

APRESENTAÇÃO
INSTITUCIONAL
Setembro, 2026

BIO RITMO



BE



STUDIOS

TOTALPASS

QUEIMA
DIÁRIA



1

ECOSSISTEMA DO GRUPO SMART FIT

2

HISTÓRICO RECENTE FINANCEIRO E OPERACIONAL

3

GERAÇÃO DE VALOR E UNIT ECONOMICS

4

GOVERNANÇA



O MAIOR GRUPO FITNESS DA AMÉRICA LATINA¹



2.170

Academias⁽²⁾

+19%

2T26 vs. 2T25

5,6 MM

Alunos⁽³⁾

+8%

2T26 vs. 2T25

486 mil

Assinantes digitais⁽⁴⁾

PRESENTE EM

16 países,

Sendo 15 na América Latina



Brasil:

📍 **1.025** academias
+169 LTM (+20%)

México

📍 **488** academias
+85 LTM (+21%)

Outros Países⁽⁶⁾:

📍 **657** academias
+98 LTM (+18%)

+352 academias

No 2T26 LTM

RECEITA LÍQUIDA (2T26 LTM)

R\$ 8,1 bi

24%

CAGR
2019-2T26 LTM

EBITDA (2T26 LTM) ⁽⁵⁾

R\$ 2,6 bi

32%

Margem
EBITDA

Em 30 de Junho de 2026;

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



UMA HISTÓRIA MARCADA POR NOSSA HABILIDADE CONSTANTE DE ADAPTAÇÃO

smart fit





GRUPO SMART FIT: PORTFÓLIO DE MARCAS ÚNICO E ROBUSTO



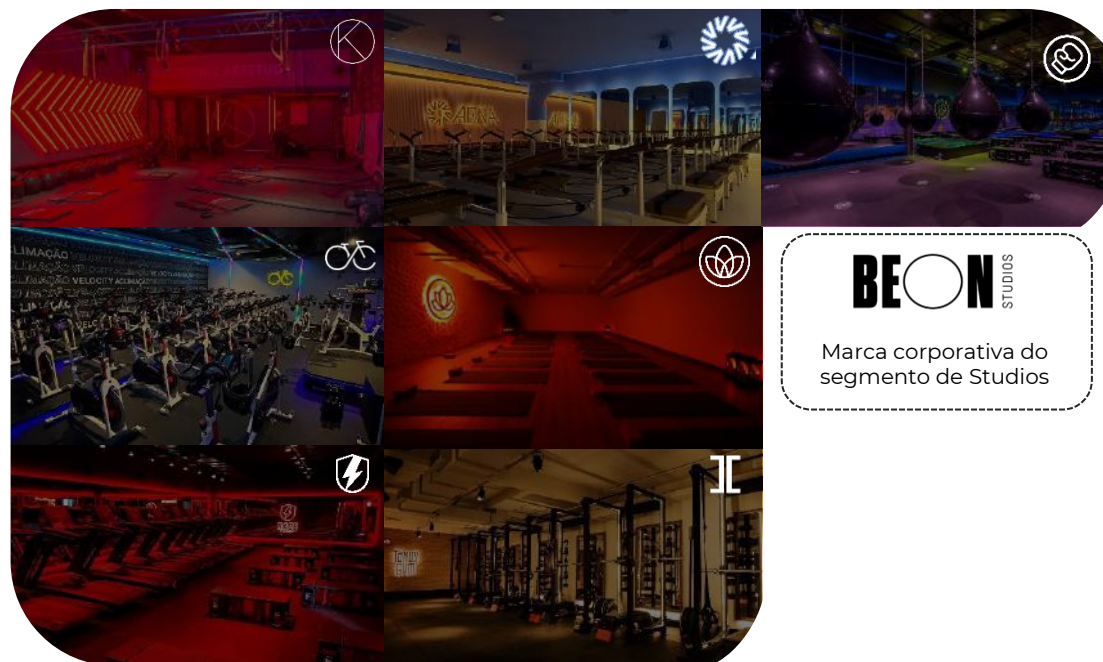
Marcas que conectam pessoas, tecnologia e propósito, transformando a forma de se relacionar com o *fitness*



ACADEMIAS



STUDIOS

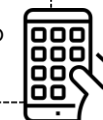


AGREGADOR



PAPEL ESTRATÉGICO DO TP

TotalPass reforça a proposta de valor do Grupo



REPRESENTATIVIDADE RECEITA LÍQUIDA

AS ACADEMIAS SMART FIT PRÓPRIAS REPRESENTAM 87% DA RECEITA LÍQUIDA DO GRUPO NO 2T26 LTM (vs. 90% no 2T25 LTM)



SÓLIDAS TENDÊNCIAS SECULARES NA AMÉRICA LATINA



Alta demanda e potencial de crescimento para os serviços fitness

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

78%

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

53%

dos **não membros**¹ pretendem se matricular em uma academia **nos próximos 12 meses**



PILARES DA ROTINA SEMANAL DAS PESSOAS

✓ TREINO DE FORÇA/MUSCULAÇÃO

- ✓ HÁBITOS DE SONO SAUDÁVEIS
- ✓ NUTRIÇÃO

PRINCIPAIS BENEFÍCIOS DE UMA VIDA MAIS ATIVA

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



SMART FIT: ANO EMBLEMÁTICO PARA A MARCA

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



Rede com 2.048 unidades em 2025

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



Aceleração da expansão

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



Branding

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



Evolução de produto

Continuidade na ampliação e modernização de equipamentos e produtos



Experiência do cliente

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



Oportunidade de crescimento

Modelo altamente escalável, com amplo *whitespace*

CRESCIMENTO ACELERADO COM GANHO DE RENTABILIDADE

1ª

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

PRESENÇA EM 16 PAÍSES

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



+0,6p.p.

EXPANSÃO DE MARGEM BRUTA
CAIXA EX-PRÉ-OPERACIONAIS¹
EM 2025 VS. 2024



SMART FIT: Brasil (Goiás)



SMART FIT: Marrocos (Casablanca)

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



BIO RITMO: NOVO CICLO ESTRATÉGICO EM 2025

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



Rede com 34 unidades em 2025

Sendo 28 unidades próprias e 6 franquias



Aceleração da expansão

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



Branding

Reposicionamento de marca, ampliando experiências e maior engajamento da comunidade



Redesenho de produto

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



Experiência do cliente

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



Oportunidade de crescimento

Sólido pipeline de expansão em praças relevantes do Brasil



BRASIL: Rio de Janeiro



BRASIL: São Paulo

BRAND AWARENESS

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

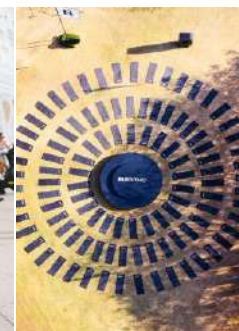


BRAND EXPERIENCE

Experiência única **dentro e fora das academias**



Evento Brand Experience no Copacabana Palace



Manhã Wellness Parque Villa-Lobos



Reveillon Carneiros



GRUPO SMART FIT, 3º MAIOR DO MUNDO

Liderança absoluta LatAm com sólidas tendências seculares

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



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



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

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



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



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

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

RANKING GLOBAL 2024

		# academias próprias¹
#1	Player 1	1.782
#2	Player 2	1.575
#3	smart fit	1.407

#3 rede
de academias
próprias do
mundo

RANKING AMÉRICA LATINA 2024

		# academias
#1	smart fit	1.743
#2	Player 2	180
#3	Player 3	160

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



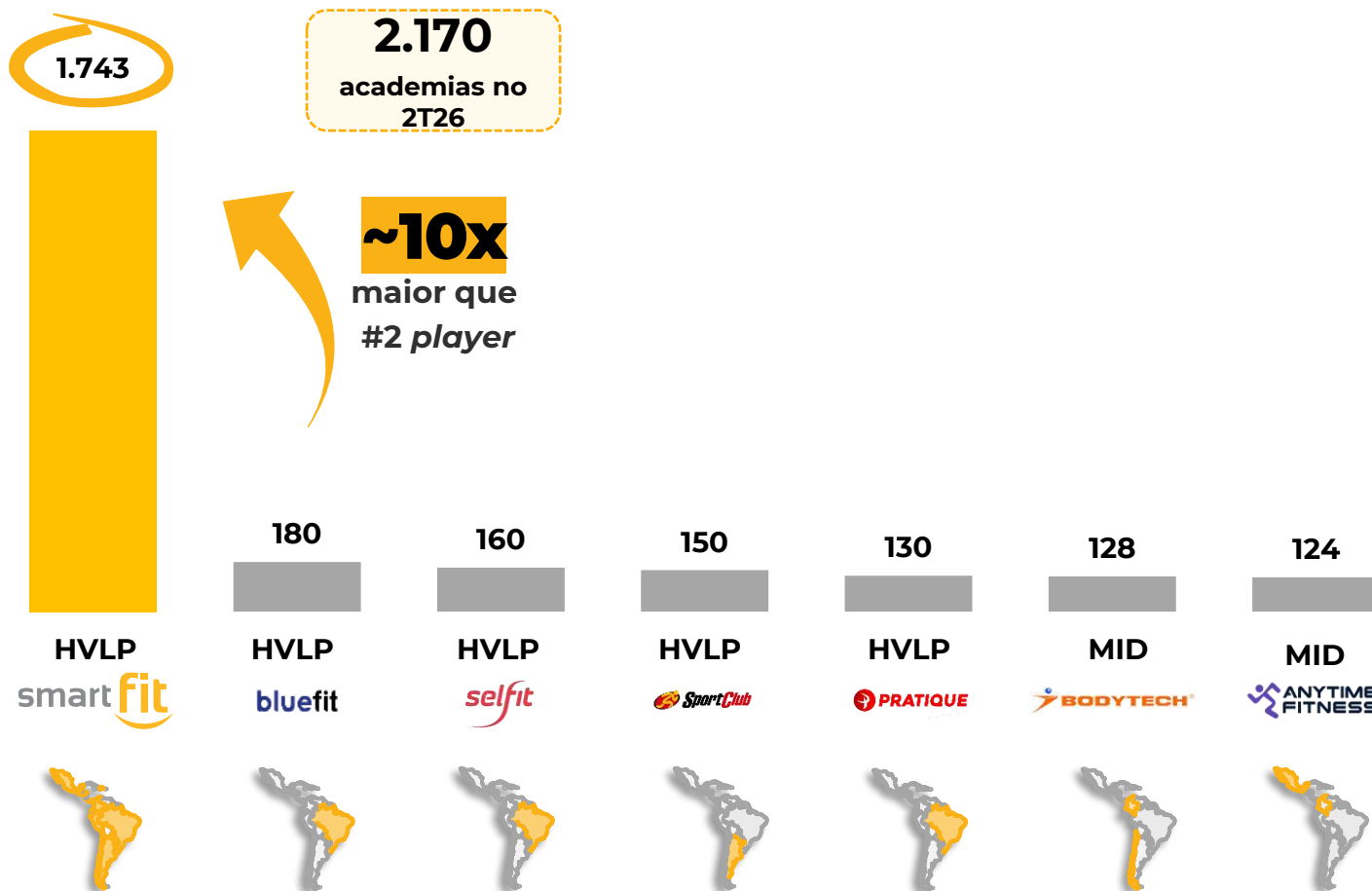


O VENCEDOR LEVA TUDO

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

PRINCIPAIS PLAYERS DE ACADEMIA NA AMÉRICA LATINA^{1,2}

(número de academias em 2024)

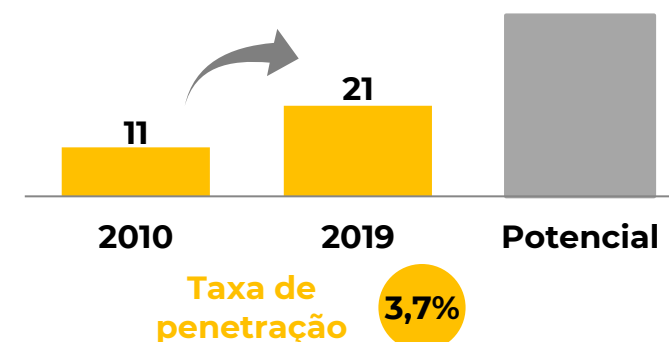


SETOR DE RÁPIDO CRESCIMENTO...

MERCADO FITNESS NA AMÉRICA LATINA³

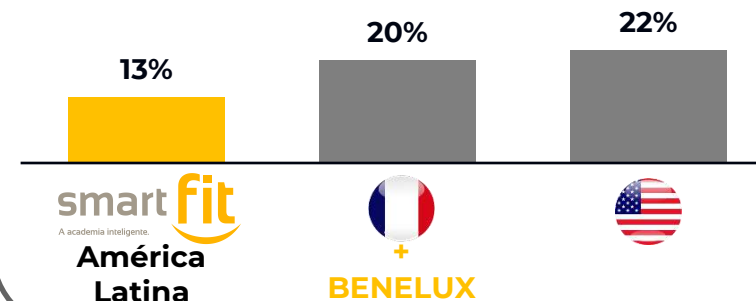
Número de alunos (M)

CAGR (2010-2019): ~7%



COM POTENCIAL PARA CONSOLIDAÇÃO

MARKET SHARE 2019 DO LÍDER EM MERCADOS SELECIONADOS³





AMPLO ESPAÇO DE CRESCIMENTO



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

ESTUDO DE CASO WHITE SPACE



CONTEXTO/OBJETIVO

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

METODOLOGIA

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

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

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



STUDIOS: CONSOLIDAÇÃO DAS MARCAS E FORTE CRESCIMENTO

Modelo operacional *asset light*, com diferenciais competitivos únicos



Rede com 180 unidades e 270 salas em 2025

Sendo 154 franquias e 26 próprias



Aceleração da expansão

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



Branding

Consolidação das 7 marcas nas suas respectivas modalidades



Redesenho de produto

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



Experiência do cliente

Melhora da fluidez da jornada e experiência dos alunos



Oportunidade de crescimento

Studios como “terceiro espaço”, fortalecendo senso de comunidade

INTEGRAÇÃO APÓS A AQUISIÇÃO DA VELOCITY

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



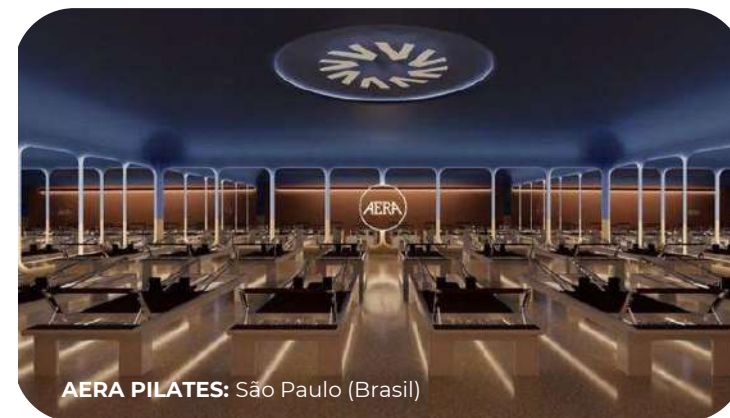
BRAND EXPERIENCE

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



Race Run Club

Vidya Sessions



AERA PILATES: São Paulo (Brasil)

LANÇAMENTO DA BEON EM 2026

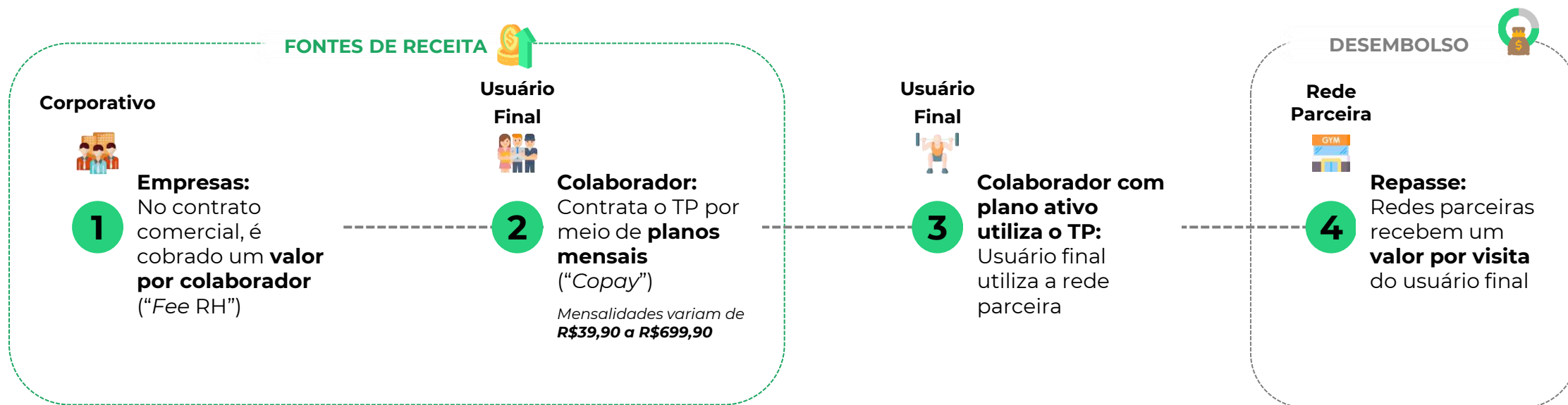
BEON, marca corporativa dos Studios, nasce com propósito de ampliar a integração entre as marcas e aprimorar a jornada do cliente





TOTALPASS REFORÇA A PROPOSTA DE VALOR DO GRUPO

Modelo *asset light* de negócios B2B2C



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



ROBUSTA PERFORMANCE DO TOTALPASS NO 2T26

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



TOTALPASS EM NÚMEROS NO MERCADO BRASILEIRO¹

MARKET SHARE DE USUÁRIOS

Sensor Tower: Monthly Active Users

SHARE DE DOWNLOADS

Sensor Tower: Downloads nas principais lojas de apps



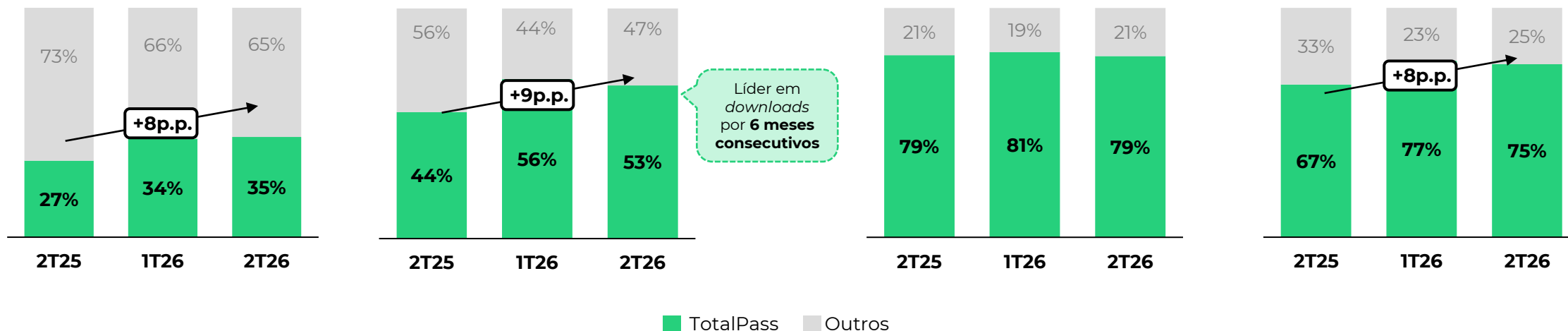
TOTALPASS EM NÚMEROS NO MERCADO MEXICANO¹

MARKET SHARE DE USUÁRIOS

Sensor Tower: Monthly Active Users

SHARE DE DOWNLOADS

Sensor Tower: Downloads nas principais lojas de apps



BASE CLIENTES B2C²



Usuários finais (+7% vs. 1T26 e +70% vs. 2T25)

ALAVANCAS DE CRESCIMENTO

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

TOTALPASS NO GRUPO SMART FIT

No resultado consolidado, a linha de "Outras"³ atingiu **11% da receita líquida e 17% do lucro bruto caixa** (vs. 9% e 12% no 2T25, respectivamente), impulsionada, principalmente, por **TotalPass Brasil**



PRINCIPAIS PILARES DO NOSSO MODELO DE NEGÓCIO



PLAYER DOMINANTE NA REGIÃO		Player Top of mind com liderança indiscutível em número de clientes e academias ¹ na América Latina	~2,2 MIL academias (~10x maior que #2 player ¹)
VENCEDOR LEVA TUDO		Oportunidades de consolidação de mercado nos 16 países em operação, com expansão diligente focada na rentabilidade	+5,6 M Clientes em academias (+431 mil LTM)
MODELO DE NEGÓCIO COMPROVADO E RESILIENTE		Fluxo de receita recorrente e previsível em um mercado em expansão, beneficiado por tendências seculares	+352 Academias adicionadas LTM
PROPOSTA DE VALOR DIFERENCIADA		Portfólio de planos competitivo, combinando recorrência, por meio do modelo de mensalidade, com preços atrativos e capilaridade única	70% clientes no Plano Black ²
HISTÓRICO DE EXECUÇÃO COMPROVADO COM EQUIPE DE GESTÃO EXPERIENTE		Entregando consistentemente um modelo de negócios de alto crescimento com cultura centrada no cliente e bom nível de retornos	74 NPS
SÓLIDA RENTABILIDADE E ESTRUTURA DE CAPITAL		Forte histórico financeiro combinando alto crescimento, unit economics atraente e estrutura de capital sólida	R\$2,6 BI Posição de caixa

Em 30 de junho de 2026

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

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



1

ECOSSISTEMA DO GRUPO SMART FIT

2

HISTÓRICO RECENTE FINANCEIRO E OPERACIONAL

3

GERAÇÃO DE VALOR E UNIT ECONOMICS

4

GOVERNANÇA



GRUPO SMART FIT: DESTAQUES NO 2T26

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

ACADEMIAS



- **Crescimento do ticket médio** em todas as regiões de atuação;
- Margem das **maduras¹** em patamares consistentes;
- **Sólida performance do Vintage 2024**, com lucro bruto e margem superiores às maduras;
- **Alavancagem operacional** nas despesas;

BIO RITMO

- **Maior adição trimestral da história**, com 9 aberturas no período;
- Inaugurações em **capitais e regiões com elevada renda per capita no Brasil**;
- Maiores investimentos em ativações, aumentando o **brand awareness**;

STUDIOS



- **Expansão de 34 salas** nos últimos 12 meses;
- As marcas **Vidya, Velocity, Aera Pilates e Tônus** representaram 90% da expansão de salas;
- A rede totalizou **331 salas** ao final do 2T26;

AGREGADOR

TOTALPASS

- **Ganho de 8p.p. de market share** no Brasil no último ano, impulsionado pelo fortalecimento da marca e evolução de produto;
- **Liderança em downloads** na categoria de agregadores no Brasil e México ao longo do trimestre;
- **Inovação contínua**, com **pioneirismo** na oferta de **check-in extra** para membros.

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

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

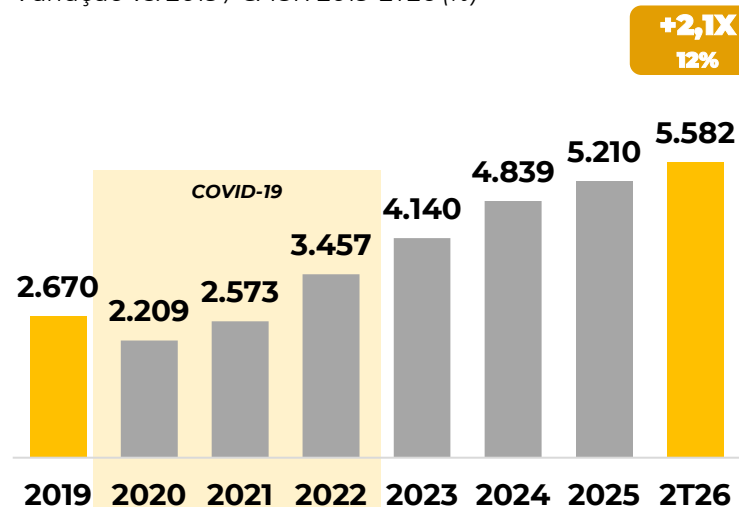


ALTO CRESCIMENTO COM SÓLIDA RENTABILIDADE



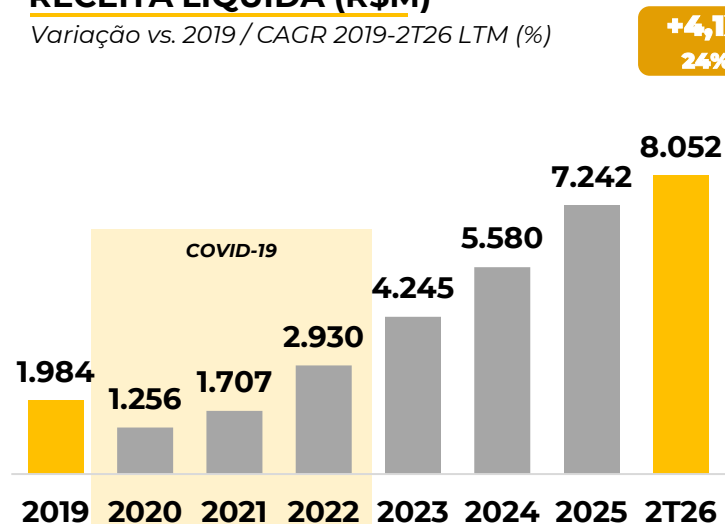
CLIENTES EM ACADEMIAS ('000)

Variação vs. 2019 / CAGR 2019-2T26 (%)



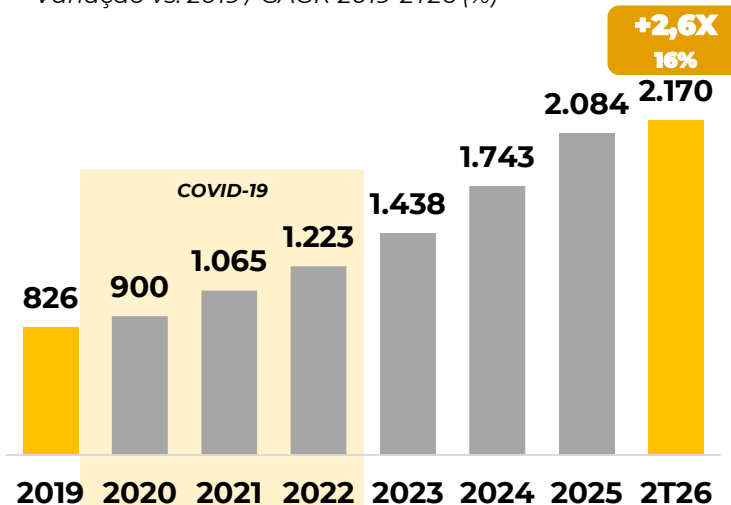
RECEITA LÍQUIDA (R\$M)

Variação vs. 2019 / CAGR 2019-2T26 LTM (%)



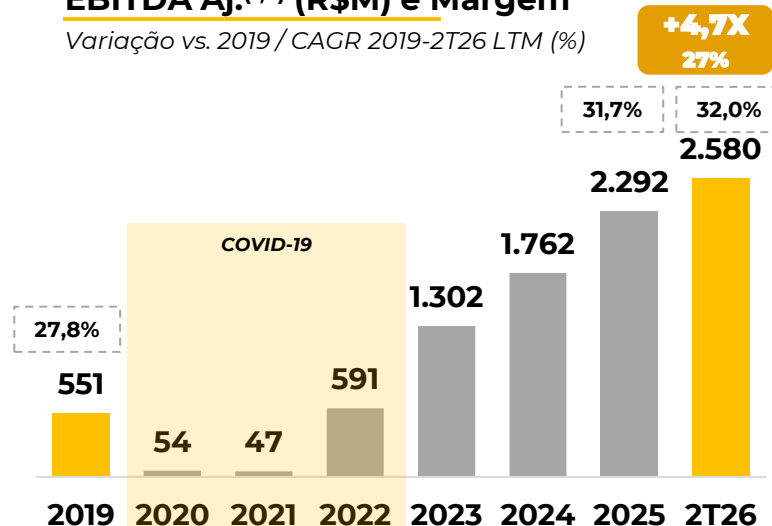
ACADEMIAS

Variação vs. 2019 / CAGR 2019-2T26 (%)



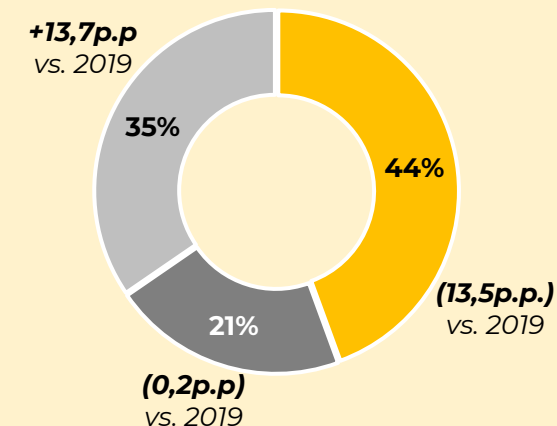
EBITDA Aj.^(1,2) (R\$M) e Margem

Variação vs. 2019 / CAGR 2019-2T26 LTM (%)



ABERTURA DA RECEITA POR GEOGRAFIA (%)

2T26 LTM



Brasil México Outros Países

EXPANSÃO DIVERSIFICADA

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

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



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

Sólida expansão reforça a consistência da estratégia e da execução

2025 MARCA MAIS UM ANO DE FORTE EXPANSÃO DE ACADEMIAS



EXPANSÃO RECORDE
EM 2025

GUIDANCE 2025 ✓

341 academias adicionadas,
+12% vs. 2024



REDE DE ACADEMIAS
DUPLICOU DESDE 2021

18% CAGR²¹⁻²⁵, um dos
maiores do mundo

Expansão por região:
Rede ao final de 2025

Brasil



+161 (+20%)
984 academias

Outros
Países



+110 (+21%)
635 academias

México



+70 (+18%)
465 academias

2.084

Academias totais
(+20% vs. 2024)



BIO RITMO



Expansão 2025 aumentou a capilaridade da Companhia

79

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

+80

Novos municípios, totalizando presença em mais de 550 cidades

35%

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

GUIDANCE¹ 2026

CONTINUIDADE
NO SÓLIDO
PATAMAR DE
EXPANSÃO

330 – 350
Academias

Crescimento da rede em
16-17% vs. 2025

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



SMART FIT: Argentina (Rosário)



SMART FIT: México (Cabo San Lucas)



BIO RITMO: Brasil (Rio de Janeiro)



NATION: Brasil (São Paulo)

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



1

ECOSSISTEMA DO GRUPO SMART FIT

2

HISTÓRICO RECENTE FINANCEIRO E OPERACIONAL

3

GERAÇÃO DE VALOR E UNIT ECONOMICS

4

GOVERNANÇA



SMART FIT: LIDERANÇA ABSOLUTA NA AMÉRICA LATINA



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

PILARES PARA CONSOLIDAÇÃO DA LIDERANÇA NA REGIÃO



MODELO DE NEGÓCIO COM UNIT ECONOMICS ROBUSTO E ESCALÁVEL



PROPOSTA DE VALOR ÚNICA COM SÓLIDO POSICIONAMENTO COMPETITIVO



RELACIONAMENTO LONGEVO COM OS PRINCIPAIS DESENVOLVEDORES DE REAL ESTATE



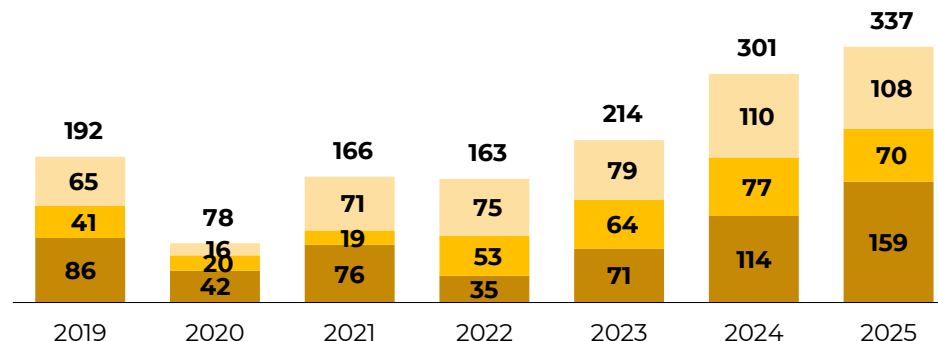
DISCIPLINA NA ALOCAÇÃO DE CAPITAL, OTIMIZANDO RETORNO



TIME DE GESTÃO COM ROBUSTA EXPERTISE E ESTRATÉGIA DATA-DRIVEN

CRESCIMENTO CONSISTENTE EM TODAS AS REGIÕES DE ATUAÇÃO

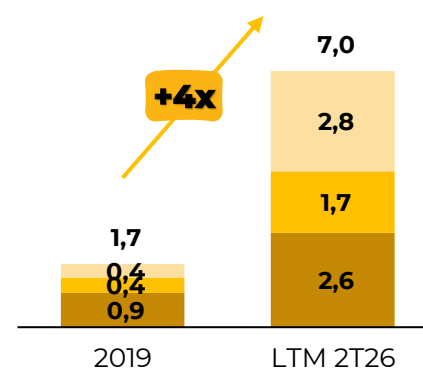
Academias adicionadas | Smart Fit (próprias e franquias)



330-350
academias¹
em 2026

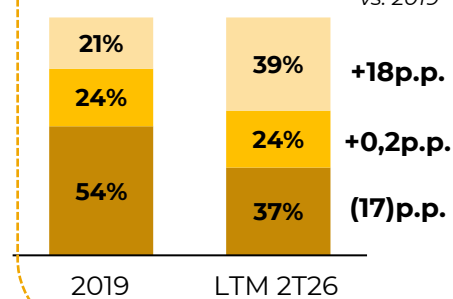
RECEITA LÍQUIDA SMART FIT POR REGIÃO

R\$ bilhão | No 2T26



+4x

% Receita líquida total



vs. 2019

+18p.p.

+0,2p.p.

(17)p.p.

63%

da receita líquida
nos últimos 12
meses
correspondem
aos Outros Países
e México

■ Brasil ■ México ■ Outros Países

DIVERSIFICAÇÃO GEOGRÁFICA COM GERAÇÃO DE VALOR

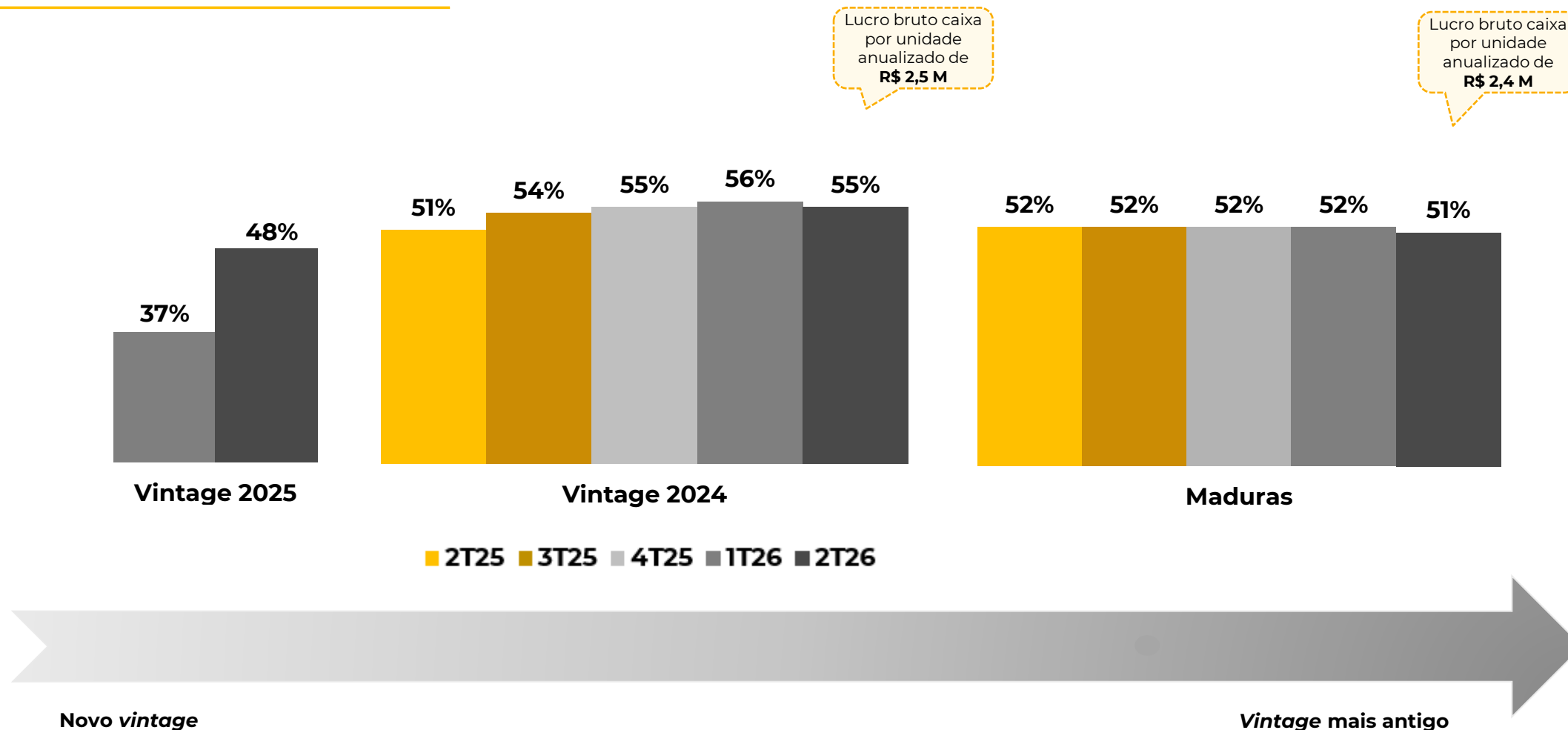
(1) Conforme Fato Relevante divulgado ao mercado em 11 de março de 2026 referente a projeção de abertura de academias para o ano de 2026;



SÓLIDA MARGEM BRUTA DAS ACADEMIAS MADURAS

Margem das academias maduras¹ em 51%, patamar consistente com o range esperado e com os últimos doze trimestres, e maturação das unidades inauguradas nos últimos anos consistente com o histórico

MARGEM BRUTA POR VINTAGE¹



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



RETORNO SÓLIDO E CONSISTENTE POR ACADEMIA

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

CAPEX manutenção maduras¹

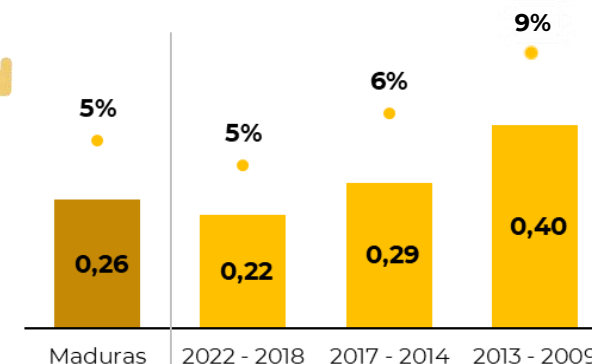
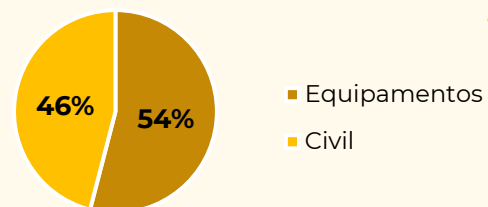
R\$ Milhões | Por academia | % da Rec. Líquida

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

Vintage 2022: ROIC de 15%

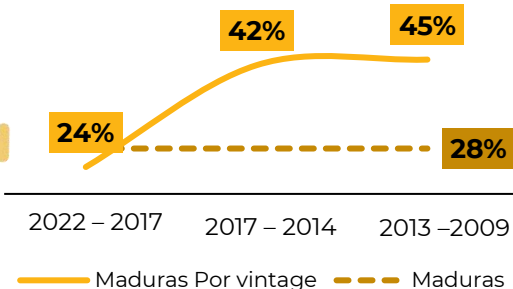
Capex manutenção maduras

% Por tipo de investimento



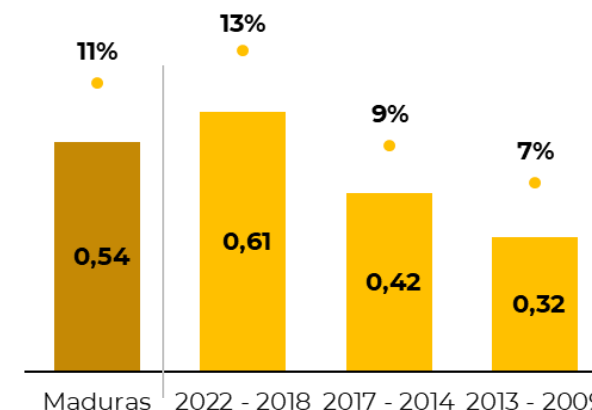
SÓLIDOS RETORNOS AO LONGO DOS DIFERENTES VINTAGES

ROIC consistente com o histórico para cada estágio de maturação



Depreciação maduras¹

R\$ Milhões | Por academia | % da Rec. Líquida



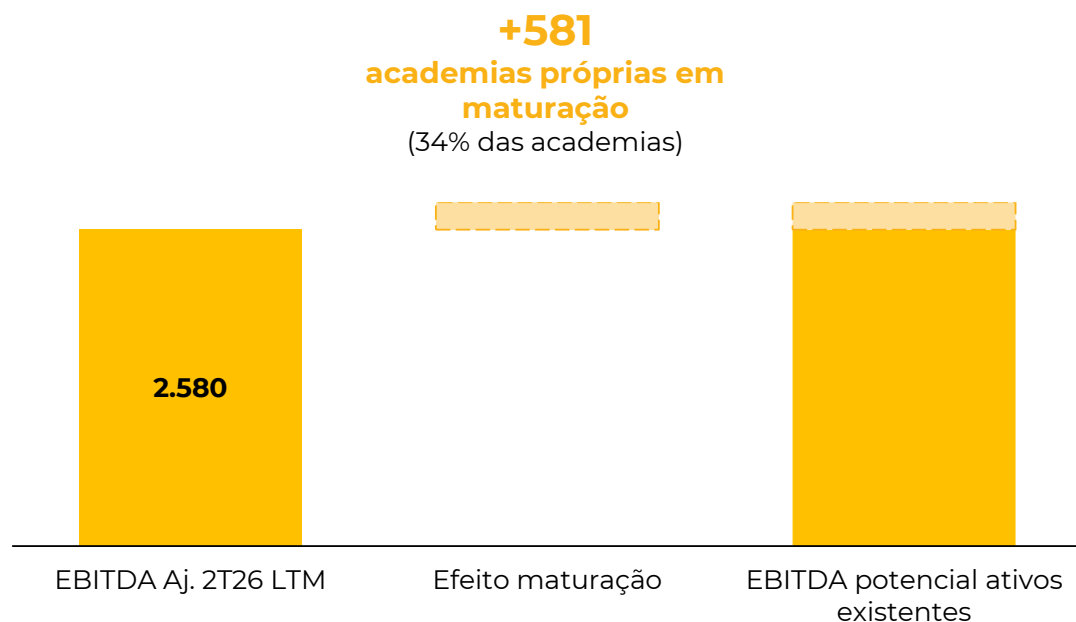


EXPANSÃO PREVISÍVEL DO EBITDA POR MEIO DA MATURAÇÃO DE ACADEMIAS

FORTE POTENCIAL DE CRESCIMENTO PELA MATURAÇÃO¹ DAS ACADEMIAS

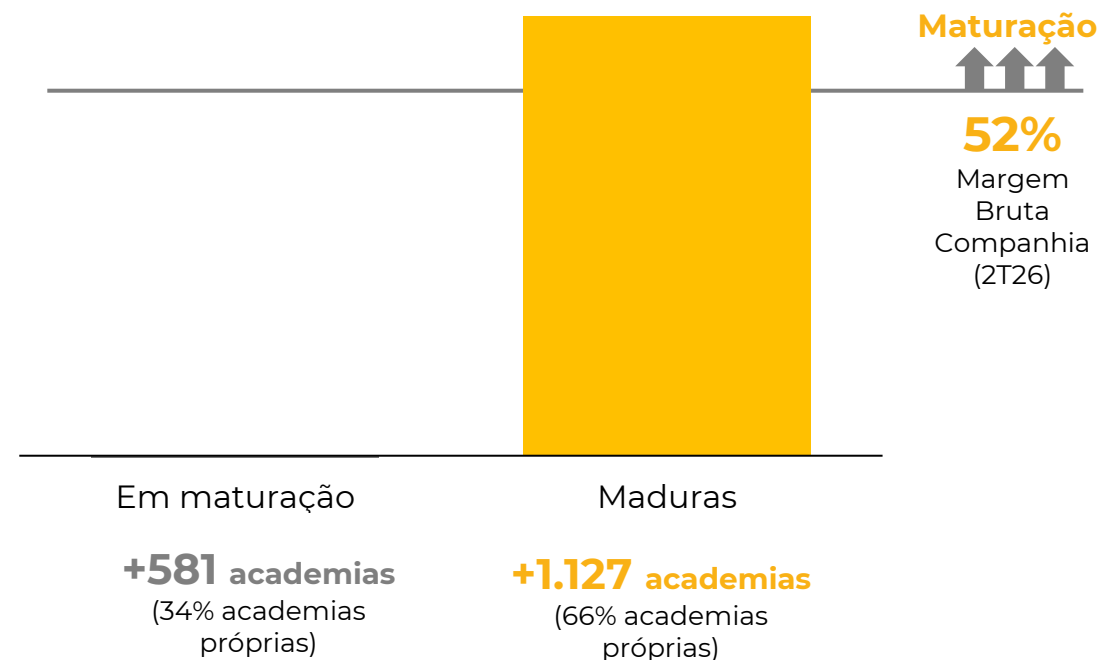
R\$ MM, no 2T26

(Total de 1.708 academias próprias Smart Fit)



MARGEM BRUTA ESTÁ CONVERGINDO AO NÍVEL DE ACADEMIAS MADURAS¹

Margem Bruta por vintage de academias Smart Fit próprias (2T26)



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



1

ECOSSISTEMA DO GRUPO SMART FIT

2

HISTÓRICO RECENTE FINANCEIRO E OPERACIONAL

3

GERAÇÃO DE VALOR E UNIT ECONOMICS

4

GOVERNANÇA



EQUIPE DE GESTÃO EXPERIENTE



Equipe multidisciplinar formada por profissionais experientes com vários anos de Companhia



Diogo Corona

CEO



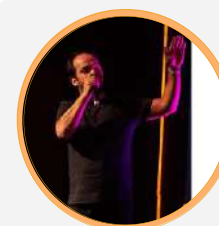
**José Luís
Rizzardo**

CFO e DRI



**Alexandre
Gregianin**

CTO



**Itamar
Herculano**

Expansão



**Juana
Pimentel**

Jurídico,
Compliance e ESG

Anos de
experiência

16

14

20

25

28

Anos na
Smart Fit

16

6

17

9

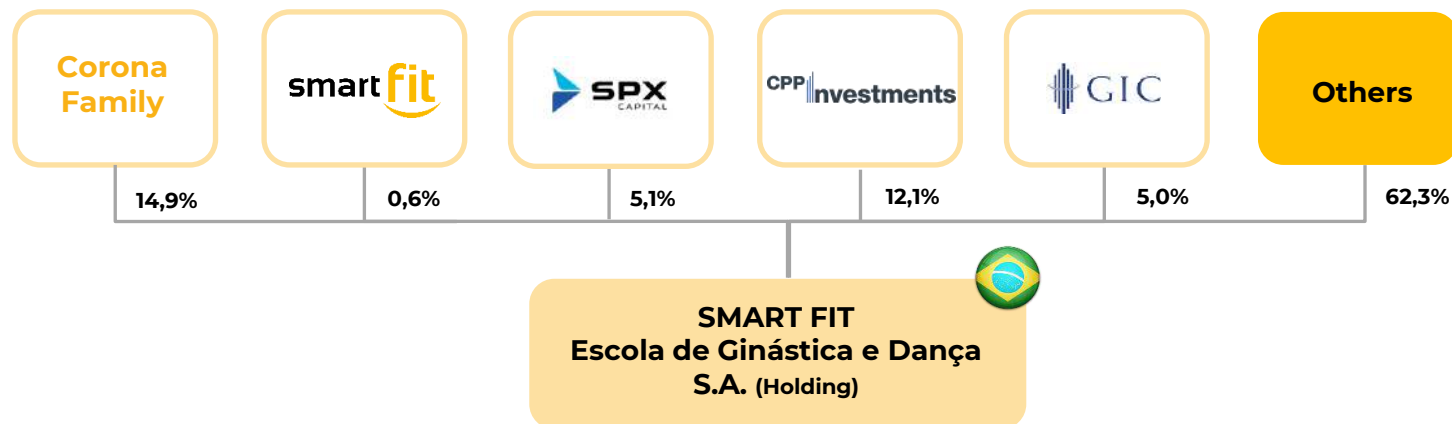
6

Experiências
Prévias





ESTRUTURA ACIONÁRIA E GOVERNANÇA CORPORATIVA



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

Conselho de Administração



Edgard Corona
Presidente do Conselho de Administração



Daniel Sorrentino
Membro



Felipe Affonso
Membro



Pedro Santos Ripper
Membro Independente



Andre Pezeta
Membro



Claudia Elisa
Membro independente



Ricardo Castro
Membro independente



Wolfgang Schwerdtle
Membro independente

- Conselho de Administração composto por **7 membros**, sendo **4 independentes**, em linha com as melhores práticas de **governança corporativa** e regras do **Novo Mercado**

- Conselho **ativo** e **altamente experiente**, combinando sólida **expertise em expansão, consumo, finanças, gestão operacional e mercado de capitais**

- Estrutura de governança alinhada à **estratégia de longo prazo** da Companhia, com forte acompanhamento da **execução operacional** e da **geração de valor aos acionistas**



MATURAÇÃO ACADEMIAS

- ✓ **34%¹ das academias** ainda não atingiram a maturidade
- ✓ **Potencial de crescimento de receita a ser capturado** via rede atual de academias e *revenue management*



EXPANSÃO DA REDE DE ACADEMIAS

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



ADD-ON E DIGITALIZAÇÃO

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

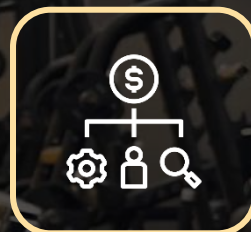


OUTROS NEGÓCIOS

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

PRINCIPAIS PILARES ESTRATÉGICOS DE 2026

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



DISCIPLINA CONTÍNUA
NA GESTÃO DE
DESPESAS E DE CAPEX

MÚLTIPLAS AVENIDAS DE
CRESCIMENTO COM
OPORTUNIDADE DE
CONSOLIDAÇÃO DE MERCADO



MANUTENÇÃO DO ROBUSTO
PERFIL DE LIQUIDEZ

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

A APÊNDICE

DESTAQUES DA SMART FIT

**01**

**COMPANHIA #1 EM UM MERCADO
AMPLO E EM RÁPIDO CRESCIMENTO,
IMPULSIONADO POR TENDÊNCIAS SECULARES**

02

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

03

**SÓLIDO HISTÓRICO FINANCEIRO
COMBINANDO ALTO CRESCIMENTO E UNIT
ECONOMICS ATRATIVO**

04

**CRIAÇÃO DE VALOR
OPORTUNIDADES SIGNIFICATIVAS DE
CRESCIMENTO**

01 **COMPANHIA #1 EM UM MERCADO**
AMPLO E EM RÁPIDO CRESCIMENTO,
IMPULSIONADO POR TENDÊNCIAS SECULARES



LÍDERES EM FITNESS NA AMÉRICA LATINA

RANKING – AMÉRICA LATINA



(academias, 2024)

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



RANKING – GLOBAL

(academias próprias, 2024)²

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

#1 na América Latina

um mercado de
US\$6Bi⁽¹⁾
10x maior que o 2º
competidor

De #18 para
#3 no mundo
em 6 anos⁽¹⁾

Fonte: Relatório HFA Global, Relatório HFA Global 25

(1) Em 2019;

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



LÍDERANÇA ABSOLUTA COM MODELO ALTAMENTE ESCALÁVEL



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

Presença Geográfica



País	Inauguração Smart Fit	# Academias¹	% Membros / população
 Brasil	2009	986	1,1%
 México	2011	488	0,8%
 Colômbia	2016	232	1,3%
 Chile	2014	121	1,7%
 Peru	2016	95	0,8%
 Outros Países	-	204	-



UM SETOR DE RÁPIDO CRESCIMENTO E INEXPLORADO

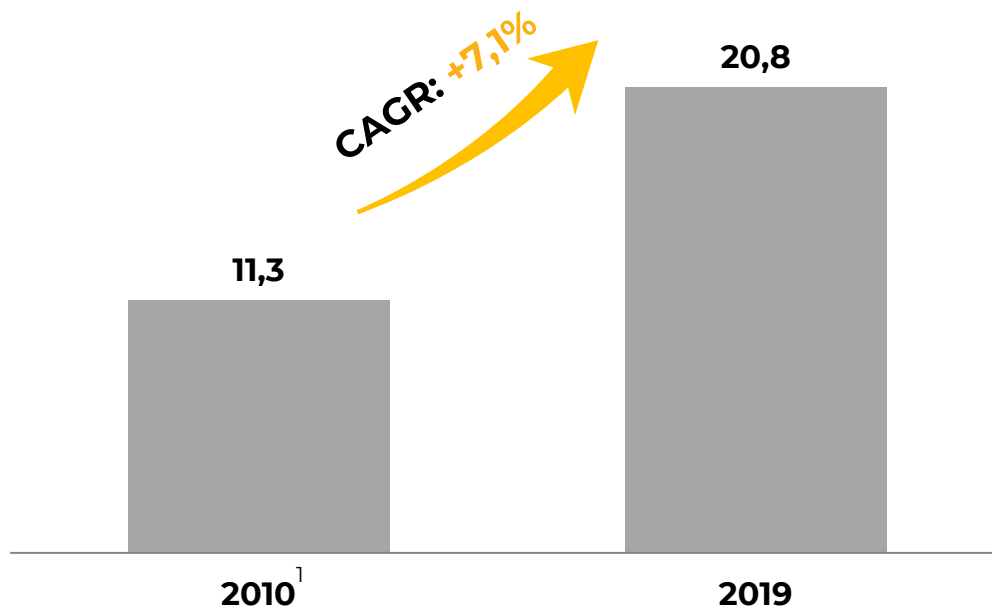


O setor fitness da América Latina cresceu 7% CAGR¹⁰⁻¹⁹, mas ainda permanece bastante inexplorado. Smart Fit ajudou a impulsionar esse crescimento trazendo uma oferta única aos consumidores

OPERANDO EM UM SETOR DE RÁPIDO CRESCIMENTO...

MERCADO *FITNESS* NA AMÉRICA LATINA

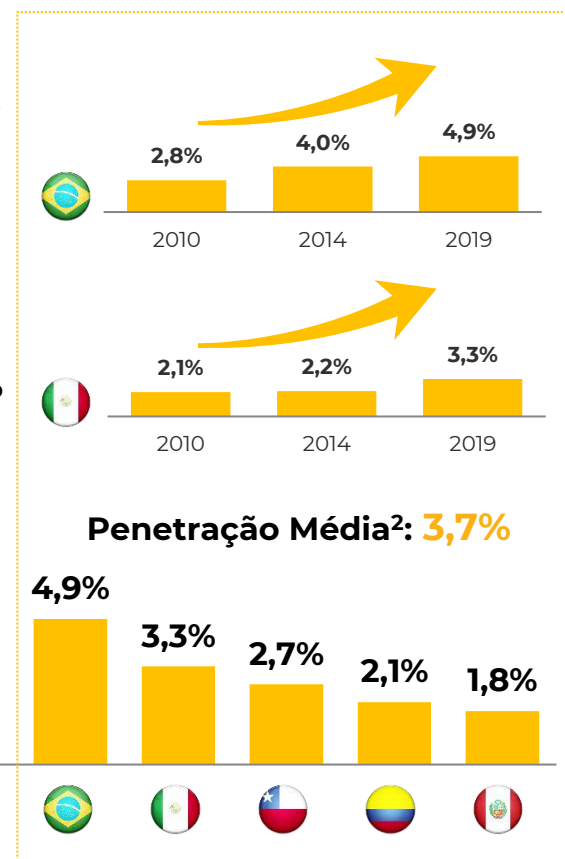
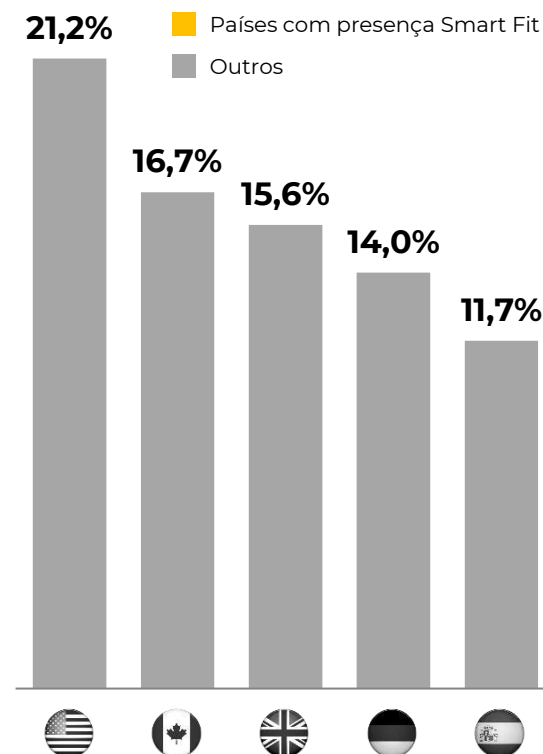
Número de clientes (MM)



...EM UMA REGIÃO BASTANTE INEXPLORADA

PENETRAÇÃO POR PAÍS

Penetração (%) – 2019





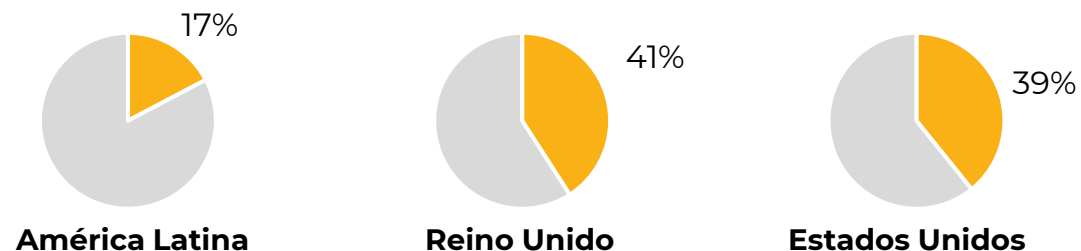
BENEFICIANDO-SE DE UM MERCADO ALTAMENTE FRAGMENTADO

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

UM MERCADO ALTAMENTE FRAGMENTADO...

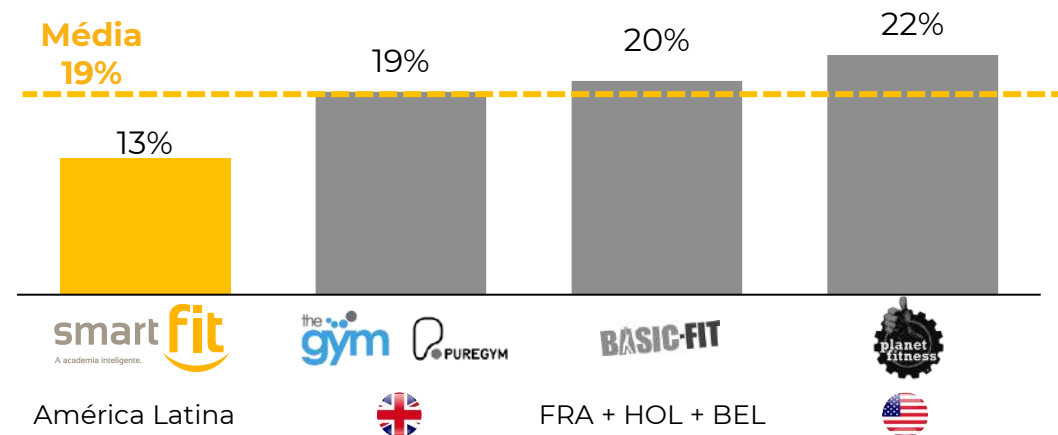
PARTICIPAÇÃO DAS TOP 5 ACADEMIAS

em # de membros – 2019 (%)



PARTICIPAÇÃO DOS PRINCIPAIS PLAYERS

em # de membros – 2019 (%)

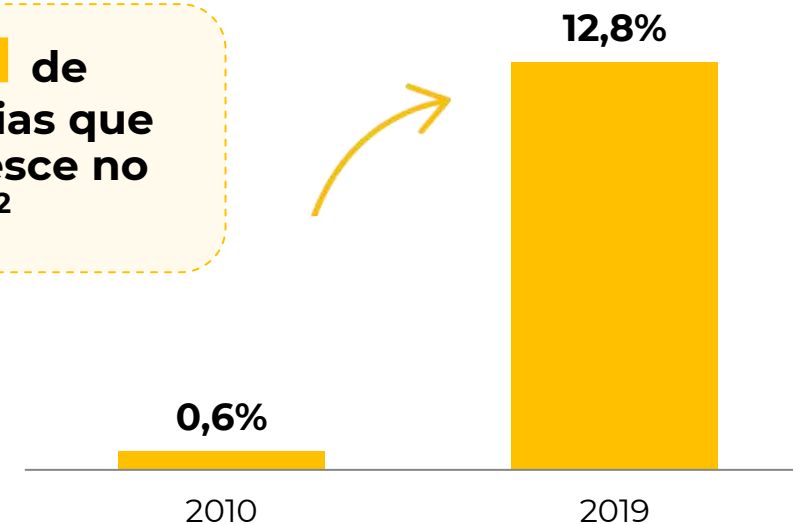


... PARA CONSOLIDAR NOSSA POSIÇÃO DE LIDERANÇA

MARKET SHARE DE MEMBROS EM ACADEMIAS NA AMÉRICA LATINA

membros ('000)

Rede **#1** de academias que mais cresce no mundo^{1,2}



smart fit
A academia inteligente.

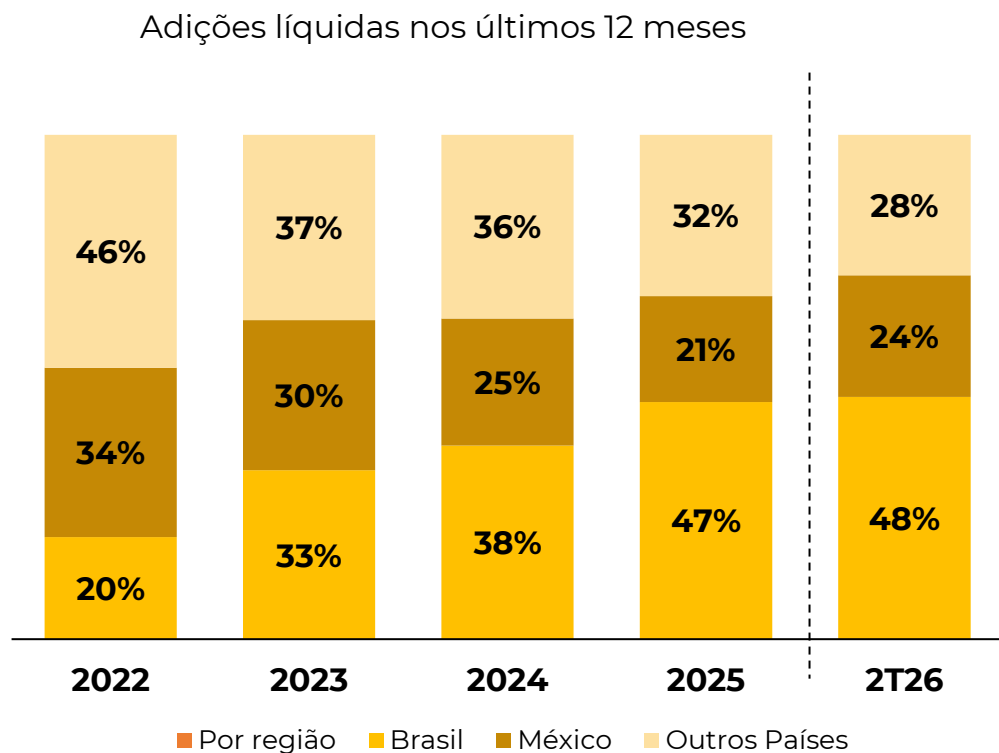
Mercado LatAm

66
11.300

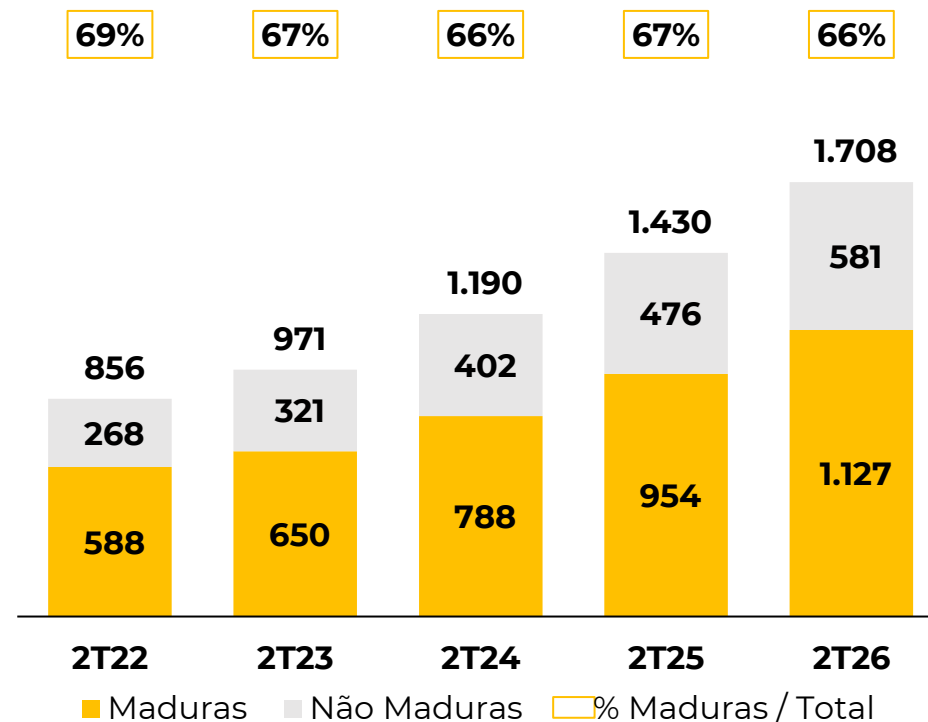
2.670
20.800



DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA (% de academias)



COMPOSIÇÃO SMART FIT PRÓPRIAS POR AGING





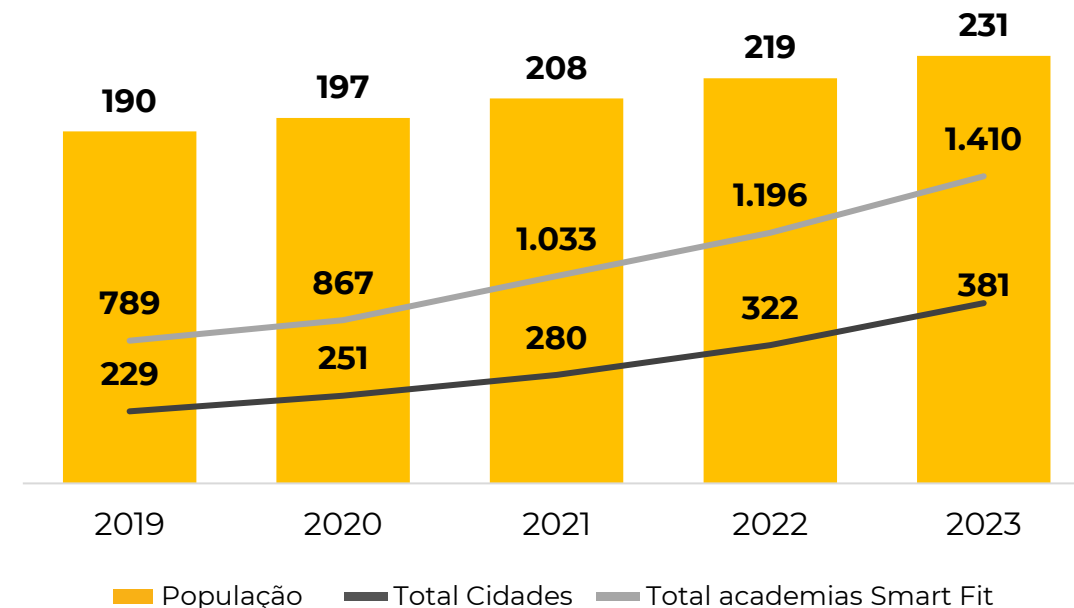
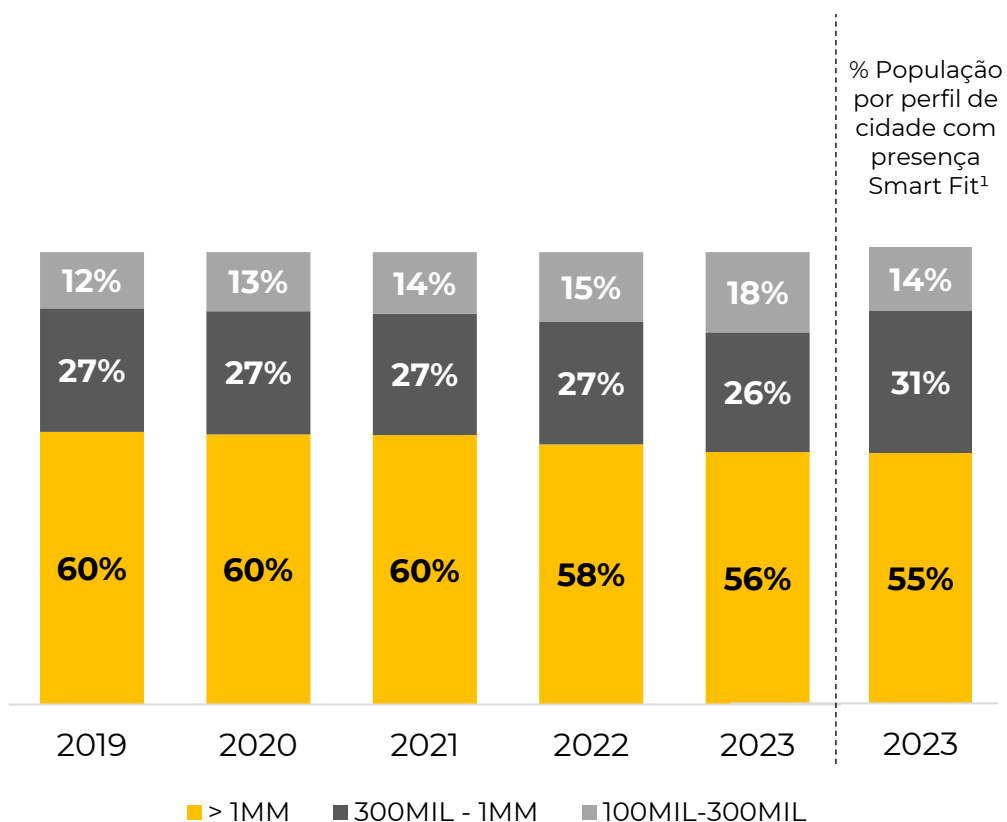
REDE CAPILARIZADA COM POTENCIAL DE CRESCIMENTO



Captura de oportunidades de crescimento em diferentes perfis de cidade

REDE DE ACADEMIAS POR PERFIL DE CIDADE (%)

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



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

 musculação

02

MODELO DE NEGÓCIOS ÚNICO
COM EXECUÇÃO E CULTURA DE INOVAÇÃO
SUPERIORES



PLANOS REFORÇAM PROPOSTA DE VALOR ÚNICA

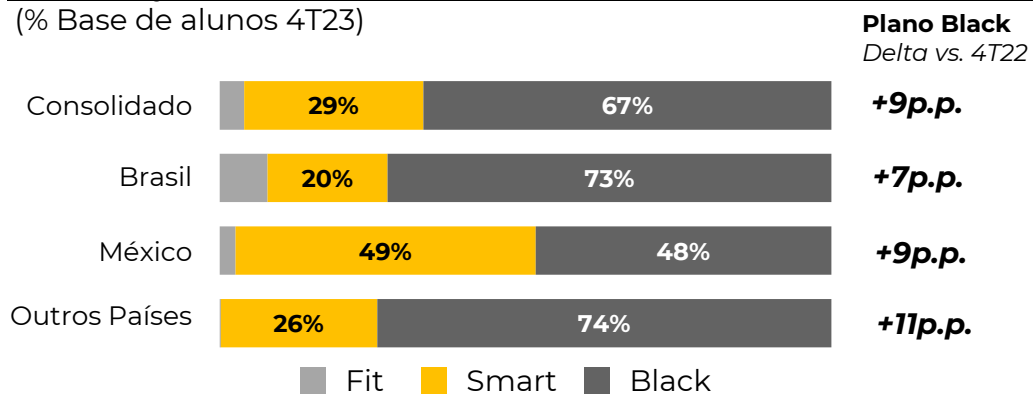
Benefício do efeito rede como importante atrativo para os clientes do Plano Black

		Single-Club	Multi-Club
Permanência mínima¹	Com	Plano FIT Pague menos para treinar na sua unidade R\$99 - R\$129	<i>O mais vantajoso</i> Plano BLACK Acesso a todas as academias da rede e outros benefícios R\$ 139
	Sem	Plano SMART Treine na sua unidade, sem taxa de cancelamento R\$119 - R\$159	 OFERTA DE PLANOS POTENCIALIZA VANTAGEM COMPETITIVA

Mensalidade⁴

Penetração dos planos por regiões²

(% Base de alunos 4T23)



PLANO BLACK: OFERTA ÚNICA COM ATRIBUTOS DIFERENCIADOS



~50% da base³ em 2023 (vs. 38% em 2019) utilizou o benefício **Multi-Club** em um intervalo de 1 mês

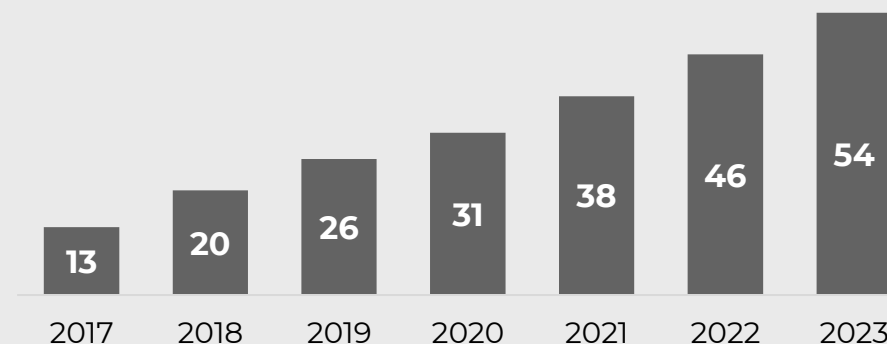


Efeito rede como diferencial competitivo, potencializando a proposta de valor do Plano Black



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

Evolução de cidades com 5 ou mais academias Smart Fit



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



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



CONVENIÊNCIA PARA OS MEMBROS



- Maior rede da América Latina com alcance mais extenso: **2.126 academias¹** em 16 países²
- Academias estrategicamente localizadas perto de membros potenciais



MODERNAS INSTALAÇÕES & EQUIPAMENTOS



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



SERVIÇO AO CLIENTE SUPERIOR



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



OMNISCANAL FITNESS DIGITAL



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

MENSALIDADE COM PREÇOS ATRATIVOS E PROPOSTA DE VALOR DIFERENCIADA

Mensalidade de US\$15-30

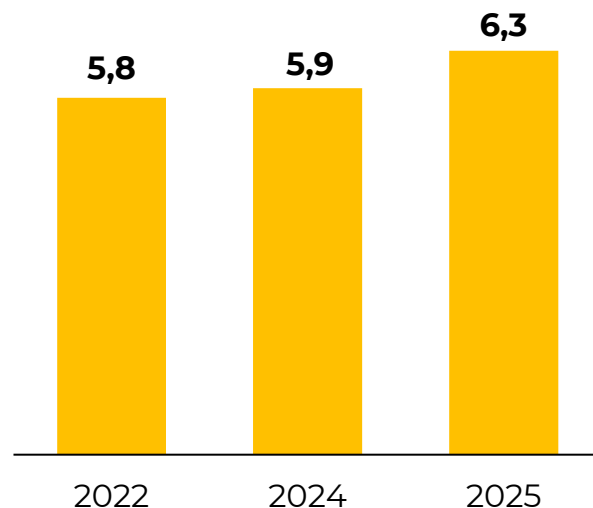


EFICIÊNCIA COMO PILAR PARA EXPANSÃO

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

Eficiência no Capex, preservando experiência diferenciada

Evolução CAPEX/Unidade (R\$ M)



Evolução Inflação (2022 até out/24)

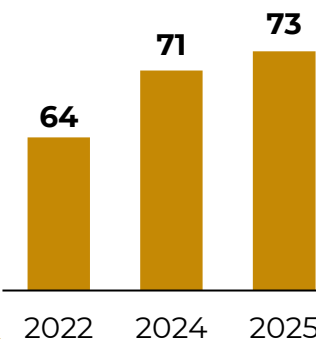
9%	9%	15%
Brasil	México	Colômbia

Sendo, aproximadamente:

70%: Obra civil, adequações estruturais e design

30%: Equipamentos de musculação, cardio e peso livre

Evolução NPS (Net Promoter Score)



Principais pilares estratégicos para expansão

Garantem a experiência premium, com eficiência no processo



Sofisticado processo de seleção de ponto comercial

Wishlist pautada em dados e intensa análise local



Layout eficiente e funcional

Alta produtividade por m², garantindo otimização de capex e experiência fluida



Equipamentos com alta qualidade

Durabilidade garante performance com alta disponibilidade para uso durante os treinos



Arquitetura moderna

Inovação com *design* moderno e sofisticado



Sólida governança e time com extenso know-how

Processo estruturado e maduro na abertura e operação de academias



SMART FIT MÉXICO: ESCALA, RENTABILIDADE E LIDERANÇA

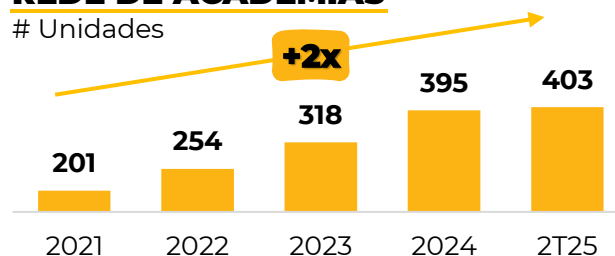
Com 15 anos de atuação, a Smart Fit possui liderança absoluta no México, o 2º maior mercado Latam

PILARES ESTRATÉGICOS QUE IMPULSIONARAM EXPANSÃO SUSTENTÁVEL E ESCALÁVEL

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

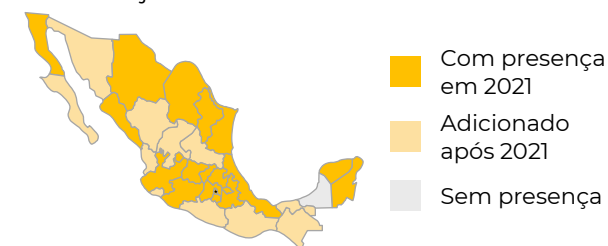
REDE DE ACADEMIAS

Unidades



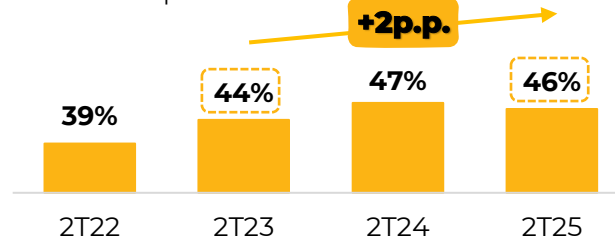
PRESENÇA GEOGRÁFICA

Data base: junho de 2025



MARGEM BRUTA CAIXA

% Receita Líquida



EVOLUÇÃO CONTÍNUA DOS PILARES ESTRATÉGICOS



FORTALECIMENTO DA ESTRUTURA DE PESSOAL E GESTÃO

Desenvolvimento da estrutura com gestão focada por todo território



EVOLUÇÃO DA ESTRATÉGIA DE MARKETING E VENDAS

Campanhas mais assertivas nos planos com maior *lifetime value*



OTIMIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS

Maior produtividade do capex de expansão por m², mantendo a experiência do cliente



MELHORIAS CONTÍNUAS DE PRODUTO

Aumento da oferta de equipamentos de peso livre e força



ALTO POTENCIAL DE CRESCIMENTO

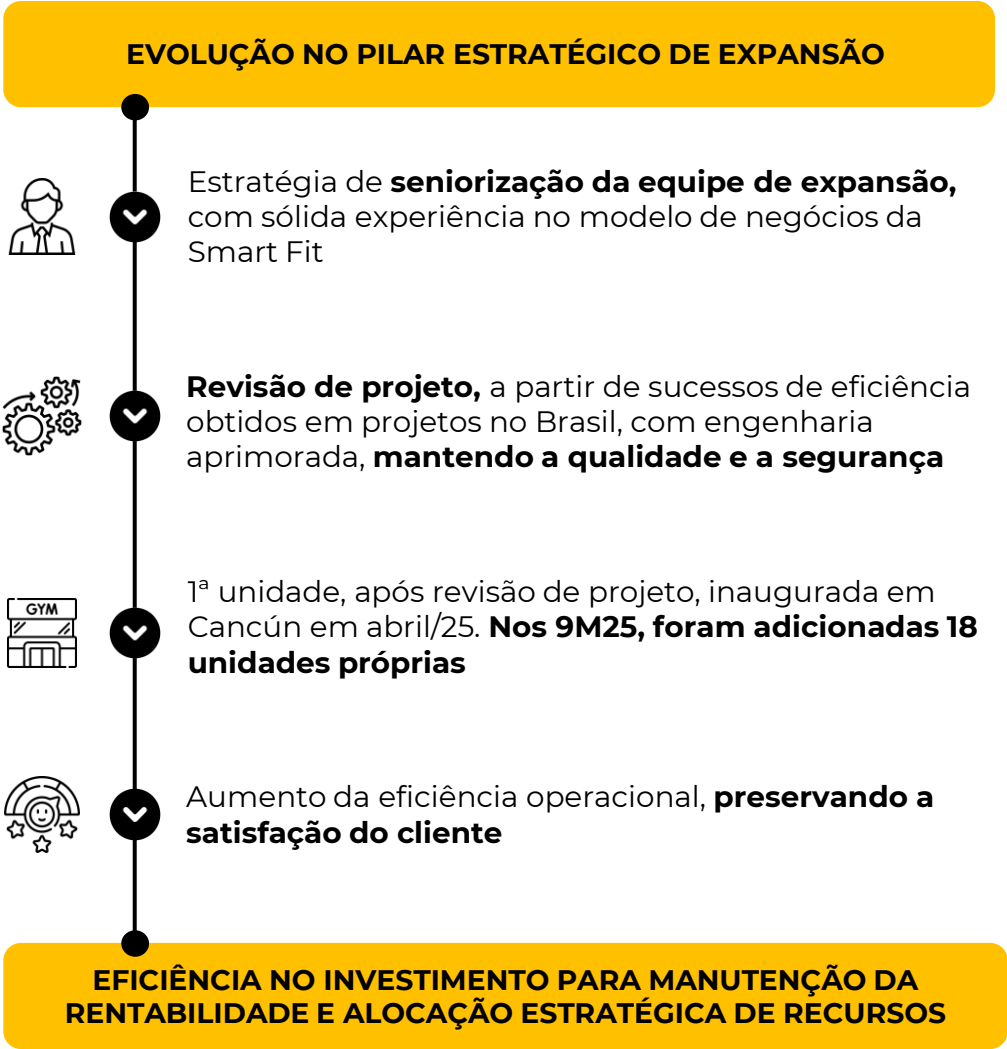
Iniciativas em curso contribuem para manutenção da expansão sustentável, reforçando a liderança no México



CAPEX MÉXICO: OTIMIZAÇÃO DE INVESTIMENTOS



Maior produtividade do capex de expansão por m², mantendo a experiência do cliente



Maior eficiência no investimento por m²



Com alto nível de satisfação do cliente

Redução de ~20%¹

NPS em linha com o histórico

CAPEX OTIMIZADO, MANTENDO O PADRÃO EM ACADEMIAS

FACHADA



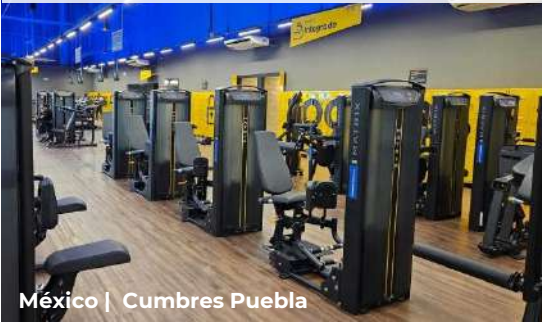
México | Mazatlán

ÁREA DE CÁRDIO



México | Saltillo

ÁREA DE MUSCULAÇÃO



México | Cumbres Puebla

ÁREA DE PESO LIVRE



México | Cancún

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



MELHORIAS CONSTANTES NO PRODUTO

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

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



Musculação para garantir saúde, bem-estar físico e mental

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

Mudança comportamental, independente do gênero e da idade

AUMENTO DA OFERTA DE EXERCÍCIOS DE FORÇA



- ✓ Programa para ampliar a oferta de exercícios de força, com adição de equipamentos;
- ✓ Início em 2023, contemplando centenas de unidades – principalmente no Brasil. *Pipeline* de 2024 já em implementação;
- ✓ Investimento de R\$43,4 milhões nos últimos 12 meses, compondo o montante do CAPEX de manutenção, que representou 6,1% da receita bruta das academias Smart Fit maduras.



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



PROCESSO DISCIPLINADO DE SELEÇÃO DE NOVAS LOCALIZAÇÕES, POTENCIALIZANDO OS RESULTADOS

Estratégia

Cidade

Principalmente áreas metropolitanas de cidades com mais de 100 mil habitantes

Bairro

Alta renda per capita e densidade

Estratégia de Clusters

Estratégia para dominar um bairro

Crítérios de Avaliação

Aspectos de Mercado

Socio-demográficos

Aspectos Técnicos no Nível de Cada Propriedade

Regulatórios

+

Processo Estruturado



Experiencia adquirida com a abertura de +2.170 unidades¹



Equipe multidisciplinar de +150 pessoas em todos países



Reputação forte, trazendo os melhores leads



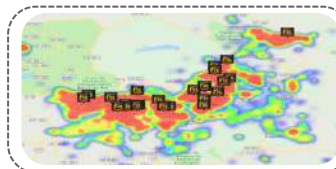
Fluxo consistente de leads imobiliários suportado por forte relacionamento com proprietários

Ferramentas

Geofusion



Mapa de Calor da Base de Membros



+

Relacionamento de longa data com marcas traz localizações melhores e únicas



ALLOS

cencosud

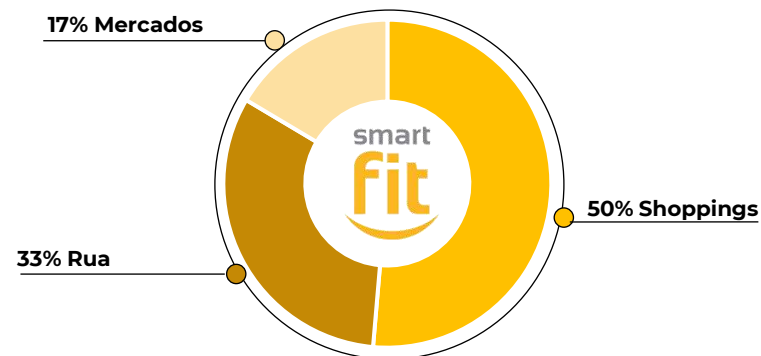
plaza^{vea}

Walmart



Multiplan

Breakdown de academias por tipo de imóvel² (Unidades Smart Fit)



(1) Considera todas as academias da Companhia (não considera Studios);
(2) Em 30 de junho de 2026;

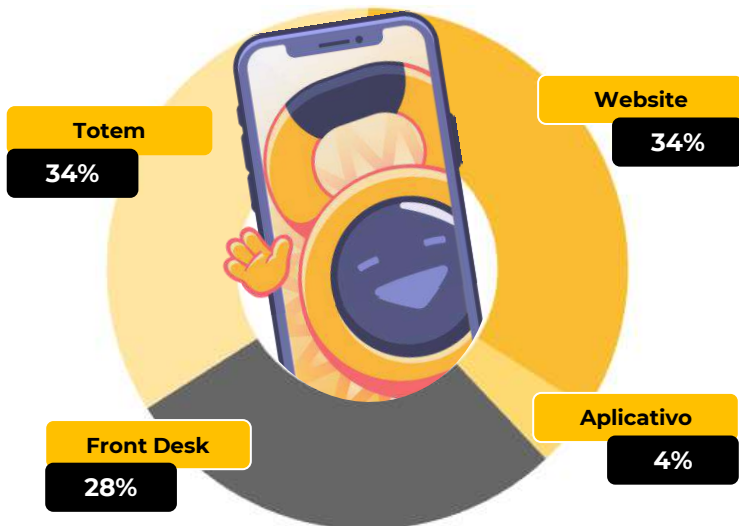


72% DAS VENDAS ATRAVÉS DE CANAIS DIGITAIS

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

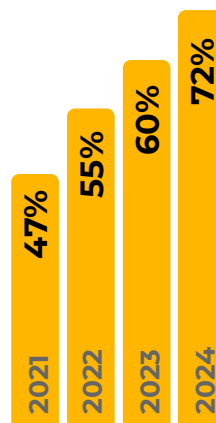
Mix de canais

% de vendas por canal em Dez/2024



Penetração dos canais digitais nas vendas

% canais digitais no total de vendas

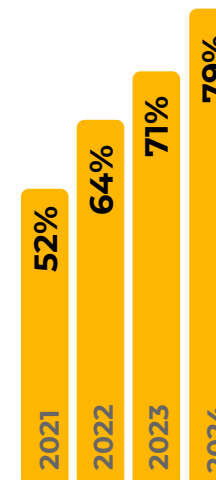


Aplicativo

Vendas via aplicativo já estão disponíveis para todos os países

Transações digitais

% das operações financeiras e operacionais feitas via canais digitais



+22,0M

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

Maior eficiência operacional

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

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

Maior produtividade CAC

Alavanca de eficiência nos investimentos para aquisição de clientes

Entregas



Personal Trainer Marketplace

Disponibilizamos um marketplace de pessoais no aplicativo

Por vir em 2025



Social Perfil do Aluno e Amigos

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

FOCO NO CLIENTE

AUTOMAÇÃO
DOS PROCESSOS



SISTEMA DE
MONITORAMENTO
DE NPS



Times dedicados a
reduzir processos
administrativos

**SATISFAÇÃO DO
CLIENTE COMO
PRINCIPAL KPI**

TREINAMENTO

PROTOCOLOS



UNIVERSIDADE
SMART FIT



Equipe especializada
focada na difusão do
conhecimento

**ESCALABILIDADE,
PRÁTICAS
PADRONIZADAS**

ENGAJAMENTO DA EQUIPE

OBJETIVOS
CLAROS



AUTONOMIA



PLANO DE
CARREIRA



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

**EQUIPE ALTAMENTE
MOTIVADA**

CULTURA FOCADA NO CLIENTE

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

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

Reader's
Digest

veja São Paulo

AMANHÃ

veja Rio

KANTAR BRANDZ

ReclameAQUI

A TRIBUNA

O GLOBO

Valor
ECONÔMICO



MARCAS DOS CARIOCAS

MARCA MAIS LEMBRADA
O GLOBO 2023 e 2024

OS MAIS AMADOS DE SÃO PAULO

ACADEMIA MAIS QUERIDA DOS
CONSUMIDORES
VEJA SÃO PAULO 2023 e 2024

PRÊMIO TOP OF MIND

ACADEMIA MAIS LEMBRADA
PELOS CONSUMIDORES
A TRIBUNA 2023

TOP OF MIND E LOVE BRANDS

ACADEMIA MAIS LEMBRADA
DE PORTO ALEGRE
GRUPO AMANHÃ 2024

MELHOR DE SÃO PAULO

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

TIKTOK AWARDS

MELHOR TRABALHO COMO
CREATOR

A MARCA MAIS CONFIÁVEL DO MÉXICO

ACADEMIA MAIS CONFIÁVEL
THE READER'S DIGEST 2023

OS MAIS AMADOS DO RIO DE JANEIRO

ACADEMIA MAIS AMADA
DO RIO DE JANEIRO
VEJA RIO 2024

RECLAME AQUI 2023

MELHORES EMPRESAS
PARA O CONSUMIDOR
PORTAL RECLAME AQUI
2023 e 2024

MARCAS MAIS VALIOSAS

33º LUGAR NO SEGMENTO
DE LAZER NO RANKING
KANTAR BRANDZ

AS 100 EMPRESAS MAIS INFLUENTES DO BRASIL

DA REVISTA VEJA 2024

SHARE OF MIND

MARCA MAIS LEMBRADA
O POPULAR 2023

TOP DE MARCAS 2024

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

VALOR 1000

VENCEDORA DA
CATEGORIA SERVIÇOS
ESPECIALIZADOS
VALOR ECONÔMICO 2024

MELHOR ACADEMIA NO MÉXICO

CENTRO ESPORTIVO
BIEN PRÊMIOS 2022

TOP DE MARCAS 2025

VENCEDORA DA
CATEGORIA TOP SAÚDE /
ACADEMIA DE GINÁSTICA
TOP DE MARCAS 2025





MODELO DE ASSINATURA DIGITAL

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



Smart Fit Nutri
Saúde e Dieta

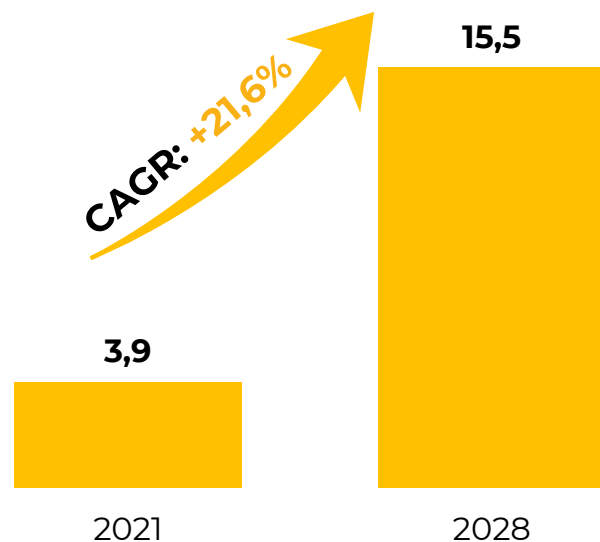


★★★★★⁽¹⁾ 14 mil

APLICATIVOS DE SAÚDE E FITNESS SÃO UM MERCADO DE ALTO CRESCIMENTO

MERCADO GLOBAL DE APLICATIVOS DE SAÚDE E FITNESS

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



Fonte: Grand View Research
(1) Maio de 2024

CRESCIMENTO



Conselhos e
planos de
refeição
personalizados
no aplicativo

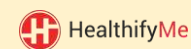
Consulta **online**
com
nutricionista
através do nosso
marketplace

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

PLAYERS INTERNACIONAIS SIMILARES



noom



smart **fit** coach

Programas de
treinamento
personalizados



OUTRAS OPORTUNIDADES EM GRANDES MERCADOS



Saúde



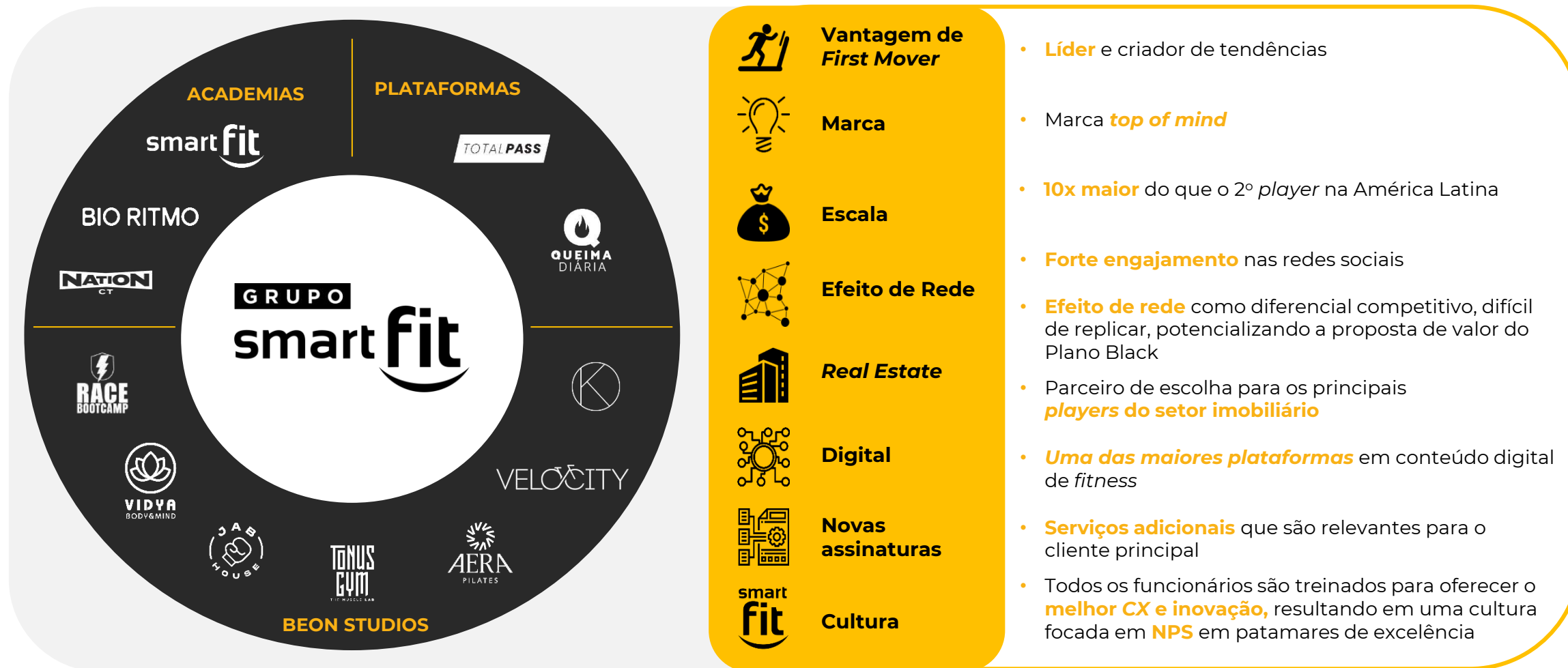
Fitness



Bem estar



NOSSAS CAPACIDADES CRIAM DIFERENCIAIS COMPETITIVOS SIGNIFICATIVOS



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

03

SÓLIDO HISTÓRICO FINANCEIRO
COMBINANDO ALTO CRESCIMENTO E *UNIT*
ECONOMICS ATRATIVO

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



SÓLIDO CRESCIMENTO DE 19% DA REDE DE ACADEMIAS VS. 2T25, COM **RECORDE DE 352 ACADEMIAS ADICIONADAS LTM**, TOTALIZANDO **2.170 UNIDADES** EM 16 PAÍSES NO 2T26



RECEITA LÍQUIDA DE R\$2,2 BI NO 2T26, SÓLIDO CRESCIMENTO DE **22% VS. 2T25 E 4% VS. 1T26**



LUCRO BRUTO CAIXA¹ DE R\$1,1 BI NO 2T26, CRESCIMENTO DE **24% VS. 2T25**, COM **MARGEM BRUTA CAIXA RECORDE DE 51,9%**, UMA **EXPANSÃO DE 1,1p.p. VS. 2T25**



EBITDA RECORDE¹ DE R\$712 M NO 2T26 COM **FORTE CRESCIMENTO DE 24% VS. 2T25 E MARGEM DE 32,7%**, **EXPANSÃO DE 0,5p.p. VS. 2T25**

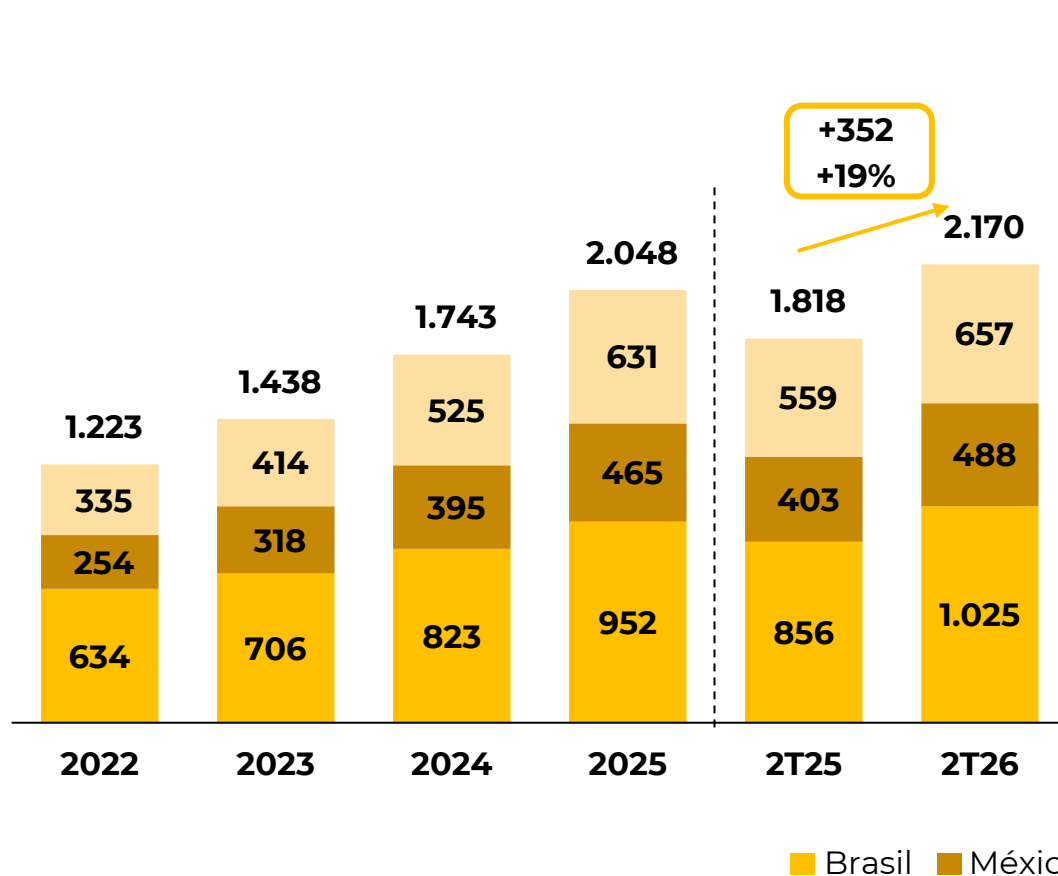


CRESCIMENTO DE 8% DO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE², **TOTALIZANDO R\$204 M NO 2T26**, COM **MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE DE 9,4%**

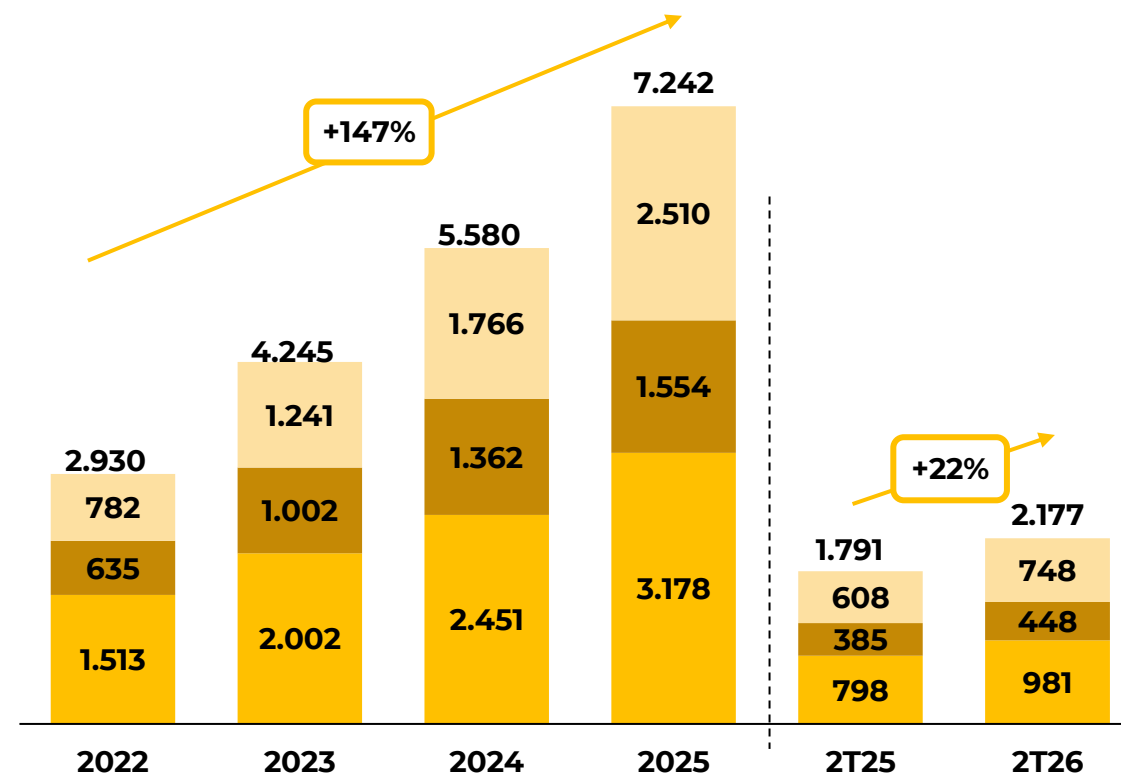


HISTÓRICO DE CRESCIMENTO COMPROVADO

NÚMERO DE ACADEMIAS (#)



RECEITA LÍQUIDA (R\$ MM)¹



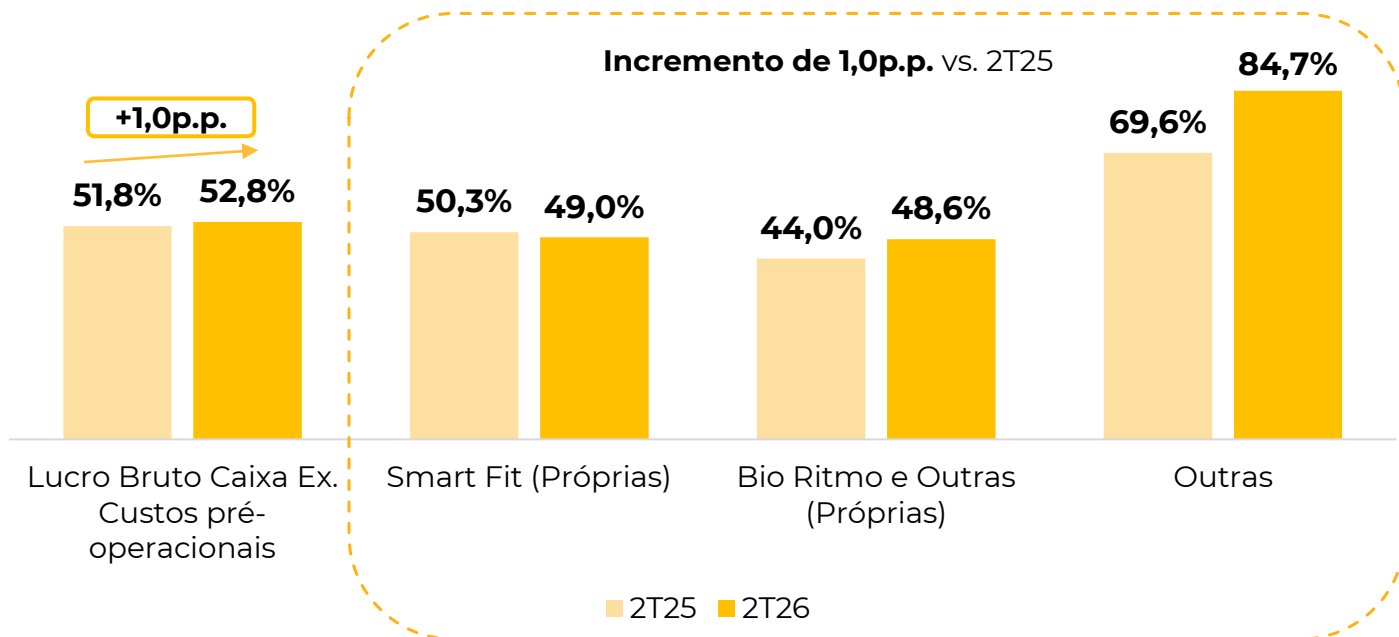
(1) As receitas provenientes dos agregadores do México são consolidadas nos resultados do Brasil, incorporando a FitMaster a partir do 2T25 e o TotalPass a partir do 1T26.



MARGEM BRUTA CAIXA ANTES DOS CUSTOS PRÉ-OPERACIONAIS

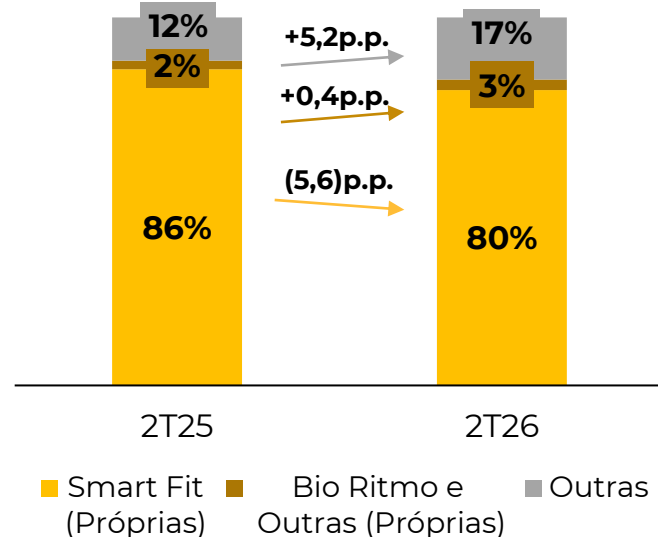
BREAKDOWN MARGEM BRUTA CAIXA ANTES DOS CUSTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Por segmento | 2T26 vs. 2T25 (%)



LUCRO BRUTO CAIXA ANTES DOS CUSTOS PRÉ-OP

Por Segmento (%) e variação vs. 2T25 (p.p.)



- No 2T26, a **margem bruta antes dos custos pré-operacionais da Companhia** expandiu **1,0p.p.** vs. 2T25, atingindo **52,8%**
- **Segmento “Outras”** manteve o patamar de margem superior aos demais segmentos da Companhia, encerrando o período em **84,7%** (**15,1p.p.** vs. em 2T25).
- **Efeito positivo na margem bruta devido ao ganho de representatividade de “Outras”,** representando **17%** do lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais em 2T26 (**vs. 12% em 2T25**)

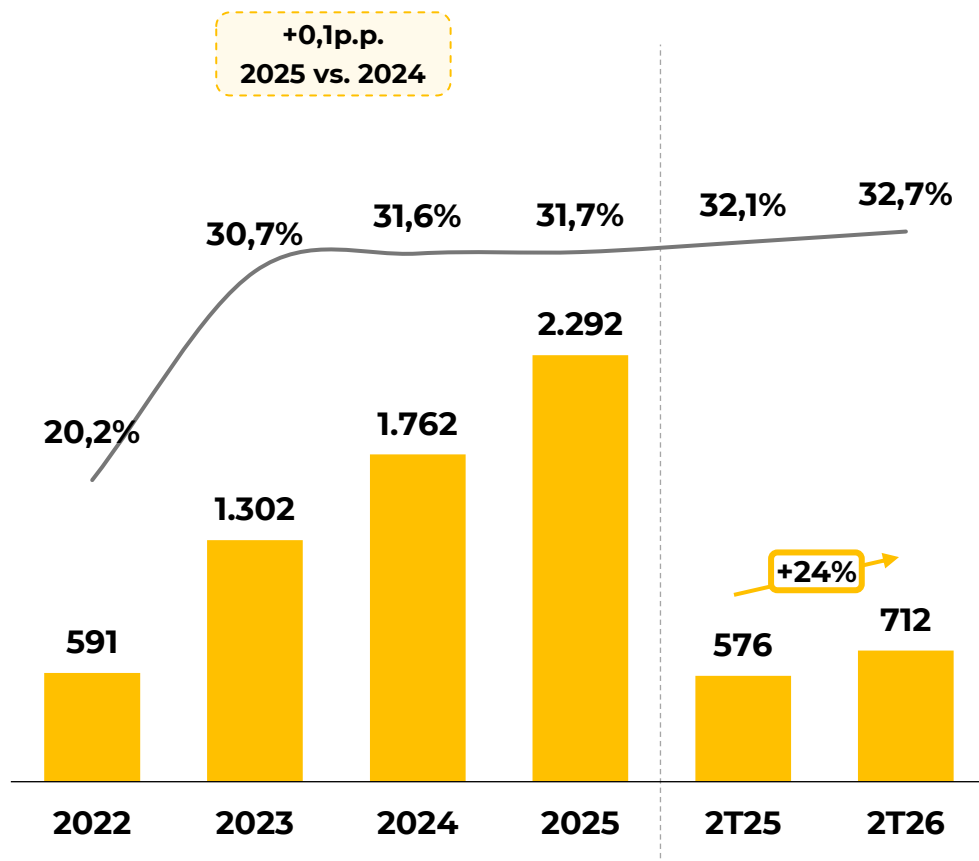
Nota: Custos pré-operacionais são aqueles relacionados à abertura de novas unidades

“Bio Ritmo e outras” inclui as operações da Bio Ritmo e Nation. “Outras” inclui royalties recebidos de franquias no Brasil e internacionais (exceto México) e a receita de outras marcas operadas pela Companhia no Brasil, incluindo TotalPass, Queima Diária e Studios e no México, TotalPass e Fitmaster.

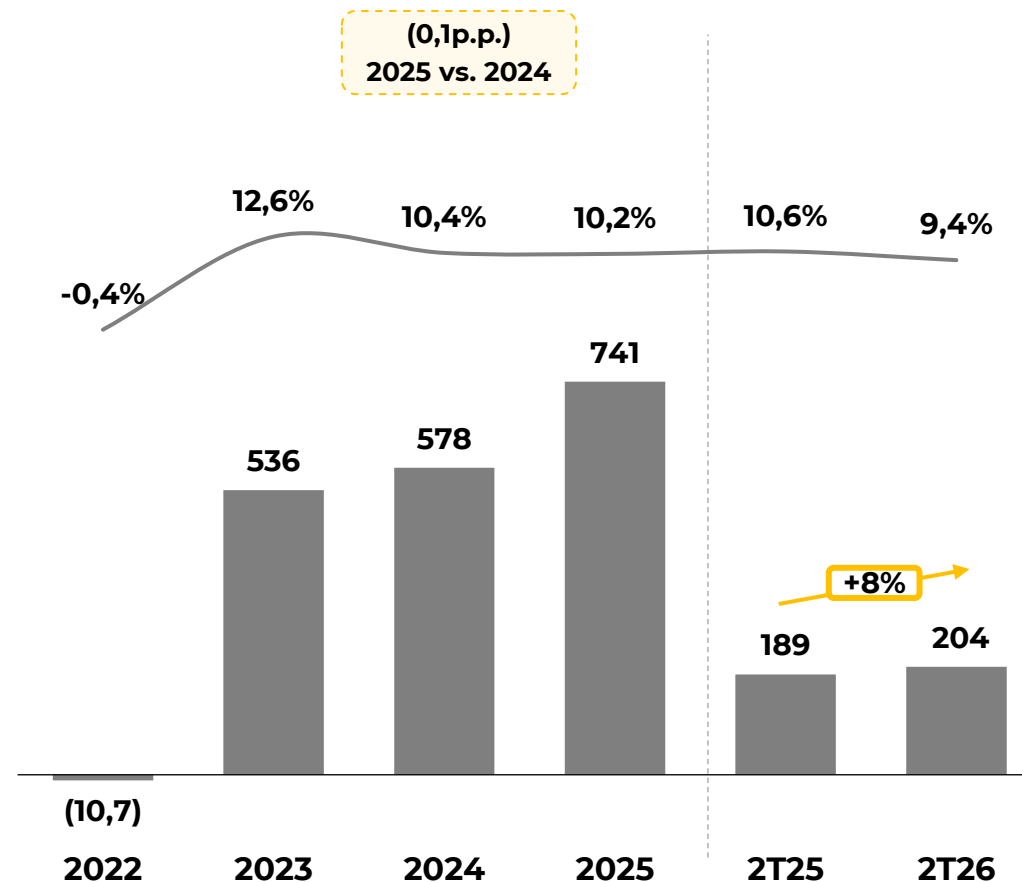


EBITDA ACUMULADO DOS ÚLTIMOS 12 MESES ATINGINDO PATAMAR RECORDE DE R\$2,6 BI

EBITDA AJ.¹ & MARGEM EBITDA AJ. (R\$ MM & %)



LUCRO LÍQUIDO & MARGEM LÍQUIDA RECORRENTES² (R\$ MM & %)



(1) Exclui o efeito positivo de R\$ 176,6 milhões registrado no 2T23 referente à reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, em decorrência da aquisição do controle dessa operação, de acordo com as normas contábeis vigentes no período.

(2) O "Lucro (Prejuízo) Líquido Recorrente" exclui os impactos relacionados a (i) reavaliação da participação existente de 50% nas operações do Panamá e da Costa Rica; e (ii) despesas financeiras não recorrentes no 2T24 de R\$ 22,1 milhões, líquidas de Imposto de Renda/CSLL, relacionadas ao resgate antecipado da 6ª emissão de debêntures e R\$ 5,3 milhões no 3T24 relativas ao resgate antecipado da 5ª emissão, em conjunto com outras iniciativas de gestão de passivos. Para uma melhor análise do nosso desempenho operacional, todos os indicadores excluem os efeitos da IFRS 16 relacionados aos arrendamentos comerciais de academias e escritórios. O "Lucro (Prejuízo) Líquido Recorrente" exclui impactos não recorrentes relacionados a aquisições, principalmente a remensuração das participações societárias da Companhia nas operações da FitMaster, Panamá/Costa Rica e Velocity, bem como outras aquisições, além de despesas financeiras não recorrentes de R\$ 21,1 milhões no 2T26, líquidas de imposto de renda e contribuição social, relativas ao resgate antecipado da 7ª emissão de debêntures (1ª série) e da 9ª emissão de debêntures, juntamente com outras iniciativas de gestão de passivos.

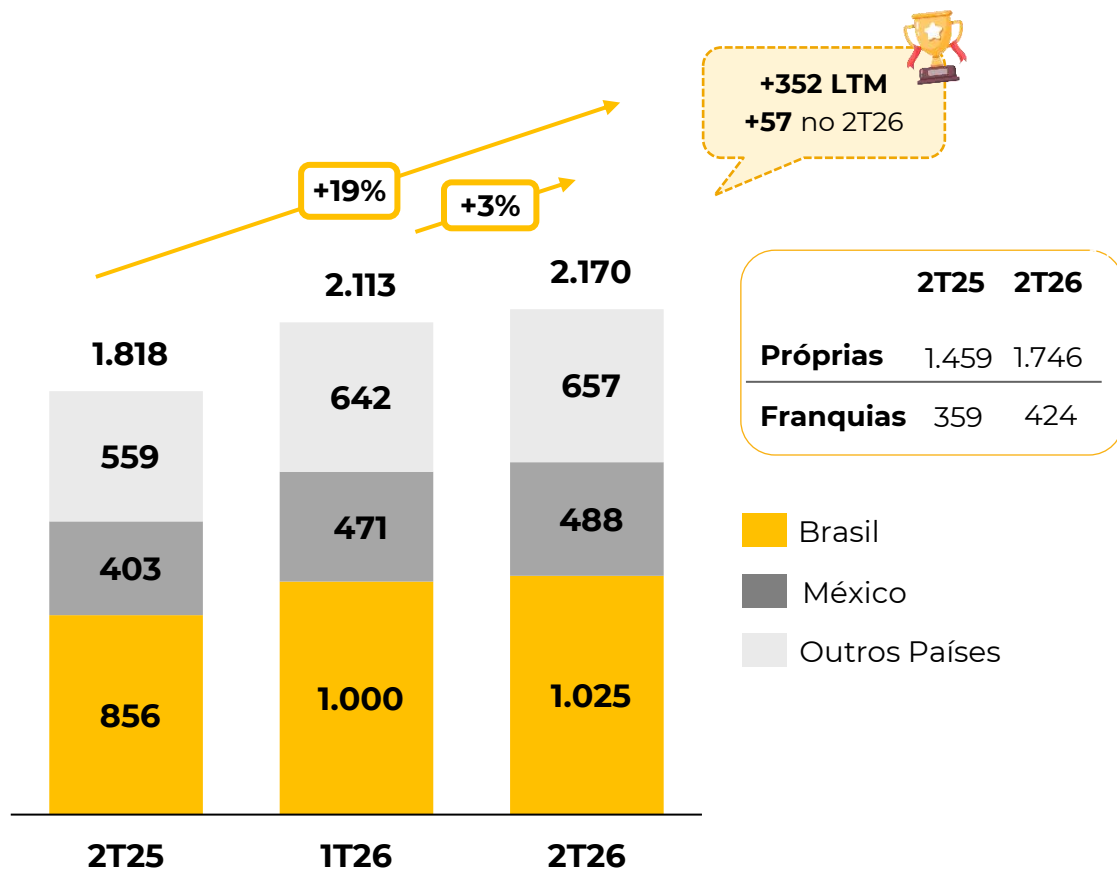


DISCIPLINA PARA EXPANSÃO BASEADA EM RESULTADO

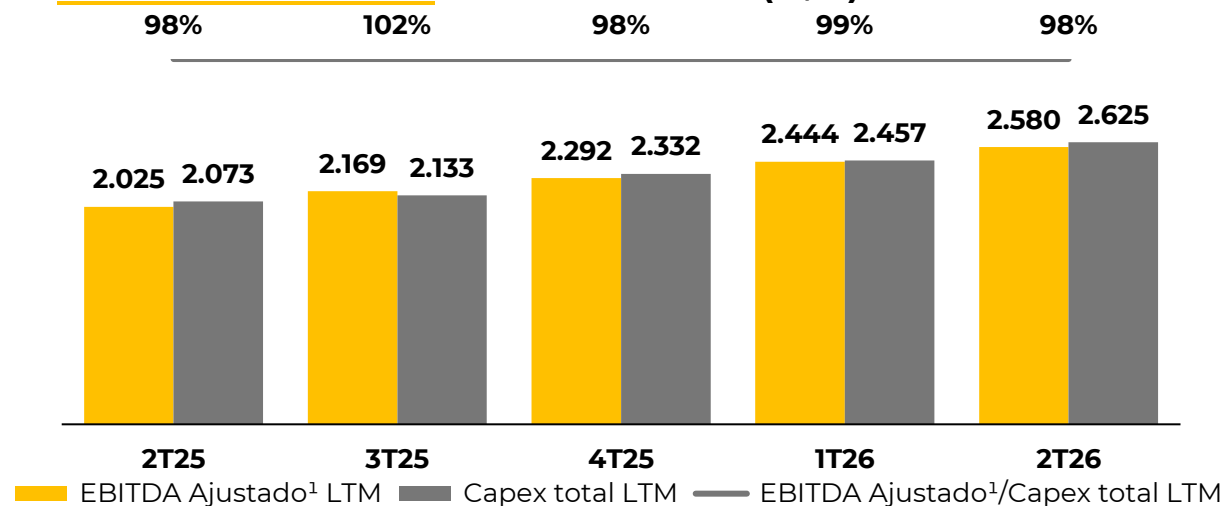


Adição de 352 academias nos últimos 12 meses, atingindo 2.170 unidades (+19% vs. 2T25)

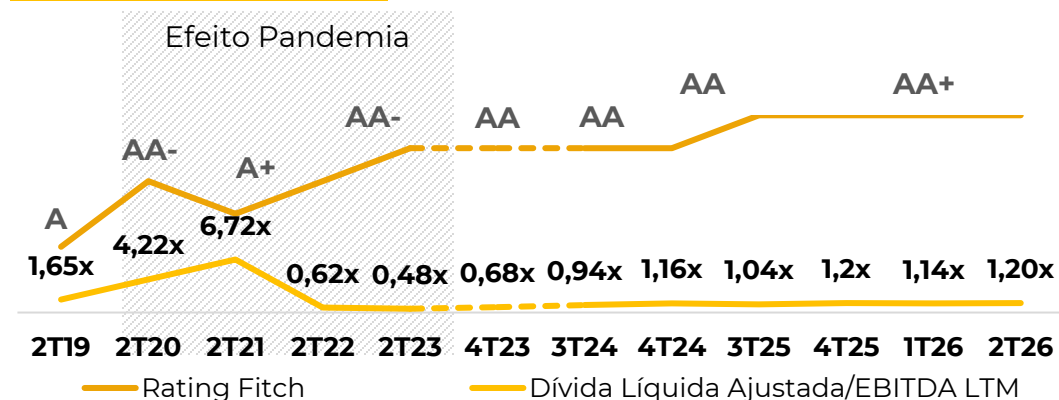
EVOLUÇÃO NÚMERO DE ACADEMIAS



EBITDA AJUSTADO¹ E CAPEX TOTAL LTM (R\$M)



EVOLUÇÃO DO RATING E DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA/EBITDA LTM²



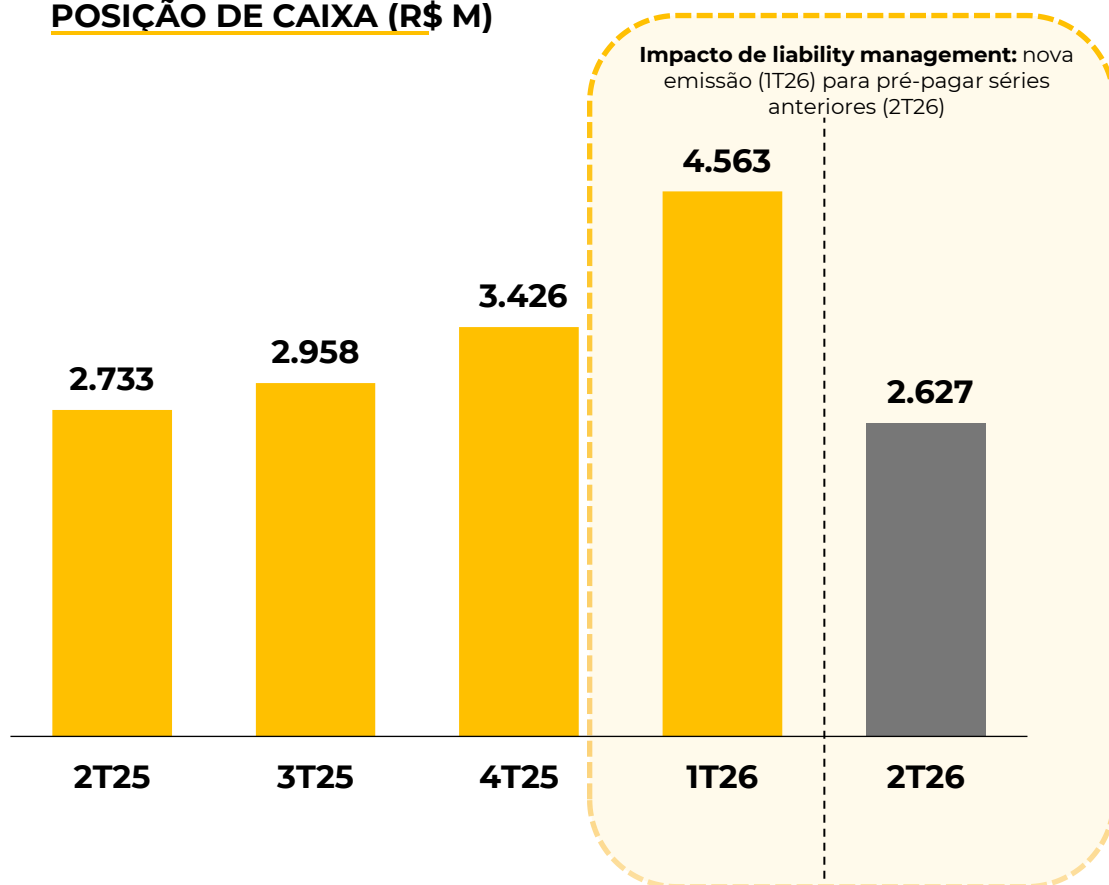
(1) Exclui (i) o impacto da IFRS 16 (ii) ganho de R\$ 176,6 milhões no 2T23 obtido com a reavaliação da participação de 50% existente no Panamá (2) O indicador "Dívida Líquida Ajustada/EBITDA LTM" utiliza a definição de dívida líquida e EBITDA das debêntures da Companhia; Documento Gerencial da Devedora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



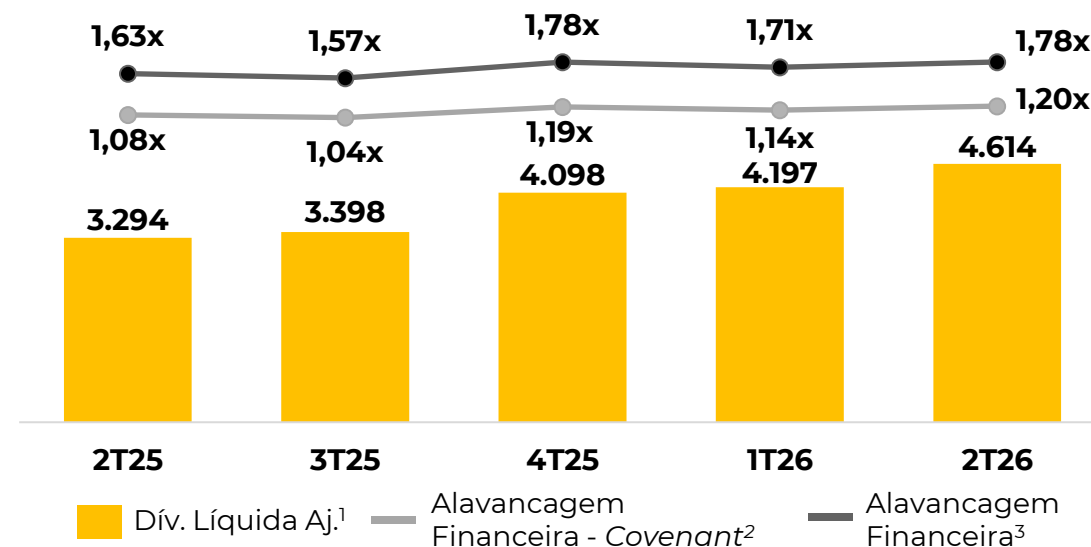
SÓLIDA POSIÇÃO DE CAIXA DE R\$ 2,6 BI E PERFIL DE ENDIVIDAMENTO DE LONGO PRAZO

Posição financeira única no setor

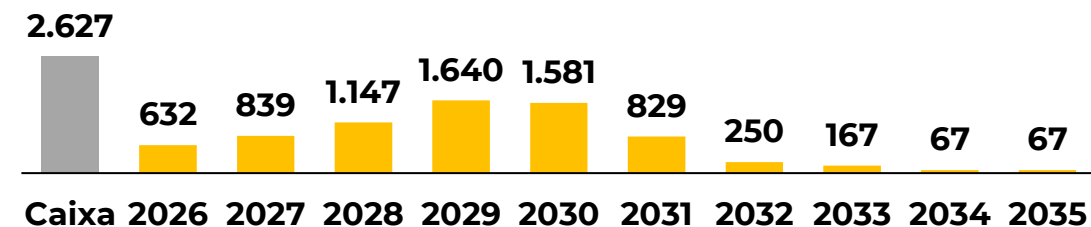
POSIÇÃO DE CAIXA (R\$ M)



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



FLUXO DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA BRUTA⁴ (R\$M)



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

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

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

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

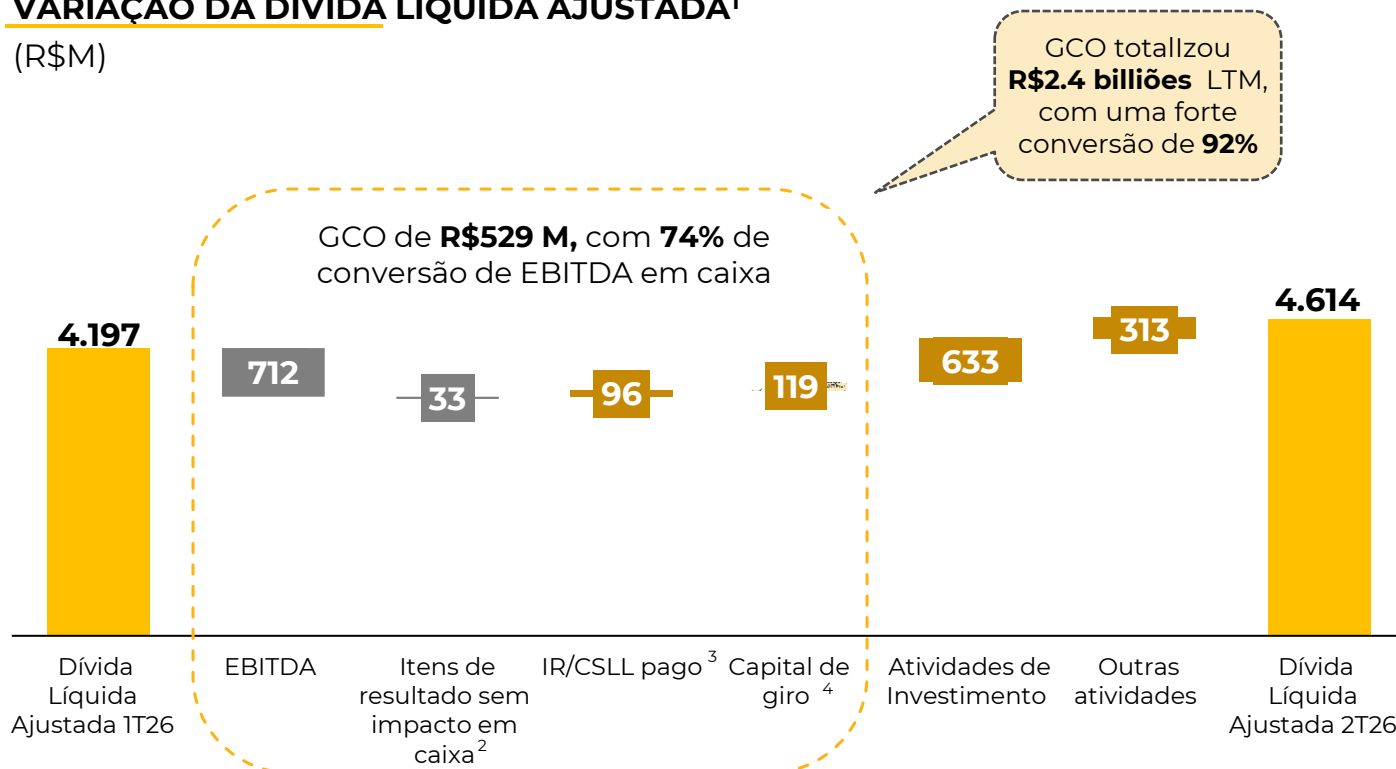


VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA E CAPEX

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

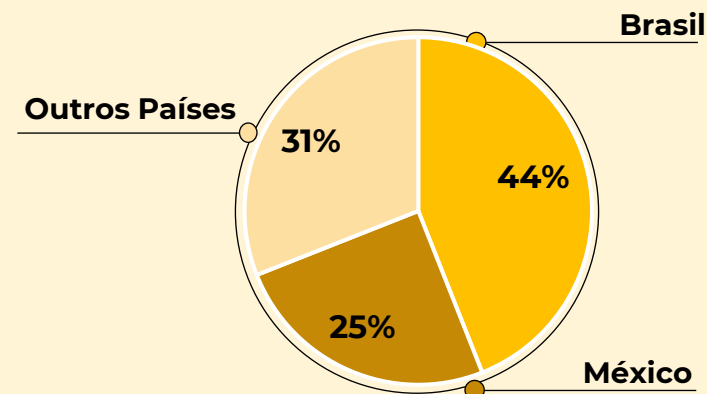
VARIAÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA AJUSTADA¹

(R\$M)



DÍVIDA LÍQUIDA POR REGIÃO

(%)



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

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

04

CRIAÇÃO DE VALOR

**OPORTUNIDADES SIGNIFICATIVAS DE
CRESCIMENTO**



INICIATIVAS AMBIENTAIS E PARCERIA PARA AMPLIAÇÃO DE ENERGIA RENOVÁVEL



608 UNIDADES

+84% vs. 2024

Com Sistema de Automação de Ar Condicionado

Sendo 249 unidades no Brasil e 359 no México, Colômbia e Peru, com maior eficiência energética.



428 UNIDADES

+95% vs. 2024

Operando com Energia Renovável no Brasil

370 unidades no Brasil, 52 no México e 6 na Colômbia, com redução no custo por kWh consumido.



782 UNIDADES

Monitoramento Online do Consumo de Água no Brasil e México

509 unidades no Brasil e 273 no México, com monitoramento do consumo em tempo real e maior controle sobre ineficiências.





DESTAQUES ESG

Pilar social e iniciativas de governança



DESTAQUES SOCIAIS

- ✓ Alocação eficiente de **R\$ 2,1 milhões** para **22 projetos de incentivo ao esporte e à cultura no Brasil**
- ✓ **Alto engajamento com UNICEF:** aumento expressivo no número de doadores na Bio Ritmo (+240%) e na Smart Fit (+86%)
- ✓ Campanhas com forte foco em **economia circular no Chile**
- ✓ **Campanhas regionais de alto impacto**, incluindo arrecadação de roupas e brinquedos no México, Peru e Cone Sul



DESTAQUES DE GOVERNANÇA

- ✓ Conclusão da **Dupla Materialidade**, integrando riscos, impactos e oportunidades à estratégia corporativa
- ✓ Fortalecimento da estrutura de compliance com **Treinamento de Governança para 70 líderes seniores** da organização



PESSOAS

- ✓ **Pesquisa Global de Clima & Cultura:** expandida para todos os países, com participação superior a 80%



Entrada oficial da SMFT3 na carteira IDIVERSA B3, reforçando seu compromisso com a diversidade

Relatório Anual 2025

Publicado de acordo com as diretrizes **GRI** e **SASB**, com informações verificadas de forma independente pela ABNT



Para ler o relatório completo, [clique aqui](#).

ESTAMOS CONFIANTES NO NOSSO FUTURO



MERCADO EM
EXPANSÃO BENEFICIADO
POR TENDÊNCIAS
SECULARES



LÍDER ABSOLUTO NA
REGIÃO COM ESCALA E
RENTABILIDADE

HISTÓRICO DE EXECUÇÃO
COMPROVADO COM
EQUIPE DE GESTÃO
EXPERIENTE



MÚLTIPLAS AVENIDAS
DE CRESCIMENTO COM
OPORTUNIDADES DE
CONSOLIDAÇÃO DE
MERCADO

COMPANY
PRESENTATION
September, 2026

BIO RITMO



BE



STUDIOS

TOTALPASS

QUEIMA
DIÁRIA



1

SMART FIT GROUP ECOSYSTEM

2

RECENT FINANCIAL AND OPERATIONAL HIGHLIGHTS

3

VALUE CREATION AND UNIT ECONOMICS

4

GOVERNANCE



THE LARGEST LATIN AMERICAN FITNESS GROUP⁽¹⁾



2,170

Clubs⁽²⁾

+19%

2Q26 vs. 2Q25

5.6 MM

Members⁽³⁾

+8%

2Q26 vs. 2Q25

486k

Digital Members⁽⁴⁾

PRESENT IN

16 countries,

15 in Latin America



Brazil:

1,025 clubs

+169 LTM (+20%)



Mexico

488 clubs

+85 LTM (+21%)



Other Countries⁽⁶⁾:

657 clubs

+98 LTM (+18%)

+352 clubs

2Q26 LTM

NET REVENUE (2Q26 LTM)

R\$ 8.1 bn

24%

CAGR
2019-2Q26 LTM

EBITDA (2Q26 LTM)⁽⁵⁾

R\$ 2.6 bn

32%

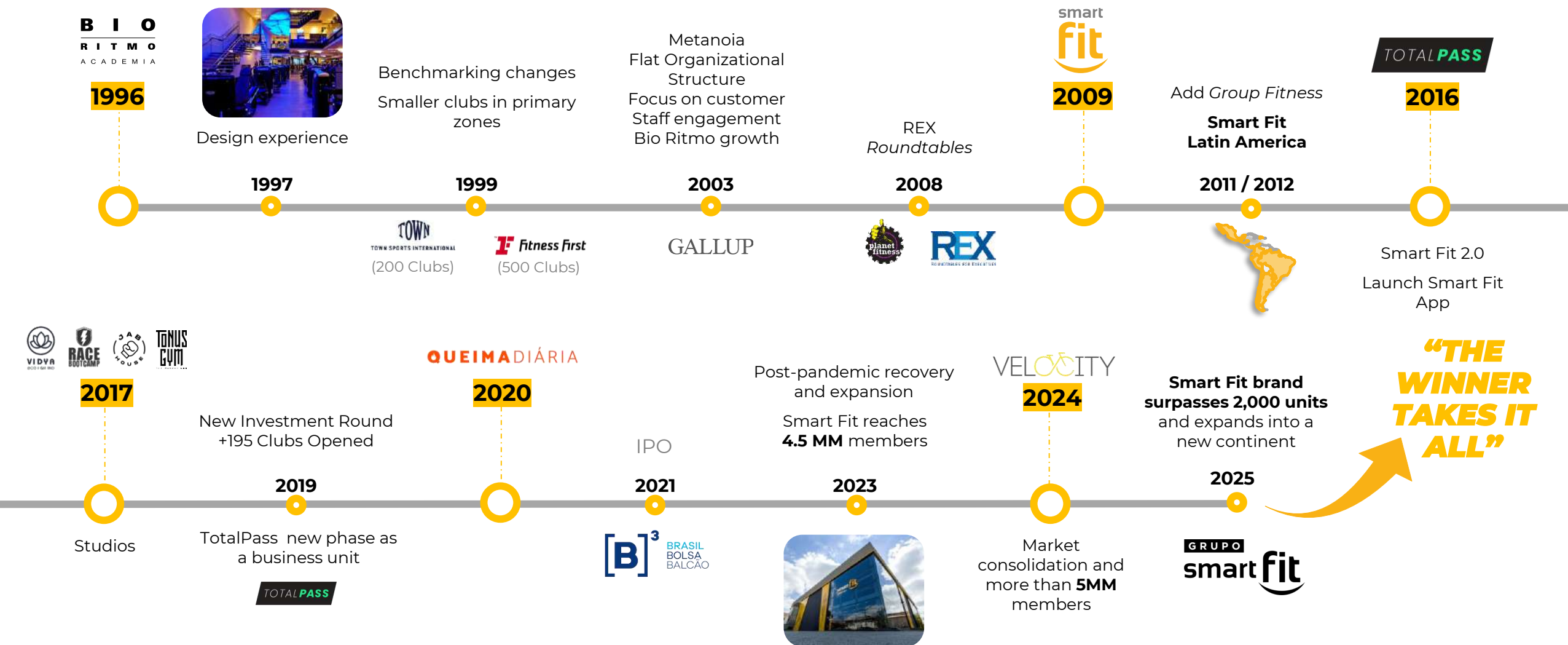
EBITDA
Margin

As of June 30, 2026

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



HISTORY MARKED BY OUR ABILITY TO ADAPT





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

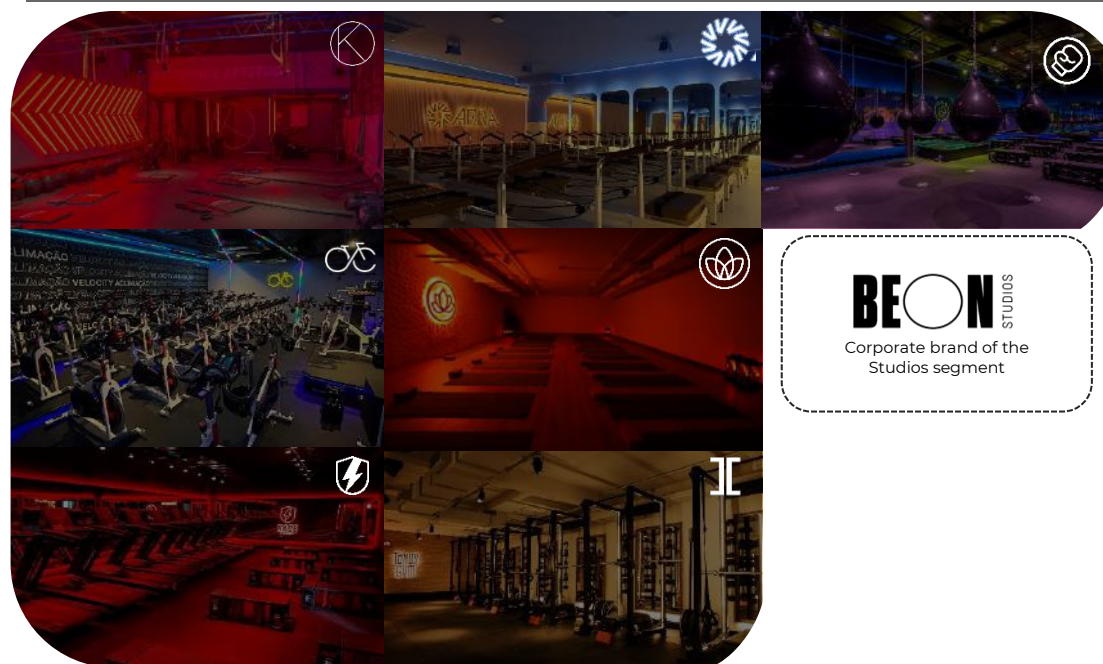
Brands that connect people, technology and purpose, transforming the way people engage with fitness



CLUBS



STUDIOS



AGGREGATOR



TP's STRATEGIC ROLE

TotalPass reinforces the Group's value proposition.



NET REVENUE BREAKDOWN

SMART FIT-OWNED CLUBS ACCOUNT FOR 87% OF THE GROUP'S NET REVENUE IN 2T26 LTM (vs. 90% in 2T25 LTM)



SOLID SECULAR TRENDS IN LATIN AMERICA

High demand and growth potential for fitness services

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

78%

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

53%

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



PILLARS OF A WEEKLY ROUTINE

✓ **STRENGTH TRAINING**

- ✓ HEALTHY SLEEP HABITS
- ✓ NUTRITION

MAIN BENEFITS OF A MORE ACTIVE LIFESTYLE

- ✓ Physical wellness
- ✓ Stress reduction
- ✓ Prevention of diseases
- ✓ Energy boost
- ✓ Healthy aging



SMART FIT: A REMARKABLE YEAR FOR THE BRAND



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



Brand with 2,048 clubs in 2025

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



Accelerated expansion

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



Branding

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



Evolution of the product

Continued expansion and modernization of equipment and products



Customer experience

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



Growth opportunity

Highly scalable model, with extensive whitespace.

ACCELERATED GROWTH WITH IMPROVED PROFITABILITY

1st

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

PRESENCE IN 16 COUNTRIES

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



+0.6 p.p.

CASH GROSS MARGIN
EXPANSION EX-PRE-OPERATING
COSTS¹ IN 2025 VS. 2024



SMART FIT: Brazil (Goiás)



SMART FIT: Morocco (Casablanca)

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



BIO RITMO: NEW STRATEGIC CYCLE IN 2025



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



Brand with 34 units in 2025

Including 28 owned clubs and 6 franchises



Accelerated expansion

6 gross openings, including entry into Chile and Peru



Branding

Brand repositioning, expanding customer experience and increasing community engagement



Product redesign

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



Customer experience

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



Growth opportunity

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



BRAZIL: Rio de Janeiro



BRAZIL: São Paulo

BRAND AWARENESS

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



BRAND EXPERIENCE

Experiences **inside and outside the clubs**



Brand Experience
Event - Copacabana
Palace



Wellness Morning -
Villa-Lobos Park



New Year's Event -
Carneiros



THE WORLD'S 3rd LARGEST¹ NETWORK

Undisputed leadership in LatAm with solid secular trends

GROWING DEMAND FOR FITNESS AND WELL-BEING SERVICES



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



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

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



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



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

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

2024 GLOBAL RANKING

		# owned clubs ¹
#1	Player 1	1,782
#2	Player 2	1,575
#3	smart fit	1,407

#3 network of owned clubs in the world

2024 LATIN AMERICA RANKING

		# clubs
#1	smart fit	1,743
#2	Player 2	180
#3	Player 3	160

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

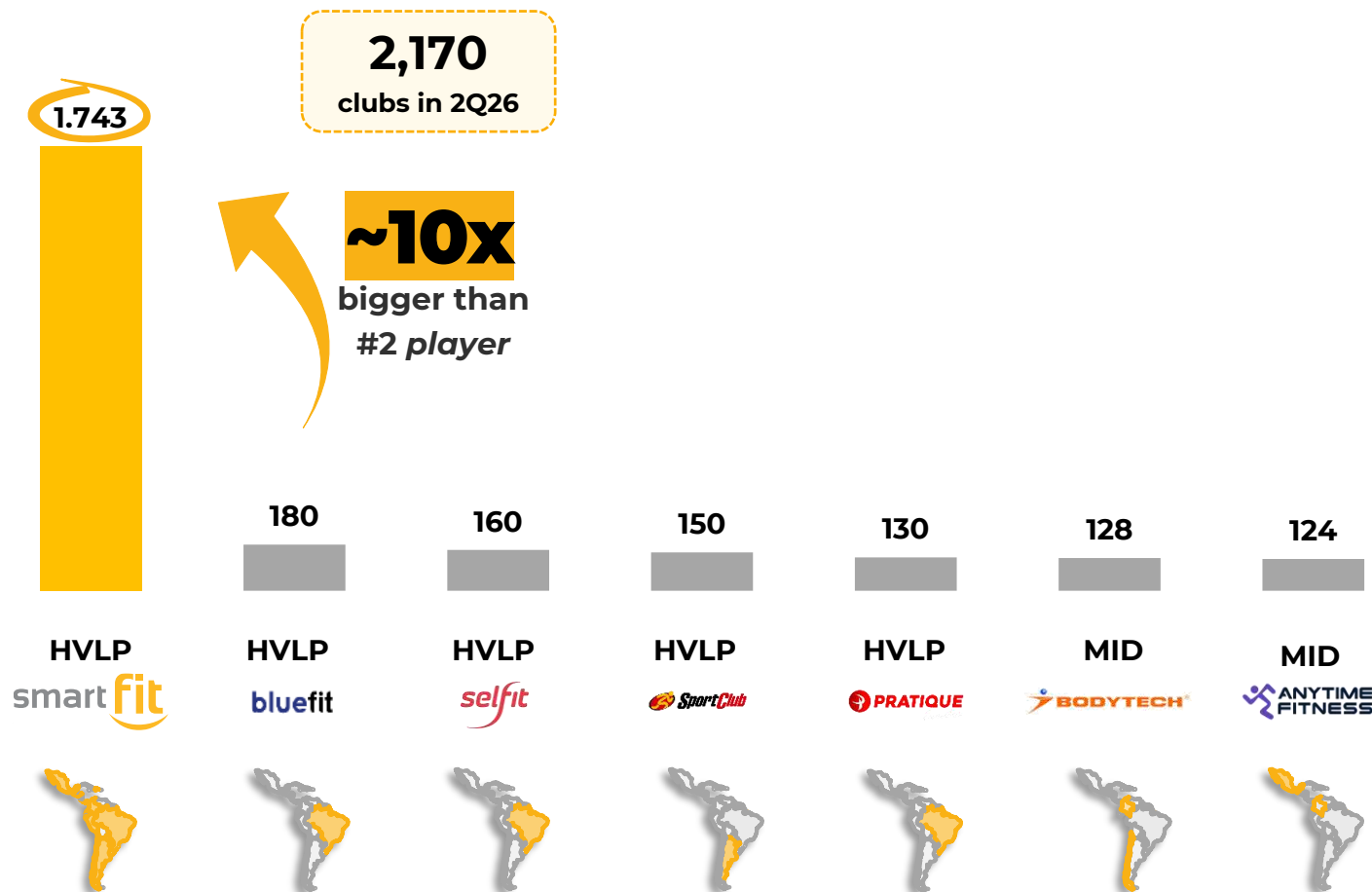


THE WINNER TAKES IT ALL

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

MAIN GYM BRANDS IN LATIN AMERICA^{1,2}

(number of clubs in 2024)

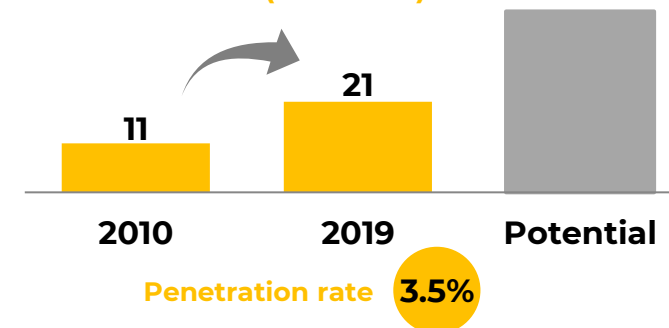


FAST GROWING INDUSTRY...

LATIN AMERICA FITNESS³ MARKET

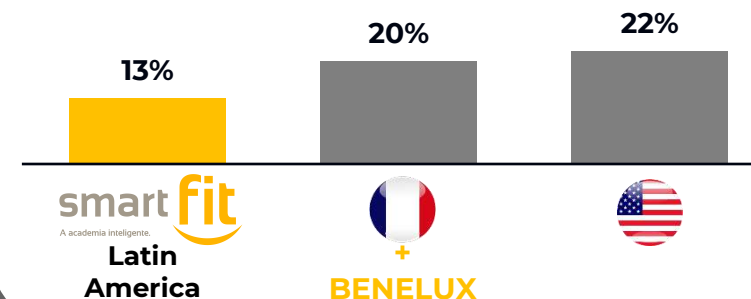
Number of members (M)

CAGR (2010-2019): ~7%



WITH POTENTIAL FOR CONSOLIDATION

2019 LEADER MARKET SHARE IN SELECTED MARKETS³



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

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



SIGNIFICANT GROWTH POTENTIAL

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

WHITE SPACE CASE STUDY



CONTEXT/OBJECTIVE

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

METHODOLOGY

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



STUDIOS: CONSOLIDATION OF BRANDS AND STRONG GROWTH smart fit

Asset-light operating model with unique competitive advantages



Brand with 180 units and 270 rooms in 2025

Including 154 franchises and 26 owned clubs



Accelerated expansion

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



Branding

Consolidation of the 7 brands into their respective modalities



Product redesign

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



Customer experience

Enhancing fluidity of the member journey and overall experience



Growth opportunity

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

INTEGRATION FOLLOWING VELOCITY'S ACQUISITION

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



BRAND EXPERIENCE

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



Race Run Club

Vidya Sessions



AERA PILATES: São Paulo (Brazil)

BEON LAUNCH IN 2026

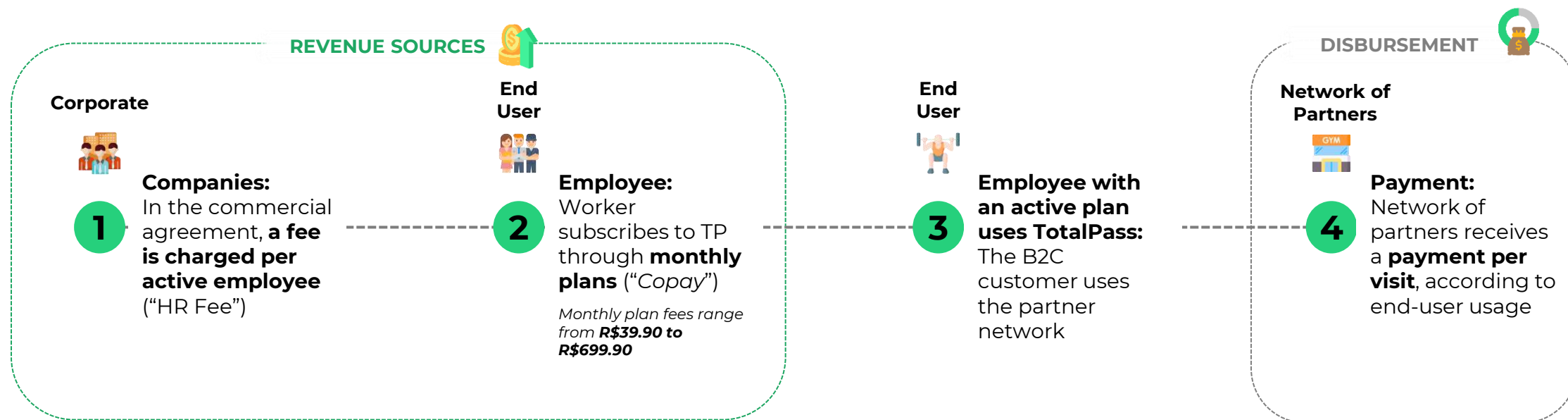
BEON, the corporate brand for Studios, was created to enhance integration between brands and improve the customer journey





TOTALPASS CONTRIBUTES TO AN INTEGRATED BRAND STRATEGY smart fit

Asset-light B2B2C business model



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



STRONG PERFORMANCE OF TOTALPASS IN 2Q26



Significant market share gains in Brazil and continued leadership in Mexico, with more than 2.2 million end users



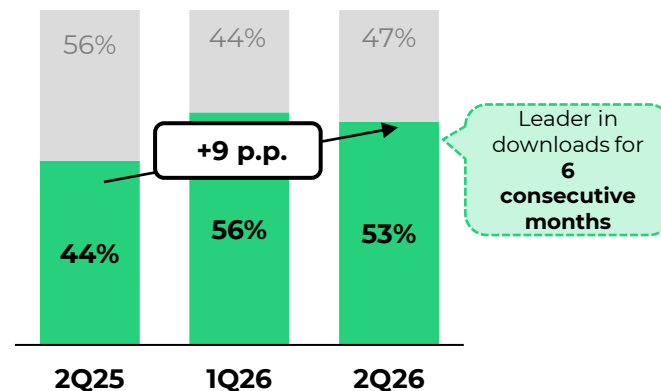
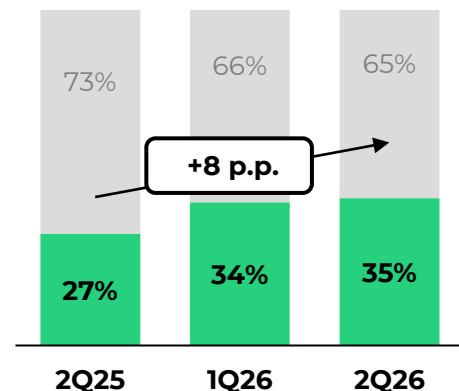
TOTALPASS IN NUMBERS IN BRAZIL¹

MARKET SHARE OF USERS

Sensor Tower: Monthly Active Users (EoP)

SHARE OF DOWNLOADS

Sensor Tower: Downloads on major app stores (EoP)



Leader in downloads for 6 consecutive months



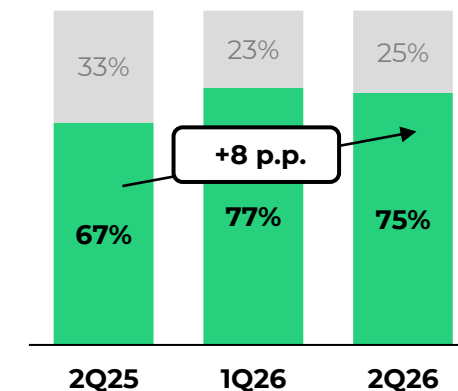
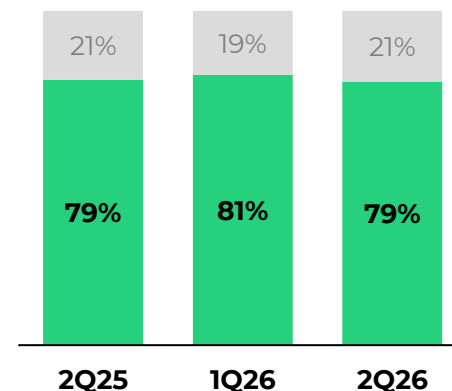
TOTALPASS IN NUMBERS IN MEXICO¹

MARKET SHARE OF USERS

Sensor Tower: Monthly Active Users (EoP)

SHARE OF DOWNLOADS

Sensor Tower: Downloads on major app stores (EoP)



TotalPass Others

B2C MEMBER BASE²



End users
(+7% vs. 1Q26 and
+70% vs. 2Q25)

GROWTH DRIVERS

- ✓ Investment in branding
- ✓ Acquisition of new contracts with HR departments
- ✓ Increased perceived value of the benefit among employees

TOTALPASS IN THE SMART FIT GROUP

In the consolidated results, the “Others”³ line reached 11% of net revenue and 17% of cash gross profit (vs. 9% and 12% in 2Q25, respectively), mainly driven by TotalPass Brazil

(1) 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. Additionally, the data refer to the end of the period; (2) Company proprietary data, based on paying users; (3) “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.



KEY PILLARS OF OUR UNIQUE BUSINESS MODEL



DOMINANT PLAYER IN THE REGION		Top of mind player with leadership in number of members and clubs ¹ In Latin America	~2.2 K clubs (~10x bigger than the #2 player ¹)
WINNER TAKES IT ALL		Market consolidation opportunities in the 16 operating countries , with diligent expansion focused on profitability	+5.6 MM Members in clubs (+431 K LTM)
PROVEN AND RESILIENT BUSINESS MODEL		Recurring and predictable revenue stream in an expanding market , driven by secular trends	+352 Clubs added LTM
UNIQUE VALUE PROPOSITION		Competitive portfolio of plans , combining recurrence through the subscription model with attractive pricing and a unique coverage	70% Black Card members ²
PROVEN EXECUTION TRACK-RECORD WITH SEASONED MANAGEMENT TEAM		Consistently delivering a high-growth business model with a customer-centric culture and a strong level of returns	74 NPS
SOLID PROFITABILITY AND CAPITAL STRUCTURE		Strong financial track record combining high growth, attractive unit economics , and a solid capital structure	R\$2.6 BN Cash position

As of June 30, 2026

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

(2) Considers Smart Fit owned clubs member base



1

SMART FIT GROUP ECOSYSTEM

2

RECENT FINANCIAL AND OPERATIONAL HIGHLIGHTS

3

VALUE CREATION AND UNIT ECONOMICS

4

GOVERNANCE



SMART FIT GROUP: 2Q26 HIGHLIGHTS

Continued brand strengthening and evolution of the Company's ecosystem



CLUBS



- **Average ticket growth** across all operating regions;
- **Mature¹ club** margins remained **at consistent levels**;
- **Strong performance of the 2024 Vintage Units**, with cash gross profit and margin above mature units;
- **Operational leverage** in expenses, optimizing investments

BIO RITMO

- **Largest 12-month expansion** in the history of the Bio Ritmo brand, with 9 openings during the period;
- Openings in **capital cities and regions with high per capita income in Brazil**;
- Higher investments in activations, increasing **brand awareness**;

STUDIOS



- **Expansion of 34 units** over the last 12 months;
- The brands **Vidya, Velocity, Aera Pilates, and Tônus** accounted for 90% of the studio rooms expansion;
- The network reached a total of **311 studios rooms** at the end of 2Q26;

AGGREGATOR

TOTALPASS

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

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

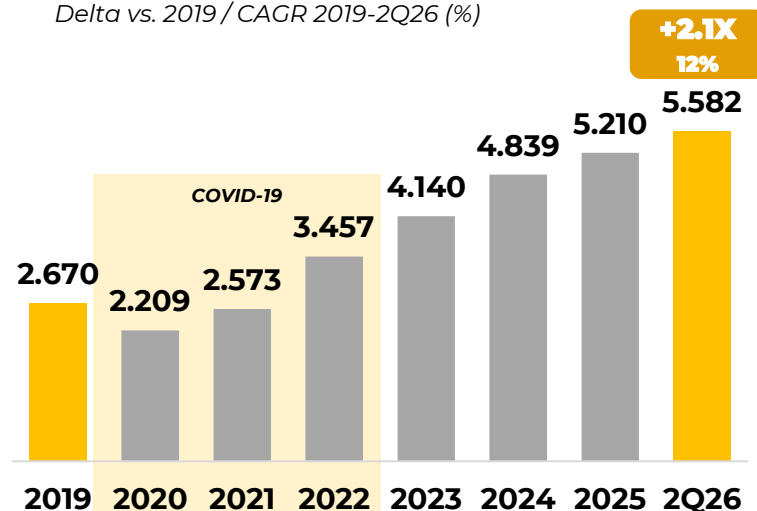
(1) A club is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year.



HIGH GROWTH WITH SOLID PROFITABILITY

MEMBER BASE IN CLUBS ('000)

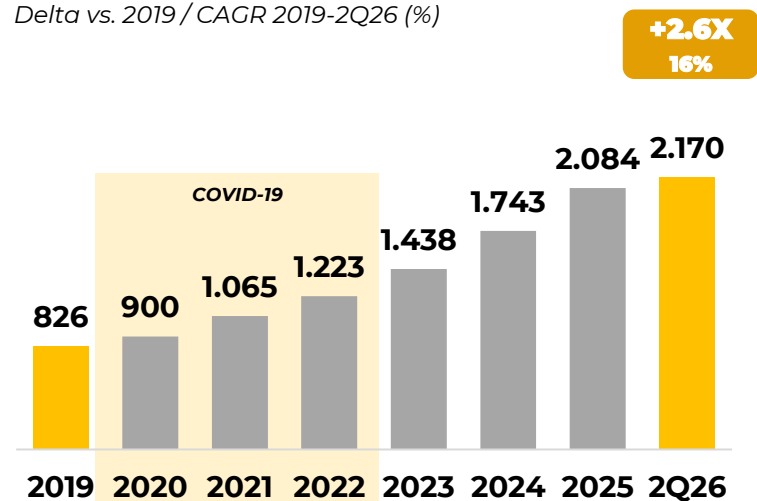
Delta vs. 2019 / CAGR 2019-2Q26 (%)



+2.1X
12%

CLUBS

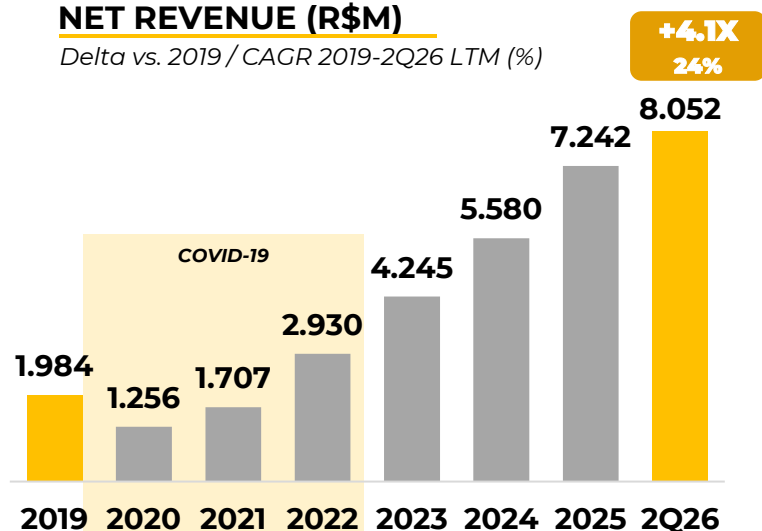
Delta vs. 2019 / CAGR 2019-2Q26 (%)



+2.6X
16%

NET REVENUE (R\$M)

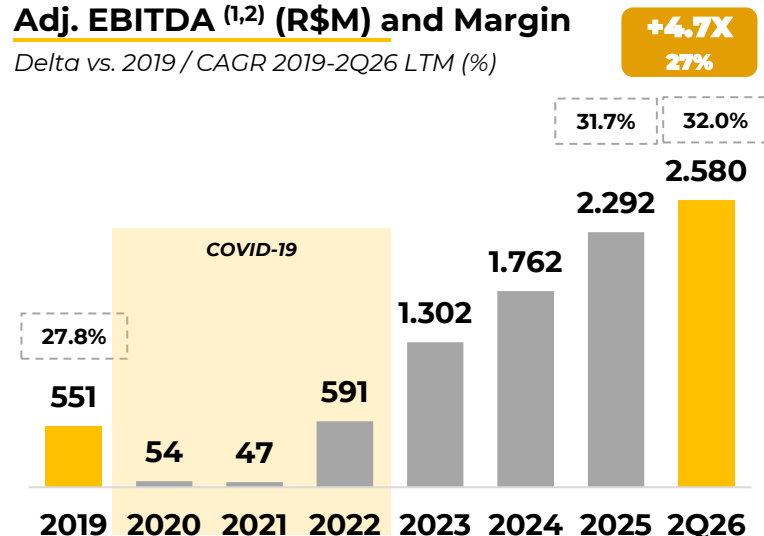
Delta vs. 2019 / CAGR 2019-2Q26 LTM (%)



+4.1X
24%

Adj. EBITDA ^(1,2) (R\$M) and Margin

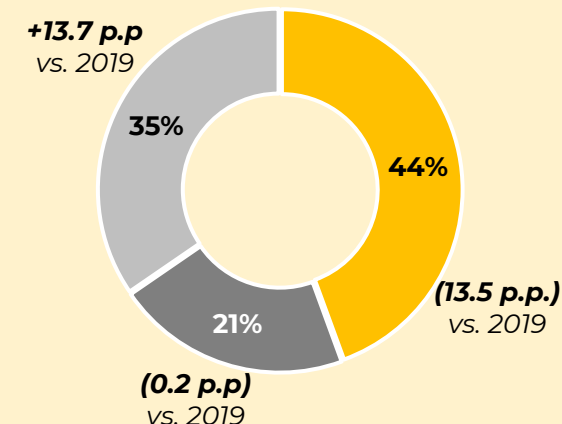
Delta vs. 2019 / CAGR 2019-2Q26 LTM (%)



+4.7X
27%

BREAKDOWN OF REVENUE BY GEOGRAPHY (%)

2Q26 LTM



■ Brazil ■ Mexico ■ Other Countries

DIVERSIFIED EXPANSION

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

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



RECORD EXPANSION IN 2025, MAINTAINING PACE INTO 2026



The solid expansion reinforces the consistency of the strategy and execution

2025 MARKS ANOTHER YEAR OF STRONG CLUB EXPANSION



RECORD EXPANSION
IN 2025

GUIDANCE 2025



341 clubs added,
+12% vs. 2024



CLUB NETWORK
DOUBLED SINCE 2021

18% CAGR²¹⁻²⁵, one of the
highest globally

Expansion by region:

Network at the end of 2025

Brazil



+161 (+20%)
984 clubs

Other Countries



+110 (+21%)
635 clubs

Mexico



+70 (+18%)
465 clubs

2,084

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



BIO RITMO



2025 expansion increased the Company's reach

79

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

+80

New municipalities, totaling presence in more than 550 cities

35%

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

2026 GUIDANCE¹

OUTLOOK FOR
CONTINUED
STRONG
EXPANSION

330 – 350
Clubs

Network growth of
16-17% vs. 2025



Consistent performance of mature clubs



Growing fitness demand



Ramp-up performance of new vintages



Solid team know-how



Disciplined capital allocation



SMART FIT: Argentina (Rosario)



SMART FIT: Mexico (Cabo San Lucas)



BIO RITMO: Brazil (Rio de Janeiro)



NATION: Brazil (São Paulo)

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



1

SMART FIT GROUP ECOSYSTEM

2

RECENT FINANCIAL AND OPERATIONAL HIGHLIGHTS

3

VALUE CREATION AND UNIT ECONOMICS

4

GOVERNANCE



SMART FIT: ABSOLUTE LEADERSHIP IN LATIN AMERICA



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

PILLARS FOR CONSOLIDATING LEADERSHIP IN THE REGION



BUSINESS MODEL WITH ROBUST AND SCALABLE UNIT ECONOMICS



UNIQUE VALUE PROPOSITION WITH A SOLID COMPETITIVE POSITIONING



LONG-STANDING RELATIONSHIP WITH THE TOP REAL ESTATE DEVELOPERS



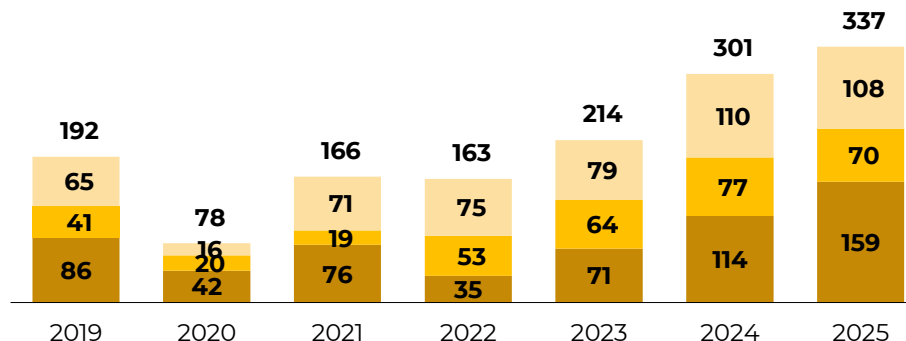
DISCIPLINE IN CAPITAL ALLOCATION, OPTIMIZING RETURN



MANAGEMENT TEAM WITH ROBUST EXPERTISE AND DATA-DRIVEN STRATEGY

CONSISTENT GROWTH IN ALL REGIONS OF OPERATION

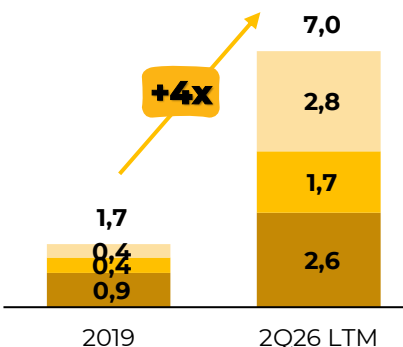
Clubs added | Smart Fit (own and franchises)



330-350
New clubs¹
In 2026

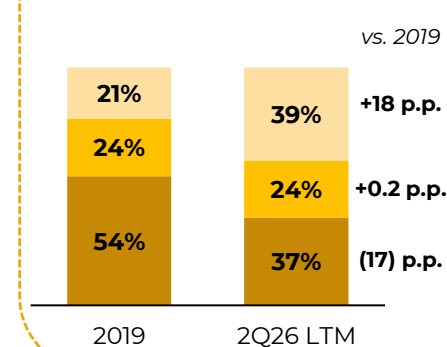
SMART FIT NET REVENUE BY REGION

R\$ billion | In 2Q26 LTM



+4x

% Total net revenue



vs. 2019

+18 p.p.

+0.2 p.p.

(17) p.p.

63%

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

■ Brazil ■ Mexico ■ Other Countries

GEOGRAPHIC DIVERSIFICATION WITH VALUE CREATION

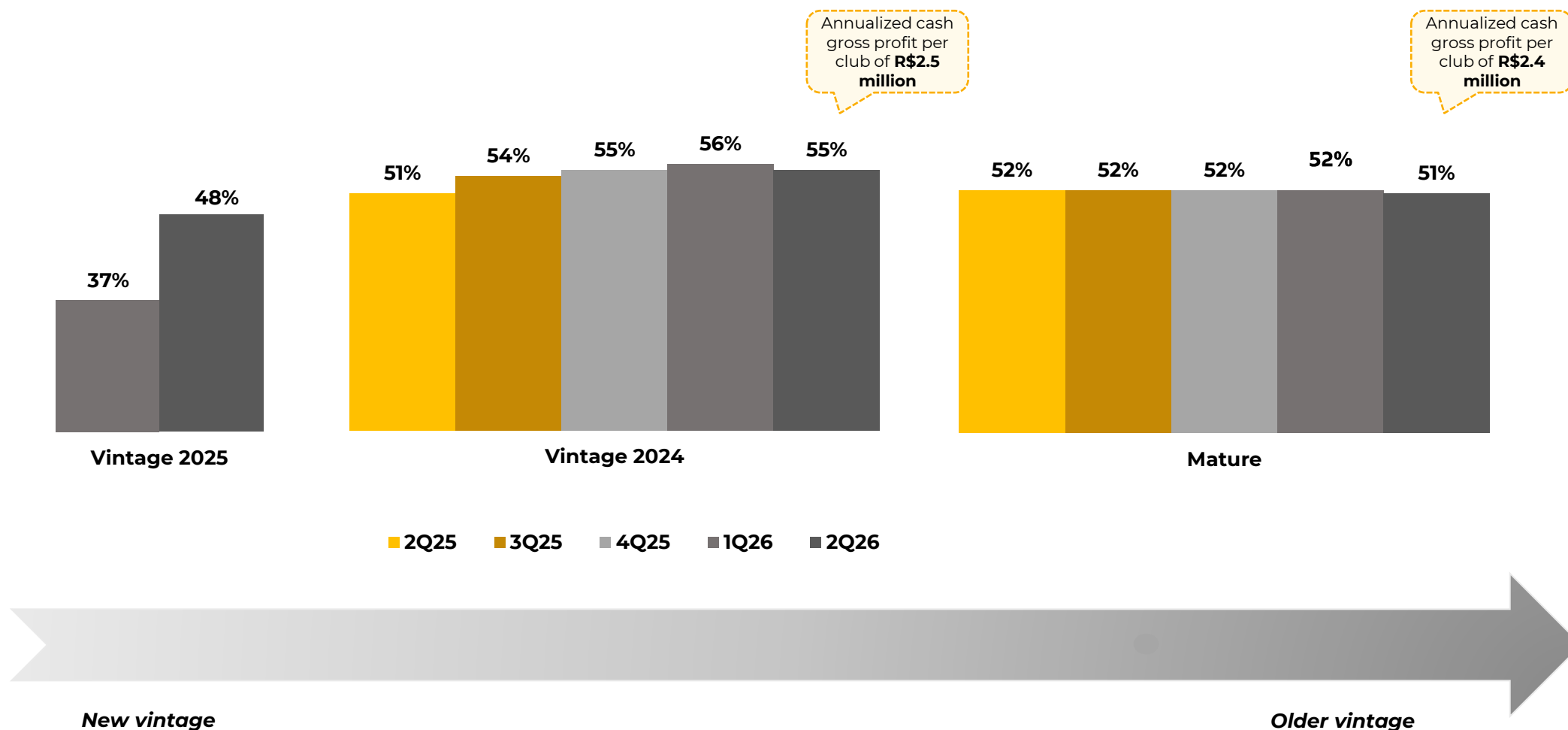
(1) According to the Material Fact disclosed to the market on March 11, 2026, regarding the projection of the opening of clubs for the year 2026;



SOLID GROSS MARGIN OF MATURE CLUBS

For the thirteenth consecutive quarter, mature club margin¹ remained at a solid 51%, while the maturation of clubs opened in recent years remained consistent with historical levels

GROSS MARGIN BY VINTAGE UNIT¹



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



SOLID AND CONSISTENT RETURN PER CLUB

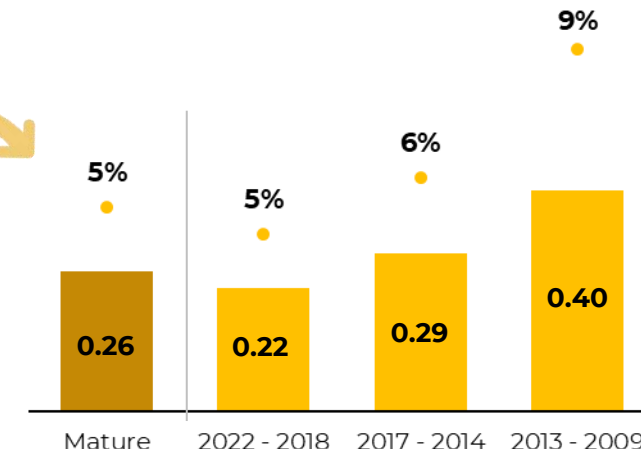
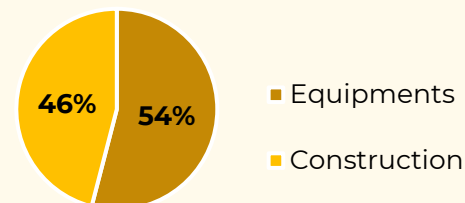
High profitability with maintenance investments that ensure the continuity of the differentiated value proposition over the years. Depreciation reaching 7% of net revenue after 12 years of operation

Maintenance CAPEX for mature units¹

R\$ million/club and % of Net Revenue

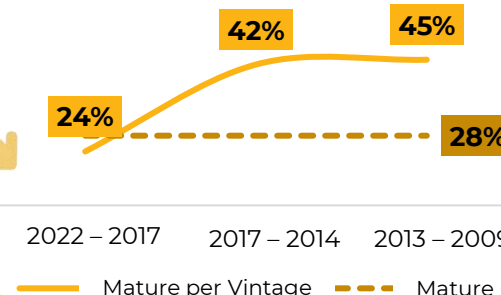
Maintenance Capex - Mature Units

% By investment type



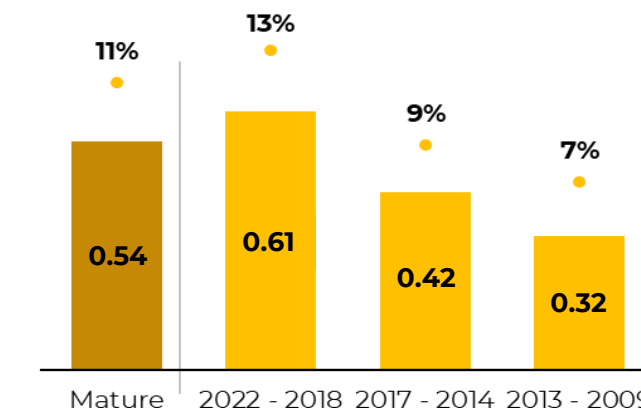
CONSISTENT RETURNS ACROSS VINTAGES

ROIC is in line with historical performance across all maturity stages



Depreciation for mature units¹

R\$ million/club and % of Net Revenue



Mature units by vintage

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

Vintage 2022:
ROIC of 15%

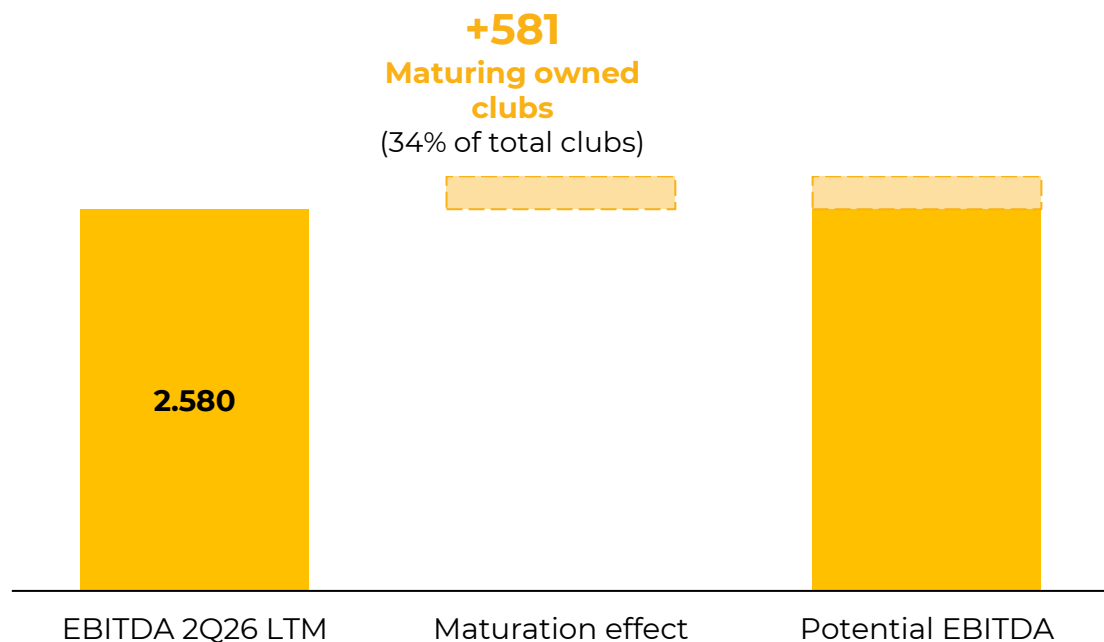
(1) Considers all 950 mature Smart Fit owned gyms as of the end of 2024; (2) Based on the sum of selling expenses (excluding pre-operating costs), general and administrative expenses and other (expenses) income as a percentage of net revenue of 17.8% recorded in 2024; (3) Brazil's marginal Corporate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



PREDICTABLE EBITDA EXPANSION THROUGH CLUB MATURATION

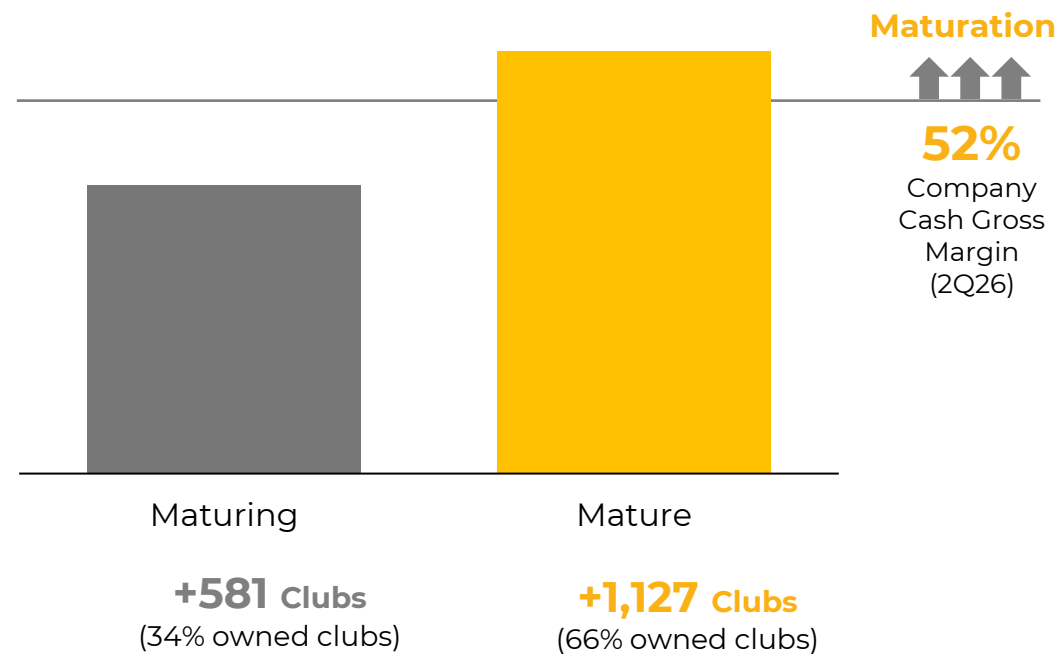
STRONG GROWTH POTENTIAL FROM MATURATION¹

R\$ MM, in 2Q26
(Total of 1,708 Smart Fit owned Clubs)



GROSS MARGIN IS CONVERGING TO THE LEVEL OF MATURE UNITS¹

Gross Margin per Vintage of Smart Fit owned clubs (2Q26)



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



1

SMART FIT GROUP ECOSYSTEM

2

RECENT FINANCIAL AND OPERATIONAL HIGHLIGHTS

3

VALUE CREATION AND UNIT ECONOMICS

4

GOVERNANCE



EXPERIENCED MANAGEMENT TEAM

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



Diogo Corona

CEO



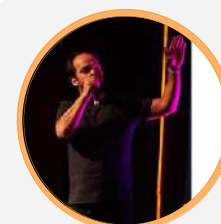
José Luís
Rizzardo

CFO and IRO



Alexandre
Gregianin

CTO



Itamar
Herculano

Expansion



Juana
Pimentel

Legal, Compliance
and ESG

Years of
experience

16

14

20

25

28

Years at
Smart Fit

16

6

17

9

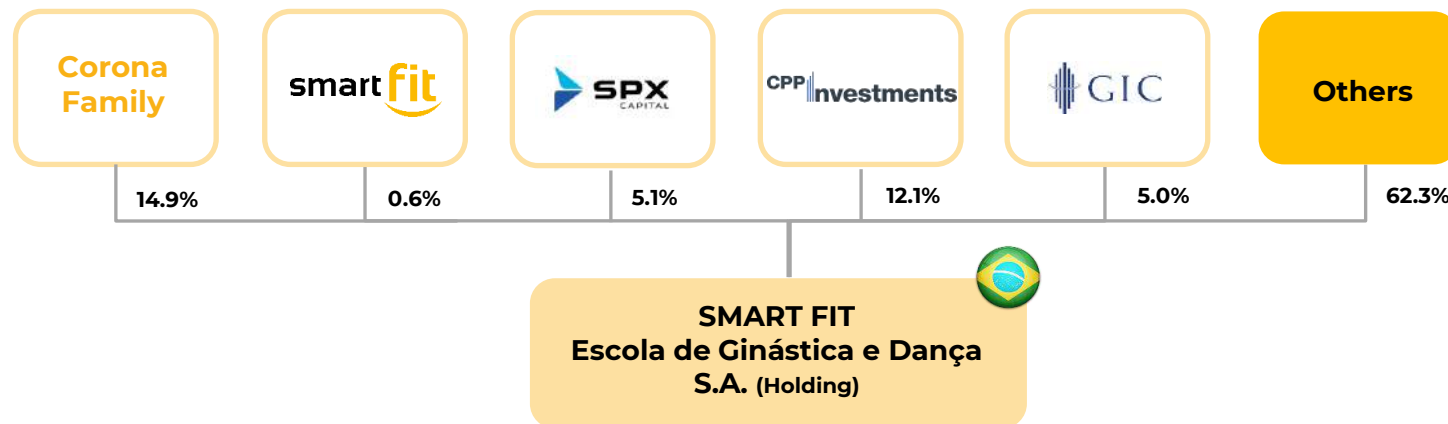
6

Previous
experiences





SOLID SHAREHOLDER STRUCTURE AND GOVERNANCE



GIC joined Smart Fit in 2014 and CPPIB in 2019

Board of Directors



Edgard Corona
Chairman of Board of Directors



Daniel Sorrentino
Member



Felipe Affonso
Member



Pedro Santos Ripper
Independent Member



Andre Pezeta
Member



Claudia Elisa
Independent Member



Ricardo Castro
Independent Member



Wolfgang Schwerdtle
Independent Member

- Board of Directors composed of **7 members**, including **4 independent** members, in line with corporate **governance** best practices and **Novo Mercado** rules

- **Active** and **highly experienced** Board, combining strong **expertise in expansion, consumer, finance, operational management** and **capital markets**

- Governance structure aligned with the Company's **long-term strategy**, with strong oversight of **operational execution** and **value creation** for shareholders



OPPORTUNITIES FOR PROFITABLE GROWTH



MATURATION OF CLUBS

- ✓ **34%¹ of clubs** yet to achieve maturity
- ✓ **Revenue growth potential to be captured** through the current network of gyms and revenue management



EXPANSION OF CLUB NETWORK

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



ADD-ON AND DIGITALIZATION

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

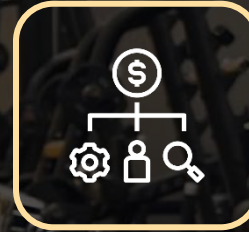


OTHER BUSINESS

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

KEY STRATEGIC PILLARS FOR 2026

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



CONTINUOUS
DISCIPLINE IN EXPENSE
AND CAPEX
MANAGEMENT

MULTIPLE GROWTH
AVENUES WITH MARKET
CONSOLIDATION
OPPORTUNITIES



MAINTENANCE OF THE STRONG
LIQUIDITY PROFILE.

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

A APPENDIX

SMART FIT HIGHLIGHTS

01

#1 PLAYER

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

02

UNIQUE BUSINESS MODEL

**WITH SUPERIOR EXECUTION AND
INNOVATION CULTURE**

03

STRONG FINANCIAL TRACK RECORD

**COMBINING HIGH GROWTH AND ATTRACTIVE
UNIT ECONOMICS**

04

VALUE CREATION

**SIGNIFICANT GROWTH AND VALUE CREATION
OPPORTUNITIES**



01

#1 PLAYER

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



LEADERS IN FITNESS IN LATIN AMERICA

RANKING – LatAm



(Clubs, 2024)

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

RANKING – GLOBAL



(Owned Clubs, 2024)²

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

#1 in Latin America

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

**From #18 to
#3 in the world
In 6 years⁽¹⁾**

Source: Report HFA Global 25

(1) In 2019

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



LEADERSHIP POSITION WITH A HIGHLY SCALABLE MODEL



Allowing high growth and profitability throughout LatAm

Geographic Footprint



Brazil

2009

986

1.1%



Mexico

2011

488

0.8%



Colombia

2016

232

1.3%



Chile

2014

121

1.7%



Peru

2016

95

0.8%



**Other
Countries**

-

204

-



FAST-GROWING AND UNDERPENETRATED INDUSTRY

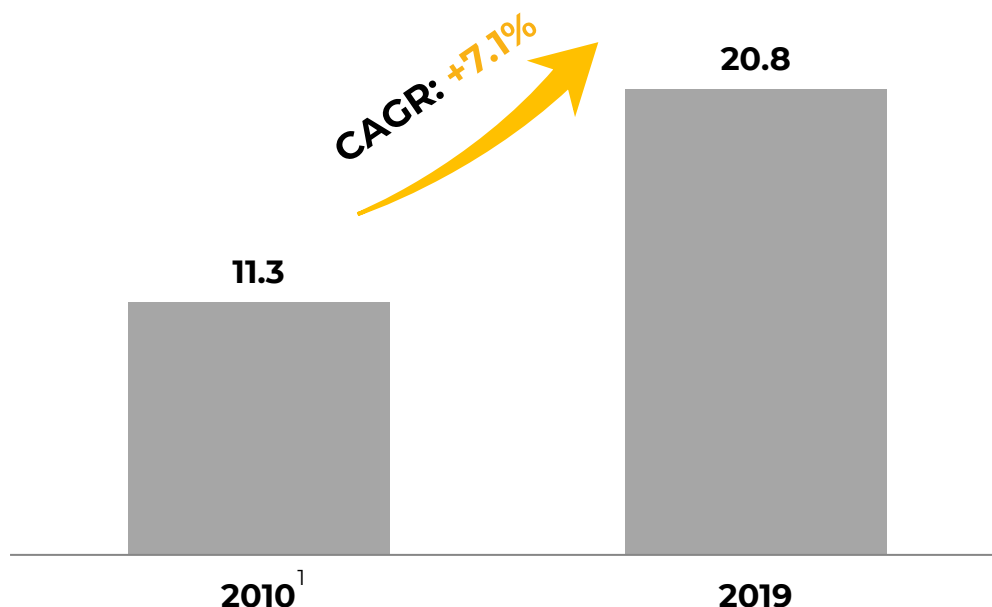


The Latin American fitness industry expanded at a 7% CAGR¹⁰⁻¹⁹, but remains significantly untapped. Smart Fit helped drive this expansion by delivering a unique value proposition to consumers

OPERATING IN A FAST-GROWING INDUSTRY...

LATIN AMERICAN FITNESS MARKET¹

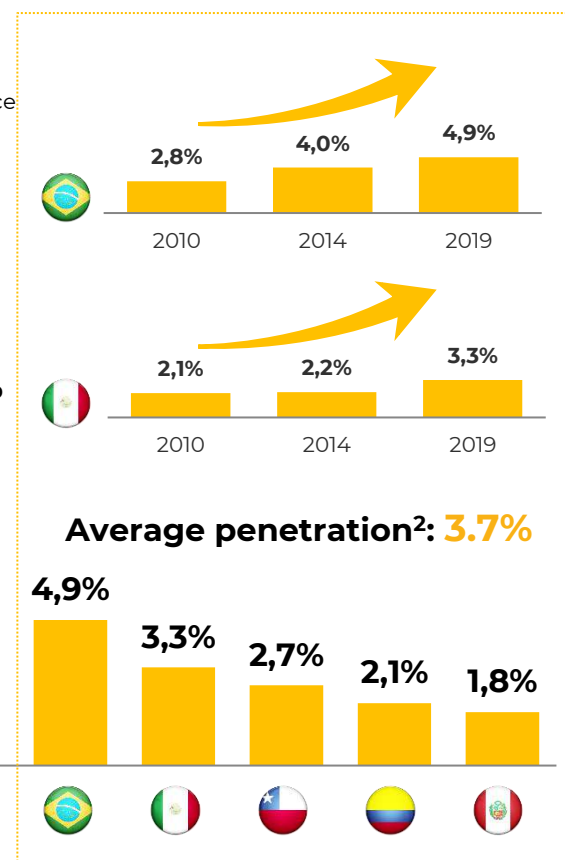
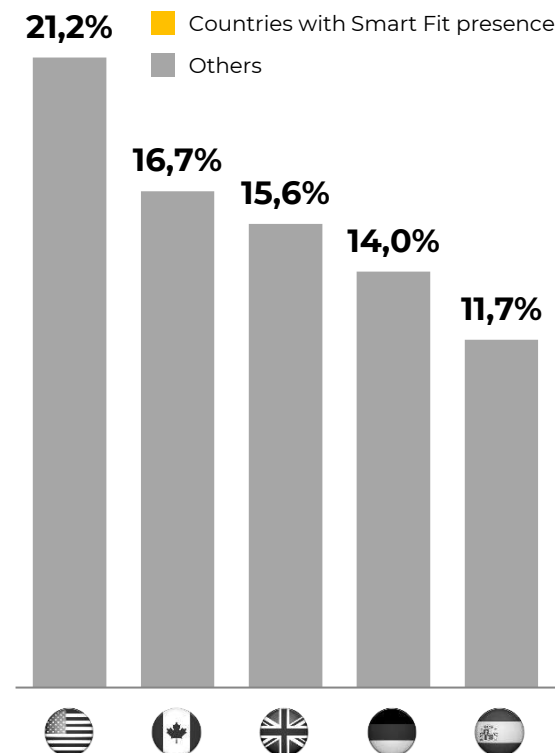
Number of members (MM)



...IN A HIGHLY UNDERPENETRATED REGION

PENETRATION BY COUNTRY

Penetration (%) – 2019



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

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



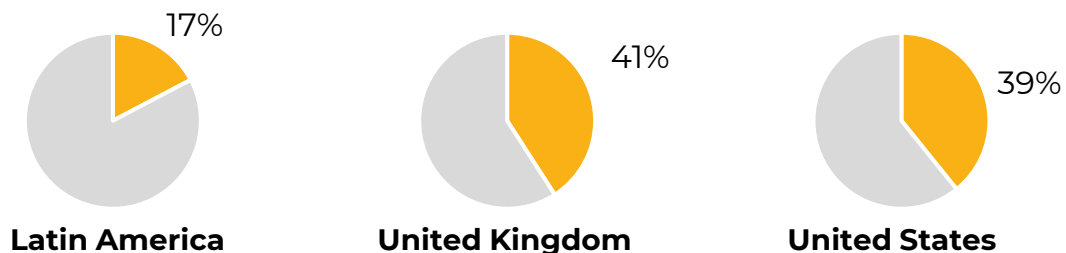
BENEFITING FROM A FRAGMENTED MARKET

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

A HIGHLY FRAGMENTED MARKET ...

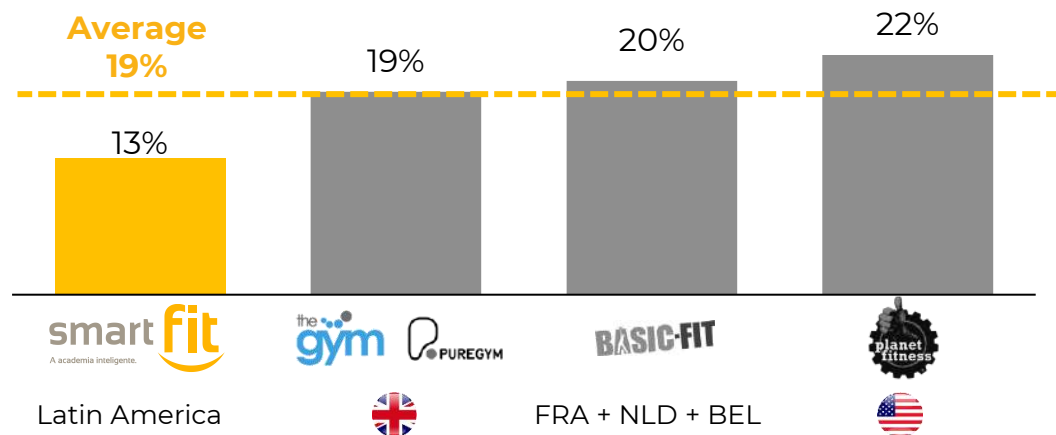
SHARE OF TOP 5 CLUBS

in # of members – 2019 (%)



SHARE OF TOP PLAYERS

in # of members – 2019 (%)

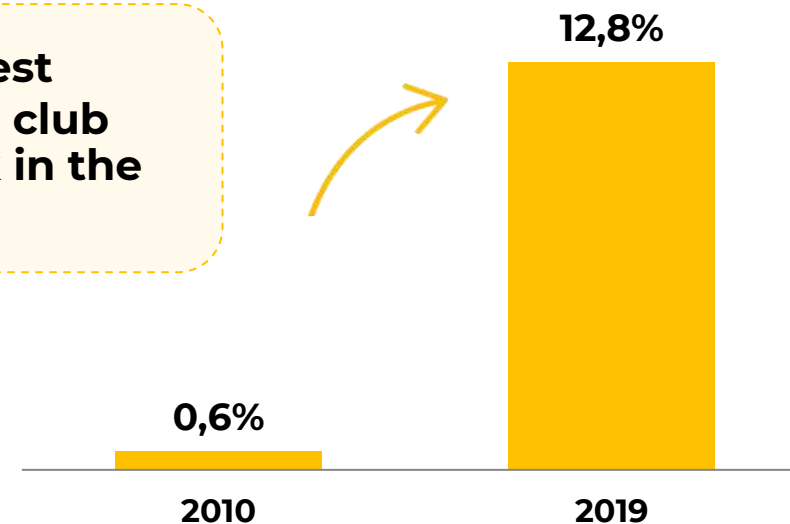


... TO CONSOLIDATE OUR LEADERSHIP POSITION

FITNESS MEMBERS MARKET SHARE IN LATAM

members ('000)

#1 fastest growing club network in the world^{1,2}



smart **fit**
A academia inteligente.
LatAm Market

66
11,300

2,670
20,800

Source: IHRSA Global Report 2020

(1) Owned clubs

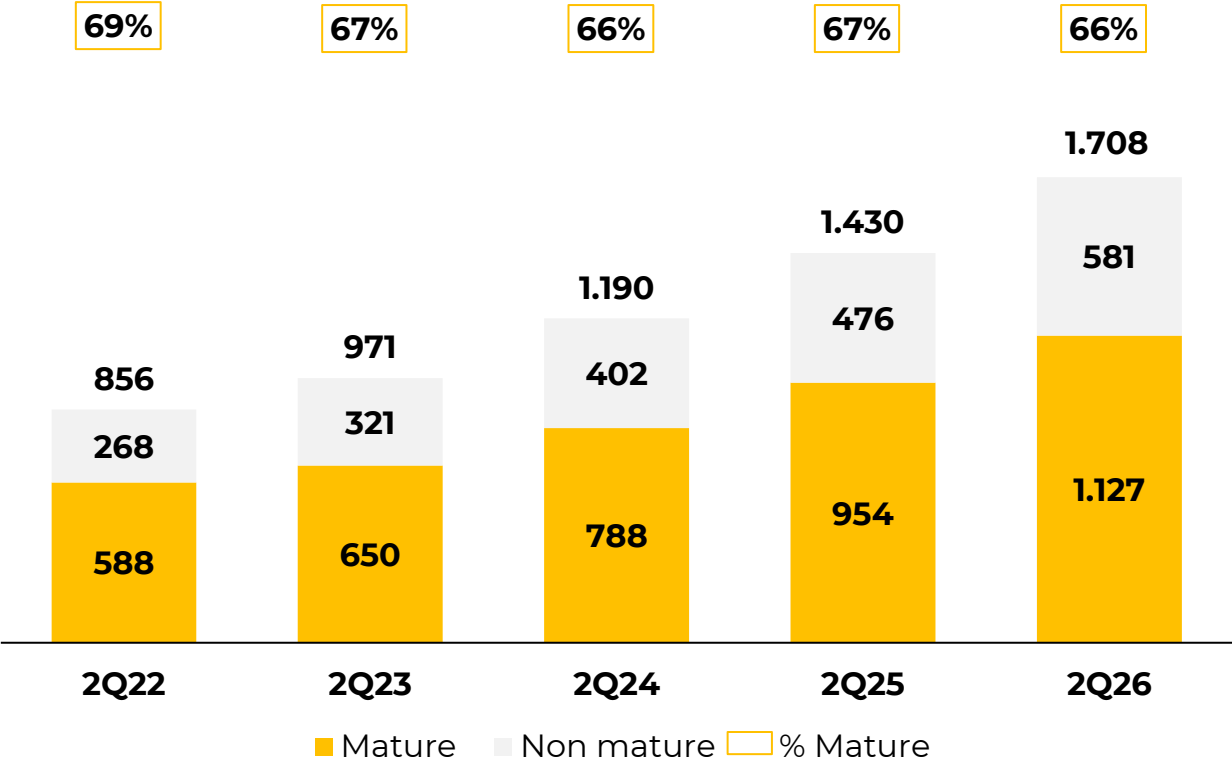
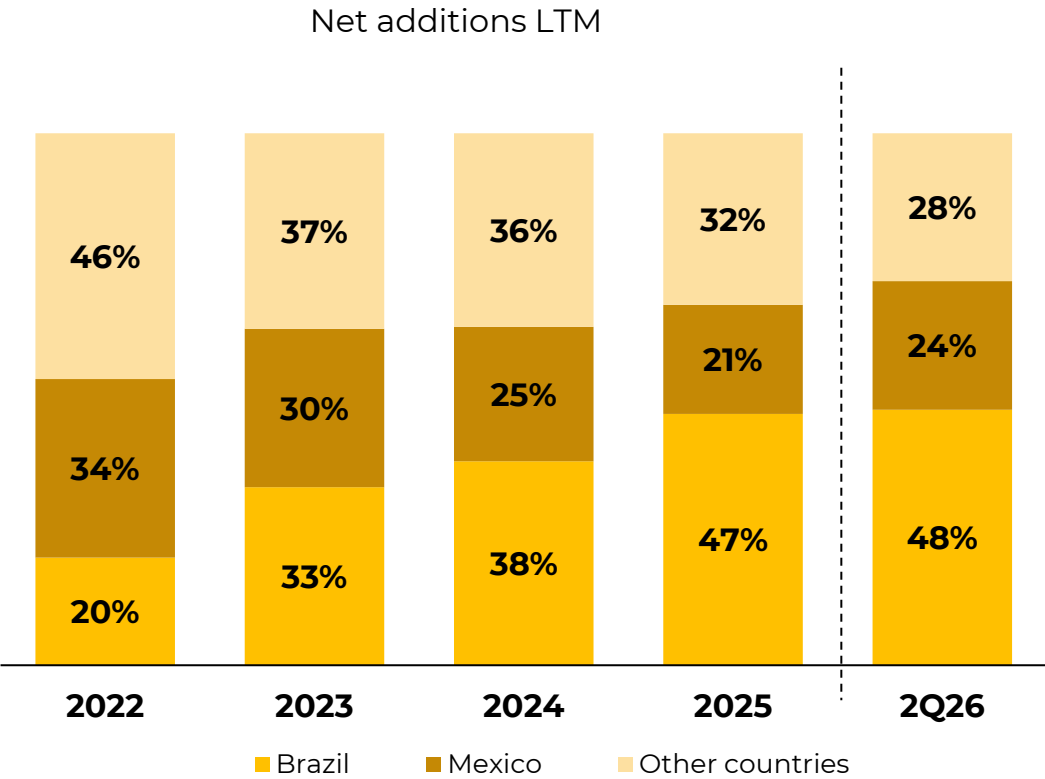
(2) Considers 2014-19 data and the top 25 global players.



UPDATE ON CURRENT EXPANSION PLAN

GEOGRAPHICAL DISTRIBUTION (% of clubs)

OWNED SMART FIT CLUBS BY AGE



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

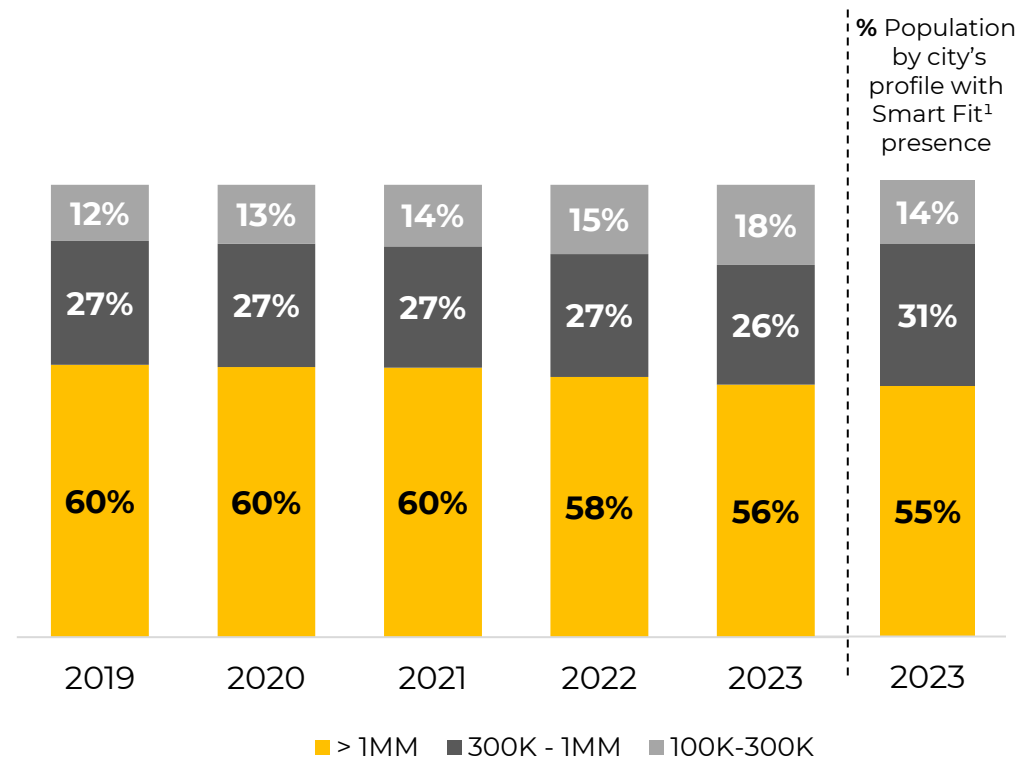


UNIQUE GYM NETWORK WITH GROWTH POTENTIAL

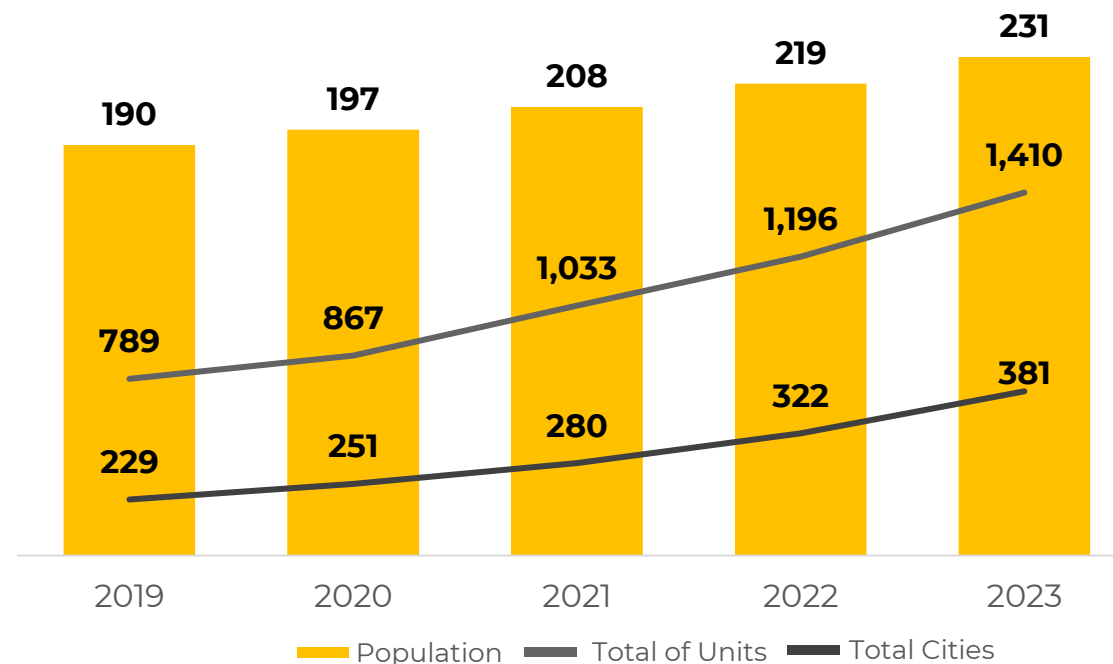


Smart Fit presence at the main cities in Latin America regions

CLUB NETWORK BY CITY PROFILE (%)



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



Gross profit performance of units without correlation ($R^2=0.0008$) with the city's profile in # inhabitants, reinforcing the Company's growth potential

 musculação

02

UNIQUE BUSINESS MODEL
WITH SUPERIOR EXECUTION AND
INNOVATION CULTURE



VALUE PROPOSITION: MEMBERSHIP FEES

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

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

Monthly fee⁴

BLACK CARD: UNIQUE OFFER WITH DIFFERENTIATED ATTRIBUTES



~50% of the client base³ in 2023, (vs. 38% in 2019) used the Multi-Club benefit



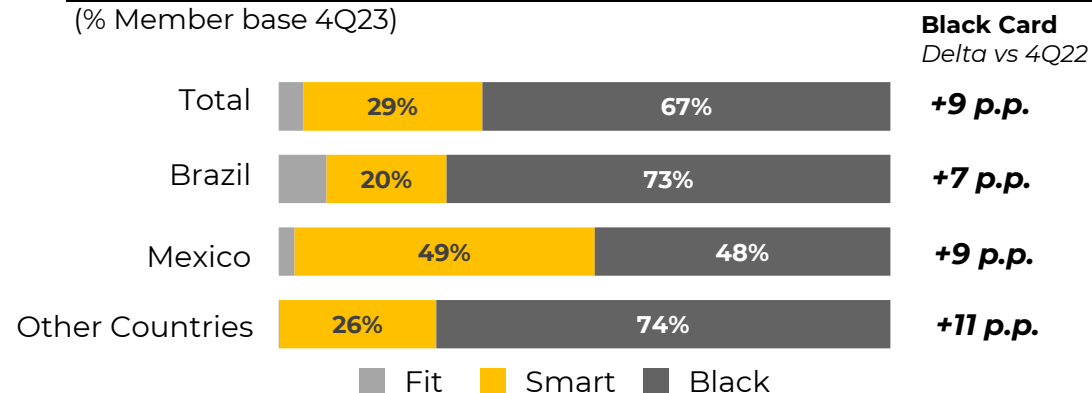
Network effect as a competitive advantage, enhancing the value proposition of the Black Card



54 Latin American cities have 5 or more Smart Fit units

Cards penetration by region²

(% Member base 4Q23)



Evolution of cities with 5 or more Smart Fit units



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



SMART FIT HIGH VALUE LOW PRICE: VALUE PROPOSITION



MEMBER CONVENIENCE



- Largest chain in Latin America with the widest reach: **2,126 Clubs¹** in 16 countries²
- Clubs strategically located near potential members

MODERN FACILITIES & EQUIPMENT



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

SUPERIOR CUSTOMER SERVICE



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

OMNICHANNEL DIGITAL FITNESS



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

MONTHLY FEES WITH ATTRACTIVE PRICES AND VALUE PROPOSITION

Monthly fee of US\$15-30

(1) Smart Fit units only (owned and franchised)
(2) As of June 30th, 2026

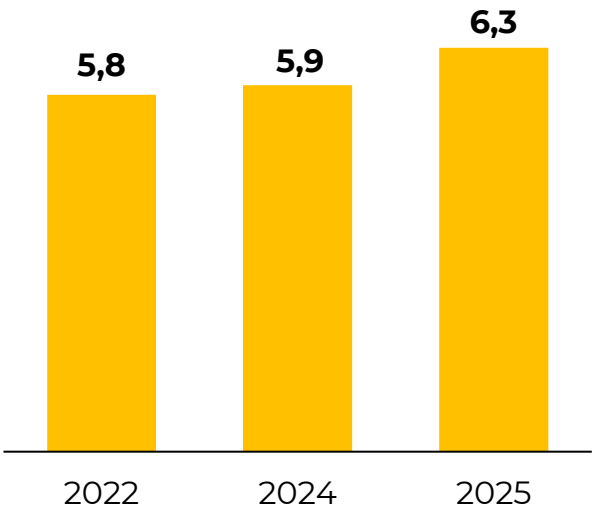


EFFICIENCY AS A PILLAR FOR EXPANSION

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

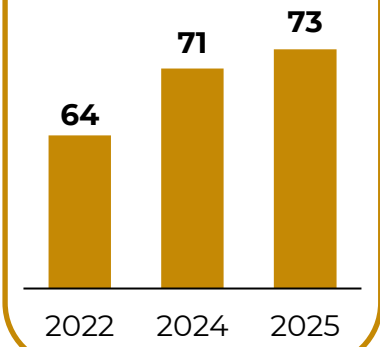
Capex efficiency, maintaining differentiated experience

CAPEX/Unit Evolution
(R\$ M)



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

NPS Evolution
(Net Promoter Score)



Inflation Evolution (2022 until oct/24)

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

Key strategic pillars for expansion

Ensure premium experience with process efficiency



Sophisticated location selection process

Data-driven Wishlist and intense local analysis



CARDIO



STRENGTH



Efficient and functional layout

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



FREE WEIGHT



GROUP CLASSES
Available at select gyms



High-quality equipment

Durability ensures performance with high availability for use during workouts



Modern architecture

Innovation with modern and sophisticated design

Solid governance and team with extensive know-how

Structured and mature process in the opening and operation of clubs



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

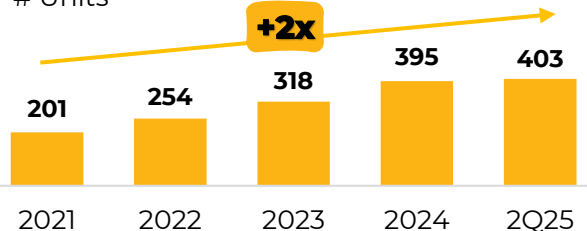
With 15 years of experience, Smart Fit holds an undisputed leadership in Mexico, the second-largest market in LatAm

STRATEGIC PILLARS THAT DROVE SUSTAINABLE AND SCALABLE EXPANSION

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

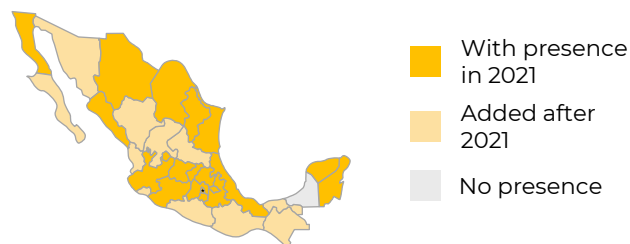
CLUB NETWORK

Units



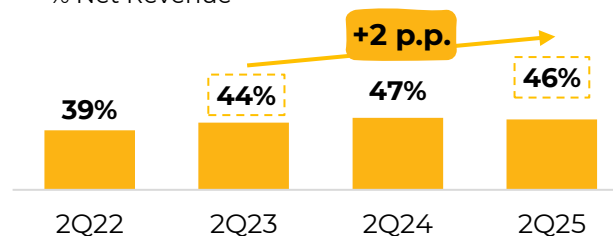
GEOGRAPHIC PRESENCE

Reference date: June 2025



CASH GROSS MARGIN

% Net Revenue



CONTINUOUS EVOLUTION OF THE STRATEGIC PILLARS



STRENGTHENING OF THE PERSONNEL AND MANAGEMENT STRUCTURE

Development of the structure with focused management throughout the entire territory



EVOLUTION OF MARKETING AND INTAKE STRATEGY

More targeted campaigns for plans with higher *lifetime value*



INVESTMENT OPTIMIZATION

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



CONTINUOUS PRODUCT IMPROVEMENTS

Expansion of free weight and strength equipment offerings



HIGH GROWTH POTENTIAL

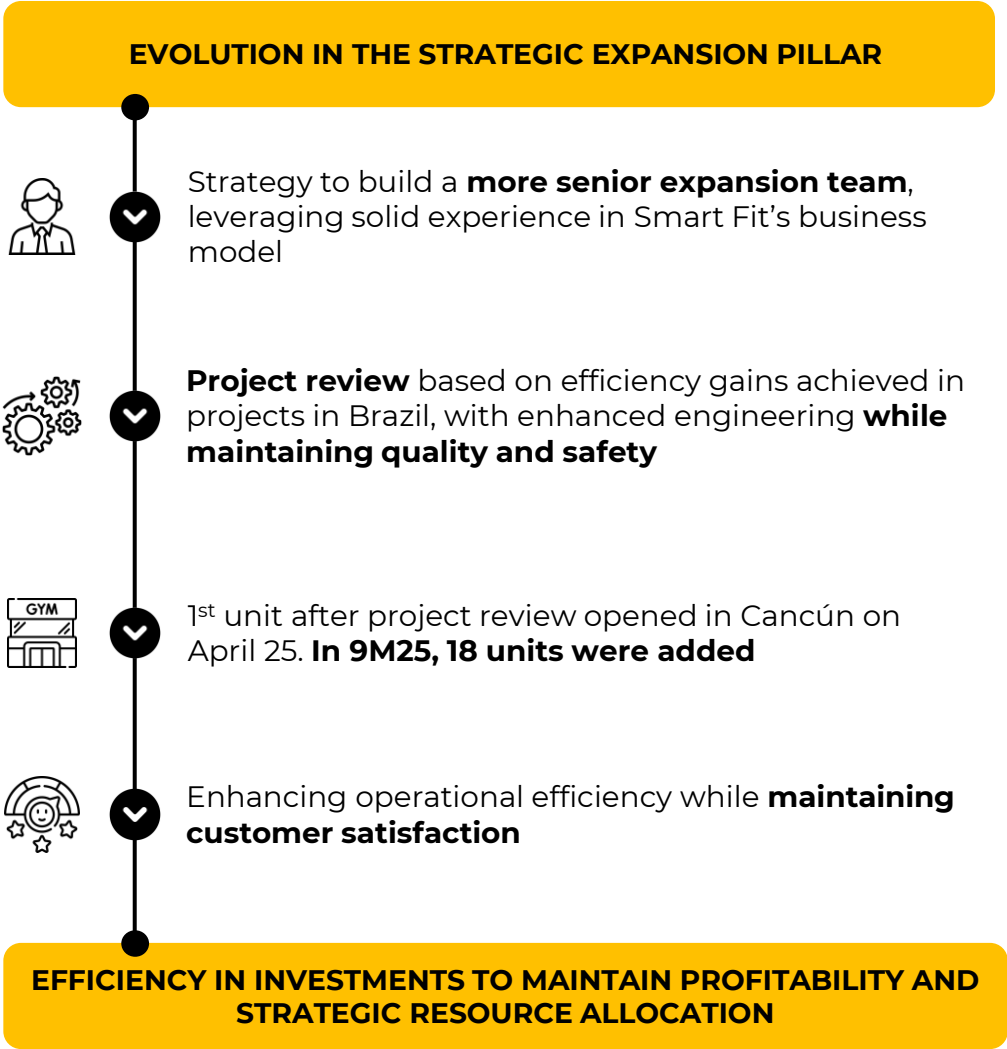
Ongoing initiatives contribute to maintaining sustainable expansion, reinforcing its leadership in Mexico



MEXICO CAPEX: OPTIMIZATION OF INVESTMENTS



Higher productivity of expansion capex per sqm, maintaining customer experience



Higher efficiency in investment per sqm

High level of customer satisfaction

Reduction of ~20%¹

NPS in line with historical levels

OPTIMIZED CAPEX WHILE MAINTAINING CLUB STANDARDS

FACADE

Mexico | Mazatlán

CARDIO AREA

Mexico | Saltillo

STRENGTH EQUIPMENT AREA

Mexico | Cumbres Puebla

FREE WEIGHTS AREA

Mexico | Cancún

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



CONSTANT PRODUCT IMPROVEMENTS

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

Change of members habits with a higher demand for strength exercises



INCREASED OFFER OF STRENGTH EXERCISES



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

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

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

Behavior change, regardless of gender and age.



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



DISCIPLINED SITE SELECTION PROCESS BOOSTING RESULTS OF NEW CLUBS

Strategy

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

Evaluation Criteria

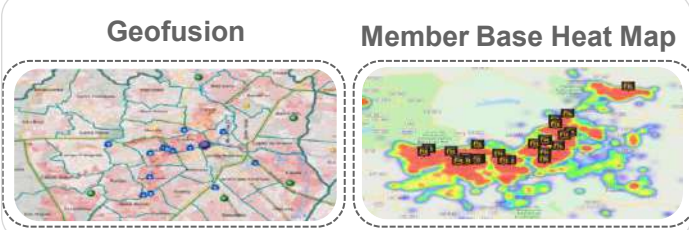
Market Aspects	Socio-demographic	Technicalities on Property Level	Regulatory
----------------	-------------------	----------------------------------	------------



Structured Process

- ✓ Know-how from 2,170 + club openings¹
- ✓ More than 150+ people multi-disciplinary team in all countries
- ✓ Strong reputation brings the best leads
- ✓ Consistent flow of real estate leads backed by strong relationship with landlords

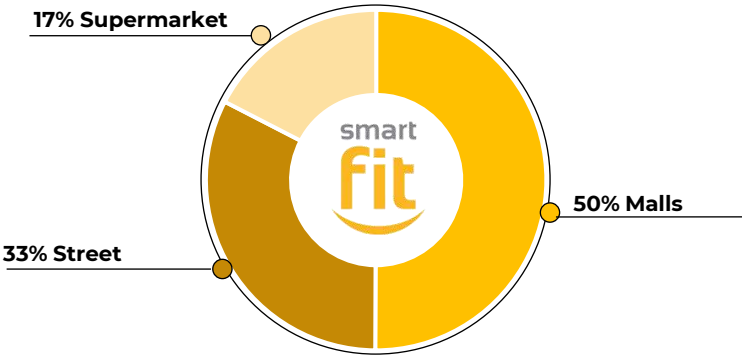
Tools



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



Breakdown of clubs by property² (Smart Fit Units)



(1) Includes all group clubs (excludes Studios);
(2) As of June 30, 2026

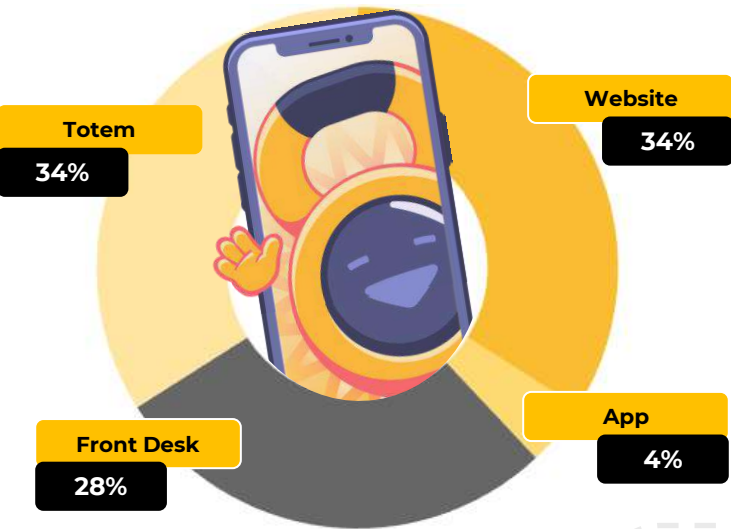


72% OF SALES VIA DIGITAL CHANNELS

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

Channel sales mix

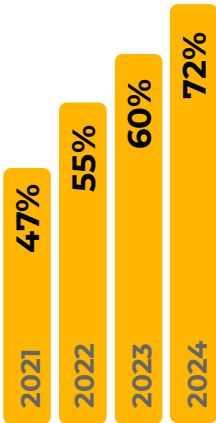
% by channel in Dec/2024



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

Share of digital channels of sales

% digital channels of total sales



App

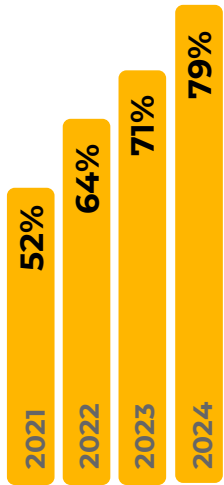
Sales via app are now available for all countries

Improved CAC productivity

Efficiency lever in investments for member acquisition

Digital transactions

% of financial and operational transactions conducted through digital channels



+22.0 M

of transactions through digital channels in 2024

Greater operating efficiency

Transactions such as plan upgrades, payments, guest access, transfer, etc.

Deliveries



Personal Trainer Marketplace

We offer a marketplace for personal trainers within the app

Coming in 2025



Social Member and Friends Profile

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



CUSTOMER CENTERED CULTURE

CUSTOMER EXPERIENCE

PROCESS
AUTOMATION



NPS MONITORING
SYSTEM



Teams dedicated to
reducing
administrative
processes

**CUSTOMER
SATISFACTION AS
THE MAIN KPI**

TRAINING

PROTOCOLS



SMART FIT
UNIVERSITY

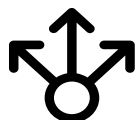


Specialized team
focused on
disseminating
knowledge

**SCALABILITY,
STANDARDIZED
PRACTICES**

TEAM ENGAGEMENT

CRYSTAL
CLEAR GOALS



AUTONOMY



CAREER PLAN



Measuring results,
not processes –
Innovation from the
bottom up

**HIGHLY MOTIVATED
TEAM**



CUSTOMER CENTERED CULTURE

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

KEY BRAND AWARDS AND RECOGNITIONS

Reader's
Digest

veja São Paulo

AMANHÃ

veja Rio KANTAR BRANDZ

ReclameAQUI

A TRIBUNA

O GLOBO

Valor



MARCAS DOS CARIOCAS

MARCA MAIS LEMBRADA
O GLOBO 2023 e 2024

OS MAIS AMADOS DE SÃO PAULO

ACADEMIA MAIS QUERIDA DOS
CONSUMIDORES
VEJA SÃO PAULO 2023 e 2024

PRÊMIO TOP OF MIND

ACADEMIA MAIS LEMBRADA
PELOS CONSUMIDORES
A TRIBUNA 2023

TOP OF MIND E LOVE BRANDS

ACADEMIA MAIS LEMBRADA
DE PORTO ALEGRE
GRUPO AMANHÃ 2024

MELHOR DE SÃO PAULO

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

TIKTOK AWARDS

MELHOR TRABALHO COMO
CREATOR

A MARCA MAIS CONFIÁVEL DO MÉXICO

ACADEMIA MAIS CONFIÁVEL
THE READER'S DIGEST 2023

OS MAIS AMADOS DO RIO DE JANEIRO

ACADEMIA MAIS AMADA
DO RIO DE JANEIRO
VEJA RIO 2024

RECLAME AQUI 2023

MELHORES EMPRESAS
PARA O CONSUMIDOR
PORTAL RECLAME AQUI
2023 e 2024

MARCAS MAIS VALIOSAS

33º LUGAR NO SEGMENTO
DE LAZER NO RANKING
KANTAR BRANDZ

AS 100 EMPRESAS MAIS INFLUENTES DO BRASIL

DA REVISTA VEJA 2024

SHARE OF MIND

MARCA MAIS LEMBRADA
O POPULAR 2023

TOP DE MARCAS 2025

VENCEDORA DA
CATEGORIA TOP SAÚDE /
ACADEMIA DE GINÁSTICA
TOP DE MARCAS 2025

VALOR 1000

VENCEDORA DA
CATEGORIA SERVIÇOS
ESPECIALIZADOS
VALOR ECONÔMICO 2024

MELHOR ACADEMIA NO MÉXICO

CENTRO ESPORTIVO
BIEN PRÉMIOS 2022

TOP DE MARCAS 2024

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





DIGITAL SUBSCRIPTION MODEL

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



Smart Fit Nutri
Health & Fitness

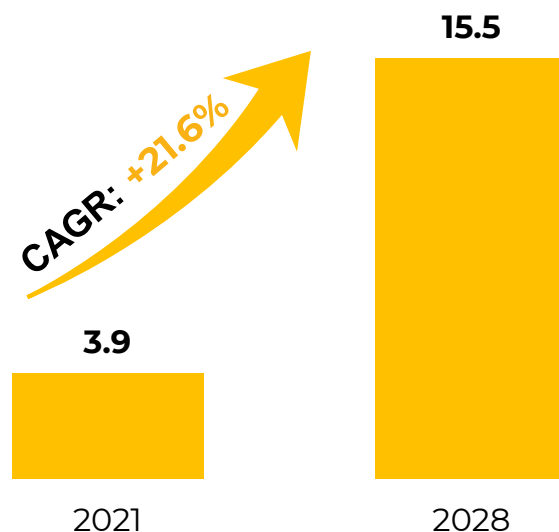


★★★★★14K⁽¹⁾

HEALTH AND FITNESS APPS ARE A HIGH GROWTH MARKET

GLOBAL HEALTH AND FITNESS APP MARKET

Global health and fitness app market – US\$ bn



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

GROWTH



Customized
meal plans
and advice in
app

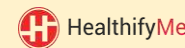


Online
appointments
with nutritionist
via our
marketplace



Measure rest
at Smart Fit club
with the
bioimpedance
scale

SIMILAR INTERNATIONAL PLAYERS



smart **fit** coach

Development of
personalized training
programs



OTHER OPPORTUNITIES IN HUGE MARKETS



Health



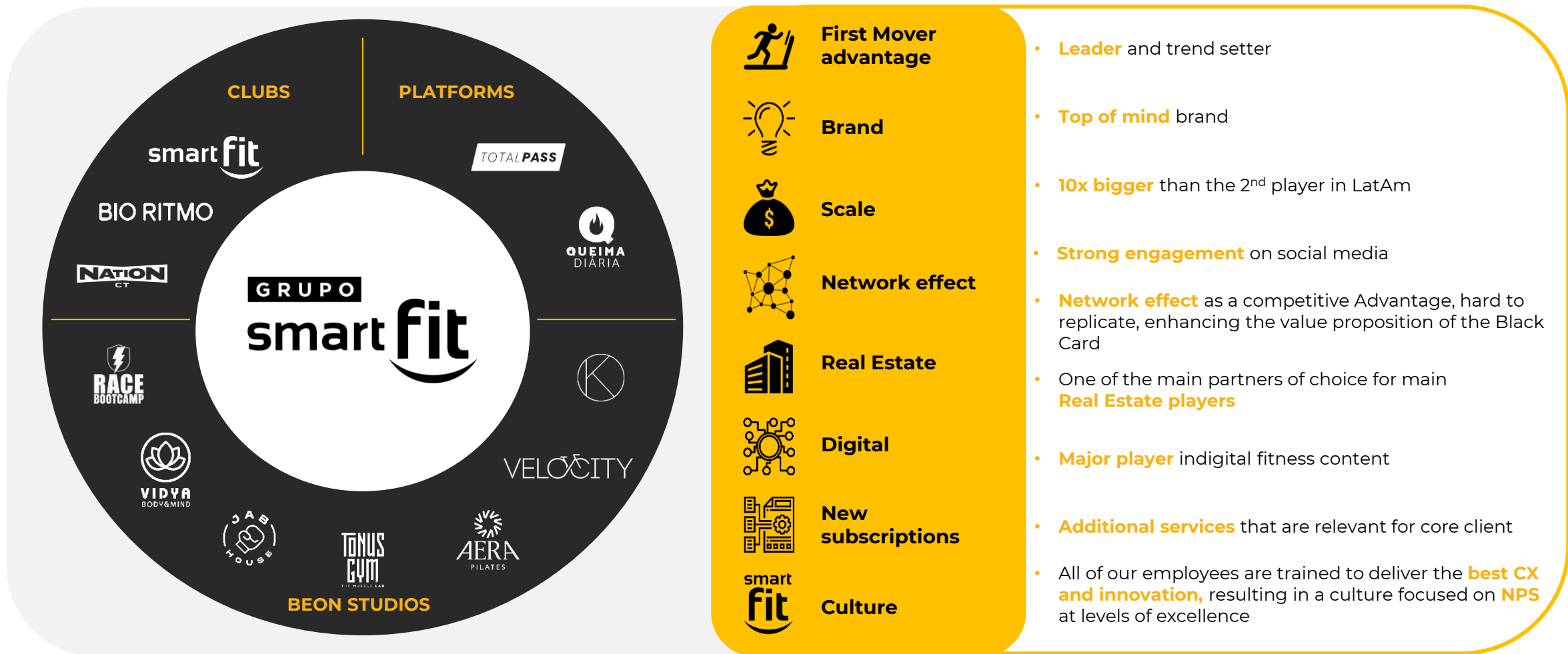
Fitness



Wellness



OUR CAPABILITIES CREATE COMPETITIVE ADVANTAGES



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

03

STRONG FINANCIAL TRACK RECORD

COMBINING HIGH GROWTH AND ATTRACTIVE UNIT ECONOMICS



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

- ✓ **SOLID GROWTH OF 19% OF CLUBS** VS. 2Q25, WITH **352** CLUB ADDITIONS LTM, TOTALING **2,170** UNITS IN 16 COUNTRIES IN 2Q26
- ✓ **NET REVENUE OF R\$2.2 BN** IN 2Q26, **SOLID GROWTH OF 22% VS. 2Q25** AND **4% VS. 1Q26**
- ✓ **CASH GROSS PROFIT¹ OF R\$1.1 BN** IN 2Q26, **GROWTH OF 24% VS. 2Q25**, WITH **CASH GROSS MARGIN RECORD OF 51.9%**, **EXPANSION OF 1.1 p.p. VS. 2Q25**
- ✓ **RECORD EBITDA¹ OF R\$712 M** IN 2Q26 WITH A **STRONG GROWTH OF 24% VS. 2Q25**, AND **MARGIN OF 32.7%**, **EXPANSION OF 0.5 p.p. VS. 2Q25**
- ✓ **GROWTH OF 8% IN RECURRING NET INCOME² VS. 2Q25**, REACHING **R\$204 M** IN 2Q26, WITH A **RECURRING NET MARGIN OF 9.4%**

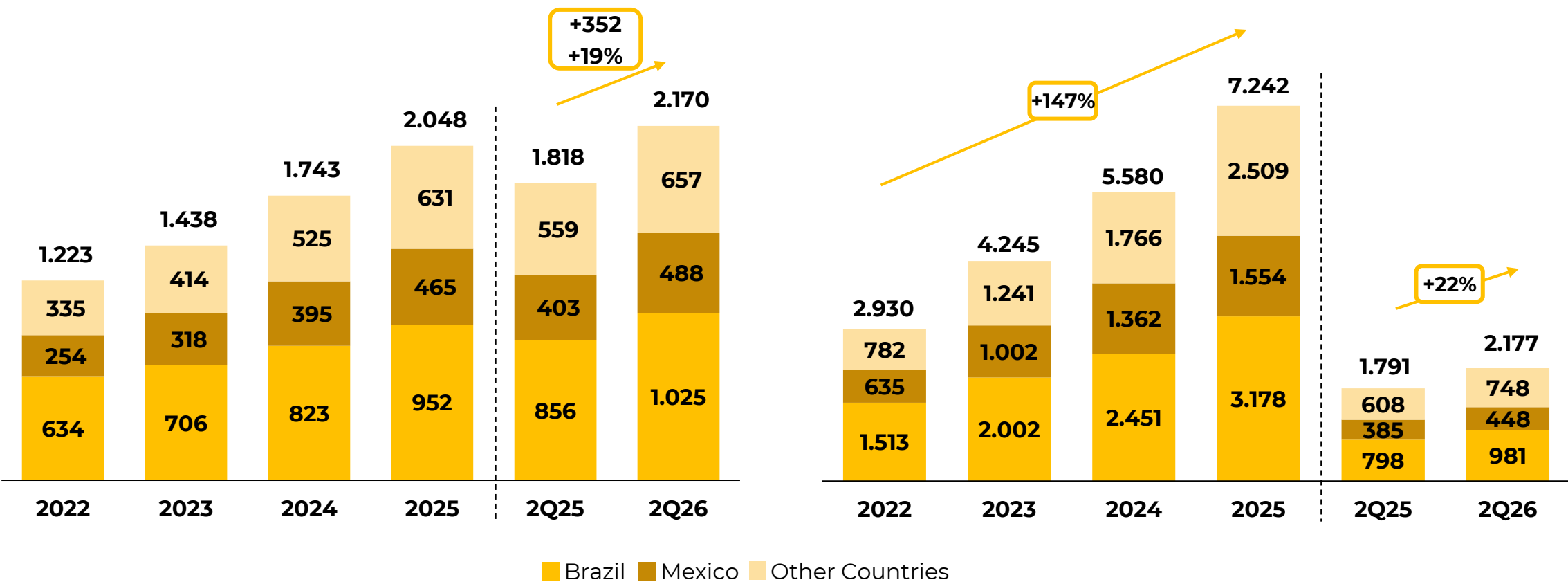
(1) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2); (2) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 and non-recurring impacts



PROVEN GROWTH TRACK RECORD

NUMBER OF CLUBS (#)

NET OPERATING REVENUE (R\$ MM)



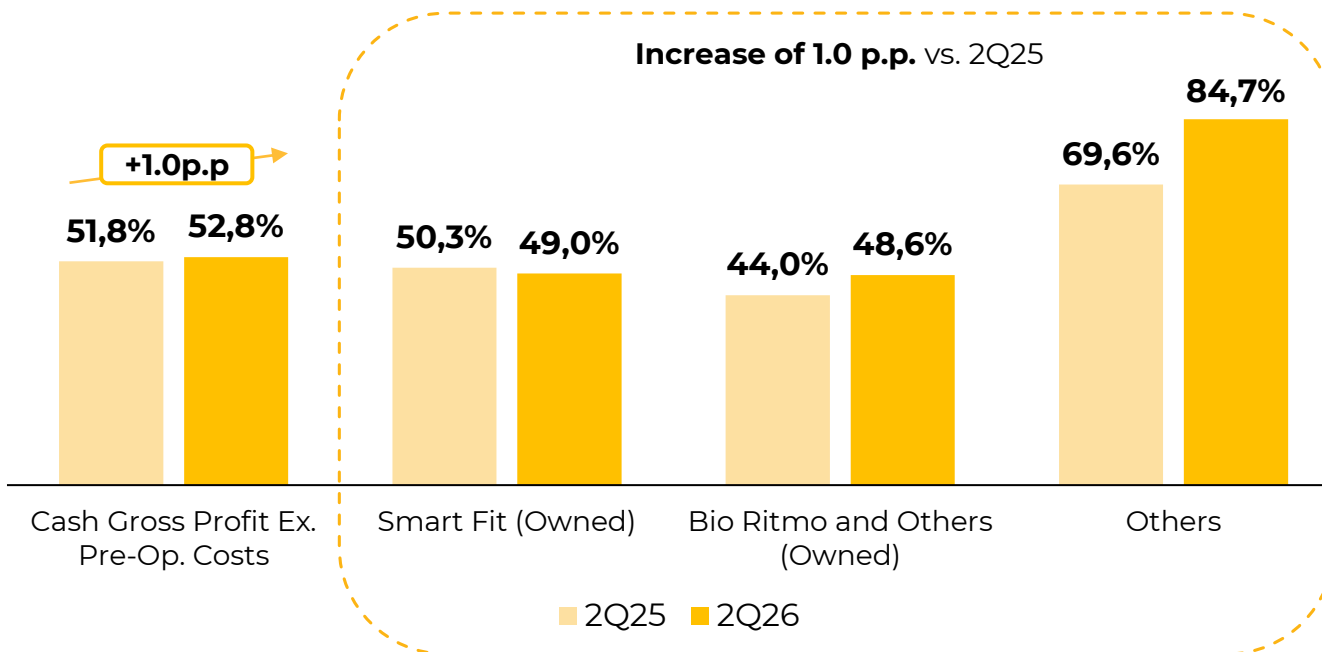
(1) Revenues from aggregators in Mexico are consolidated into the results of Brazil, including FitMaster as of 2Q25 and TotalPass as of 1Q26.



CASH GROSS MARGIN BEFORE PRE-OPERATING COSTS

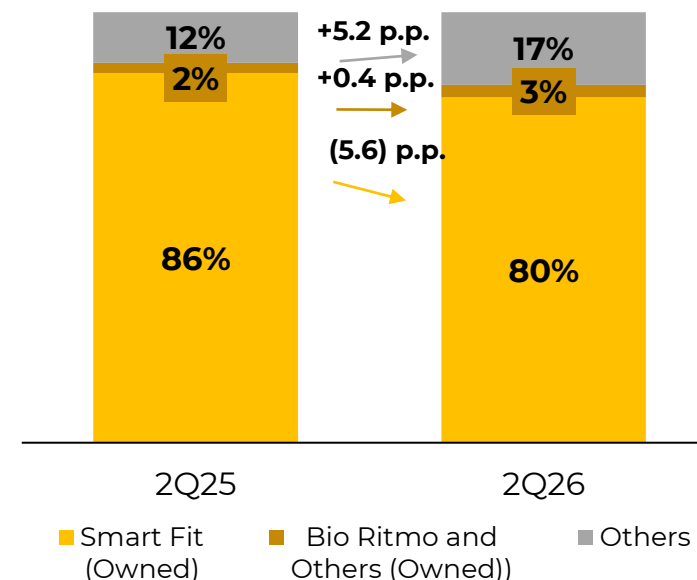
CASH GROSS MARGIN BEFORE PRE-OPERATING COSTS BREAKDOWN

Per segment | 2Q26 vs. 2Q25 (%)



CASH GROSS PROFIT BEFORE PRE-OP

Per Segment (%) and variation vs. 2Q25 (p.p.)

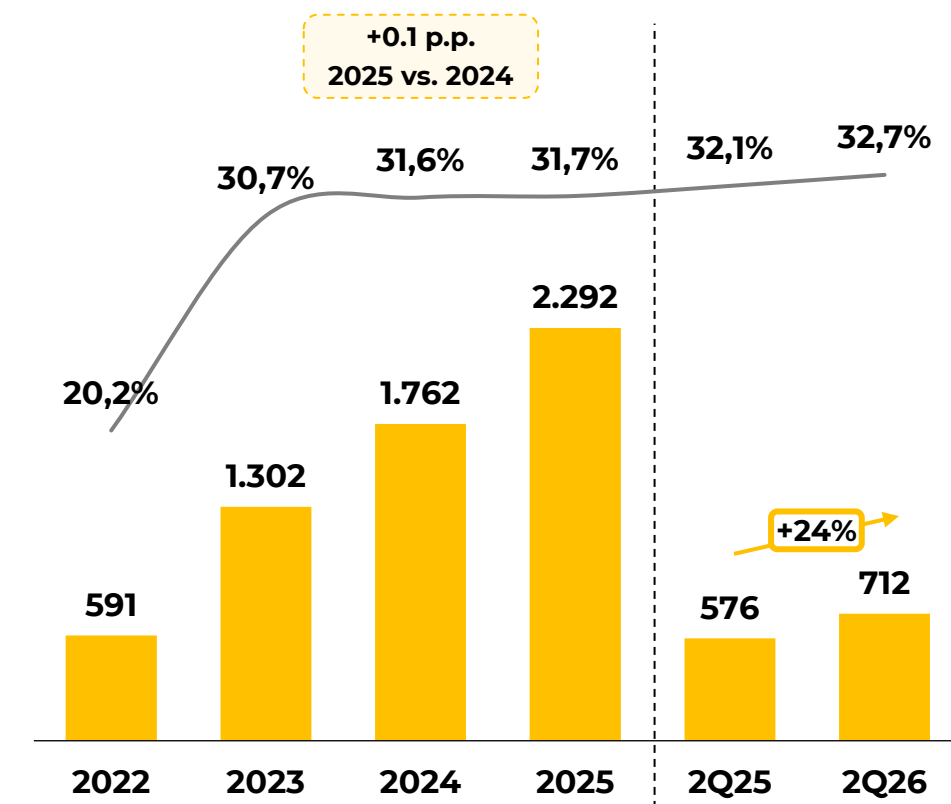


- In 2Q26, the Company's gross margin before pre-operating costs **expanded by 1.0 p.p. vs. 2Q25**, reaching **52.8%**
- The "Others" segment maintained a **margin level higher** than the Company's other segments, ending the period at **84.7%**, an **expansion of 15.1 p.p. compared to 2Q25**, primarily driven by the higher contribution of TotalPass Brazil.
- **Positive impact** on gross margin due to the **increased share** of the "Others" segment, which accounted for **17%** of cash gross profit before pre-operating costs in 2Q26 (**vs. 12% in 2Q25**)

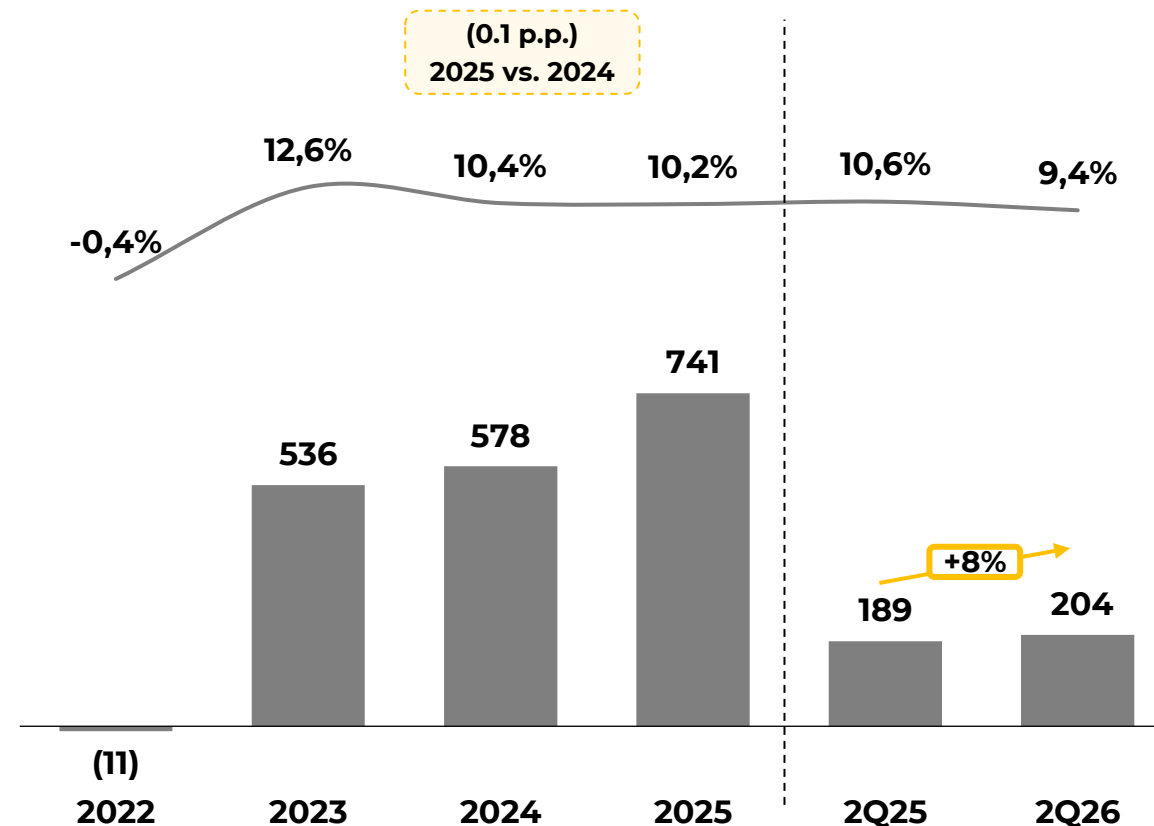


EBITDA IN THE LAST 12 MONTHS REACHING A RECORD LEVEL OF R\$ 2.6 BILLION

ADJ. EBITDA¹ & ADJ. EBITDA MARGIN (R\$ MM & %)



RECURRING NET INCOME & NET MARGIN² (R\$ MM & %)



(1) Excludes the positive effect of R\$176.6 million registered in 2Q23 with the revaluation of existing 50% interest in Panama due to the acquisition of control of this operation, in accordance with accounting standards in effect in the period

(2) "Recurring Net Income (loss)" excludes impacts related to (i) revaluation of existing 50% interest in Panama and Costa Rica operations; and (ii) non-recurring financial expenses in 2Q24 of R\$22.1 million after income tax/CSLL related to the prepayment of the 6th issue of debentures and R\$5.3 M in 3Q24 related to the prepayment of the 5th issue in conjunction with other liability management initiatives. For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS 16 related to commercial leases for clubs and offices. "Recurring Net Income (Loss)" excludes non-recurring acquisition-related impacts, primarily the remeasurement of the Company's equity interests in the FitMaster, Panama/Costa Rica, and Velocity operations, as well as 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.

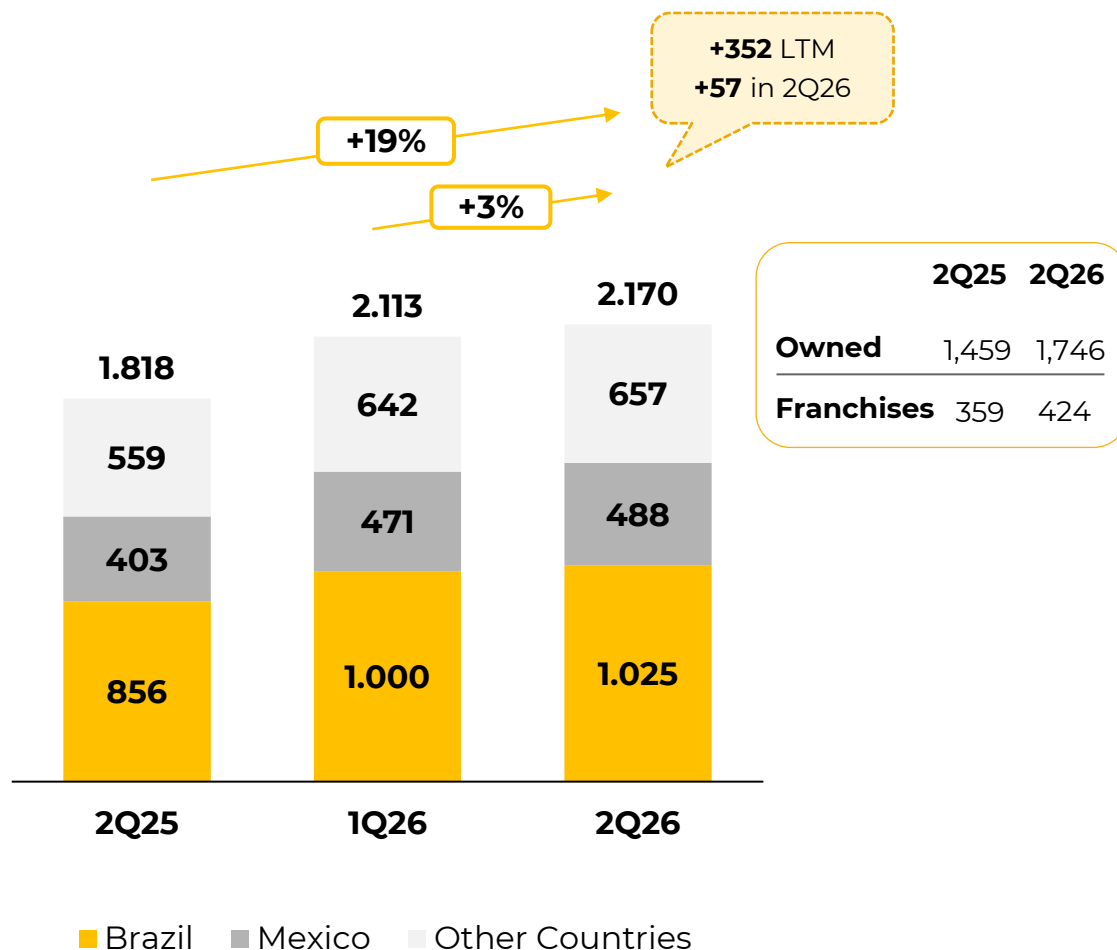


DISCIPLINED EXPANSION FOCUSED ON RESULTS

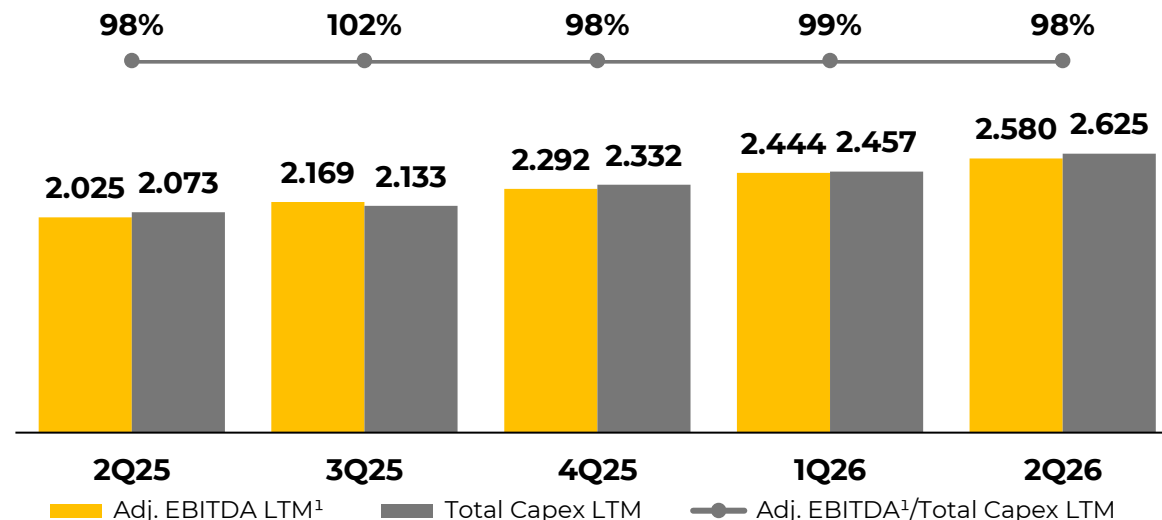


Addition of 352 clubs in the last 12 months, reaching 2,170 clubs (+19% vs. 2Q25)

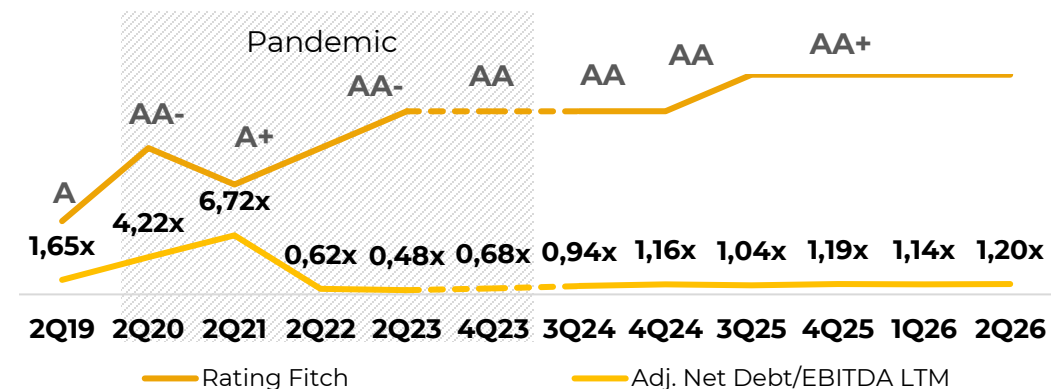
EVOLUTION OF CLUB NETWORK



ADJ. EBITDA¹ AND TOTAL CAPEX LTM (R\$M)



RATINGS EVOLUTION AND ADJ. NET DEBT / EBITDA LTM²



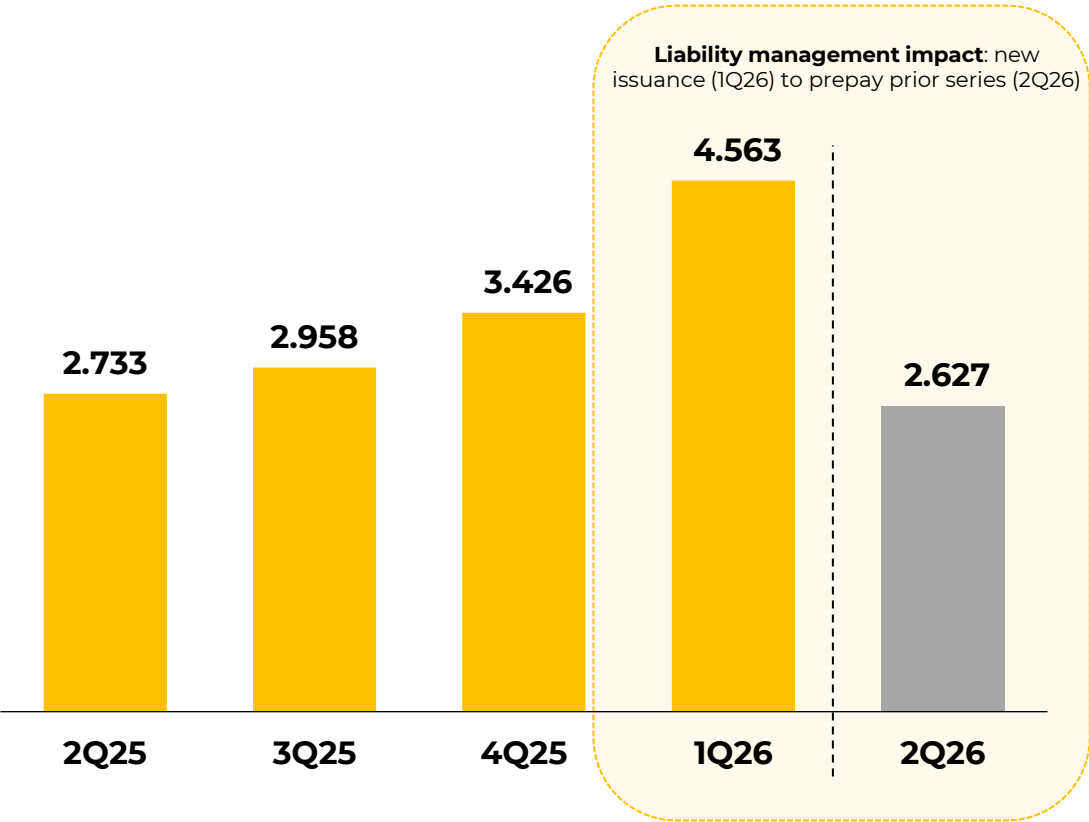
(1) Excludes (i) IFRS 16 impact; (ii) Adjusted EBITDA¹ excludes the extraordinary impact from the non-recurring revenue of R\$ 10.7 M recognized in 4Q25, related to the remeasurement of the stake held in FitMaster.. (2) The "Adjusted Net Debt/LTM EBITDA" ratio follows the Net Debt and EBITDA definitions from the Company's debentures; Debtor's Management Document indicating calculations based on audited figures, available on the IR website.



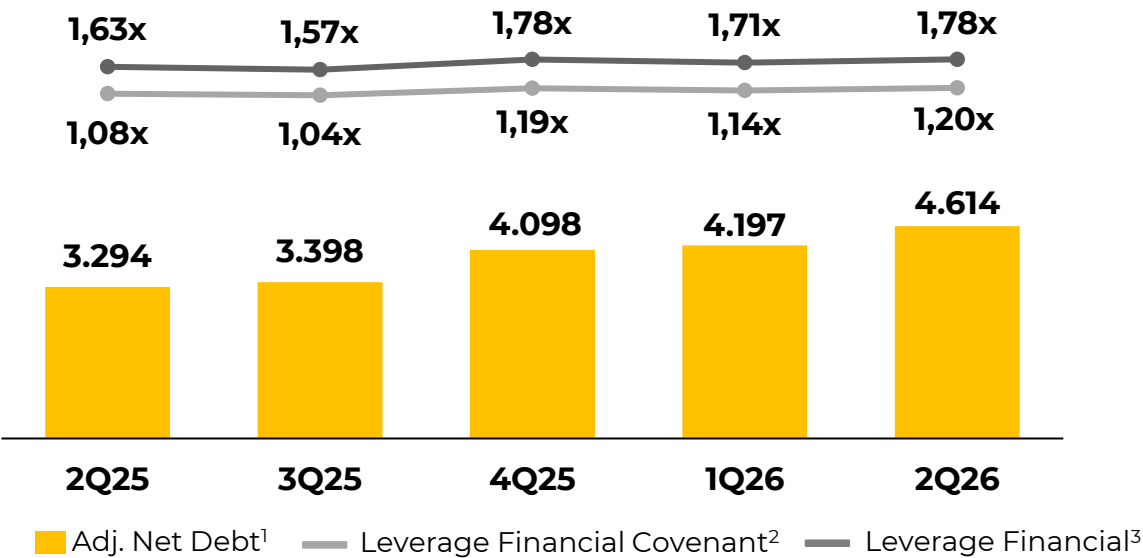
SOLID CASH POSITION OF R\$2.6 BN AND LENGTHY DEBT PROFILE

Unique financial position in the industry

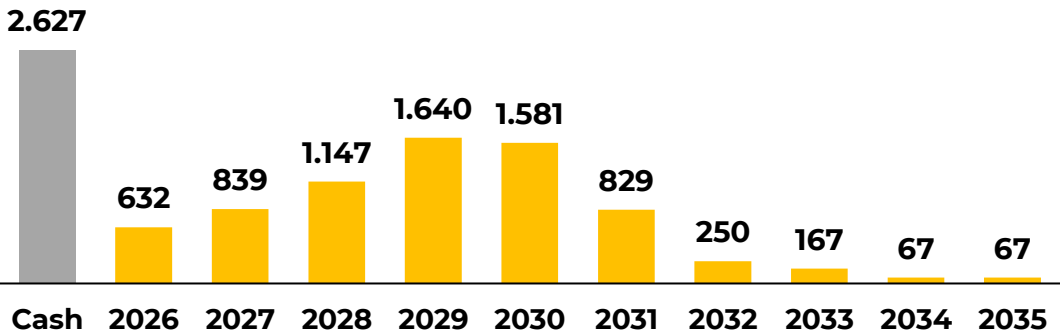
CASH POSITION (R\$ M)



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



GROSS DEBT REPAYMENT FLOW⁴ (R\$ million)



(1) "Net Debt" uses the definition established in the Company's debentures. For more information, see the [debenture indenture](#) (Portuguese only);
(2) The "Financial Leverage - Covenant" indicator is calculated as "Adjusted Net Debt" divided by "EBITDA LTM", using the definitions of net debt and EBITDA established in the Company's debentures;
(3) The "Financial Leverage" indicator considers "Adjusted Net Debt", using the definition established in the Company's debentures, and "EBITDA LTM", excluding the effects of IFRS 16 related to commercial leases associated with the rent of clubs and offices;
(4) "Gross Debt" considers short- and long-term loans, financing and operating leases (excluding property leases) with financial institutions at the end of June 2026.

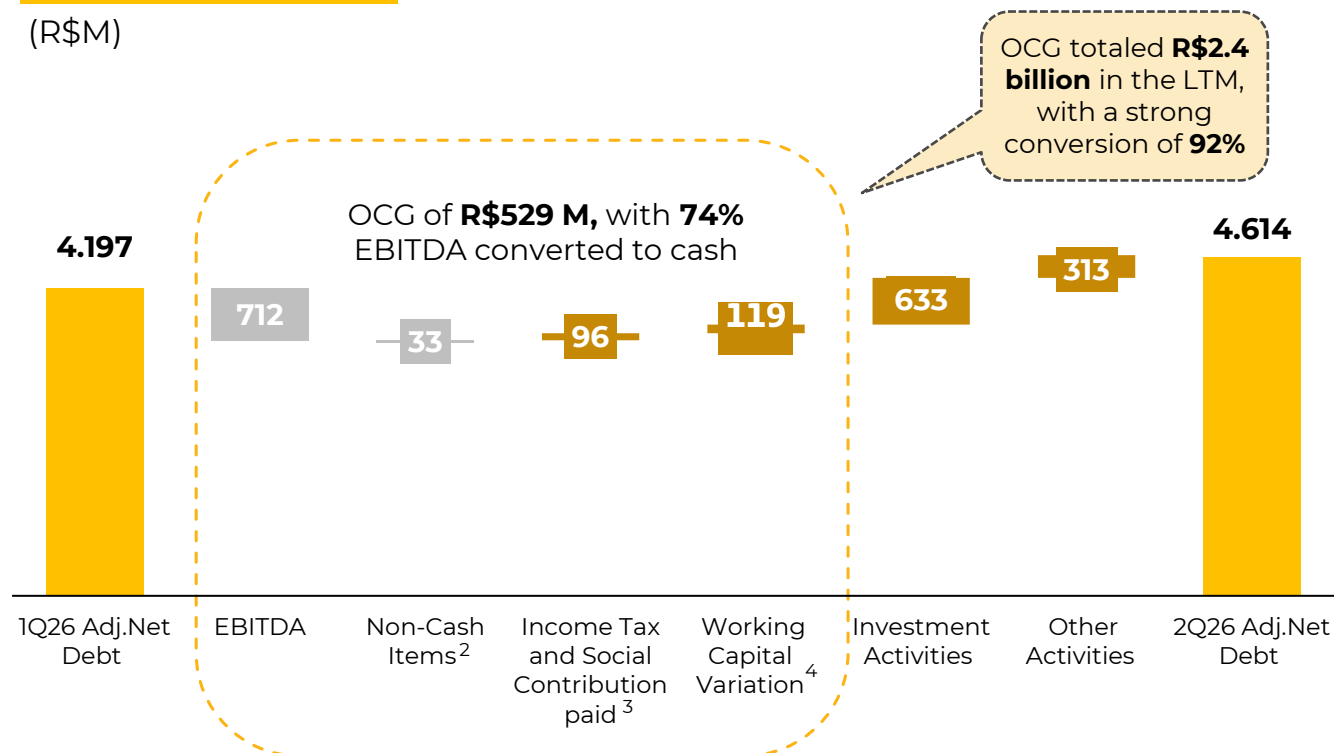


VARIATION IN ADJUSTED NET DEBT

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

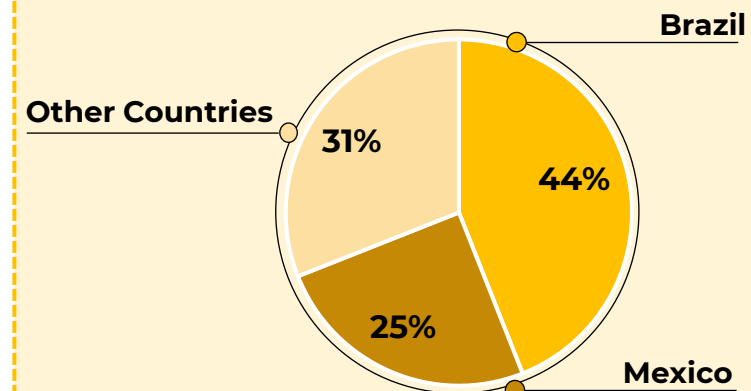
VARIATION IN ADJUSTED NET DEBT¹

(R\$M)



NET DEBT BY REGION

(%)



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

(1) "Adjusted Net Debt" is calculated based on the definition set forth in the Company's debenture indentures. For further details, see the debenture indentures; (2) Includes mainly asset write-offs, deferred revenue, and provisions; (3) Includes sales and service taxes; (4) Starting in 1Q25, the Company began using working capital variations according to the Cash Flow Statement in the financial statements; (5) Excludes investments related to right-of-use assignments associated with the acquisition of commercial locations.

04

VALUE CREATION

SIGNIFICANT GROWTH AND VALUE CREATION OPPORTUNITIES



ESG HIGHLIGHTS

Environmental pillar initiatives

ENVIRONMENTAL INITIATIVES AND PARTNERSHIP FOR THE EXPANSION OF RENEWABLE ENERGY



608 UNITS

+84% vs. 2024

With an air conditioning automation system

249 units in Brazil and 359 in Mexico, Colombia and Peru, with greater energy efficiency



428 UNITS

+95% vs. 2024

Operating with renewable energy

370 units in Brazil, 52 in Mexico and 6 in Colombia, with a reduction in costs per kWh used



782 UNITS

With online monitoring of water consumption

509 units in Brazil and 273 units in Mexico, enabling real-time monitoring of consumption and greater control over inefficiencies





ESG HIGHLIGHTS

Social pillar and governance initiatives



SOCIAL HIGHLIGHTS

- ✓ Efficient allocation of **R\$ 2.1M to 22 projects promoting sports and culture in Brazil**
- ✓ **High engagement with UNICEF:** significant leaps in donors at Bio Ritmo (+240%) and Smart Fit (+86%)
- ✓ Campaigns with a strong focus on the **circular economy in Chile**
- ✓ **High-impact regional campaigns**, including clothing and toy drives in Mexico, Peru, and the Southern Cone



GOVERNANCE HIGHLIGHTS

- ✓ Conclusion of **Double Materiality**, integrating risks, impacts, and opportunities into the corporate strategy
- ✓ Strengthened compliance structure with **Governance Training for 70 senior leaders** within the organization



PEOPLE

- ✓ **Global Climate & Culture Survey:** Expanded to all countries with >80% participation



SMFT3's official entry into the **IDIVERSA B3 portfolio**, attesting to its commitment to diversity

The 2025 Annual Report

Published in accordance with **GRI** and **SASB** guidelines, with information independently verified by ABNT



To read the full report, [click here](#).

WE ARE CONFIDENT IN OUR FUTURE



SIZEABLE AND
EXPANDING MARKET
BENEFITED BY SECULAR
TRENDS



UNDISPUTED LEADER IN
THE REGION WITH SCALE
AND PROFITABILITY

PROVEN EXECUTION
TRACK RECORD WITH
SEASONED
MANAGEMENT TEAM



MULTIPLE GROWTH
AVENUES WITH MARKET
CONSOLIDATION
OPPORTUNITIES