330,8	106%	1.330,8	1.490,6	(11%)
Saldo final	1.540,2	1.059,2	45%	2.737,2	(44%)	1.540,2	1.059,2	45%
Caixa adquirido por aquisição de grupo de ativos e combinação de negócios	-	-	-	-	-	-	-	-
Variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	12,3	(25,7)	-	(56,0)	-	(43,6)	(63,2)	(31%)



RELAÇÕES COM INVESTIDORES

José Luís Rizzardo | CFO e Diretor de RI

Matheus Nascimento | Gerente de RI

Juliana Pallot | Coordenadora de RI

Luis Fernando Campos | Especialista de RI

Marcelo Reis | Analista Sênior de RI

Maria Fernanda Rodrigues | Estagiária de RI



2Q26 Results

Results Webinar

August 06, 2026

11 a.m. (Brasília) | 10 a.m. (NY) | 15 p.m. (London)

BIO RITMO



BE



TOTALPASS

QUEIMA
DIARIA

2Q26 EARNINGS RELEASE

São Paulo, August 05, 2026 – Smart Fit (SMFT3), the leader in the Fitness industry in Latin America in terms of members and clubs¹, announces its results for 2Q26. To enable better comparability, the figures are presented excluding the effects of IFRS-16/CPC 06 (R2). The impacts of adopting IFRS-16/CPC 06 (R2) on the results are detailed starting on page 35.

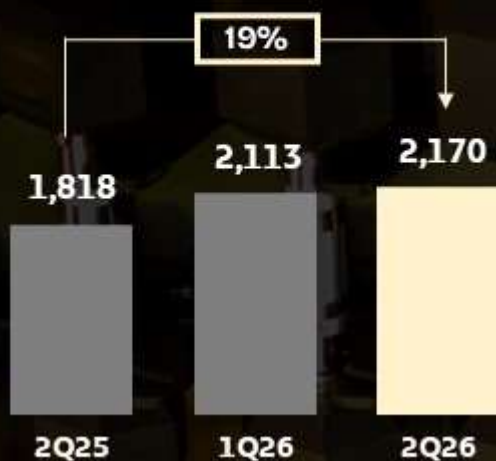
PERIOD HIGHLIGHTS

- **Solid 19% growth in the club network vs. 2Q25, totaling 2,170 clubs across 16 countries**
Strong expansion pace, with 352 clubs added in the last 12 months.
- **Net revenue reached R\$ 2.2 billion in 2Q26, strong growth of 22% over 2Q25 and 4% over 1Q26**
Strong performance driven by a 19% increase in net revenue from Smart Fit-owned clubs, alongside a robust expansion in the “Others²” segment (+47% vs. 2Q25).
- **Cash gross profit³ of R\$ 1.1 billion in 2Q26, up by 24% over 2Q25, with a record margin of 51.9%, +1.1 p.p. vs. 2Q25**
Solid cash gross margin of mature clubs⁴ and consistent ramp-up of recently opened clubs, combined with strong growth in cash gross profit from the “Others²” segment.
- **Record EBITDA of R\$ 712 million in 2Q26, up by 24% over 2Q25, with a margin of 32.7% (+0.5 p.p. vs. 2Q25)**
Record adjusted EBITDA of R\$ 2.6 billion over the last 12 months, with a margin of 32.0%. Over the same period, strong operational cash generation of R\$ 2.4 billion and high conversion of 92%.
- **Recurring net income⁶ of R\$ 204 million in 2Q26, up by 8% over 2Q25, with a recurring net margin of 9.4%**
Over the last 12 months, recurring net income totaled R\$ 822 million, with a recurring net margin of 10.2%.

Highlights of 2Q26	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 1Q26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Clubs	2,170	1,818	19%	2,113	3%	2,170	1,818	19%
Net Revenue (R\$ million)	2,177	1,791	22%	2,102	4%	4,279	3,469	23%
Cash Gross Profit ³	1,131	911	24%	1,089	4%	2,220	1,762	26%
Cash Gross Margin	51.9%	50.9%	1.1 p.p.	51.8%	0.1 p.p.	51.9%	50.8%	1.1 p.p.
EBITDA ³ (R\$ million)	712	576	24%	672	6%	1,383	1,096	26%
EBITDA Margin	32.7%	32.1%	0.5 p.p.	32.0%	0.7 p.p.	32.3%	31.6%	0.7 p.p.
Recurring Net Income ⁵ (R\$ million)	204	189	8%	207	(2%)	411	330	24%

(1) As reported by the Health & Fitness Association in 2025, referencing 2024 data (“HFA”); (2) “Others” includes royalties received from franchises in Brazil and other countries (except Mexico), as well as revenue from other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass Brazil, *Queima Diária*, and Studios, and FitMaster and TotalPass Mexico in Mexico; (3) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2). See the “Cash Gross Profit” and “EBITDA” sections; (4) A club is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year; (5) “Adjusted EBITDA” excludes the positive impact of the R\$10.7 million non-recurring income recognized in 4Q25 in connection with the remeasurement of the equity interest held in FitMaster; and (6) Excludes non-recurring impacts from acquisitions, notably the remeasurement of the Company’s equity interests in the FitMaster, Panama, and Costa Rica operations, as well as Uelocity and other acquisitions, in addition to non-recurring financial expenses of R\$21.1 million, net of income taxes, recorded in 2Q26 and related to the prepayment of the 7th debenture issuance (1st series) and the 9th debenture issuance, as well as other liability management initiatives. See the “Net Income and Recurring Net Income” section.

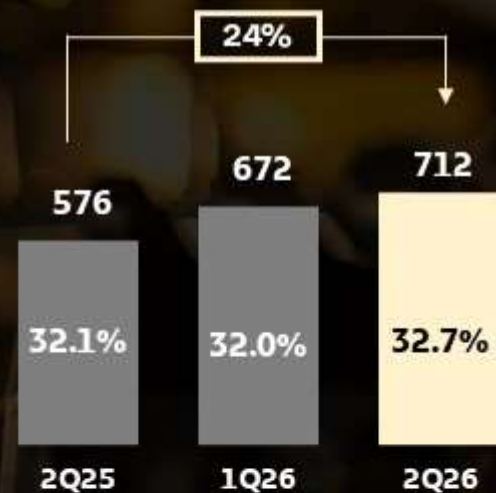
Clubs



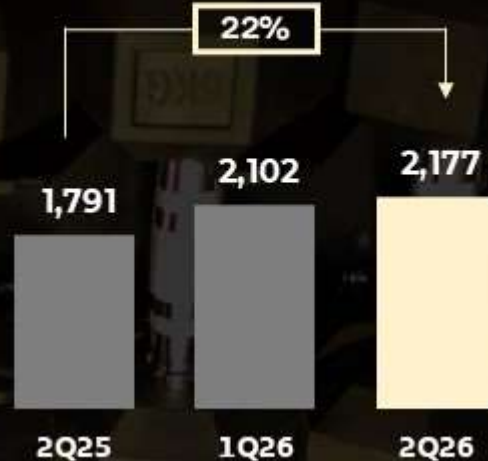
Cash Gross Profit and Margin ^(a) (R\$ M)



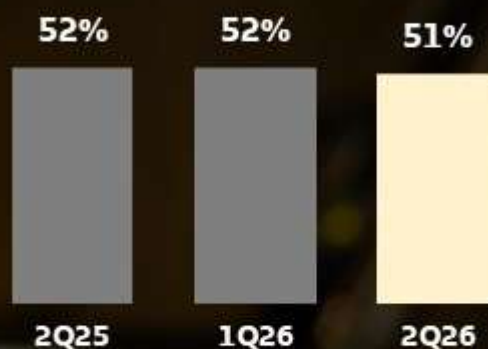
EBITDA (R\$ M) and Margin ^(a) (%)



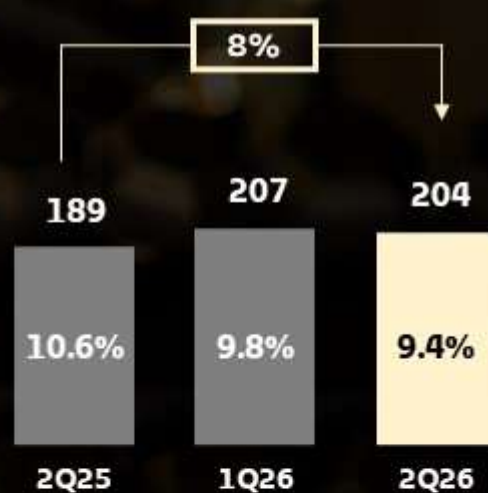
Net Revenue (R\$ M)



Gross Margin Mature Clubs ^(b) (%)



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



(a) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2). See the "Cash Gross Profit", "EBITDA Breakdown" and "Net Income" sections;

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

(c) Excludes the non-recurring effects. See the "Net Income and Recurring Net Income" section.

OPERATING PERFORMANCE

CLUB NETWORK, STUDIOS AND AGGREGATORS

Evolution of the club network

Clubs	End of Period					Growth 2Q26 vs.		Variation 2Q26 vs.	
	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	1Q26	2Q25	1Q26	2Q25
Total Clubs	1,818	1,867	2,084	2,113	2,170	57	352	3%	19%
By Type									
Owned	1,459	1,501	1,683	1,703	1,746	43	287	3%	20%
Franchised	359	366	401	410	424	14	65	3%	18%
By Brand									
Smart Fit	1,783	1,831	2,048	2,072	2,126	54	343	3%	19%
Owned	1,430	1,471	1,653	1,668	1,708	40	278	2%	19%
Brazil	587	605	693	701	718	17	131	2%	22%
Mexico	379	390	435	439	452	13	73	3%	19%
Other Countries ^a	464	476	525	528	538	10	74	2%	16%
Franchised	353	360	395	404	418	14	65	3%	18%
Brazil	237	241	259	262	268	6	31	2%	13%
Mexico	24	26	30	32	36	4	12	13%	50%
Other Countries ^a	92	93	106	110	114	4	22	4%	24%
Bio Ritmo and others ^b	35	36	36	41	44	3	9	7%	26%
Owned	29	30	30	35	38	3	9	9%	31%
Franchised	6	6	6	6	6	0	0	-	-
By Region									
Brazil	856	878	984	1,000	1,025	25	169	2%	20%
Mexico	403	416	465	471	488	17	85	4%	21%
Other Countries ^a	559	573	635	642	657	15	98	2%	18%

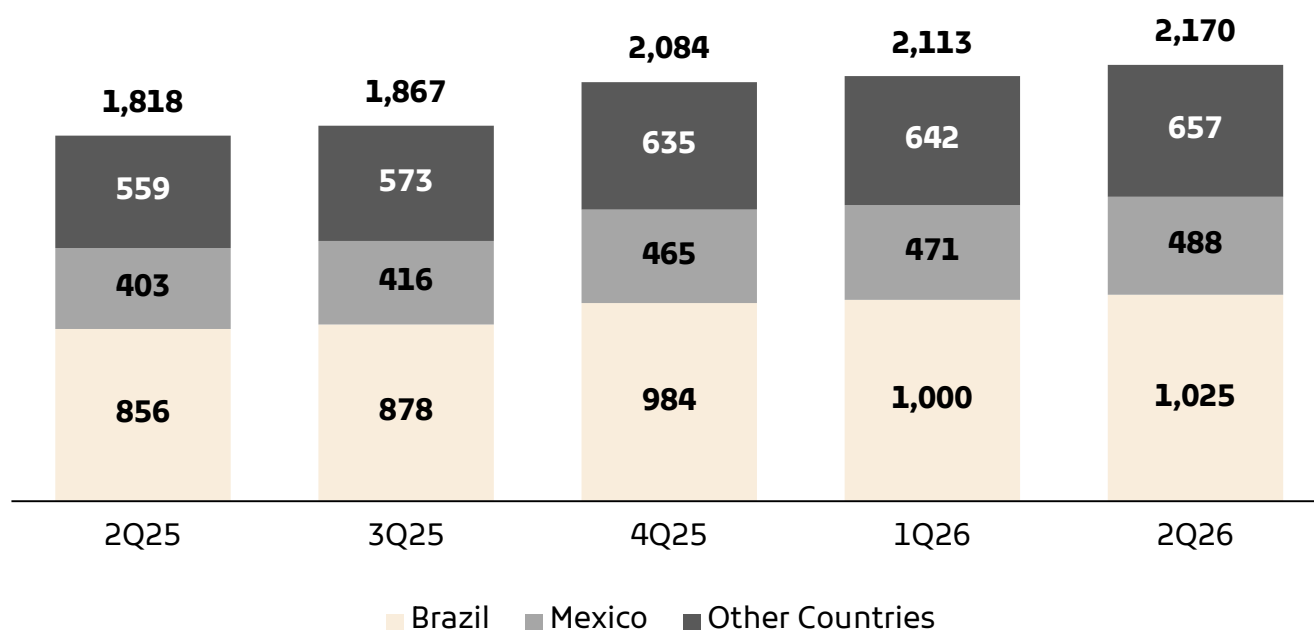
(a) "Other Countries" includes owned operations in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru, Uruguay, and Morocco, and franchises in El Salvador, Ecuador, Guatemala, the Dominican Republic, Honduras, and Argentina; (b) "Bio Ritmo and others" includes 42 Bio Ritmo clubs and 2 Nation CT clubs.

The Company ended 2Q26 with 2,170 clubs across 16 countries, up by 19% over 2Q25. The expansion continues at a pace consistent with the Company's growth strategy, reinforcing its leadership in the Latin American fitness industry and positioning it among the world's largest fitness companies. At the end of the period, the network comprised 1,746 owned clubs (80% of the total) and 424 franchises (20%).

The geographic mix remained flat from 2Q25, with Brazil accounting for 47% of the total, followed by the "Other Countries" region (30%) and Mexico (23%), reflecting the Company's geographic diversification strategy developed over the past several years.

During the quarter, 57 clubs were added (54 under the Smart Fit brand and 3 under Bio Ritmo and others), of which 25 were in Brazil, 17 in Mexico, and 15 in the "Other Countries" region. Of the total openings, 43 were owned clubs, and 14 were franchises.

Clubs at the end of the quarter



Over the last 12 months, the Company added 352 clubs, of which 343 were under the Smart Fit brand and 9 under “Bio Ritmo and others”, representing the largest 12-month expansion in the history of the Bio Ritmo brand. Of the total club addition, 82% were company-owned clubs. By geography, Brazil accounted for 48% of the additions, the “Other Countries” region for 28%, and Mexico for 24%.

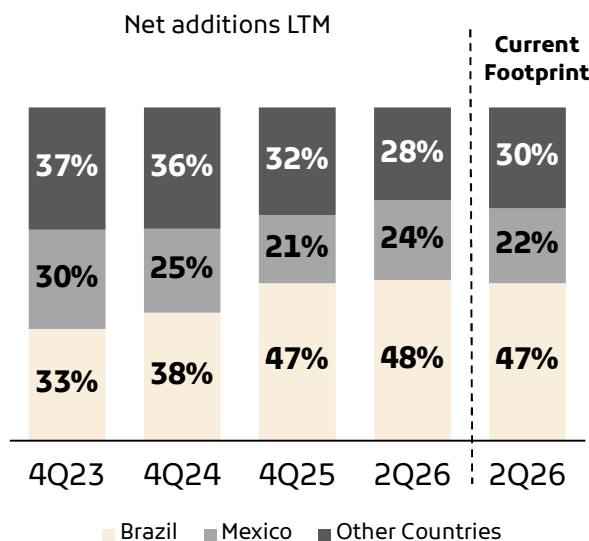
As of the end of July, the Company had completed 98 year-to-date net additions, in addition to 134 clubs under construction and more than 200 signed agreements for clubs expected to open in 2026 and 2027. As in previous years, expansion is expected to be concentrated in the second half of the year — which has historically accounted for approximately 70% to 75% of annual club openings. Accordingly, the year-to-date pace remains consistent with the Company's 2026 expansion plan.

In this context, the operational progress of the expansion as of the end of July remains consistent with the guidance¹ for 330-350 club openings in the year, approximately 80% of which are expected to be owned clubs. The decision to maintain this strong pace is supported by (i) the maturation of recently opened clubs and the performance of mature clubs; (ii) disciplined capital allocation when approving new projects; (iii) the Company's strong financial position; (iv) a favorable pipeline of real estate opportunities; and (v) structurally growing demand in the fitness industry. The Company retains the flexibility to adjust the pace of club openings based on the performance of its business units and market conditions, while maintaining disciplined capital allocation focused on long-term value creation.

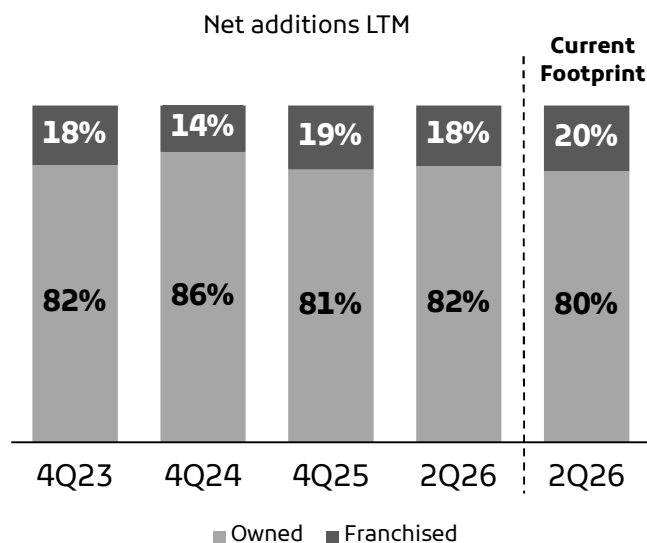
Note that, at the end of 2Q26, 1,127 Smart Fit-owned clubs were mature, accounting for 66% of the owned base, compared to 67% of the base in the same period last year. A club is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the year.

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

Club distribution^(a) by region

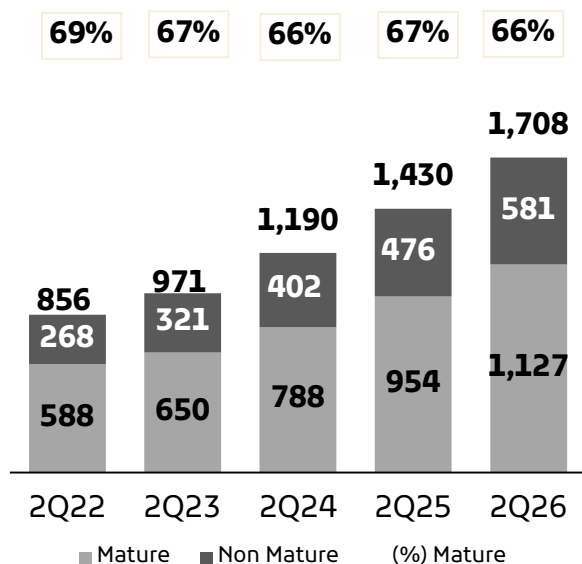


Club distribution^(a) by type

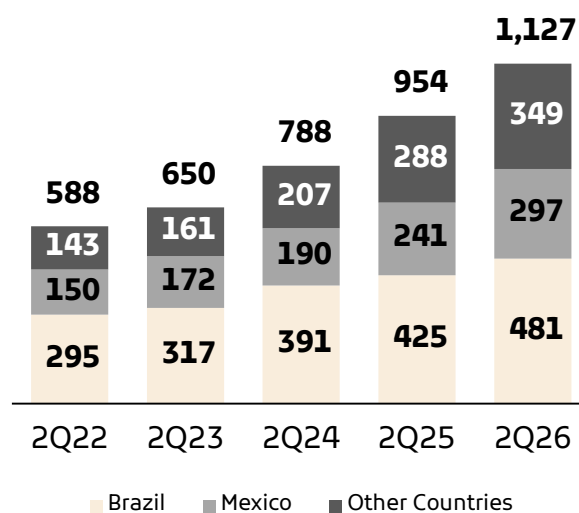


(a) Includes only the Company's clubs (excludes Studios).

Smart Fit Owned Mature Units^(b) aging



Smart Fit Owned Mature Units^(b) per region



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

Evolution of BeOn Studios and TotalPass

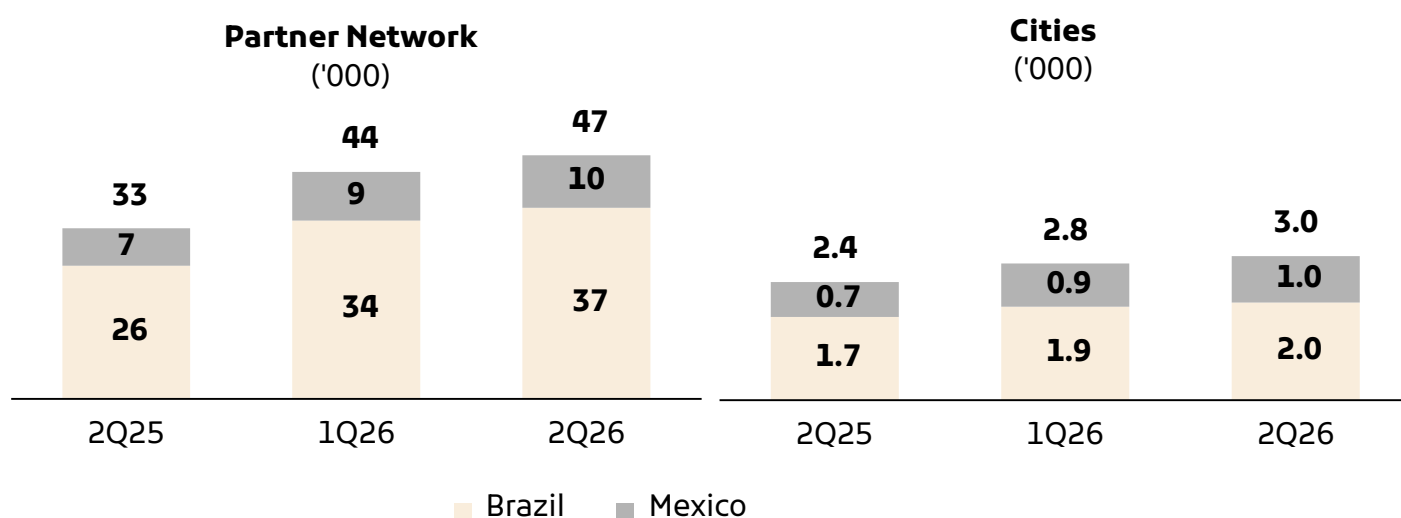
BeOn Studios ended the quarter with 311 rooms, up by 39% over 2Q25. This growth was primarily driven by the opening of *Uidya*, *Uelocity*, *Aera Pilates*, and *Tonus* units, which together accounted for approximately 90% of the new rooms added during the period.

BeOn Studios ended the quarter with 192 units, of which 171 were franchises (89% of the total), representing a solid addition of 34 units compared to 2Q25. Brazil's Southeast region accounted for 68% of this expansion during the period, led by the State of São Paulo. Compared to 1Q26, 6 units were added.

TotalPass Brazil's partner gym network totaled approximately 37,000 units in 2Q26 (+44% vs. 2Q25), with a presence in 2,000 cities (+17% vs. 2Q25). TotalPass Mexico's partner network surpassed 10,000 accredited clubs for the first time in its history, up by 40% over 2Q25. TotalPass Brazil's and TotalPass Mexico's partner networks together totaled approximately 47,000 facilities, including the Company's own clubs and studio units.

The expansion of the partner network and geographic coverage strengthens TotalPass's value proposition for corporate clients, end users, and partners, reinforcing its position as one of the largest corporate wellness platforms in Latin America.

TotalPass Brazil and Mexico



MEMBER BASE

Evolution of the member base in clubs

Clients ('000)	End of Period					Growth 2Q26 vs.		Variation 2Q26 vs.	
	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26	1Q26	2Q26	1Q26	2Q25
Clubs^a	5,151	5,228	5,210	5,582	5,582	0	431	0%	8%
By Type									
Owned	4,149	4,232	4,222	4,528	4,539	11	390	0%	9%
Franchised	1,002	996	988	1,054	1,043	(11)	41	(1%)	4%
By Brand									
Smart Fit	5,097	5,174	5,157	5,527	5,526	(2)	429	(0%)	8%
Owned	4,104	4,187	4,178	4,482	4,491	9	387	0%	9%
Brazil	1,635	1,620	1,595	1,703	1,638	(65)	3	(4%)	0%
Mexico	1,035	1,042	1,007	1,103	1,156	53	121	5%	12%
Other Countries ^b	1,434	1,525	1,576	1,676	1,697	21	263	1%	18%
Franchised	993	987	979	1,046	1,035	(11)	42	(1%)	4%
Bio Ritmo and others ^c	55	54	53	55	57	2	2	3%	3%
By Region									
Brazil	2,282	2,250	2,216	2,346	2,248	(98)	(34)	(4%)	(2%)
Mexico	1,110	1,116	1,079	1,189	1,255	66	145	6%	13%
Other Countries ^b	1,760	1,862	1,915	2,047	2,080	33	320	2%	18%

(a) The member base in clubs does not include TotalPass members; (b) "Other Countries" includes owned clubs in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru, Uruguay, and Morocco, as well as franchises in El Salvador, Ecuador, Guatemala, the Dominican Republic, Honduras, and Argentina; (c) "Bio Ritmo and others" includes operations under the Bio Ritmo and Nation CT brands.

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

In 2Q26, the member base reached 5.6 million, up by 8% over 2Q25 (+431,000 members). Growth reflects the expansion of the network (+19% in the number of clubs during the period) and the ramp-up of clubs opened over the past few years.

Among mature clubs, the number of members per club declined year-over-year, primarily reflecting: (i) the Company's network densification strategy, with new clubs opened in markets already served — an initiative aimed at expanding market coverage and strengthening the Company's competitive position, although it temporarily reduces the density of existing clubs; and (ii) increased TotalPass penetration in Brazil, which shifted part of member attendance from the direct channel (B2C) to the aggregator platform.

Compared to 1Q26, the member base across the Company's clubs remained flat, primarily reflecting the historical seasonality observed at mature clubs during the period, when the member base per club typically declines from the first to the second quarter across most geographies. During the period, growth in Mexico and the "Other Countries" region was offset by performance in Brazil.

In Brazil, the member base totaled 2.2 million in 2Q26, accounting for 1.0% of Brazil's population enrolled in one of the Company's clubs. The 2.0% decline in the member base compared to 2Q25 primarily reflects the

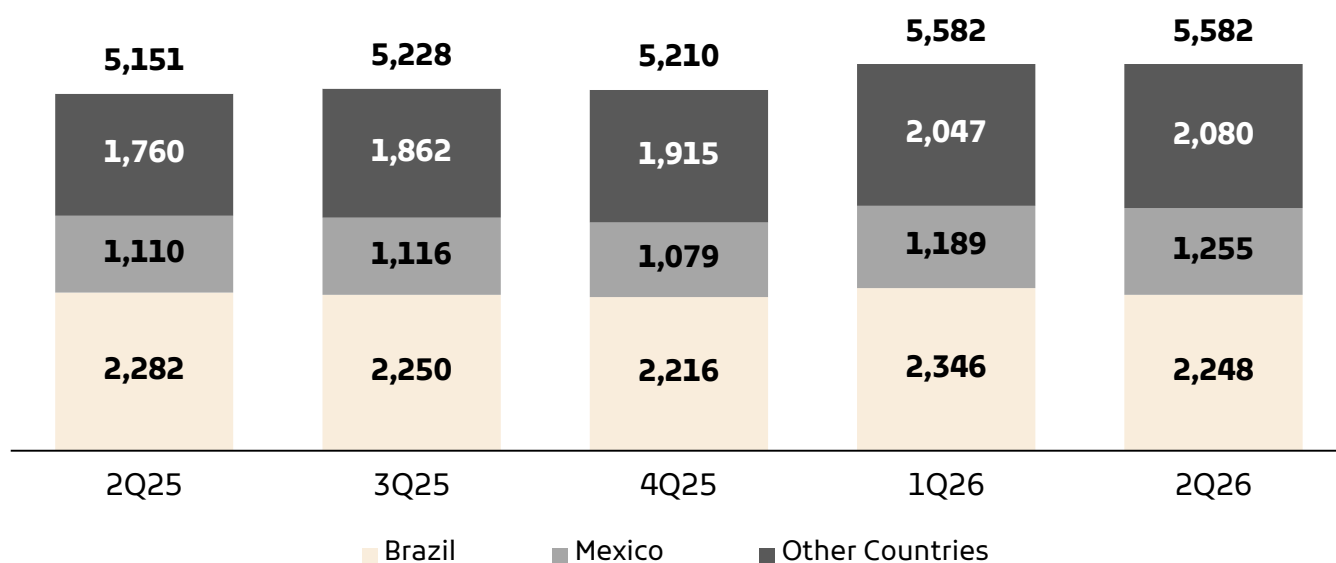
growing share of TotalPass user check-ins. Utilization has increased quarter after quarter, contributing positively to user traffic and club revenue. Compared to 1Q26, the member base declined by 4%, reflecting the region's seasonal trends during the quarter and the growing share of TotalPass users.

In Mexico, the member base totaled 1.3 million in 2Q26, up by 13% over 2Q25, accounting for 0.9% of the country's population enrolled in one of the Company's clubs. In 2Q26, the member base increased by 66,000 members, up by 6% over 1Q26, driven by the maturation of units opened in recent years alongside the favorable seasonality of the quarter.

It is worth noting that the member base at mature clubs performed better in both 2Q26 and 1H26, compared to the same periods of the previous year, although remaining below historical levels. Additionally, the member base in the country showed an improved mix, reflecting the higher penetration of members enrolled in the 'Black' Card Membership.

In the "Other Countries" region, the member base reached 2.1 million in 2Q26, a strong 18% growth over 2Q25, as a result of the ramp-up of the clubs opened over the last few years. In 2Q26, the member base increased by 33,000 members, up by 2% over 1Q26, driven by the performance of the units' maturation, which more than offset the seasonality of the quarter in the region.

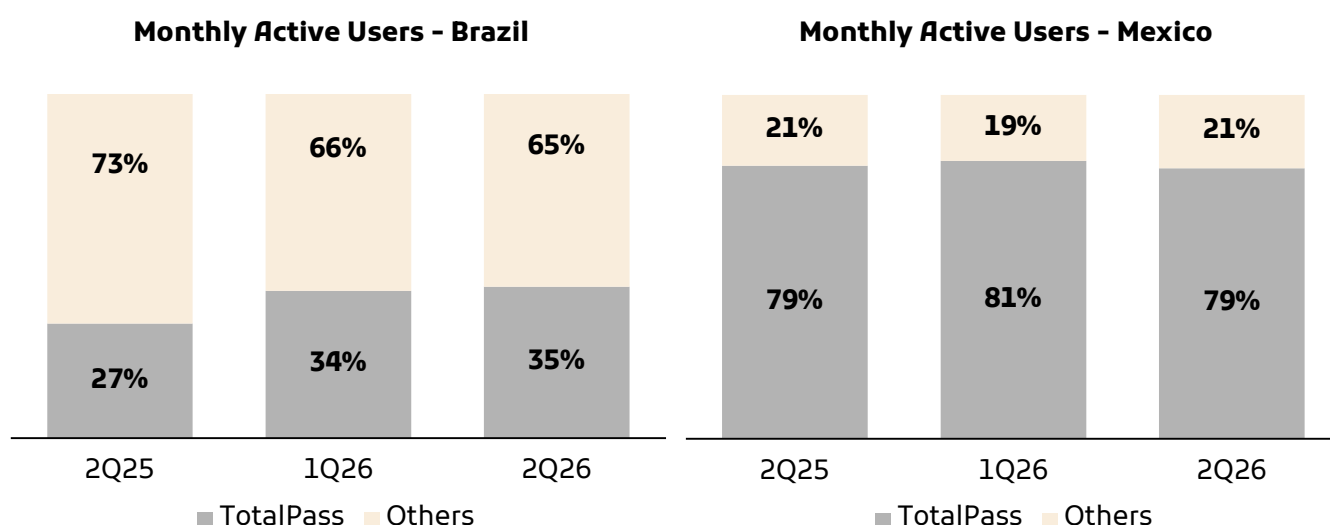
Club members at the end of the period



Evolution of the member base in TotalPass and digital services

TotalPass, the Company's B2B Fitness aggregator segment, delivered strong growth, consolidating its position as one of the leading corporate wellness benefits in Brazil and Mexico. Notably, TotalPass ended 2Q26 with 2.2 million members in Brazil and Mexico, up by 70% over 2Q25, 35% over last quarter of 2025, and by 7% over 1Q26.

Additionally, based on Monthly Active Users (MAU) data provided by Sensor Tower, TotalPass Brazil reached a 35% market share as of June 30, 2026 (vs. 27% in 2Q25), a strong growth of 8 p.p. in the period. In Mexico, TotalPass maintained its strong market share, reaching 79%, in line with 2Q25.



Source: Sensor Tower. The Active Users data are estimates generated using sampling and artificial intelligence, based on a proprietary panel of millions of users. Therefore, they do not represent the market in its entirety. (a) As of the end of the period.

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

The main digital services currently include: Digital add-ons, featuring Smart Fit Nutri, a nutrition-tracking service available through an app that combines bioimpedance assessments using scales installed in Smart Fit clubs and teleconsultations with nutritionists. The installation of scales across Latin America, which represents a significant lever to expand the user base, continues to advance. Another highlight is Smart Fit Coach, a personalized online consulting service that complements the portfolio. We also highlight Queima Diária, one of Latin America's largest digital fitness platforms in number of users that offers on-demand exercise programs, nutrition content, and other materials promoting healthier lifestyles.

FINANCIAL PERFORMANCE

Main financial indicators ^a (R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 1Q26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Gross Revenue	2,297.2	1,901.2	21%	2,220.1	3%	4,517.4	3,682.7	23%
Net Revenue	2,177.1	1,791.1	22%	2,102.1	4%	4,279.2	3,469.3	23%
Cash costs of services ^b	(1,046.2)	(880.1)	19%	(1,012.9)	3%	(2,059.1)	(1,707.6)	21%
Cash gross profit^b	1,130.9	911.1	24%	1,089.2	4%	2,220.1	1,761.7	26%
<i>Cash gross margin</i>	<i>51.9%</i>	<i>50.9%</i>	<i>1.1 p.p.</i>	<i>51.8%</i>	<i>0.1 p.p.</i>	<i>51.9%</i>	<i>50.8%</i>	<i>1.1 p.p.</i>
Pre-operating Costs	(18.3)	(17.1)	7%	(17.6)	4%	(35.9)	(27.6)	30%
Cash gross profit before pre-operating costs ^b	1,149.2	928.1	24%	1,106.8	4%	2,256.0	1,789.3	26%
<i>Gross margin before pre-operating costs</i>	<i>52.8%</i>	<i>51.8%</i>	<i>1.0 p.p.</i>	<i>52.7%</i>	<i>0.1 p.p.</i>	<i>52.7%</i>	<i>51.6%</i>	<i>1.1 p.p.</i>
SG&A	(419.4)	(333.8)	26%	(417.4)	0%	(836.8)	(667.3)	25%
<i>% Net Revenue</i>	<i>19.3%</i>	<i>18.6%</i>	<i>0.6 p.p.</i>	<i>19.9%</i>	<i>(0.6) p.p.</i>	<i>19.6%</i>	<i>19.2%</i>	<i>0.3 p.p.</i>
Selling Expenses ^c	(161.4)	(138.3)	17%	(172.1)	(6%)	(333.5)	(280.5)	19%
<i>% Net Revenue</i>	<i>7.4%</i>	<i>7.7%</i>	<i>(0.3) p.p.</i>	<i>8.2%</i>	<i>(0.8) p.p.</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.1%</i>	<i>(0.3) p.p.</i>
General and administrative expenses ^d	(232.9)	(177.6)	31%	(221.9)	5%	(454.8)	(351.7)	29%
<i>% Net Revenue</i>	<i>10.7%</i>	<i>9.9%</i>	<i>0.8 p.p.</i>	<i>10.6%</i>	<i>0.1 p.p.</i>	<i>10.6%</i>	<i>10.1%</i>	<i>0.5 p.p.</i>
Pre-operating expenses	(10.3)	(7.1)	44%	(16.3)	(37%)	(26.6)	(14.5)	84%
Other (expenses) revenues	(14.8)	(10.8)	37%	(7.1)	109%	(21.9)	(20.7)	6%
Equity Income	0.0	(1.5)	-	-	-	0.0	1.6	(100%)
EBITDA^e	711.6	575.7	24%	671.8	6%	1,383.3	1,095.9	26%
<i>EBITDA Margin</i>	<i>32.7%</i>	<i>32.1%</i>	<i>0.5 p.p.</i>	<i>32.0%</i>	<i>0.7 p.p.</i>	<i>32.3%</i>	<i>31.6%</i>	<i>0.7 p.p.</i>
EBITDA before pre-operating expenses^f	740.1	599.9	23%	705.7	5%	1,445.9	1,138.0	27%
<i>EBITDA Margin before pre-operating expenses</i>	<i>34.0%</i>	<i>33.5%</i>	<i>0.5 p.p.</i>	<i>33.6%</i>	<i>0.4 p.p.</i>	<i>33.8%</i>	<i>32.8%</i>	<i>1.0 p.p.</i>
Depreciation and amortization	(295.6)	(239.0)	24%	(282.6)	5%	(578.2)	(467.3)	24%
Financial Result	(172.5)	(98.8)	75%	(124.6)	38%	(297.1)	(204.2)	46%
EBT	243.5	237.9	2%	264.6	(8%)	508.0	424.4	20%
<i>EBT Margin</i>	<i>11.2%</i>	<i>13.3%</i>	<i>(2.1) p.p.</i>	<i>12.6%</i>	<i>(1.4) p.p.</i>	<i>11.9%</i>	<i>12.2%</i>	<i>(0.4) p.p.</i>
Income Tax and Social Contribution	(65.2)	(51.3)	27%	(61.0)	7%	(126.2)	(97.5)	29%
Profit (loss) for the period^g	178.3	186.6	(4%)	203.5	(12%)	381.8	326.9	17%
<i>Net Margin</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>

(a) All indicators exclude the effects of IFRS-16 related to the lease agreements of clubs and offices; (b) To provide a better view of our operating performance, we present the "Cash Cost of Services," which excludes the effects of IFRS-16, depreciation, and amortization. "Cash gross profit before pre-operating costs" also excludes pre-operating costs associated with the opening of new clubs. See the "Gross Profit" section for further details on these calculations; (c) "Selling expenses" excludes pre-operating expenses; (d) "General and administrative expenses" exclude depreciation and effects of IFRS-16; (e) See the "EBITDA Breakdown" section for further details on this calculation; (f) "EBITDA before pre-operating costs and expenses" excludes costs and expenses related to the opening of new clubs. See the "EBITDA Breakdown" section for further details on this calculation; (g) "Net Income" includes non-recurring impacts from acquisitions, highlighting the remeasurement of the stake in the operations of FitMaster, Panama and Costa Rica, Velocity, and other acquisitions, as well as non-recurring financial expenses in 2Q26 of R\$21.1 million, after income tax and social contribution, related to the prepayment of the 7th debenture issuance (1st series) and the 9th debenture issuance and other liability management initiatives.

NET REVENUE

In 2Q26, net revenue totaled R\$ 2,177.1 million, a strong growth of 22% over 2Q25. This performance was primarily driven by a 19% increase in net revenue from Smart Fit-owned clubs, alongside a robust 47% expansion in the “Others” segment. With that, this segment now accounts for 11% of the Company’s net revenue (+2 p.p. vs. 2Q25).

Net Revenue by Brand and Region

Net Revenue (R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 1Q26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Smart Fit	1,880.0	1,583.8	19%	1,847.1	2%	3,727.1	3,122.4	19%
Brazil	695.1	595.7	17%	683.2	2%	1,378.3	1,173.2	17%
Mexico	447.6	384.8	16%	444.8	1%	892.3	755.0	18%
Other Countries ^a	737.3	603.4	22%	719.2	3%	1,456.5	1,194.1	22%
Bio Ritmo and others ^b	67.5	50.9	33%	62.1	9%	129.6	94.9	36%
Others ^c	229.6	156.4	47%	192.9	19%	422.5	252.0	68%
Total	2,177.1	1,791.1	22%	2,102.1	4%	4,279.2	3,469.3	23%

(a) The “Other Countries” region includes only owned operations in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru, Uruguay, and Morocco; (b) “Bio Ritmo and others” includes operations under the Bio Ritmo and Nation CT brands; (c) “Others” includes royalties received from franchises in Brazil and other countries (except Mexico), as well as revenue from other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass Brazil, *Queima Diária*, and BeOn Studios, and FitMaster and TotalPass Mexico in Mexico.

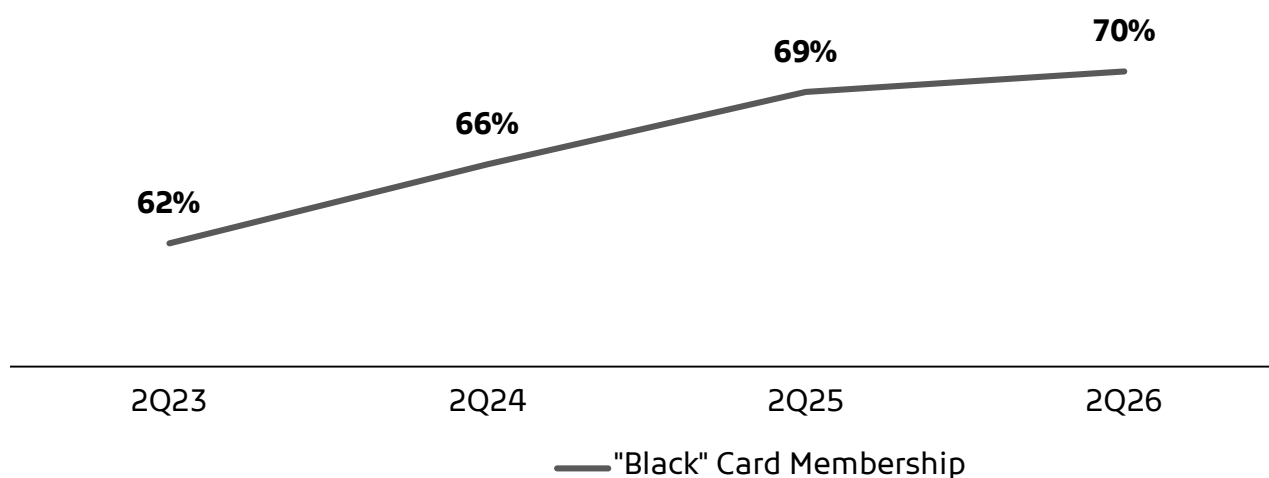
In 2Q26, net revenue from Smart Fit-owned clubs totaled R\$ 1,880.0 million, up by 19% over 2Q25, primarily reflecting a 10% increase in average ticket for Smart Fit-owned clubs compared to the same period of the previous year, with growth across all operating regions, and an 8% increase in the average member base in clubs, driven by the 20% expansion of the brand’s average network of owned units alongside the maturation of these clubs. Compared to 1Q26, club net revenue grew by 2%.

The strong growth in average ticket during the period reflects several initiatives aimed at sustainably optimizing revenue per club. This increase was primarily driven by well-executed price adjustments implemented over the past few years, as well as effective commercial and operational initiatives to attract and retain members, supported by the strength of the brand and the Company’s unique value proposition.

It is also worth noting the increase in TotalPass members’ check-ins, which contribute to revenue and average ticket growth for the Smart Fit brand in Brazil and Mexico. This increase reflects the Company’s effective strategy for allocating Smart Fit clubs across the different plans available to TotalPass members.

Furthermore, initiatives such as the increase in add-ons offering and continued expansion of the club network have contributed to the solid share of members enrolled in the ‘Black’ Card Membership, which accounted for 70% of the member base of owned clubs at the end of 2Q26, up by 1 p.p. over 2Q25.

Evolution of the 'Black' Card Membership Penetration Among Members at Owned Clubs (% of total members at owned clubs)



Regarding the geographic mix, the “Other Countries” region stood out with an increased share of Smart Fit-owned clubs and, together with Mexico, accounted for 63% of net revenue from Smart Fit-owned clubs, up by 1 p.p. over 2Q25.

In Brazil, net revenue from Smart Fit clubs reached R\$ 695.1 million in 2Q26, up by 17% over 2Q25. Growth primarily reflects the solid 17% increase in the average ticket, with the average member base remaining virtually flat during the period. The average ticket was positively impacted by the assertive pricing strategy, mainly due to the adjustment in the ‘Black’ Card Membership monthly fee implemented in early 2026, and by the greater share of aggregator member check-ins in total attendance at owned clubs.

A significant portion of the year-over-year growth in average ticket was driven by the higher contribution of revenue from TotalPass member check-ins at these owned clubs, together with higher revenue per check-in.

Compared to 1Q26, net revenue from Smart Fit clubs in Brazil increased by 2%. This performance primarily reflects the 1% increase in the average member base at owned clubs.

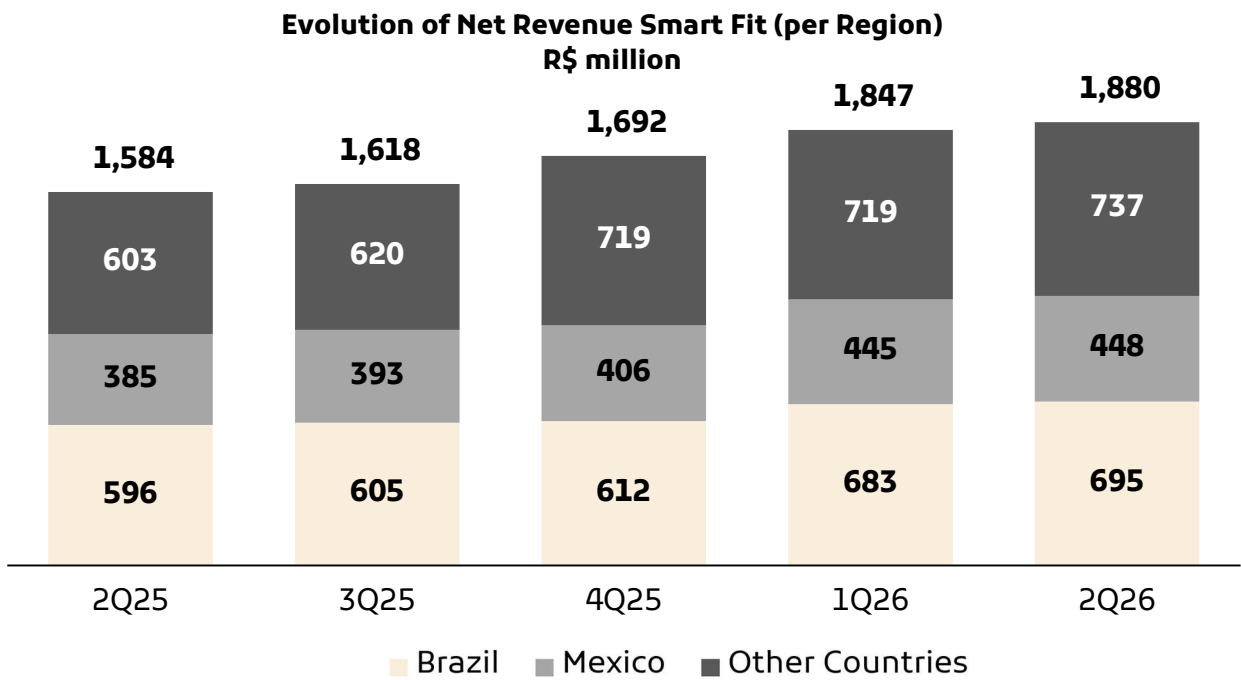
It is worth noting that revenue generated by aggregator members is directly linked to member check-ins. As a result, the increasing share of aggregator revenue in club revenue introduces greater seasonality, as revenue generated through aggregators is naturally lower during quarters with lower club usage.

In Mexico, net revenue from Smart Fit clubs totaled R\$ 447.6 million in 2Q26, up by 16% over 2Q25. This result was driven by the 9% increase in the average member base of owned clubs and the 7% growth in the average ticket.

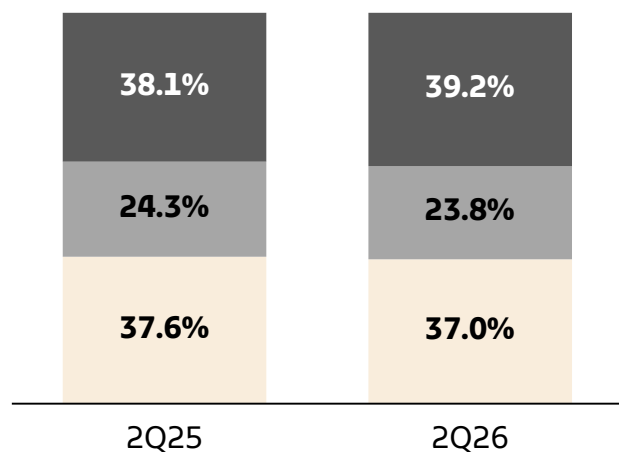
The increase in average ticket in Mexico reflects the cluster-based pricing strategy, including price increases implemented for the “Smart” and “Fit” plans over the past few quarters, as well as the higher penetration of members enrolled in the ‘Black’ Card Membership. Accordingly, the penetration of these members in owned clubs reached 65% in 2Q26, a significant increase of 8 p.p. over 2Q25 and 1 p.p. over 1Q26. It is also worth noting that the price of the ‘Black’ Card Membership has not been adjusted since the end of 2023. Compared to 1Q26, net revenue grew by 1% due to a 7% growth in the average member base of owned clubs, which more than offset the 6% decrease in the average ticket. This average ticket performance reflects the impact of promotional activities during a period of positive seasonality for client intake and the appreciation of the BRL against the Mexican Peso in the period.

Net revenue from Smart Fit clubs in “Other Countries” totaled R\$ 737.3 million in 2Q26, the highest among the brand’s regions, up by 22% over 2Q25. This growth was driven by a 17% expansion in the average member base of owned clubs and a 4% increase in the average ticket. In “Other Countries”, we continue to advance our pricing agenda, with effective price adjustments to the ‘Black’ Card Membership in recent quarters, particularly in Colombia, Chile, Panama, Peru, and Costa Rica, and to the monthly fee of the “Smart” and “Fit” plans. In this context, the penetration of members enrolled in the ‘Black’ Card Membership in owned clubs reached 75%, flat from 2Q25. Compared to 1Q26, revenue increased by 3%, reflecting a 4% expansion in the average member base of the region’s owned clubs due to the ramp-up of clubs opened over the last 24 months.

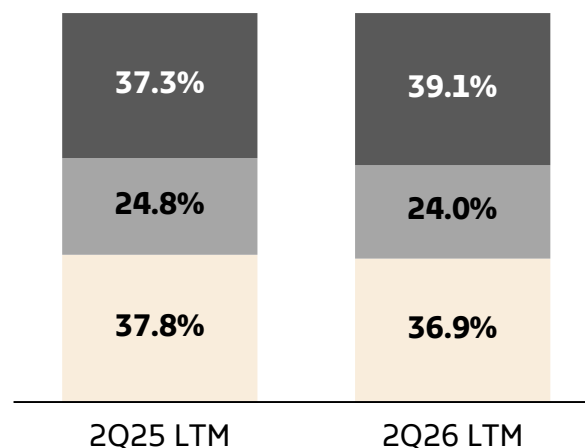
Evolution of Smart Fit-owned clubs’ Net Revenue (by Region)
R\$ million



**(%) Smart Fit-Owned Net Revenue
per Region
(quarterly basis)**



**(%) Smart Fit-Owned Net Revenue
per Region
(annual basis)**



■ Brazil ■ Mexico ■ Other Countries

“Bio Ritmo and others” owned clubs recorded revenue of R\$ 67.5 million in 2Q26, up by 33% over 2Q25, driven by the higher average ticket during the period and by the expansion of the member base.

The “Others” segment revenue totaled R\$ 229.6 million in 2Q26, up by 47% over 2Q25, accounting for 11% of total net revenue (+2 p.p. vs. 2Q25). This increase reflects the higher contribution from other business units, featuring the performance of TotalPass Brazil. Additionally, it is worth highlighting the consolidation of TotalPass Mexico as of 1Q26.

Compared to 1Q26, net revenue from “Others” increased by 19%, mainly due to seasonal effects in the performance of TotalPass Brazil.

CASH COST OF SERVICES PROVIDED

The cash cost of services provided totaled R\$ 1,046.2 million in 2Q26, up by 19% over 2Q25. This increase mainly reflects the 20% expansion in the average number of owned clubs. It is worth noting that cost growth was broadly in line with revenue growth from Smart Fit, Bio Ritmo and others, while remaining below overall net revenue growth for the period, reflecting the higher contribution of the "Others" segment, whose businesses have a structurally lower cost base.

Considering only mature clubs, costs per club increased by 1% over 2Q25, remaining below the weighted average inflation of 4% in the period. This performance was driven by the optimization of occupancy costs and by investments in energy efficiency initiatives, which resulted in lower utility expenses at mature clubs. These efficiencies, however, were partially offset by the impact of collective bargaining adjustments and related charges recognized under personnel and third-party services during the period.

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

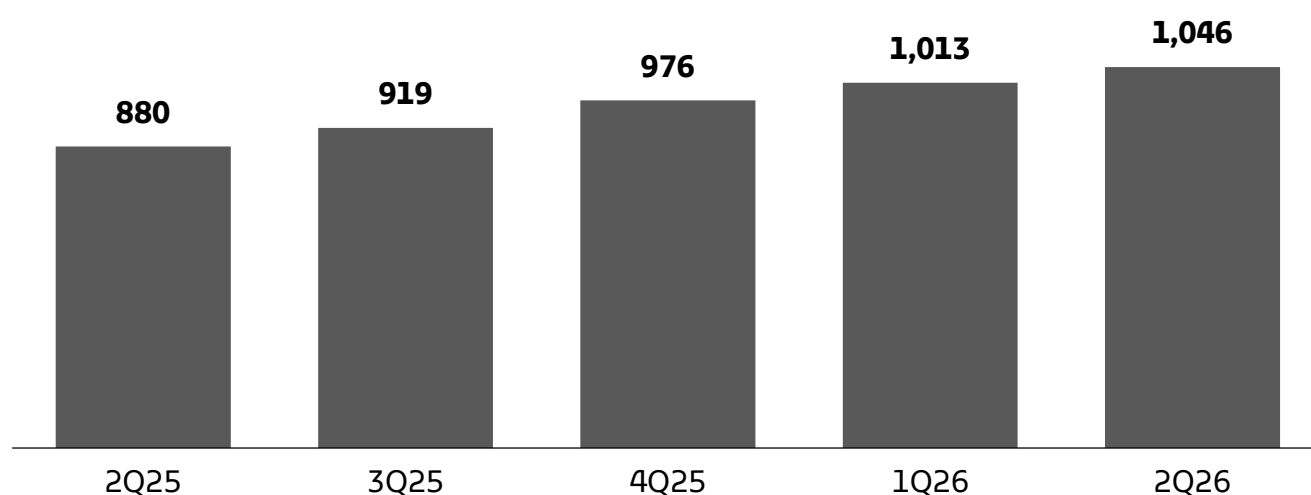
Cash Cost of Services Provided by Nature

Cash Cost of Services (R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 1Q26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Occupation	395.7	328.1	21%	394.9	0%	790.6	644.6	23%
Personnel and third-party	410.4	320.0	28%	392.2	5%	802.5	624.5	29%
Consumption	162.5	142.3	14%	150.7	8%	313.1	276.3	13%
Other ^b	77.6	89.7	(13%)	75.2	3%	152.9	162.1	(6%)
Cash Cost of Services	1,046.2	880.1	19%	1,012.9	3%	2,059.1	1,707.6	21%

(a) For a better analysis of our operating performance, we present "Cash Cost of Services Provided", which excludes the effects of IFRS-16, depreciation and amortization. Rent expenses are included under "Occupation". (b) Beginning in 1Q26, FitMaster transfers to partner clubs have been deducted from gross revenue, previously allocated to the "Others" line, in line with the accounting treatment adopted by TotalPass Brazil and Mexico.

Evolution of Cash Cost of Services Provided

(R\$ million)



Compared to 1Q26, cash costs increased by 3% in 2Q26, below the 4% growth in net revenue for the period.

CASH GROSS PROFIT

Cash gross profit reached R\$ 1,130.9 million in 2Q26, up by 24% over 2Q25, with a record cash gross margin of 51.9%, up by 1.1 p.p. over 2Q25. We highlight the strong 79% growth in cash gross profit in the “Others” segment compared to 2Q25. As a result, the segment increased its share of the Company's cash gross profit from 12% to 17%. In addition, the segment's gross margin reached 84.7%, representing a solid 15.1 p.p. expansion compared to 2Q25, primarily driven by the performance of TotalPass Brazil, as well as the positive contribution of aggregators in Mexico.

Cash gross profit was also positively impacted by the consistent maturation of units opened in recent years and the maintenance of mature club margins at solid levels, reinforcing the resilience of the business model. Over the last 12 months, cash gross profit totaled R\$ 4,097.5 million, with a cash gross margin of 50.9%.

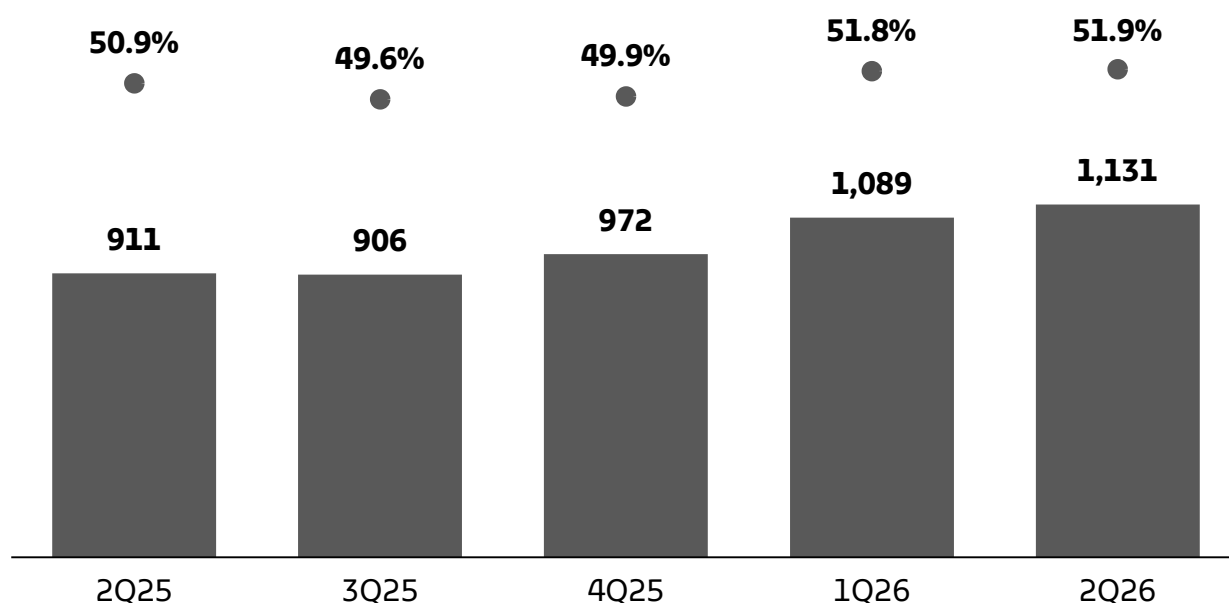
Excluding pre-operating costs, that is, those related to club openings, cash gross margin was 52.8% in 2Q26 (+1.0 p.p. vs. 2Q25), a record for the period. This expansion highlights the diversification and resilience of the business, driven by the increased share of the “Others” segment, alongside the maintenance of profitability in mature clubs and the solid ramp-up of clubs opened in recent years. Over the last 12 months, cash gross profit before pre-operating costs totaled R\$ 4,191.8 million, with a cash gross margin of 52.1%.

Cash Gross Profit ^a (R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 1Q26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Net Revenue	2,177.1	1,791.1	22%	2,102.1	4%	4,279.2	3,469.3	23%
(-) Cash Costs of Services Provided	1,046.2	880.1	19%	1,012.9	3%	2,059.1	1,707.6	21%
Cash Gross Profit^b	1,130.9	911.1	24%	1,089.2	4%	2,220.1	1,761.7	26%
Cash Gross Margin	51.9%	50.9%	1.1 p.p.	51.8%	0.1 p.p.	51.9%	50.8%	1.1 p.p.
(+) Pre-Operating Costs	18.3	17.1	7%	17.6	4%	35.9	27.6	30%
Cash Gross Profit before Pre-Operating Costs^c	1,149.2	928.1	24%	1,106.8	4%	2,256.0	1,789.3	26%
Cash Gross Margin before Pre-Operating Costs	52.8%	51.8%	1.0 p.p.	52.7%	0.1 p.p.	52.7%	51.6%	1.1 p.p.

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

Evolution of Cash Gross Profit and Cash Gross Margin

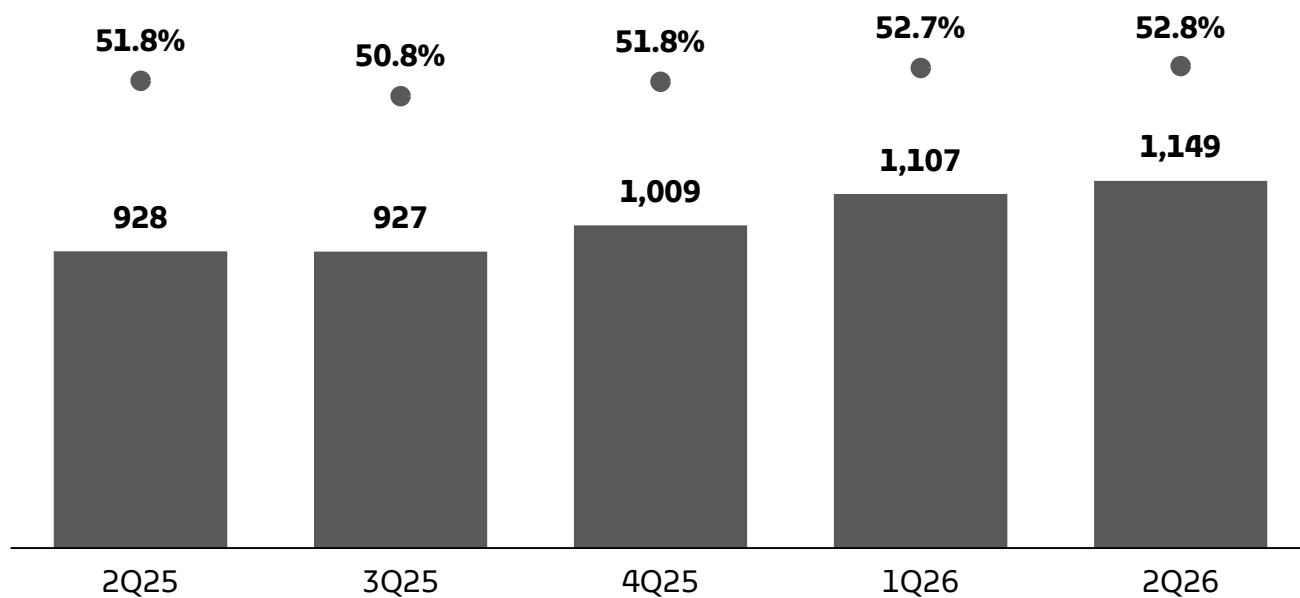
R\$ million | % of Net Revenue



Compared to 1Q26, cash gross profit grew by 4%, while margin remained flat. Cash gross margin before pre-operating costs also remained flat. This result primarily reflects the higher contribution of the "Others" segment, which offset the lower margin of Smart Fit clubs.

Evolution of Cash Gross Profit and Cash Gross Margin before Pre-Operating Costs

R\$ million | % of Net Revenue



Cash Gross Profit by Segment before Pre-Operating Costs

Cash Gross Profit^{a,b,c} (Per Segment R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 1Q26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Smart Fit	921.9	796.9	16%	912.7	1%	1,834.6	1,567.8	17%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	<i>49.0%</i>	<i>50.3%</i>	<i>(1.3) p.p.</i>	<i>49.4%</i>	<i>(0.4) p.p.</i>	<i>49.2%</i>	<i>50.2%</i>	<i>(1.0) p.p.</i>
Brazil	315.6	291.4	8%	326.1	(3%)	641.7	570.2	13%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	<i>45.4%</i>	<i>48.9%</i>	<i>(3.5) p.p.</i>	<i>47.7%</i>	<i>(2.3) p.p.</i>	<i>46.6%</i>	<i>48.6%</i>	<i>(2.0) p.p.</i>
Mexico	191.5	178.6	7%	193.7	(1%)	385.3	351.4	10%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	<i>42.8%</i>	<i>46.4%</i>	<i>(3.6) p.p.</i>	<i>43.6%</i>	<i>(0.8) p.p.</i>	<i>43.2%</i>	<i>46.5%</i>	<i>(3.4) p.p.</i>
Other Countries	414.8	326.8	27%	392.8	6%	807.6	646.1	25%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	<i>56.3%</i>	<i>54.2%</i>	<i>2.1 p.p.</i>	<i>54.6%</i>	<i>1.6 p.p.</i>	<i>55.5%</i>	<i>54.1%</i>	<i>1.3 p.p.</i>
Bio Ritmo and Others^d	32.8	22.4	47%	28.6	15%	61.5	42.9	43%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	<i>48.6%</i>	<i>44.0%</i>	<i>4.7 p.p.</i>	<i>46.2%</i>	<i>2.5 p.p.</i>	<i>47.4%</i>	<i>45.2%</i>	<i>2.2 p.p.</i>
Others^e	194.5	108.9	79%	165.5	18%	359.9	178.6	102%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	<i>84.7%</i>	<i>69.6%</i>	<i>15.1 p.p.</i>	<i>85.8%</i>	<i>(1.1) p.p.</i>	<i>85.2%</i>	<i>70.9%</i>	<i>14.3 p.p.</i>
Cash Gross Profit Before Pre-Operating Costs	1,149.2	928.1	24%	1,106.8	4%	2,256.0	1,789.3	26%
<i>Cash Gross Margin Before Pre-Operating Costs</i>	<i>52.8%</i>	<i>51.8%</i>	<i>1.0 p.p.</i>	<i>52.7%</i>	<i>0.1 p.p.</i>	<i>52.7%</i>	<i>51.6%</i>	<i>1.1 p.p.</i>
Pre-Operating Costs	(18.3)	(17.1)	7%	(17.6)	4%	(35.9)	(27.6)	30%
Cash Gross Profit^c	1,130.9	911.1	24%	1,089.2	4%	2,220.1	1,761.7	26%
<i>Cash Gross Margin</i>	<i>51.9%</i>	<i>50.9%</i>	<i>1.1 p.p.</i>	<i>51.8%</i>	<i>0.1 p.p.</i>	<i>51.9%</i>	<i>50.8%</i>	<i>1.1 p.p.</i>

To enhance the analysis by business unit, the segmentation criteria presented in the explanatory note "Segment Note" were revised as of 1Q25 in the Earnings Release. In the Financial Statements, 2024 figures remain presented under the previous format. (a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS 16 related to commercial leases for clubs and offices; (b) "Cash gross profit before pre-operating costs" excludes depreciation, amortization, and costs related to the opening of new clubs; (c) "Cash gross profit" excludes depreciation and amortization; (d) "Bio Ritmo and others" includes operations under the Bio Ritmo and Nation CT brands. (e) "Others" includes royalties received from franchises in Brazil and other countries (except Mexico), as well as revenue from other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass Brazil, Queima Diária and BeOn (Studios), and in Mexico, FitMaster and TotalPass.

In 2Q26, cash gross profit before pre-operating costs from Smart Fit clubs totaled R\$ 921.9 million, up by 16% over 2Q25 and by 1% over 1Q26. Cash gross margin for the quarter reached 49.0%, down by 1.3 p.p. from 2Q25 and by 0.4 p.p. from 1Q26.

At Smart Fit Brazil, cash gross profit before pre-operating costs totaled R\$ 315.6 million in 2Q26, up by 8% over 2Q25. Cash gross margin for the quarter was 45.4%, down by 3.5 p.p. compared to 2Q25, negatively impacted by the acceleration of expansion in the region, with the addition of 131 owned clubs over the last 12 months (vs. 81 in the previous 12-month period). As these clubs are at an early stage of maturation, they contribute with a lower level of revenue per club. Additionally, the year-over-year comparison was impacted by the higher utilization of tax credits in the same period of the prior year.

Compared to 1Q26, Smart Fit Brazil's cash gross margin before pre-operating costs declined by 2.3 p.p., primarily reflecting the lower revenue per club, in addition to salary adjustments and related payroll charges affecting personnel and third-party service expenses, as well as the higher level of maintenance at mature clubs.

In Mexico, cash gross profit before pre-operating costs from Smart Fit clubs totaled R\$ 191.5 million in 2Q26, up by 7% over 2Q25. Cash gross margin before pre-operating costs declined by 3.6 p.p. compared to 2Q25, primarily reflecting higher personnel and third-party service costs, as well as higher occupancy costs, which more than offset the strong ramp-up of clubs opened over the past few quarters. Additionally, it is worth

noting the limited contribution of the 2025 Vintage Units to the increase in gross profit and margins in the region during the quarter, given that around 55% of the clubs in Mexico were opened in December 2025.

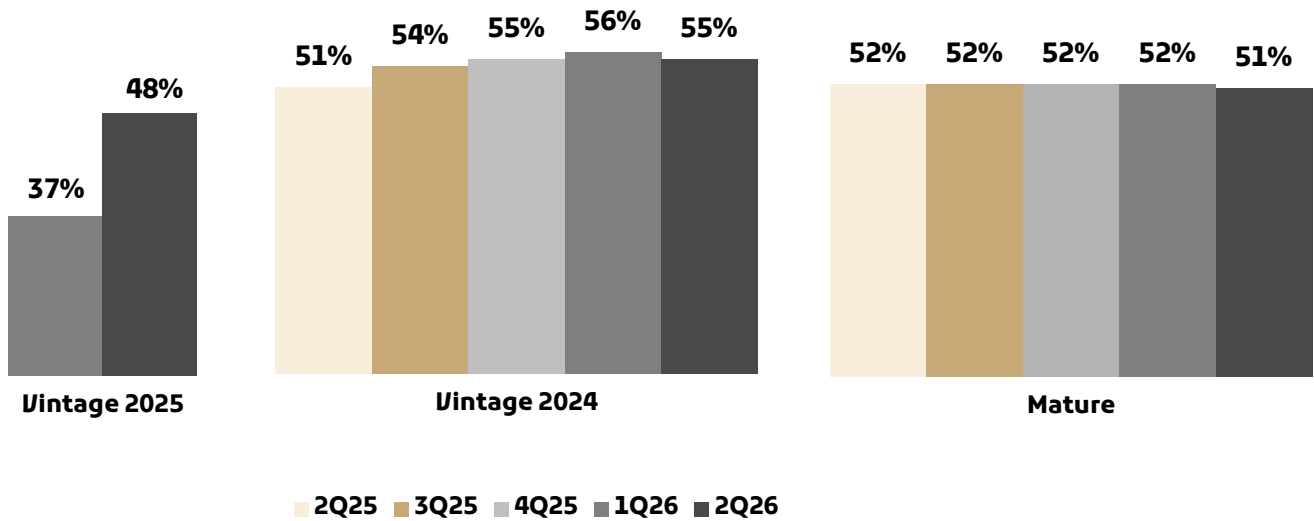
Compared to 1Q26, cash gross margin at Smart Fit clubs in Mexico declined by 0.8 p.p. This performance primarily reflects lower revenue per mature club, even with the increase in members per club, and the acceleration in club openings during the quarter.

In "Other Countries", cash gross profit before pre-operating costs for 2Q26 surpassed, for the first time, R\$ 400 million, totaling R\$ 414.8 million, up by 27% over 2Q25. Cash gross margin reached 56.3% in 2Q26, up by 2.1 p.p. over 2Q25, driven by the strong ramp-up of clubs opened over the past 24 months. Compared to 1Q26, cash gross profit grew by 6% in the quarter, with a margin increase of 1.6 p.p.

In the "Others" segment, cash gross profit totaled R\$ 194.5 million, up by 79% over 2Q25, driven by growth in other businesses, particularly TotalPass Brazil. Gross margin before pre-operating costs reached 84.7%, representing a 15.1 p.p. expansion compared to 2Q25, driven by the higher contribution of TotalPass Brazil combined with its improved profitability year-over-year. In addition, the Mexican aggregators contributed positively to the expansion of the gross margin in the "Others" segment.

Compared to 1Q26, cash gross profit grew by R\$ 29.0 million, with a gross margin decrease of 1.1 p.p. from the previous quarter. This gross margin performance reflects the negative seasonality observed across most business units, partially offset by TotalPass Brazil.

Gross Margin by Vintage Unit (Smart Fit Owned Clubs)



In 2Q26, cash gross margin at mature Smart Fit clubs reached 51%, remaining at a level considered structurally healthy by the Company for the thirteenth consecutive quarter. The margin maintenance highlights the resilience of the business model and the Company's focused efforts on operational efficiency. Within the same mature club concept, annualized cash gross profit per club was R\$ 2.4 million in the quarter, compared to R\$ 2.5 million in 1Q26 and in 2Q25.

Units opened in 2024 ("2024 Vintage Units") posted a cash gross margin of 55% in 2Q26, with annualized cash gross profit per unit of R\$ 2.5 million. It is worth noting that 2024 Vintage Units are already outperforming the mature unit benchmark. This strong performance reflects the Company's disciplined expansion strategy and the strength of the Smart Fit brand, as well as structurally lower occupancy costs compared to those of mature clubs.

Units opened in 2025 ("2025 Vintage Units") continue to follow a solid maturation trajectory. In 2Q26, the 2025 Vintage Units reached annualized cash gross profit per unit of R\$ 1.7 million and a cash gross margin of 48%, representing strong margin growth compared to the previous quarter. It is worth noting that, of the 276 owned clubs added in 2025, 182 were inaugurated in 4Q25, still in the early stage of their ramp-up phase.

SELLING, GENERAL, AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

Selling, general, and administrative expenses ^{a,b} (R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 2Q25	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Selling expenses	161.4	138.3	17%	172.1	(6%)	333.5	280.5	19%
General and administrative expenses	232.9	177.6	31%	221.9	5%	454.8	351.7	29%
Pre-operating expenses	10.3	7.1	44%	16.3	(37%)	26.6	14.5	84%
Total	404.6	323.0	25%	410.3	(1%)	814.9	646.7	26%
% Net Revenue	18.6%	18.0%	0.5 p.p.	19.5%	(0.9) p.p.	19.0%	18.6%	0.4 p.p.

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

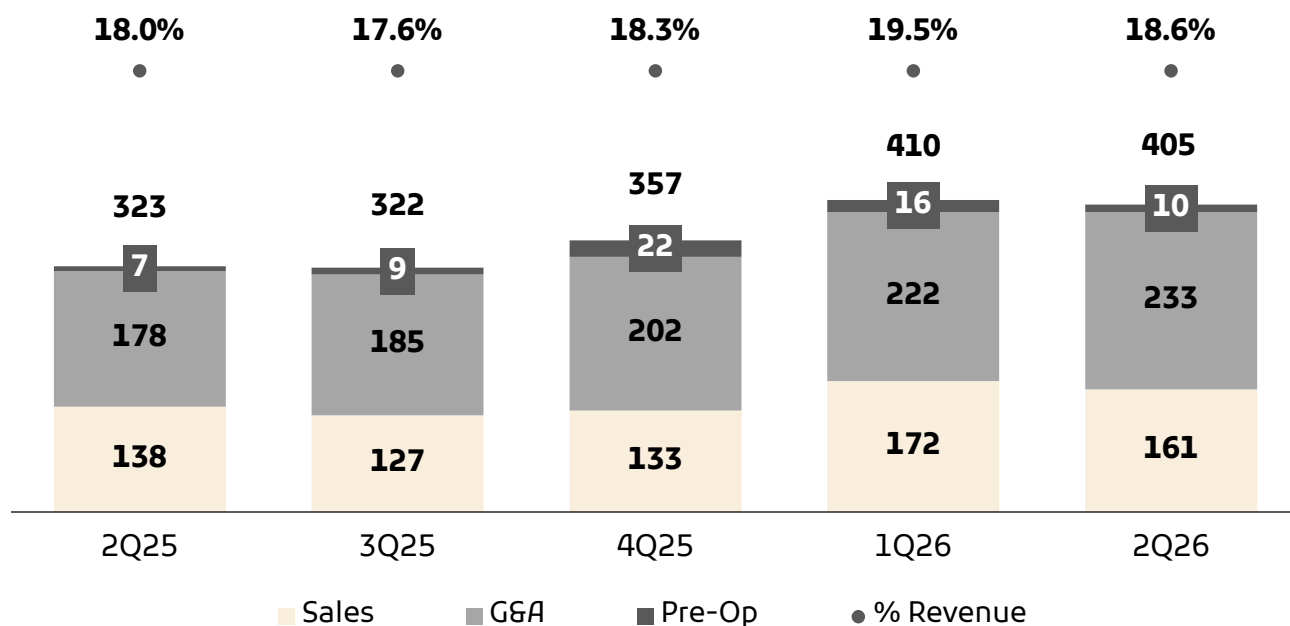
Selling, general, and administrative expenses totaled R\$ 404.6 million in 2Q26, up by 25% over 2Q25, accounting for 18.6% of net revenue, an increase of 0.5 p.p. over 2Q25.

General and administrative expenses totaled R\$ 232.9 million in 2Q26, up by 31% over 2Q25, accounting for 10.7% of net revenue, an increase of 0.8 p.p. over 2Q25. The increase as a percentage of net revenue primarily reflects the higher contribution of TotalPass, whose business model is structurally more G&A-intensive than the club operations, as well as higher investments in structuring new businesses. Operating leverage in G&A expenses at the club operations continues to be realized. We also highlight the consolidation of TotalPass Mexico as of 1Q26. Excluding this effect, general and administrative expenses grew by 25% over 2Q25, accounting for 10.3% of net revenue.

Selling expenses totaled R\$ 161.4 million in 2Q26, up by 17% over 2Q25, accounting for 7.4% of net revenue, 0.3 p.p. lower than in 2Q25. This dilution was primarily driven by the Smart Fit brand, benefiting from the optimization of marketing investments.

Lastly, pre-operating expenses — related to costs incurred from the pre-opening phase through the first three months of operations at new clubs — totaled R\$ 10.3 million in 2Q26 compared to R\$ 7.1 million in 2Q25. This increase primarily reflects the higher volume of owned club openings in recent months.

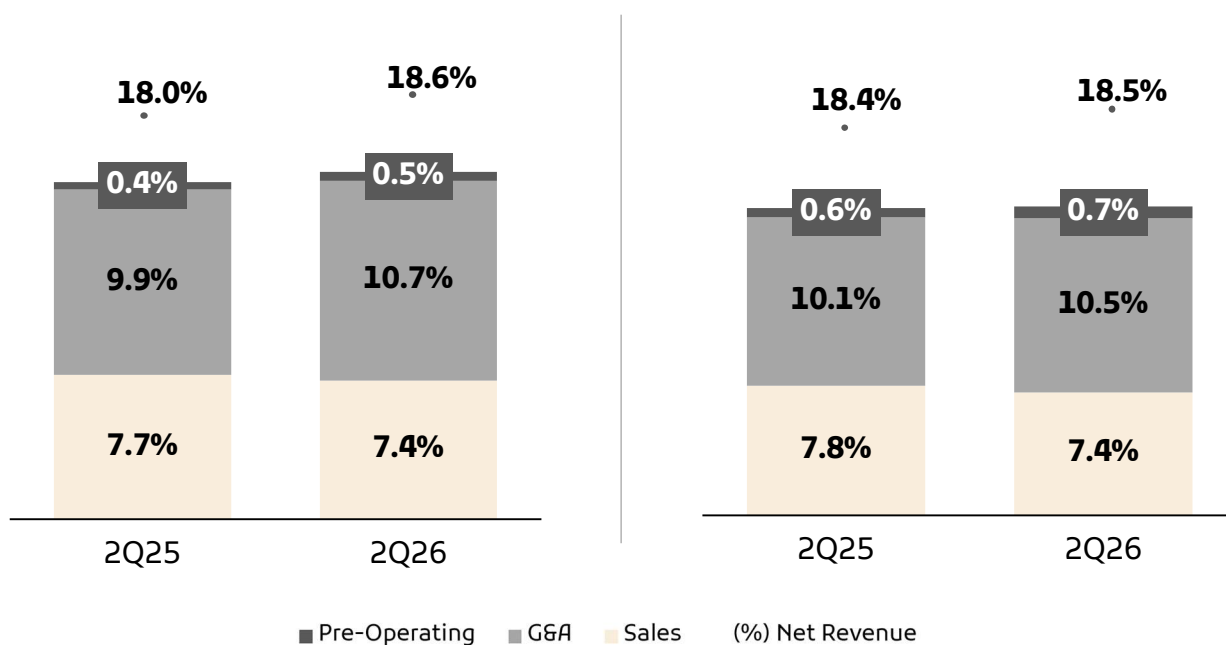
Evolution of Selling, General, and Administrative Expenses and Pre-Operating Expenses (R\$ million)



Commercial and administrative expenses

(%) Net Revenue | Quarterly basis

(%) Net Revenue | Annual basis



Compared to 1Q26, selling, general, and administrative expenses decreased by R\$ 5.7 million, with a 0.9 p.p. dilution as a percentage of net revenue.

Selling expenses decreased by 6% from the previous quarter, accounting for 7.4% of net revenue (-0.8 p.p. vs. 1Q26). It is worth noting that this reduction primarily reflects the higher investments made in the

previous quarter in campaigns to support the beginning-of-the-year sales season, as well as initiatives to strengthen the Group's brands. General and administrative expenses increased by 5% over 1Q26, virtually flat as a percentage of net revenue.

Lastly, pre-operating expenses fell by R\$ 6.0 million from 1Q26. This performance primarily reflects the lower number of club openings over the six-month period ended 2Q26 compared to the corresponding six-month period ended 1Q26.

EBITDA

EBITDA Breakdown ^a (R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 1Q26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Net Income	178.3	186.6	(4%)	203.5	(12%)	381.8	326.9	17%
(+) Income Taxes (IR & CSLL)	65.2	51.3	27%	61.0	7%	126.2	97.5	29%
(+) Financial Result	172.5	98.8	75%	124.6	38%	297.1	204.2	46%
(+) Depreciation	295.6	239.0	24%	282.6	5%	578.2	467.3	24%
EBITDA	711.6	575.7	24%	671.8	6%	1,383.3	1,095.9	26%
<i>EBITDA Margin</i>	<i>32.7%</i>	<i>32.1%</i>	<i>0.5 p.p.</i>	<i>32.0%</i>	<i>0.7 p.p.</i>	<i>32.3%</i>	<i>31.6%</i>	<i>0.7 p.p.</i>
(+) Pre-operating costs and expenses	28.6	24.2	18%	33.9	(16%)	62.5	42.1	49%
EBITDA before pre-operating expenses	740.1	599.9	23%	705.7	5%	1,445.9	1,138.0	27%
<i>EBITDA margin before pre-operating expenses</i>	<i>34.0%</i>	<i>33.5%</i>	<i>0.5 p.p.</i>	<i>33.6%</i>	<i>0.4 p.p.</i>	<i>33.8%</i>	<i>32.8%</i>	<i>1.0 p.p.</i>

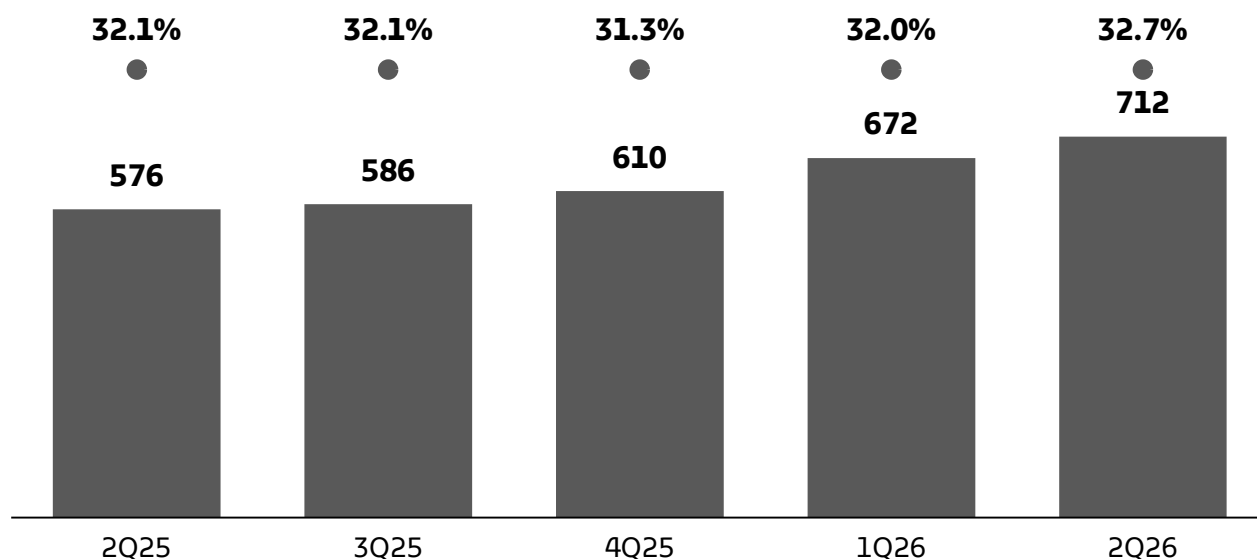
(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS-16 relating to lease agreements for clubs and offices.

EBITDA surpassed, for the first time in the Company's history, the R\$ 700 million mark in a single quarter, totaling R\$ 711.6 million in 2Q26, a solid growth of 24% compared to 2Q25. EBITDA margin reached 32.7%, one of the highest quarterly levels ever recorded by the Company, expanding by 0.5 p.p. compared to 2Q25.

Compared to 1Q26, EBITDA grew by 6%, with an EBITDA margin 0.7 p.p. higher. Over the last 12 months, EBITDA totaled R\$ 2,590.3 million, with a margin of 32.2%. Excluding the impact of the remeasurement of the stake held in FitMaster in 4Q25, adjusted EBITDA totaled R\$ 2,579.6 million, resulting in a margin of 32.0%.

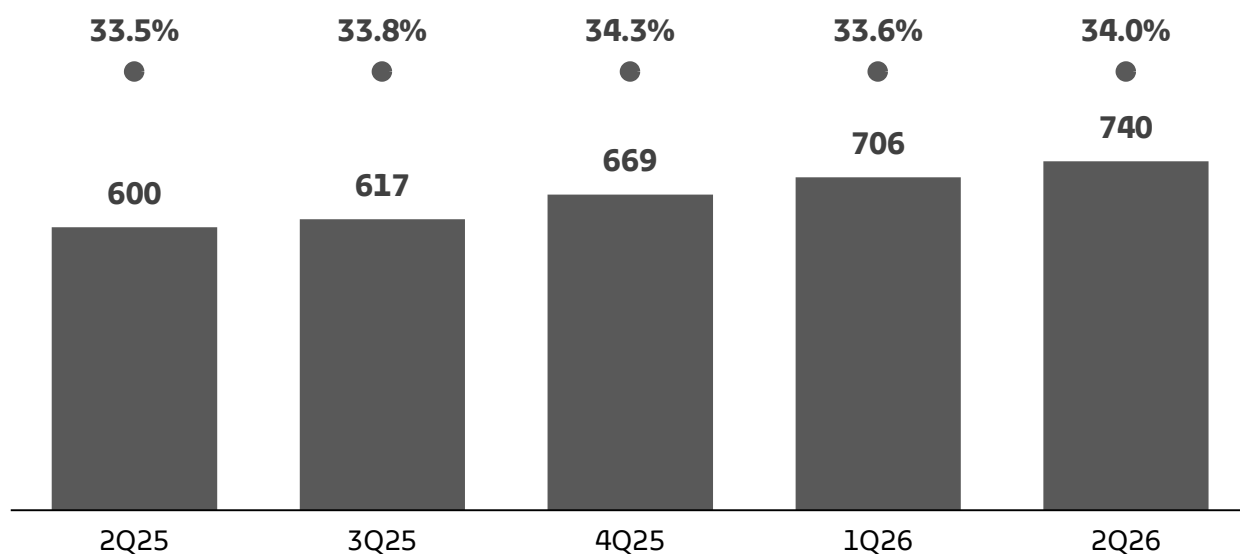
Evolution of adjusted EBITDA and adjusted EBITDA Margin

R\$ million | % of Net Revenue



Evolution of Adj. EBITDA and Adj. EBITDA margin before pre-operating expenses

R\$ million | % of Net Revenue



EBITDA before pre-operating expenses came to a record R\$ 740.1 million in 2Q26, up by 23% over 2Q25. The EBITDA margin before pre-operating expenses reached 34.0% in the period, up by 0.5 p.p. over 2Q25. Over the last 12 months, the adjusted EBITDA before pre-operating expenses totaled R\$ 2,732.1 million, with an adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses of 33.9%.

Compared to 1Q26, adjusted EBITDA before pre-operating expenses increased by 5%, with adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses expanding by 0.4 p.p.

NET INCOME AND RECURRING NET INCOME

Recurring Net Profit^a (R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 1Q26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Net Income (loss)	178.3	186.6	(4%)	203.5	(12%)	381.8	326.9	17%
<i>Net margin</i>	<i>8.2%</i>	<i>10.4%</i>	<i>(2.2) p.p.</i>	<i>9.7%</i>	<i>(1.5) p.p.</i>	<i>8.9%</i>	<i>9.4%</i>	<i>(0.5) p.p.</i>
(+) Non-recurring from acquisitions	4.1	2.6	58%	3.5	20%	7.6	2.9	158%
(+) Early Remption of debentures	21.1	-	-	-	-	21.1	-	-
Recurring net income (loss)^b	203.6	189.2	8%	207.0	(2%)	410.5	329.8	24%
<i>Recurring net margin</i>	<i>9.4%</i>	<i>10.6%</i>	<i>(1.2) p.p.</i>	<i>9.8%</i>	<i>(0.5) p.p.</i>	<i>9.6%</i>	<i>9.5%</i>	<i>0.1 p.p.</i>

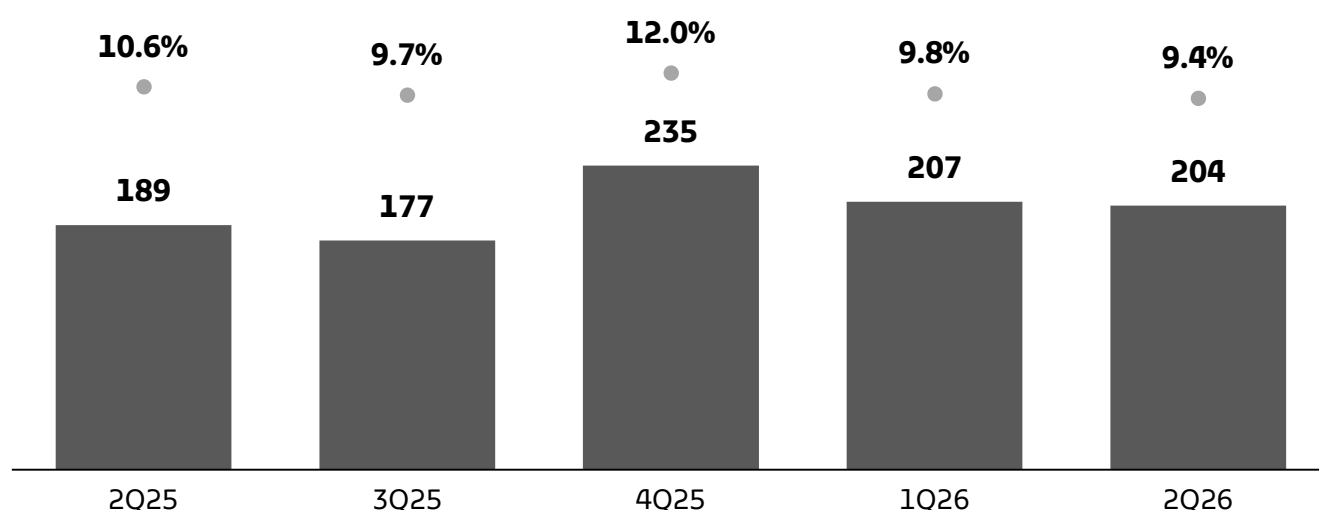
(a) For a better analysis of our operating performance, all indicators exclude the effects of IFRS 16 related to lease agreements for clubs and offices; (b) "Recurring net income (loss)" excludes non-recurring acquisition-related impacts, primarily the remeasurement of the equity interest in the FitMaster, Panama, and Costa Rica operations, as well as Uelocity and other acquisitions, in addition to non-recurring financial expenses of R\$21.1 million in 2Q26, net of income tax and social contribution, related to the prepayment of the 7th debenture issuance (1st series) and the 9th debenture issuance, as well as other liability management initiatives.

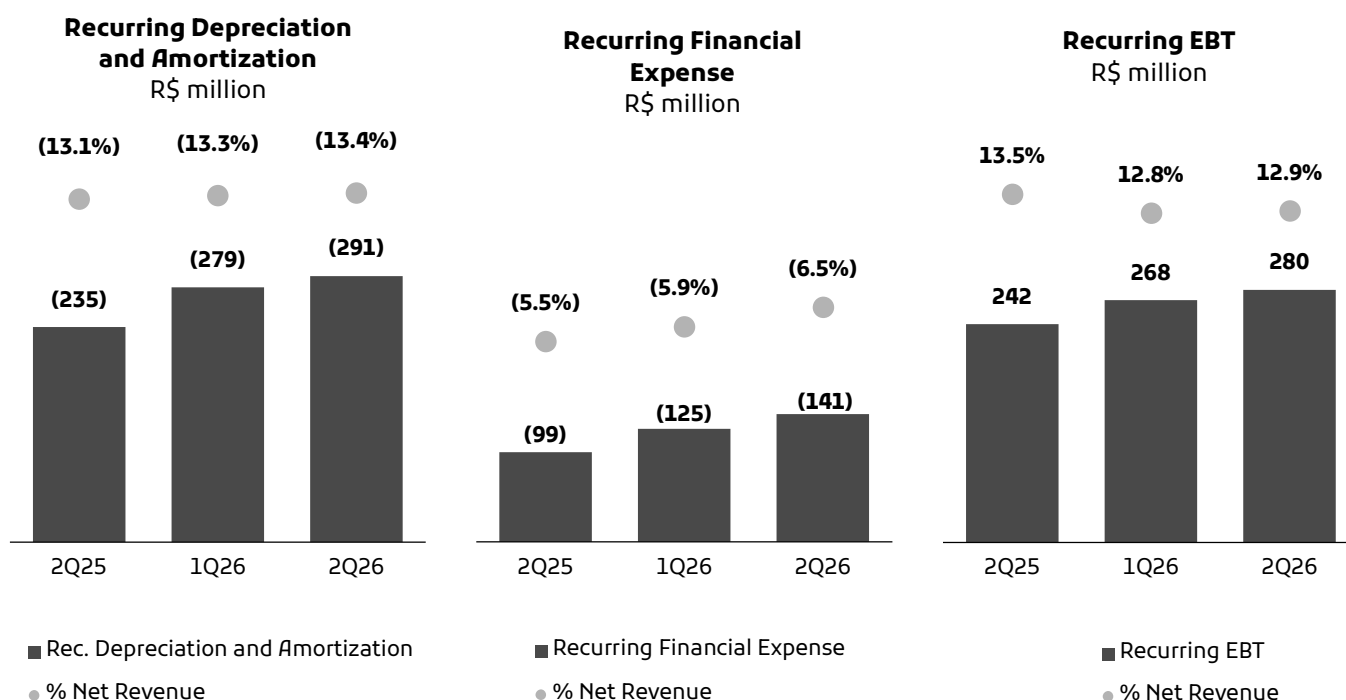
Recurring net income totaled R\$ 203.6 million in 2Q26, up by 8% over 2Q25, with a recurring net margin of 9.4%. This performance reflects the strong 24% EBITDA growth recorded during the period, partially offset by higher financial expenses and a higher effective income tax and social contribution rate. Regarding financial expenses, it is worth noting that 2Q25 results benefited from the recognition of R\$ 10.8 million in financial income related to the restatement of recoverable tax credits. In addition, the higher effective income tax and social contribution rate primarily reflects the taxation of subsidiaries that have become profitable. Over the last 12 months, recurring net income reached R\$ 822.2 million, resulting in a net margin of 10.2%.

Compared to 1Q26, recurring net income decreased by 2%, reflecting higher financial expenses due to expenses incurred in the different liability management initiatives, including prepayment costs of the 9th issuance and 7th issuance of debentures (1st series), in addition to a higher income tax and social contribution rate.

Evolution of Recurring Net Income and Recurring Net Margin

R\$ million | % of Net Revenue





Note: "Recurring Financial Expenses" and "Recurring EBT" exclude non-recurring impacts on financial expenses related to the prepayment of debentures and other liability management initiatives, as well as impacts related to acquisitions.

Net income totaled R\$ 178.3 million in 2Q26, with a net margin of 8.2%, down by 4% from 2Q25 and by 12% from 1Q26. This performance reflects higher financial expenses and a higher income tax and social contribution rate. Financial expenses included a one-time impact of R\$ 31.8 million related to the continuation of the Company's liability management strategy, including the prepayment of (i) the 9th debenture issue and the 7th debenture issue (1st series) in Brazil; and (ii) debt in Mexico. Although this strategy resulted in a one-time expense during the quarter, it enhances the Company's debt profile by enabling access to capital at more competitive costs and terms compared to its existing debt stock, particularly debt raised in earlier periods. In addition, it is worth noting that not all one-time expenses in the quarter are cash expenses. Over the last 12 months, net income totaled R\$ 793.4 million, resulting in a net margin of 9.9%.

CAPEX

Capex ^{a,b} (R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 1Q26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Capex	624.6	457.0	37%	566.3	10%	1,191.0	898.4	33%
Expansion	462.8	356.0	30%	489.1	(5%)	951.9	706.1	35%
Maintenance	151.6	87.6	73%	63.0	141%	214.6	161.8	33%
Corporate and Innovation	10.2	13.5	(24%)	14.3	(29%)	24.5	30.6	(20%)

(a) Excludes investments in right-of-use assignments related to the acquisition of commercial points; (b) Starting in 1Q25, CAPEX amounts do not include capitalized financial costs, which totaled R\$ 7.2 million in 2Q26.

In 2Q26, CAPEX reached R\$ 624.6 million, up by 37% over 2Q25. Expansion CAPEX grew by 30% over 2Q25, totaling R\$ 462.8 million in the quarter. This increase was primarily driven by the higher number of club openings during the first half of 2026 (63 net additions compared to 52 in the first half of 2025), in addition to the acceleration of investments in the construction of clubs scheduled to open in the coming periods and changes in the brand mix. "Bio Ritmo and Others" units accounted for 13% of expansion in the first half of the year (8 units), compared to 6% (3 clubs) in the same period of 2025. Given their position in the high-end segment, these brands require an average investment per club higher than that of Smart Fit units.

Maintenance CAPEX totaled R\$ 151.6 million in 2Q26, up by 73% over 2Q25, reflecting the increase in the number of mature clubs and their average age, combined with the strategy to preserve a high-standard offering in the units, including product adjustments in Bio Ritmo brand units. Over the last 12 months, maintenance CAPEX for Smart Fit clubs totaled R\$ 361.3 million, accounting for 7.2% of net revenue from mature clubs, in line with the strategy of continuously providing members with a high-standard experience. This CAPEX also includes investments to expand the equipment offering and, in certain units, the usable area, in response to higher member traffic in certain clubs and changes in member habits, as well as energy efficiency initiatives, such as air-conditioning system automation, among other projects.

CAPEX for corporate and innovation projects reached R\$ 10.2 million in 2Q26, down by 24% from 2Q25.

CHANGE IN ADJUSTED NET DEBT

2Q26 vs. 1Q26

Adjusted net debt increased by R\$ 417.1 million during the quarter compared to 1Q26. This increase was primarily driven by investments made during the period to support the expansion of the club network, higher financial expenses resulting from the debt service schedule and the non-recurring impact related to the Company's liability management initiatives, as well as higher income tax and social contribution payments due to the tax payment schedule during the period. These effects were partially offset by the Company's solid operating cash generation of R\$ 529.5 million, driven by a 6% EBITDA growth and an operating cash conversion rate of 74%.

In 2Q26, working capital changes resulted in a negative cash generation of R\$ 119.1 million. This performance was primarily driven by the Taxes line, which consumed R\$ 78.1 million in cash, reflecting the increase in recoverable taxes, and by the Suppliers line, which consumed R\$ 59.4 million in cash, reflecting, especially, payments related to the expansion. Lastly, the Salaries line generated a positive cash impact of R\$ 37.7 million during the quarter, primarily due to the accrual of bonuses and the 13th-month salary.

Investing activities totaled R\$ 633.5 million in 2Q26, primarily due to CAPEX related to the opening of new clubs, which totaled R\$ 462.8 million in the period. Other activities increased adjusted net debt by R\$ 313.2 million, mainly due to debt service payments during the quarter.

2Q26 vs. 2Q25

The Company reported an increase of R\$ 1,319.4 million in adjusted net debt over the last 12 months, mainly reflecting the investments made during the period, with a focus on expanding the club network, partially offset by strong operating cash generation of R\$ 2,369.8 million, driven by the period's EBITDA and a high 92% EBITDA-to-operational cash conversion rate.

Working capital variation resulted in a negative cash impact of R\$ 145.9 million over the last 12 months, remaining relatively small compared to EBITDA generated during the period. This performance was primarily driven by the R\$ 164.9 million cash consumption in the Accounts Receivable line, mainly reflecting the increased contribution of TotalPass. On the other hand, the Suppliers line generated R\$ 156.4 million in cash, reflecting the accelerated pace of expansion during the period and the increased contribution of TotalPass.

Investing activities totaled R\$ 2,692.8 million over the last 12 months, primarily due to CAPEX related to the opening of new clubs, which totaled R\$ 2,161.5 million in the period. Other activities represented an addition of R\$ 996.4 million to adjusted net debt, mainly due to debt servicing and foreign exchange variation, in addition to IoE distribution.

Variation in Adjusted Net Debt (R\$ million)	2Q26	2Q25	1Q26	6M26	6M25
Initial Adjusted Net Debt	4,196.6	3,114.8	4,097.5	4,097.5	3,104.1
EBITDA^a	711.6	575.7	671.8	1,383.3	1,095.9
Non-cash Items ^b	32.8	34.5	14.0	46.8	45.5
IR/CSLL paid	(95.8)	(83.2)	(32.5)	(128.3)	(108.0)
Working capital variation^c	(119.1)	(6.3)	(17.9)	(137.0)	(20.0)
<i>Receivables</i>	<i>(2.1)</i>	<i>(17.1)</i>	<i>(110.1)</i>	<i>(112.3)</i>	<i>(78.8)</i>
<i>Suppliers</i>	<i>(59.4)</i>	<i>11.1</i>	<i>80.2</i>	<i>20.8</i>	<i>46.6</i>
<i>Wages, provisions and social contributions</i>	<i>37.7</i>	<i>28.0</i>	<i>10.6</i>	<i>48.3</i>	<i>38.6</i>
<i>Taxes^d</i>	<i>(78.1)</i>	<i>23.0</i>	<i>9.4</i>	<i>(68.7)</i>	<i>42.6</i>
<i>Others</i>	<i>(17.1)</i>	<i>(51.3)</i>	<i>(8.0)</i>	<i>(25.1)</i>	<i>(69.0)</i>
Operating Cash Flow	529.5	520.6	635.4	1,164.8	1,013.3
<i>Conversion of EBITDA into operating cash</i>	<i>74%</i>	<i>90%</i>	<i>95%</i>	<i>84%</i>	<i>92%</i>
Expansion Capex	(462.8)	(356.0)	(489.1)	(951.9)	(706.2)
Maintenance Capex	(151.6)	(87.6)	(63.0)	(214.6)	(161.7)
Corporate and Innovation Capex	(10.2)	(13.5)	(14.3)	(24.5)	(30.6)
Other Investments and Acquisitions	(8.8)	(106.4)	15.9	7.1	(117.1)
Investment Activities	(633.5)	(563.5)	(550.5)	(1,183.9)	(1,015.5)
Financial Result and FX Rate Variations	(242.7)	(133.3)	(23.9)	(266.6)	(145.4)
Dividends/Interest on equity	(37.4)	(39.0)	(111.0)	(148.4)	(113.1)
Proceeds from Capital Increase	-	-	12.0	12.0	-
Treasury share acquisitions	(2.8)	-	(50.0)	(52.8)	-
Other variations in assets and liabilities	(30.3)	35.6	(11.0)	(41.3)	64.0
Other Activities	(313.2)	(136.7)	(184.0)	(497.1)	(188.0)
Variation of Adjusted Net Debt in the	(417.1)	(179.5)	(99.1)	(516.2)	(190.1)
Final Adjusted Net Debt	4,613.7	3,294.3	4,196.6	4,613.7	3,294.3

(a) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06; (b) Includes mainly equity income, asset write-offs, deferred revenue, and provisions; (c) Starting in 1Q25, the Company began using working capital variations according to the Cash Flow Statement in the financial statements; (d) Includes sales and service taxes; Note: Beginning in 1Q26, we revised the classification of certain line items related to: (a) share repurchases, previously classified under "Other investments and acquisitions"; and (b) proceeds from capital increases, previously classified under "Dividends/Interest on Equity".

CASH AND INDEBTEDNESS

Cash and Debt^{a,b} (R\$ million)	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26
Cash and financial investments	2,733	2,958	3,426	4,563	2,627
Gross Debt	5,979	6,316	7,504	8,740	7,217
By nature:					
Loans and debentures	5,952	6,290	7,477	8,666	7,136
Lease liability - equipment	26	26	27	74	81
By maturity:					
Short-term	817	873	939	1,112	1,085
Long-term	5,161	5,442	6,538	7,555	6,052
Net Debt	3,246	3,357	4,078	4,177	4,590
Other Liabilities and Assets ^c	48	40	19	20	24
Adjusted Net Debt	3,294	3,398	4,098	4,197	4,614
Adjusted Net Debt / EBITDA LTM ^d	1.08x	1.04x	1.19x	1.14x	1.20x

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

At the end of 2Q26, the Company held a strong cash position of R\$ 2,627 million and gross debt of R\$ 7,217 million, with 84% maturing in the long term. Adjusted net debt stood at R\$ 4,614 million, resulting in an adjusted net debt/LTM EBITDA ratio, based on the Company's debenture definitions, of 1.20x. This ratio increased compared to 1Q26, mainly reflecting higher investments in club expansion during the period, which more than offset the solid growth in the Company's LTM EBITDA.

The adjusted net debt/LTM EBITDA ratio, excluding the effects of IFRS 16 related to real estate leases, ended 2Q26 at 1.78x (vs. 1.71x in 1Q26), a healthy level, especially considering the Company's highly predictable results and the long-term maturity profile of its debt. Additionally, the annualized adjusted net debt/LTM EBITDA ratio for 2Q26, excluding IFRS -16 effects on real estate leases, stands at 1.62x. Excluding pre-operating costs and expenses, the ratio would be 1.56x.

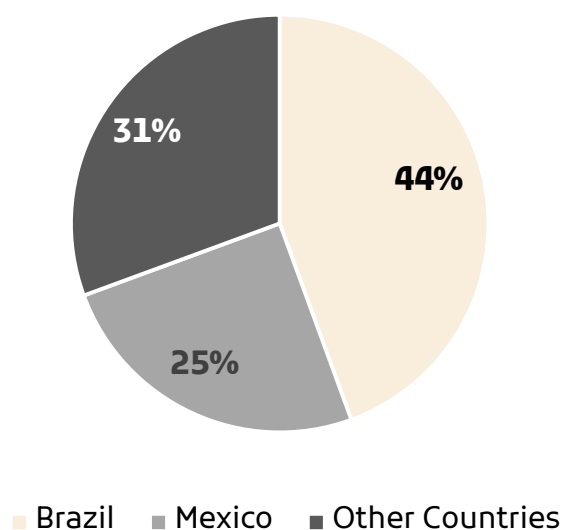
The Company demonstrates strong financial liquidity, driven by the R\$ 2.6 billion raised in the primary public offering of shares and loan financing, with gradual improvement in terms over the past 24 months. These operations allowed for the extension of debt maturities, lower financial costs, and improved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

Additionally, it is worth noting the continuous execution of liability management initiatives, highlighting the issuance of new syndicated debt in Mexico at lower costs compared to the previous syndicated debt, and the use of proceeds from the 14th issuance for the prepayment of debt with less favorable commercial terms compared to those of the 14th issuance. These operations demonstrate the Company's financial discipline, with access to capital at competitive costs and the capacity to optimize its capital structure even in a challenging macroeconomic environment.

The Company seeks to finance its expansion needs in each country where it operates by combining local operating cash generation with funding from financial institutions. Within this context, the net debt breakdown is diversified: Brazil, Mexico, and “Other Countries” accounted for 44%, 25%, and 31% of the Company’s net debt, respectively, at the end of 2Q26.

In most countries where the Company operates owned clubs and holds local debt, the current outlook is for continued reductions in local interest rates. At the end of 2Q26, the Company’s net debt was as follows:

Net Debt Breakdown by Region



The Company maintains debt and financing maturities aligned with its operational cash generation capacity, using local financing lines to support expansion in the countries where it operates. At the end of 2Q26, the gross debt maturity schedule was as follows:

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

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

SUBSEQUENT EVENTS

FIFTEENTH DEBENTURE ISSUANCE

On July 24, 2026, the Board of Directors approved the Company's 15th public issue of unsecured debentures, not convertible into shares, in up to three series, with an initial amount of R\$ 1.0 billion (with an option to increase the offering by up to 25%).

The debentures will have maturities of up to 5, 7, and 10 years and will bear interest at 100% of the DI Rate plus spreads of 0.65%, 0.75%, and 1.05% p.a., respectively. The proceeds will be used to fully redeem the Company's 8th debenture issue and 2nd commercial paper issue prior to maturity, as well as for general corporate purposes and to strengthen the Company's working capital position.

CLOSING OF THE ACQUISITION OF CONTROL OF EVOLVE

On August 3, 2026, the Company completed the acquisition of control of Evolve Participações em Sociedades S.A., through the subscription of new common shares representing 60% of the company's capital stock, as previously disclosed to the market. Evolve currently operates 30 owned clubs, six of which were opened over the last 12 months, in addition to having units under construction, reinforcing Smart Fit's expansion strategy in the Center-West region, especially in the Federal District.

On the same date, the parties entered into an amendment to the Investment Agreement and Other Covenants, establishing, among other points, the final amount of capital contributions to be made by the Company. An initial contribution of R\$ 39.7 million was made at the closing of the transaction, while the remaining balance of up to R\$ 60.0 million will be contributed subject to the fulfillment of contractually agreed obligations. Smart Fit's final equity interest in Evolve may be adjusted following the determination of the acquiree's net debt, with no impact on the expected contribution amounts.

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

IMPACT OF THE ADOPTION OF IFRS 16

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

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

Statement of Profit and Loss	2Q26	Impacts of	2Q26	2Q25	Impacts of	2Q25	6M26	Impacts of	6M26	6M25	Impacts of	6M25
(R\$ million)	Reported	IFRS 16	Excluding IFRS	Reported	IFRS 16	Excluding IFRS	Reported	IFRS 16	Excluding IFRS	Reported	IFRS 16	Excluding IFRS
Net Revenue	2,177.1	–	2,177.1	1,791.1	–	1,791.1	4,279.2	–	4,279.2	3,469.3	–	3,469.3
Cost of services	(1,215.6)	110.0	(1,325.5)	(1,016.8)	92.1	(1,108.9)	(2,386.5)	220.2	(2,606.7)	(1,977.8)	180.5	(2,158.3)
Rents and other occupation costs	(76.6)	329.4	(406.0)	(62.3)	276.9	(339.2)	(154.9)	658.5	(813.4)	(120.6)	543.2	(663.8)
Depreciation and amortization (cost)	(498.8)	(219.4)	(279.4)	(413.6)	(184.8)	(228.8)	(986.0)	(438.3)	(547.7)	(813.4)	(362.7)	(450.7)
Gross profit	961.5	110.0	851.6	774.4	92.1	682.3	1,892.7	220.2	1,672.5	1,491.5	180.5	1,311.0
SG&A	(434.9)	0.7	(435.6)	(343.4)	0.7	(344.1)	(865.9)	1.4	(867.4)	(683.0)	1.0	(684.0)
Selling expenses	(161.4)	–	(161.4)	(138.3)	–	(138.3)	(333.5)	–	(333.5)	(280.5)	–	(280.5)
General and administrative	(229.1)	3.8	(232.9)	(174.2)	3.4	(177.6)	(447.0)	7.7	(454.8)	(345.2)	6.5	(351.7)
Rents and other occupation costs	(2.5)	3.8	(6.3)	(3.3)	3.4	(6.8)	(5.7)	7.7	(13.4)	(5.6)	6.5	(12.1)
Depreciation and amortization (costs)	(19.3)	(3.1)	(16.2)	(12.9)	(2.7)	(10.2)	(36.9)	(6.3)	(30.6)	(22.2)	(5.5)	(16.6)
Others (expenses) revenue	(14.8)	–	(14.8)	(10.8)	–	(10.8)	(21.9)	–	(21.9)	(20.7)	–	(20.7)
Equity Income	0.0	–	0.0	(1.5)	–	(1.5)	0.0	–	0.0	1.6	–	1.6
Operating profit (loss) before financial result	526.6	110.7	415.9	429.5	92.8	336.7	1,026.7	221.6	805.1	810.0	181.5	628.6
Financial Result	(326.1)	(153.6)	(172.5)	(224.2)	(125.4)	(98.8)	(612.1)	(315.0)	(297.1)	(449.6)	(245.4)	(204.2)
Income Tax and Social Contribution ^b	(44.7)	20.5	(65.2)	(44.4)	6.9	(51.3)	(86.6)	39.6	(126.2)	(78.6)	18.9	(97.5)
Net profit	155.9	(22.4)	178.3	160.9	(25.7)	186.6	328.0	(53.8)	381.8	281.8	(45.0)	326.9
Impacts of IFRS-16 in the breakdown of Gross Profit excluding depreciation, amortization, and EBITDA												
Gross profit	961.5	110.0	851.6	774.4	92.1	682.3	1,892.7	220.2	1,672.5	1,491.5	180.5	1,311.0
Depreciation and amortization (costs)	498.8	219.4	279.4	(413.6)	(184.8)	(228.8)	986.0	438.3	547.7	(813.4)	(362.7)	(450.7)
Gross profit excluding depreciation	1,460.3	329.4	1,130.9	1,188.0	276.9	911.1	2,878.7	658.5	2,220.1	2,304.9	543.2	1,761.7
<i>Gross Margin excluding depreciation</i>	<i>67.1%</i>	<i>0.0%</i>	<i>51.9%</i>	<i>66.3%</i>	<i>0.0%</i>	<i>50.9%</i>	<i>67.3%</i>	<i>0.0%</i>	<i>51.9%</i>	<i>66.4%</i>	<i>0.0%</i>	<i>50.8%</i>
Net profit	155.9	(22.4)	178.3	160.9	(25.7)	186.6	328.0	(53.8)	381.8	281.8	(45.0)	326.9
(-) IR & CSLL	44.7	(20.5)	65.2	(44.4)	6.9	(51.3)	86.6	(39.6)	126.2	(78.6)	18.9	(97.5)
(-) Financial Result	326.1	153.6	172.5	(224.2)	(125.4)	(98.8)	612.1	315.0	297.1	(449.6)	(245.4)	(204.2)
(-) Depreciation and amortization	518.1	222.5	295.6	(426.5)	(187.5)	(239.0)	1,022.9	444.6	578.2	(835.5)	(368.2)	(467.3)
EBITDA	1,044.8	333.2	711.6	856.1	280.3	575.7	2,049.6	666.3	1,383.3	1,645.5	549.7	1,095.9
<i>EBITDA Margin</i>	<i>48.0%</i>	<i>0.0%</i>	<i>32.7%</i>	<i>47.8%</i>	<i>0.0%</i>	<i>32.1%</i>	<i>47.9%</i>	<i>0.0%</i>	<i>32.3%</i>	<i>47.4%</i>	<i>0.0%</i>	<i>31.6%</i>

(a) Positive non-recurring impact from the non-recurring revenue of R\$ 10.7 million recognized in 4Q25 related to the remeasurement of the stake held in FitMaster

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

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

RESULTS PRESENTATION

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

Operation	Recognition in the Income Statement for the period		Recognition in the Balance Sheet for the period	
	2026	2025	2026	2025
Brazil, Mexico, Colombia, Chile, Peru, Argentina, Paraguay, Panama, Costa Rica, Uruguay, Morocco, Queima Diária, TotalPass Brazil, and Mexican Aggregators ¹	Consolidated	Consolidated	Consolidated	Consolidated
Dominican Republic, El Salvador, Ecuador, Guatemala, and Honduras	Royalties for brand use	Royalties for brand use	n/a	n/a

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

INCOME STATEMENT

INCOME STATEMENT (R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26%	2Q26 vs. 2Q25	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
Net Revenue	2,177.1	1,791.1	22%	2,102.1	4%	4,279.2	3,469.3	23%
Costs of Services Rendered	(1,215.6)	(1,016.8)	20%	(1,171.0)	4%	(2,386.5)	(1,977.8)	21%
Gross Profit	961.5	774.4	24%	931.1	3%	1,892.7	1,491.5	27%
Operating revenues (expenses)								
Sales	(171.7)	(145.4)	18%	(188.4)	(9%)	(360.2)	(295.0)	22%
General and administrative	(248.4)	(187.1)	33%	(235.5)	5%	(483.9)	(367.4)	32%
Equity accounting	-	(1.5)	-	(0.0)	-	-	1.6	(100%)
Other (expenses) revenues	(14.8)	(10.8)	37%	(7.1)	109%	(21.9)	(20.7)	6%
Profit before financial result	526.6	429.5	23%	500.1	5%	1,026.7	810.0	27%
Financial result	(326.1)	(224.2)	45%	(285.9)	14%	(612.1)	(449.6)	36%
Profit before IR/CS	200.5	205.3	(2%)	214.2	(6%)	414.7	360.5	15%
Income tax and Social Contribution	(44.7)	(44.4)	0%	(42.0)	6%	(86.6)	(78.6)	10%
Net profit (loss)	155.9	160.9	(3%)	172.2	(9%)	328.0	281.8	16%

BALANCE SHEET

ASSETS (R\$ million)	2Q26	2Q25
CURRENT	4,203	3,966
Cash and cash equivalents	2,627	2,733
Trade receivables	817	631
Derivative financial instruments	11	9
Other receivables	748	593
NON-CURRENT	17,288	14,490
Property and equipment	7,381	5,774
Right-of-use assets	5,892	5,003
Intangible assets	2,518	2,427
Investments	0	1
Other assets	1,497	1,285
TOTAL ASSETS	21,490	18,456

LIABILITY (R\$ million)	2Q26	2Q25
CURRENT	3,501	2,726
Borrowings	1,085	831
Lease liabilities	838	684
Trade payables	676	497
Deferred revenue	242	215
Other liabilities	660	499
NON-CURRENT	11,896	10,074
Borrowings	6,052	5,121
Lease liabilities	5,692	4,813
Other liabilities	153	140
SHAREHOLDERS' EQUITY	6,092	5,655
Share capital	3,524	3,148
Capital reserves	835	851
Legal reserves	106	74
Profit Reserves	1,057	1,025
Other comprehensive income	608	542
Non-controlling interest	16	16
Treasury shares	(54)	0
TOTAL LIABILITY AND SHAREHOLDERS' EQUITY	21,490	18,456

CASH FLOW

Cash Flow Statement (R\$ million)	2Q26	2Q25	2Q26 vs. 2Q25	1Q26	2Q26 vs. 1Q26	6M26	6M25	6M26 vs. 6M25
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES								
Result for the Period	155.9	160.9	(3%)	172.2	(9%)	328.0	281.8	16%
Depreciation and amortization	518.1	426.5	21%	504.7	3%	1,022.9	835.5	22%
Write-off of intangible assets and fixes assets	28.6	15.5	85%	9.1	215%	37.7	23.8	58%
Accrued interest on debt and exchange variation	243.4	186.2	31%	225.6	8%	469.0	359.1	31%
Accrued interest on leases	159.1	130.9	22%	162.2	(2%)	321.3	256.2	25%
Others	(32.6)	(18.7)	75%	(57.5)	(43%)	(90.1)	(61.4)	47%
Working capital variation	(119.1)	(6.3)	1777%	(17.9)	564%	(137.0)	(20.0)	584%
Cash generated by (used in) operating activities	953.5	895.0	7%	998.4	(5%)	1,951.9	1,675.0	17%
Interest paid on loans and debentures	(337.7)	(246.7)	37%	(137.0)	146%	(474.8)	(336.8)	41%
Interest paid on leases	(159.1)	(130.6)	22%	(162.2)	(2%)	(321.3)	(255.8)	26%
Income tax and social contribution paid	(95.8)	(83.2)	15%	(32.5)	195%	(128.3)	(108.0)	19%
Net cash generated by (used in) operating activities	360.9	434.5	(17%)	666.6	(46%)	1,027.5	974.5	5%
CASH FLOW FROM INVESTMENT ACTIVITIES								
Additions to fixed asset	(615.6)	(456.2)	35%	(558.6)	10%	(1,174.2)	(894.7)	31%
Additions to intangible assets	(10.4)	(0.8)	1159%	(8.0)	29%	(18.4)	(3.7)	393%
Initial direct costs of right-of-use assets	(2.3)	(6.9)	(67%)	(2.4)	(5%)	(4.7)	(16.5)	(72%)
Payments for the acquisition of group of assets, subsidiary and joint venture	(6.1)	(98.8)	(94%)	18.5	-	12.3	(99.9)	-
Capital increase in subsidiary and joint venture	-	(71%)	-	-	-	-	(0.7)	-
Financial Investments	798.9	(106.3)	-	369.8	116%	1,168.7	(55.6)	-
Related parties and loans with third parties	0.0	7.1	-	0.0	-	0.0	13.8	-
Net cash used in investment activities	164.6	(662.9)	-	(180.8)	-	(16.2)	(1,057.3)	(98%)
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES								
Payment of loans and costs	(2,399.3)	(151.8)	1481%	(155.4)	1444%	(2,554.7)	(295.6)	764%
Proceeds from loans	889.6	225.9	294%	1,415.4	(37%)	2,305.1	441.9	422%
Lease financing – machinery and equipment	10.2	0.0	-	51.9	(80%)	62.1	0.0	-
Lease payments	(193.6)	(162.5)	19%	(186.3)	4%	(379.9)	(324.4)	17%
Acquisition of non-controlling interests	(0.3)	-	-	-	-	(0.3)	-	-
Payment of interest on equity	(38.7)	(39.9)	(3%)	(111.0)	(65%)	(149.8)	(113.8)	0.3
Proceeds from capital increase	-	-	-	12.0	(100%)	12.0	6.6	0.8
Acquisition of treasure shares	(2.8)	-	-	(50.0)	(94%)	(52.8)	-	-
Net cash generated by (used in) financing activities	(1,734.8)	(128.4)	1252%	976.5	-	(758.3)	(285.4)	166%
	0.0	0.0	0%	0.0	0%	0.0	0.0	0%
INCREASE (REDUCTION) OF BALANCE OF CASH AND EQUIVALENT	(1,209.3)	(356.8)	239%	1,462.4	-	253.0	(368.2)	-
Opening balance	2,737.2	1,441.5	90%	1,330.8	106%	1,330.8	1,490.6	(11%)
Closing balance	1,540.2	1,059.2	45%	2,737.2	(44%)	1,540.2	1,059.2	45%
Exchange variation on cash and cash equivalents	12.3	(25.7)	-	(56.0)	-	(43.6)	(63.2)	(31%)



Investor Relations

José Luís Rizzardo | CFO and IRO

Matheus Nascimento | IR Manager

Juliana Pallot | IR Coordinator

Luis Fernando Campos | IR Specialist

Marcelo Reis | IR Senior Analyst

Maria Fernanda Rodrigues | IR Intern