



SMARTFIT ESCOLA DE GINÁSTICA E DANÇA S.A.

CNPJ/MF nº 07.594.978/0001-78

NIRE 35.300.477.570

Companhia Aberta

COMUNICADO AO MERCADO

EVOLUÇÃO DA BASE DE CLIENTES 4T24 E JANEIRO DE 2025

São Paulo, 7 de fevereiro de 2025 – SMARTFIT ESCOLA DE GINÁSTICA E DANÇA S.A. (“Smart Fit” ou “Companhia”), comunica aos seus acionistas e ao mercado em geral a evolução da base de clientes da Companhia referente ao quarto trimestre de 2024 (4T24) e ao final do mês de janeiro de 2025. Os principais destaques dos períodos são:

(i) Janeiro de 2025

- ***Sólida captação de alunos reforça a proposta de valor única da Smart Fit na América Latina e o potencial de crescimento do setor fitness na região.***

Em janeiro/2025, foram adicionados 295 mil alunos em relação ao mês anterior, totalizando 5,5 milhões de clientes em 15 países da América Latina (+15% em comparação com janeiro/2024), o que reforça a nossa posição de liderança no setor *fitness* na região. Essa sólida performance de vendas ao longo de janeiro/2025 é explicada pela combinação de (i) forte ritmo de expansão da rede de academias nos últimos anos e a maturação das unidades; (ii) sazonalidade positiva do período; e (iii) assertivos esforços comerciais e inteligência de *pricing* na captação de clientes, ancorados na força das marcas do Grupo Smart Fit e sua proposta de valor única.

- ***Base de clientes em academias superou patamar recorde de 5,1 M (+6% vs. 4T24).*** Em academias, a base de clientes atingiu, pela primeira vez na história, o patamar de 5,1 milhões, com recorde de vendas totais, representando um crescimento de 6% em relação a dezembro/2024 e de 15% frente ao mesmo período do ano anterior. Destaque positivo para a região de Outros América Latina, que ultrapassou a marca de 1,7 milhões de alunos no período (+5% vs. dezembro/2024 e +24% vs. janeiro/2024). Nesse sentido, a base de alunos total da Companhia ao final de janeiro/2025 reforça nossa confiança nas sólidas perspectivas de resultado para o ano, impulsionada pelo foco e pela disciplina na gestão e execução do negócio.
- ***Academias maduras apresentaram novamente crescimento de clientes acima da sazonalidade histórica com forte performance de vendas.*** Nas unidades maduras, a base de clientes por unidade evoluiu 3,2% em relação a dezembro/2024, acima da sazonalidade histórica, devido ao robusto resultado de vendas por unidade. Destaque positivo para Brasil e México, que cresceram acima da média histórica, sendo 3,5% e 4,5%, respectivamente, no período.
- ***Ramp-up dos novos vintages segue nos mesmos níveis históricos.*** Vale destacar que as unidades inauguradas em 2024 (“Vintage 2024”) mantêm a trajetória de

maturação nos mesmos níveis históricos, atingindo, em média, 2,2 mil alunos ao final de janeiro/2025.

- **Penetração do Plano Black se manteve estável no mix de vendas.** A penetração do Plano Black se manteve estável no mix de vendas em janeiro/2025 quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

(ii) Quarto trimestre de 2024 (4T24)

- No quarto trimestre de 2024, a base de clientes total continuou a trajetória de expansão, atingindo a marca de 5,2 milhões, um crescimento de 17% em relação ao 4T23. Em academias, a base atingiu 4,8 milhões de alunos, um incremento de 17% na comparação com o mesmo período do ano anterior com a adição de 699 mil alunos. Esse resultado reflete principalmente a forte expansão da Companhia nos últimos trimestres e a sólida maturação da sua rede de academias. Em relação ao 3T24, foram adicionados 13 mil alunos em academias devido principalmente a sólida maturação das inaugurações realizadas em 2023 e 2024, que ajudaram a compensar um quarto trimestre tipicamente marcado por uma sazonalidade com retração da base de clientes em unidades maduras em todas as regiões de atuação.
- No Brasil a base de clientes em academias atingiu 2,2 milhões no 4T24, um crescimento de 12% quando comparada ao 4T23. Nesse período foram adicionados 238 mil clientes, devido a sólida curva de maturação das 117 unidades inauguradas nos últimos 12 meses. Frente ao 3T24, a base de clientes se manteve estável devido principalmente ao sólido *ramp-up* das academias inauguradas nos últimos 18 meses, que compensou a sazonalidade nas unidades maduras no período.
- O México encerrou o 4T24 com 1,0 milhão de alunos, o que representa 0,8% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país, um crescimento de 13% em relação ao 4T23. No trimestre, a base apresentou uma retração de 30 mil alunos, 3% abaixo vs. o 3T24, reflexo da sazonalidade do período nas unidades maduras na região.
- Na região Outros América Latina, a base de clientes atingiu 1,6 milhão no 4T24, um crescimento de 27% quando comparada ao 4T23. No trimestre, foram adicionados 42 mil alunos, crescimento de 3% versus 3T24, positivamente impactado pela adição de 111 unidades na região nos últimos 12 meses.
- Por fim, vale mencionar que o percentual de clientes matriculados no plano “Black” atingiu 66% da base de clientes de academias próprias da marca Smart Fit ao término de 2024, estável quando comparado ao 3T24 e ao 4T23. Nesse contexto, vale mencionar que a Companhia expandiu a capilaridade de sua rede de academias ao longo do ano de 2024, chegando a mais de 85 novas cidades, totalizando a sua presença em mais de 470 cidades na América Latina.

Evolução da base de Clientes

Clientes Totais ('000)	Final de Período				Crescimento			Variação		
	4T23	3T24	4T24	jan/25	4T24 vs. 3T24	4T24 vs. 4T23	jan/25 vs. 4T24	4T24 vs. 3T24	4T24 vs. 4T23	jan/25 vs. 4T24
Brasil	1.952	2.189	2.190	2.325	1	238	134	0%	12%	6%
México	900	1.043	1.013	1.094	(30)	113	81	(3%)	13%	8%
Outros Am.Latina ¹	1.288	1.593	1.635	1.710	42	347	74	3%	27%	5%
Total em Academias	4.140	4.826	4.839	5.129	13	699	291	0%	17%	6%
Total Clientes ²	4.456	5.156	5.214	5.509	58	758	295	1%	17%	6%

(1) A região "Outros América Latina" inclui as operações próprias da Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Paraguai, Peru, Panamá e Uruguai e as franquias de El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana e Honduras; (2) Os clientes de academias que também são assinantes de planos digitais Smart Nutri e Smart Coach são considerados somente clientes das academias ou Studios. No 4T24, a base de clientes de Studios e Digital atingiu 5 mil e 370 mil alunos, respectivamente. Ao final de janeiro de 2025, a base de alunos de Studios e Digital totalizou 8 mil e 372 mil.

José Luís Rizzardo Pereira
Diretor de Relações com Investidores



SMARTFIT ESCOLA DE GINÁSTICA E DANÇA S.A.

CNPJ/MF nº 07.594.978/0001-78

NIRE 35.300.477.570

Public Company

NOTICE TO THE MARKET

EVOLUTION OF THE MEMBER BASE IN 4Q24 AND JANUARY 2025

São Paulo, February 7th, 2025 – SMARTFIT ESCOLA DE GINÁSTICA E DANÇA S.A. (“Smart Fit” or “Company”) hereby informs its shareholders and the market in general the evolution of the Company's member base in the fourth quarter of 2024 (4Q24) and at the end of January 2025. The highlights of these periods are:

(i) January, 2025

- ***Strong member intake reinforces the unique value proposition of Smart Fit in Latin America and the growth potential of the fitness sector in the region.*** In January/2025, 295 thousand members were added compared to the previous month, totaling 5.5 million members in 15 countries of Latin America (+15% compared with January/2024), which reinforces our leading position in the fitness sector in the region. This strong member intake performance through January/2025 is explained by the combination of (i) the strong pace of expansion in the last few years and the club network maturation; (ii) the positive seasonality of the period; and (iii) assertive commercial efforts and pricing intelligence, anchored in the strength of Smart Fit Group brands and its unique value proposition.
- ***In clubs, the member base surpassed the milestone of 5.1 million (+6% vs. 4Q24).*** In clubs, the member base reached, for the first time in history, the mark of 5.1 million, with another record of client's intake, representing a growth of 6% compared to December/2024 and 15% vs. the same period in the previous year. Highlight for Others Latin America, which surpassed the mark of 1.7 million members in the period (+5% vs. December/2024 and +24% vs. January/2024). In this context, the total member base at the end of January/2025 reinforces our confidence in the solid result outlook for the year, driven by focus and discipline in business administration and execution.
- ***Mature clubs once again registered member growth above historical seasonality, with strong intake performance.*** In mature clubs, the member base per unit grew 3.2% compared to December/2024, above the historical seasonality of the period, due to the robust result of new members per unit. Brazil and Mexico's performances were the positive highlights, growing above the historical average, registering 3.5% and 4.5%, respectively, in the period.
- ***The ramp-up of new vintages at the same historical levels.*** It's worth mentioning that the clubs opened in 2024 (“Vintage 2024”) maintain their maturation pace at

the same historical levels, achieving an average of 2.2 thousand members at the end of January/2025.

- ***The Black Card membership penetration remained stable in the intake mix.***
The Black Card membership remained stable in the new clients mix in January/2025 compared to the previous year's period.

(ii) Fourth quarter of 2024 (4Q24)

- In the fourth quarter of 2024, the member base continued its expansion trajectory, reaching the milestone of 5.2 million, a growth of 17% compared to 4Q23. In clubs, the base reached 4.8 million members, an increase of 17% compared with the same period of the previous year, with the addition of 699 thousand members. This result reflects mainly the Company's strong expansion in the last quarters and the solid maturation of the club network. Compared to 3Q24, 13 thousand members in clubs were added mainly reflecting the solid maturation of the clubs opened in 2023 and 2024, which helped offset a typical fourth quarter marked by a seasonality with a decline in the customer base in mature units across all operating regions.
- In Brazil, the club member base, reached 2.2 million in 4Q24, a growth of 12% when compared to 4Q23. In the period, 238 thousand clients were added, due to the solid maturation curve of the 117 units inaugurated in the last 12 months. Compared to 3Q24, the member base remained stable, mainly due to the solid ramp-up of the clubs opened in the previous 18 months, offsetting the mature units' seasonality in the period.
- Mexico ended 4Q24 with 1.0 million members, representing 0.8% of the population enrolled in one of the Company's clubs in the country, an increase of 13% compared to 4Q23. In the quarter, the member base retracted 30 thousand clients, 3% below 3Q24, reflecting the seasonality of the period in the mature units of the region.
- In the Others Latin America region, the member base reached 1.6 million in 4Q24, an increase of 27% when compared to 4Q23. In the quarter, 42 thousand members were added, a growth of 3% versus 3Q24, positively impacted by the addition of 111 units in the region in the last 12 months.
- Finally, it's worth mentioning that the percentage of clients enrolled in the Black Card membership reached 66% of the Smart Fit owned units' client base at the end of 2024, stable when compared to 3Q24 and 4Q23. In this context, it's important to highlight that the Company expanded the coverage of its club network in 2024, entering more than 85 new cities, and increasing its footprint to over 470 cities in Latin America.

Evolution of Member Base

Total Members ('000)	End of Period				Growth			Variation		
	4Q23	3Q24	4Q24	jan/25	4Q24 vs. 3Q24	4Q24 vs. 4Q23	jan/25 vs. 4Q24	4Q24 vs. 3Q24	4Q24 vs. 4Q23	jan/25 vs. 4Q24
Brazil	1,952	2,189	2,190	2,325	1	238	134	0%	12%	6%
Mexico	900	1,043	1,013	1,094	(30)	113	81	(3%)	13%	8%
Other Latin America ¹	1,288	1,593	1,635	1,710	42	347	74	3%	27%	5%
Total in Clubs	4,140	4,826	4,839	5,129	13	699	291	0%	17%	6%
Total Members²	4,456	5,156	5,214	5,509	58	758	295	1%	17%	6%

(1) The "Other Latin America" region includes owned clubs in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Paraguay, Peru, Panama and Uruguay. For the franchises includes El Salvador, Ecuador, Guatemala, Dominican Republic and Honduras; (2) Members of clubs who are also subscribers to Smart Nutri and Smart Coach digital plans are considered only as members of clubs or Studios. In 4Q24, the member base of Studios and Digital reached 5 thousand and 370 thousand members, respectively. At the end of January, 2025, the member base of Studios and Digital totaled 8 thousand and 372 thousand.

José Luís Rizzardo Pereira

Investor Relations Officer