



Resultados 4T24

Webinar de Resultados

14 de março de 2025

11hrs (Brasília) | 10hrs (NY) | 14hrs (Londres)

Teleconferência em português com
tradução simultânea em inglês

[Clique Aqui](#)

smart **fit**

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T24

São Paulo, 13 de março de 2025 – A Smart Fit (SMFT3), líder no setor *fitness* na América Latina em número de clientes e academias¹ anuncia os resultados do 4T24. Para permitir melhor análise, os resultados são apresentados sem o efeito do IFRS-16/CPC 06 (R2). Os efeitos da adoção do IFRS-16/CPC 06 (R2) sobre o resultado são detalhados a partir da página 32.

DESTAQUES DO PERÍODO

- **Recorde de 305 academias adicionadas em 2024, representando uma forte aceleração de 42% frente ao ritmo de expansão em 2023, totalizando 1.743 unidades em 15 países da América Latina**
Sólido crescimento anual de 21% da rede de academias, com expansão recorde nas três regiões de atuação e com adição histórica de 152 unidades no 4T24.
- **Base de alunos total atingiu a impressionante marca de 5,2 M no 4T24, sendo 4,8 M de clientes em academias, crescimento de 17% vs. 4T23**
Adição de 699 mil alunos em academias no acumulado do ano de 2024, refletindo a expansão da rede de unidades e os esforços assertivos na captação e retenção de clientes.
- **Receita líquida superou R\$1,5 BI no 4T24, com forte crescimento de 36% vs. 4T23 e 8% vs. 3T24**
Receita líquida de R\$5,6 bilhões em 2024, crescimento de 31% vs. 2023, devido a combinação da expansão da base média de alunos em academias próprias e o incremento do ticket médio.
- **Margem bruta caixa de 50,1% no 4T24, combinando expansão da rede de academias recorde com sólida rentabilidade**
Margem bruta caixa das academias maduras² constante em 52% e maturação das unidades inauguradas nos últimos anos consistente com o histórico.
- **EBITDA recorde de R\$487 M no 4T24, expressivo crescimento de 47% vs. 4T23, com geração de caixa operacional de R\$458 M, representando uma conversão de 94%**
Margem de 31,6% no 4T24, uma expansão de 2,3p.p. vs. 4T23. EBITDA de R\$1,8 bilhão em 2024, com margem recorde anual e alta conversão em caixa operacional de 89%.
- **Lucro líquido recorrente³ de R\$197 M no 4T24, com margem líquida recorrente de 12,8%**
No ano, lucro líquido recorrente totalizou R\$578 milhões, crescimento de 8% vs. 2023.

Destaques do 4T24	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Academias	1.743	1.438	21%	1.591	10%	1.743	1.438	21%
Clientes totais (000) ^a	5.214	4.456	17%	5.156	1%	5.214	4.456	17%
Receita Líquida (R\$ M)	1.541	1.131	36%	1.422	8%	5.580	4.245	31%
EBITDA ^b (R\$ M)	487	332	47%	442	10%	1.762	1.302	35%
Margem EBITDA	31,6%	29,4%	2,3 p.p.	31,1%	0,5 p.p.	31,6%	30,7%	0,9 p.p.
Lucro Líquido Recorrente ^c (R\$ M)	197	209	(6%)	124	59%	578	536	8%
Geração de Caixa Operacional ^d (R\$ M)	462	426	8%	379	22%	1.573	1.488	6%

(1) De acordo com os dados da International Health, Racquet & Sportsclub Association, divulgados em 2024, com data-base de 2023 ("IHRSA"); (2) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; (3) Exclui os impactos referentes à reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica, e despesas financeiras não-recorrentes, após IR/CSLL, de R\$22,1 M no 2T24 e de R\$5,3 M no 3T24 referentes ao pré-pagamento da 6ª e da 5ª emissão em conjunto com outras iniciativas de *liability management*. Vide seção "Lucro Líquido"; (a) Inclui clientes de academias, studios e canal digital; (b) Desconsidera ganho de R\$176,6 M auferido no 2T23 com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá e exclui os efeitos do IFRS-16/CPC06 (R2). Vide seção "Composição do EBITDA"; (c) Exclui os efeitos do IFRS-16/CPC06 (R2) e os impactos não recorrentes, conforme definição de Lucro Líquido Recorrente ("3"). Vide seção "Lucro Líquido"; (d) Vide seção "Geração de caixa operacional".

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2024 destacou-se pela sólida execução da Companhia e a entrega de uma expansão recorde, com foco na qualidade do *pipeline* de aberturas, que refletiu na forte performance dos novos *vintages*, somado a manutenção dos sólidos resultados nas unidades maduras, refletindo a capacidade da Companhia de otimizar receita e gerenciar custos de maneira eficiente. Também ampliamos nossos investimentos nos segmentos de Studios com a aquisição do Grupo Velocity e a forte abertura de novos studios, encerrando o ano com 4x mais salas de studios quando comparado a 2023. A rede única de academias da Companhia que combina localizações estratégicas, marcas fortes, efeito rede e nosso *know-how* único de execução operacional - fortaleceram ainda mais a nossa posição de liderança na região e o ecossistema da Companhia.

Em 2024, também celebramos 28 anos de história do Grupo Smart Fit e 3 anos desde nossa estreia na Bolsa de Valores Brasileira, consolidando uma trajetória marcada por conquistas significativas, mesmo em cenários desafiadores. Desde 2019, período que antecedeu o COVID-19 e a nossa Oferta Pública Inicial (IPO), fortalecemos nossa posição de liderança na América Latina, alcançando importantes marcos operacionais e financeiros: (i) rede de 1.743 academias em 15 países na América Latina - o dobro do tamanho registrado em 2019 - além das 135 unidades de studios; (ii) 5,2 milhões de clientes totais ao final de 2024, dos quais 4,8 milhões matriculados em nossas academias; (iii) receita líquida de R\$ 5,6 bilhões no ano, com um EBITDA recorde de R\$1,8 bilhão, 2,8x e 3,2x superior a 2019, respectivamente; (iv) geração de caixa operacional de R\$1,6 bilhão, evidenciando a alta conversão de EBITDA em caixa da Companhia; e (v) lucro líquido recorrente de R\$578 milhões.

A evolução dos resultados ao longo do ano reforça a competitividade do modelo de negócio da Smart Fit, que oferece uma experiência diferenciada de alto padrão a preços acessíveis em uma rede de unidades cada vez mais capilarizada, atendendo à crescente demanda por serviços *fitness* na região e aumentando a sua conveniência para estes clientes. O ano de 2024 foi marcado pela aceleração no ritmo de aberturas de academias e pelo atingimento de um patamar recorde na expansão da rede, fortalecendo ainda mais a posição de liderança da Smart Fit na América Latina. Foram adicionadas 305 unidades, a maior expansão da história da Companhia, atingindo a faixa superior do *guidance* para o período. Encerramos 2024 com 1.743 academias, um crescimento de 21% em relação a 2023, com presença em 15 países da América Latina. Nossa rede é composta por 1.407 unidades próprias (81% do total) e 336 franquias (19%). Além disso, ampliamos nossa presença para mais de 85 novos municípios, totalizando mais de 470 cidades na região.

Em 2024, a base de clientes total continuou a trajetória de expansão, atingindo a marca de 5,2 milhões, uma adição de mais de 750 mil clientes. Em academias, a base atingiu 4,8 milhões de alunos, sendo 17% superior vs. 2023. Tal crescimento reflete principalmente o forte ritmo de inauguração de unidades nos últimos anos. Além disso, começamos o ano de 2025 com mais uma sólida performance de vendas no mês de janeiro. No período, foram adicionados 295 mil alunos, totalizando 5,5 milhões. Em academias, a base de clientes expandiu 6% em relação ao mês anterior, encerrando o período com 5,1 milhões de alunos o que reforça a nossa confiança nas sólidas perspectivas de resultado para o ano, impulsionada pelo foco e pela disciplina na gestão e execução do negócio.

A agenda de *Revenue Management* tem evoluído de forma consistente nos últimos anos, com a estratégia de *Pricing* consolidando-se como um pilar fundamental para garantir e impulsionar: (i) a competitividade local, fortalecendo nossa proposta de valor em cada microrregião de atuação; (ii) a eficiência operacional, criando oportunidades de ganhos de margem; e (iii) resultados sustentáveis em todos os mercados onde atuamos. Os reajustes assertivos de preço implementados ao longo dos últimos 18 meses e a introdução do Plano Fit foram medidas importantes nesse sentido, visando atrair um perfil de clientes mais longo, promovendo maior engajamento e aumentando o *Lifetime Value (LTV)*. Além

disso, essas iniciativas reforçam a competitividade e a acessibilidade do nosso modelo de negócio. Desde sua implementação, o Plano Fit tem sido aprimorado e expandido para outros mercados, seguindo uma estratégia estruturada e alinhada com os demais planos (Smart e Black). Nesse contexto, o Plano Black, nosso plano multi-clubes com precificação nacional, mantém uma proposta de valor diferenciada e atributos únicos, representando 66% da base de clientes de academias próprias ao final do 4T24, percentual estável em relação ao mesmo período do ano anterior.

Um dos nossos direcionamentos estratégicos é maximizar a receita por unidade sem comprometer o volume de vendas nem a nossa proposta de valor. Para isso, investimos cada vez mais em otimização operacional com foco em escala, utilizando ferramentas como testes A/B contínuos, baseados em dados históricos e no desempenho da nossa rede de unidades, para orientar decisões bem fundamentadas e assertivas na agenda comercial. Dessa forma, conseguimos atuar de maneira granular por unidade, adaptando nossas iniciativas às particularidades locais, mas sempre com um olhar voltado para a escalabilidade regional em cada mercado.

Esse equilíbrio entre personalização local e escalabilidade é um dos atributos que nos diferencia no mercado. Nosso compromisso com a competitividade local permanece sólido, guiado por análises detalhadas das microrregiões, que embasam as decisões e fortalecem nossa proposta de valor.

Em 2024, seguimos avançando em estratégia de marketing com objetivo de fortalecer a nossa posição única em termos de *top of mind* no setor, nos alavancando nos principais atributos que tornam a Smart Fit o ambiente ideal para treinos de musculação na América Latina. Avançamos também nas iniciativas para aproximar a nossa robusta base de membros à marca, fortalecendo o sentimento de comunidade e pertencimento. Ao longo de mais de 15 anos de história, a marca esteve presente nos treinos de mais de dezenas de milhões de pessoas, proporcionando uma experiência única em nossas academias, evidenciada pela manutenção do NPS em um sólido patamar de excelência de 70 ao final do ano (vs. 67 ao final de 2023). No ano, também comemoramos a importante conquista, por duas vezes, da entrada para o *Guinness World Record*, sendo elas: (i) maior número de academias abertas em um mês na América Latina e (ii) o recorde mundial de maior número de pessoas correndo simultaneamente em esteira em múltiplos locais. Para a Companhia, entrar para o livro dos recordes contribuindo para incentivar a prática de atividade física representa uma realização de grande prestígio.

Na agenda digital, seguimos investindo e desenvolvendo iniciativas, em sua maioria com tecnologia proprietária, para aprimorar a experiência do cliente e aumentar a eficiência operacional das unidades. O app da Smart Fit, com 2,4 milhões de usuários ativos por mês, tem se consolidado como a principal interface para a experiência do cliente durante o treino e para a gestão de serviços ao longo de sua jornada, promovendo maior engajamento. Um dos destaques foi o desenvolvimento da funcionalidade *Convidado Plano Black* dentro do app, antes disponível apenas nos totens de autoatendimento, proporcionando uma melhor experiência para os usuários no momento de acessarem as academias com convidados. Além disso, a *feature* de retrospectiva *fitness* anual, que consolida os dados de treino de cada cliente ao longo do ano, foi novamente um sucesso, com mais de 498 mil retrospectivas acessadas e 53 mil compartilhamentos orgânicos em redes sociais. Esse resultado reforça a importância do engajamento social e do sentimento de comunidade para o nosso negócio.

Em 2024, o TotalPass, agregador do mercado *fitness* B2B, apresentou crescimento consistente ao longo do ano, consolidando-se como um dos principais benefícios corporativos de bem-estar no Brasil e no México. A base de academias parceiras no Brasil atingiu 21 mil unidades marcando a presença em mais de 1.400 cidades, um marco importante para a nossa unidade de negócio. No México, encerramos o ano com aproximadamente 4 mil unidades cadastradas. Os clientes do TotalPass podem frequentar 25 mil academias diferentes incluindo as academias e studios da Companhia. Acreditamos que a proposta de valor do TotalPass para os departamentos de Recursos Humanos das empresas e potenciais parceiros se torna cada vez mais diferenciada e atrativa.

O acesso dos clientes TotalPass nas unidades Smart Fit no Brasil ganharam representatividade ao longo do ano de 2024, com os *check-ins* dos alunos TotalPass totalizando 13% da frequência média e 8% da receita líquida no período em academias próprias Smart Fit no Brasil.

Para a Bio Ritmo, nossa marca no segmento *high-end*, o ano de 2024 foi marcado pela maior eficiência e alinhamento estratégico com a operação, com avanços significativos na entrega final e na experiência do cliente, refletindo nosso compromisso com a sofisticação e o alto nível de entrega dentro das academias. A marca mais uma vez se destacou em premiações como “*We Help*” e “*Veja São Paulo*”, consolidando-se como uma das mais queridas pelos consumidores. Em termos de expansão, aceleramos o ritmo com três novas unidades, incluindo uma no Panamá, a primeira da marca fora do Brasil. Seguimos confiantes em nossa proposta de valor, que une experiência personalizada, constante inovação e reconhecimento de marca no segmento *high-end*.

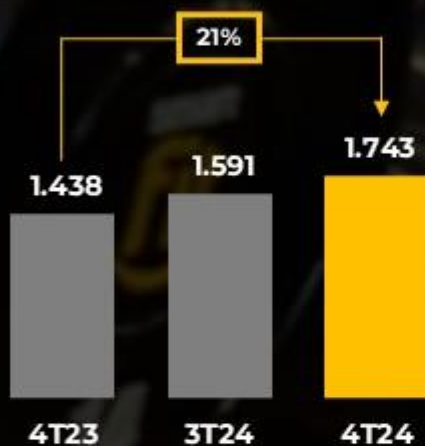
Em 2024, seguimos com a expansão da nossa rede de studios, marcada pela aquisição da Velocity, que trouxe complementaridade ao portfólio de produtos e modalidades do segmento, além de agregar *expertise* na operação de redes de franquias, potencializando a expansão das demais marcas e o *cross-selling* entre os produtos. Outra importante realização do ano foi o lançamento com muito sucesso de um novo produto, o OnePilates, que se posiciona de forma única no Brasil em um segmento de tendência global.

Com um portfólio diferenciado e completo, a estratégia de studios está focada no fortalecimento do posicionamento das marcas do grupo (Race Bootcamp, Vidya, Tônus, Jab House, Velocity, Kore e One Pilates), considerando as particularidades e o potencial de cada uma dessas modalidades. Encerramos o ano com 190 salas de studios distribuídas em 135 unidades, representando um crescimento em relação as 48 salas e 21 unidades ao final de 2023. Para 2025, seguimos confiantes no plano de expansão dessa unidade de negócio, predominantemente por meio do modelo de franquias.

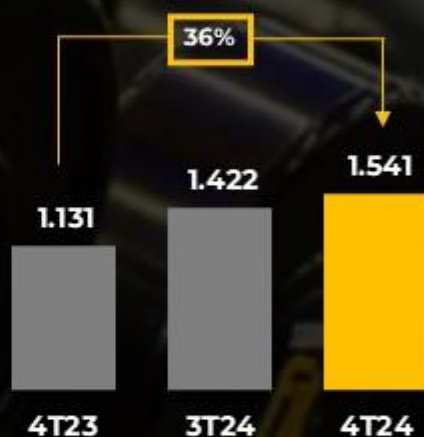
A Companhia seguiu avançando na agenda de sustentabilidade, com importantes entregas em 2024. No pilar ambiental, expandimos o uso de energia renovável para 220 academias (+49% vs. 4T23) e ampliamos a automação do ar-condicionado e o monitoramento do consumo de água. No social, fortalecemos parcerias com o UNICEF e outras instituições, apoiando comunidades com doações, mentorias entre outras ações realizadas. Também promovemos eventos solidários e investimos na capacitação de 439 colaboradores por meio de programas de pós-graduação e MBA. Em governança, atualizamos a nossa Matriz de Riscos, reforçando principalmente a agenda de segurança da informação e publicamos o Relatório Anual 2023, consolidando seus avanços na agenda ESG.

O ano de 2024 foi mais um marco especial na trajetória da Smart Fit. Gostaríamos de expressar nossa imensa gratidão aos mais de 18 mil colaboradores, cuja dedicação e empenho continuam sendo fundamentais para a democratização do *fitness* de alto padrão na América Latina. Agradecemos também aos nossos clientes, fornecedores, parceiros, acionistas e debenturistas pela confiança e parceria ao longo deste ano. Os resultados alcançados em 2024 reforçam nosso compromisso com a excelência e a visão estratégica de longo prazo, e estamos ainda mais entusiasmados com as oportunidades e desafios que 2025 e os próximos anos nos reservam. Seguimos focados na execução de nossa agenda estratégica, fortalecendo nossa posição de liderança na América Latina e levando a experiência Smart Fit a um número cada vez maior de pessoas.

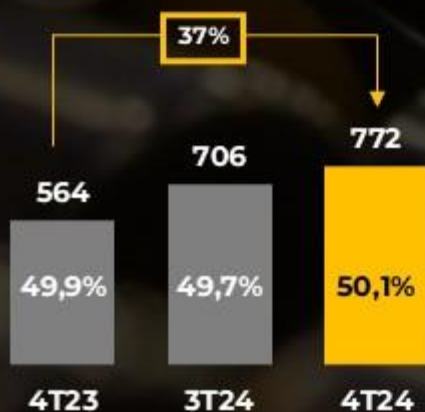
Academias



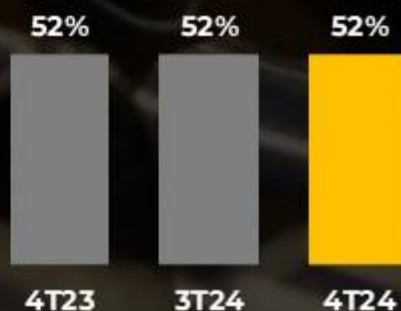
Receita Líquida (R\$ M)



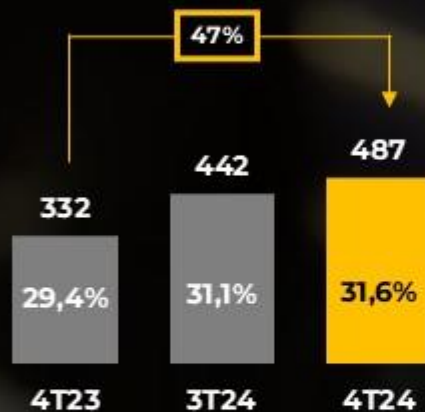
Lucro Bruto Caixa e Margem ^(a) (R\$ M)



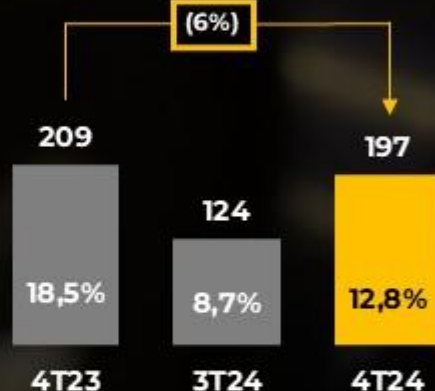
Margem Bruta Maduras ^(b) (%)



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



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



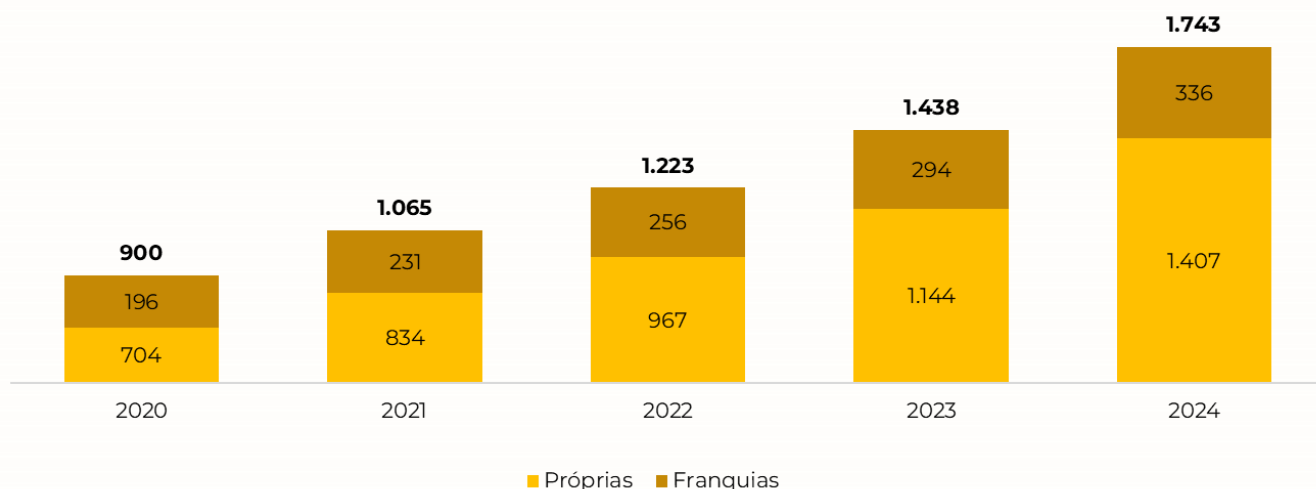
(a) Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2), vide seções "Lucro Bruto Caixa" e "Composição do EBITDA";
 (b) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; e (c)
 Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2) e efeitos não recorrentes, vide seção "Lucro Líquido".

PERFORMANCE OPERACIONAL

REDE DE ACADEMIAS

A Companhia encerrou o ano de 2024 com 1.743 academias em 15 países, um crescimento da rede de 21% quando comparado ao mesmo período do ano anterior, reforçando a sua posição de liderança no segmento *fitness* na América Latina. Ao final do período, a rede de academias era composta por 1.407 unidades próprias (81% do total) e 336 franquias. Foram adicionadas 305 unidades no ano, a maior adição de academias da história da Companhia, um incremento de 42% em relação a expansão de 215 unidades registrada em 2023, com aceleração do número de academias adicionadas em 12 dos 15 países de atuação. Vale ressaltar que, desde 2020, a rede de academias apresentou um sólido CAGR²⁰⁻²⁴ de 18%, adicionando 843 novas unidades nesse período.

Evolução rede de academias dos últimos 5 anos



Das adições líquidas do ano de 2024, 263 são unidades próprias (86% do total), dentre as quais 17 conversões realizadas no 4T24 de academias franqueadas na Colômbia. Em relação ao mix por geografia, 117 academias adicionadas estão localizadas no Brasil, 111 na região Outros América Latina, e 77 no México, representando um aumento de 17%, 27% e 24% versus 2023, respectivamente. Em conjunto, as operações nos países que compõem a região Outros América Latina e no México corresponderam a 62% das adições em 2024 e, representam 53% da base total de academias (incremento de 2p.p. vs. 2023).

A expansão de 2024 aumentou a capilaridade da rede de academias da Companhia chegando a mais de 85 novas cidades, totalizando sua presença em mais de 470 cidades da América Latina. Na região Outros América Latina, vale destacar que aceleramos o crescimento em 10 dos 13 países de atuação, com destaque positivo para Chile, Colômbia, Panamá, Costa Rica, Paraguai e El Salvador que representaram 64% das adições líquidas da região. No México, a Companhia terminou 2024 com 5 ou mais unidades em 24 das 32 entidades federativas do país, versus 18 ao final de 2023, reforçando o efeito rede por todo território mexicano. No Brasil, a região Sudeste concentrou 45% das novas aberturas do período, seguida pela região Nordeste, com 24%.

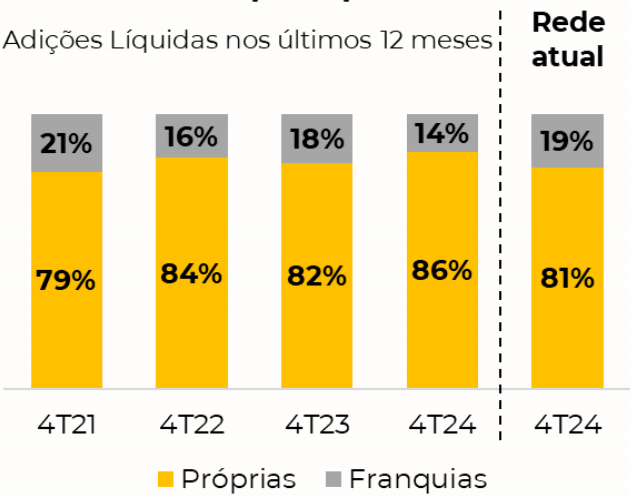
O 4T24 foi marcado pela aceleração no ritmo de abertura de academias e pela maior expansão trimestral da história, com 152 adições no período – destaque para outro recorde atingido no mês de dezembro, quando foram adicionadas 104 unidades – sendo que 150 são da marca Smart Fit e 2 unidades da Bio Ritmo. Das adições do trimestre, 140 são unidades próprias (92% do total) e 12 franquias. Em relação ao mix por geografia, 61 unidades estão no Brasil, 50 na região Outros América Latina e 41 no México.

Vale ressaltar que 788 unidades Smart Fit próprias eram maduras ao final do 4T24 (57% da base de unidades próprias), versus 645 no mesmo período do ano anterior, considerando a definição que uma unidade é madura quando possui pelo menos 24 meses de idade no início do ano.

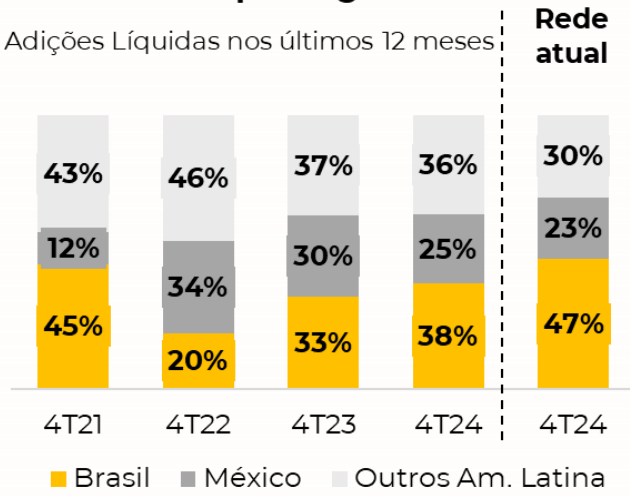
Para a Bio Ritmo, nossa marca no segmento *high-end*, aceleramos o ritmo de expansão com três novas unidades, versus adição de 1 em 2023, incluindo a primeira academia da marca fora do Brasil, no Panamá. Com isso, encerramos 2024 com um total de 30 unidades da marca, sendo 24 próprias.

Adicionalmente, no segmento de Studios, encerramos o ano com 190 salas de studios distribuídas em 135 unidades, representando um crescimento em relação as 48 salas e 21 unidades ao final de 2023. Vale destacar que, desse total, 113 unidades são franquias e 22 próprias. Esses números já incluem a aquisição do Grupo Velocity, plataforma líder do segmento de *Indoor Cycling* no Brasil, concluída em novembro de 2024.

Composição das academias^(a)
por tipo

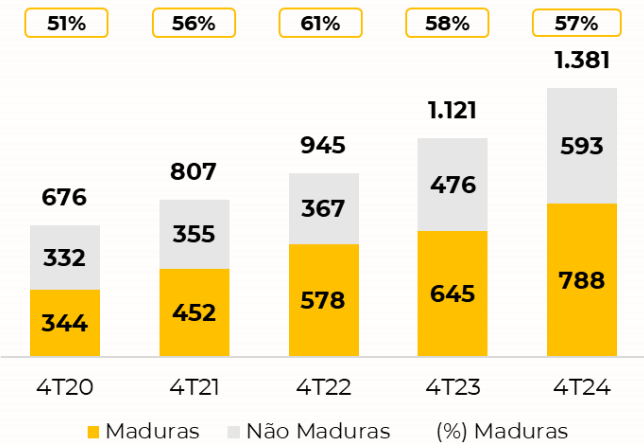


Composição das academias^(a)
por região

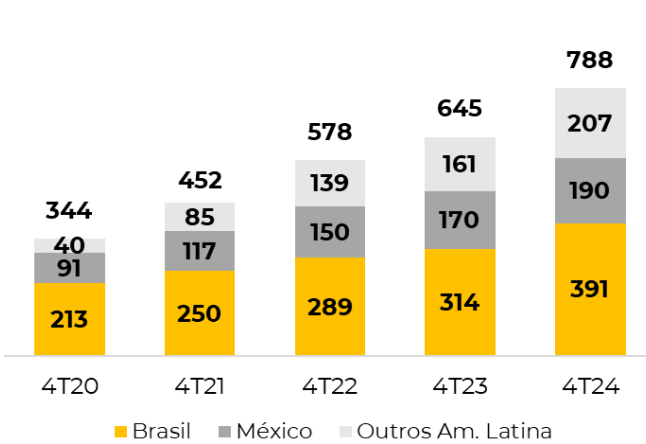


(a) Considera somente as academias da Companhia (não considera Studios).

Composição Academias Smart Fit
Próprias por *aging*



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



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

EVOLUÇÃO DA REDE DE ACADEMIAS

Unidades	Final de Período					Crescimento 4T24 vs.		Variação 4T24 vs.	
	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24	3T24	4T23	3T24	4T23
Total	1.459	1.492	1.553	1.617	1.878	261	419	16%	29%
Academias	1.438	1.469	1.529	1.591	1.743	152	305	10%	21%
Por Tipo									
Próprias	1.144	1.164	1.214	1.267	1.407	140	263	11%	23%
Franquias	294	305	315	324	336	12	42	4%	14%
Por Marca									
Smart Fit	1.410	1.441	1.500	1.561	1.711	150	301	10%	21%
Próprias	1.121	1.141	1.190	1.243	1.381	138	260	11%	23%
Brasil	486	493	506	525	569	44	83	8%	17%
México	302	304	320	334	372	38	70	11%	23%
Outros Am. Latina ^a	333	344	364	384	440	56	107	15%	32%
Franquias	289	300	310	318	330	12	41	4%	14%
Brasil	193	200	202	208	224	16	31	8%	16%
México	16	16	19	20	23	3	7	15%	44%
Outros Am. Latina ^a	80	84	89	90	83	(7)	3	(8%)	4%
Bio Ritmo e outras ^b	28	28	29	30	32	2	4	7%	14%
Próprias	23	23	24	24	26	2	3	8%	13%
Franquias	5	5	5	6	6	0	1	–	20%
Por região									
Brasil	706	720	736	762	823	61	117	8%	17%
México	318	320	339	354	395	41	77	12%	24%
Outros Am. Latina ^a	414	429	454	475	525	50	111	11%	27%
Studios^{c,d}	21	23	24	26	135	109	114	419%	543%

(a) A região "Outros América Latina" inclui as operações próprias da Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai e as franquias de El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana e Honduras; (b) "Bio Ritmo e outras" inclui 30 unidades Bio Ritmo, 1 unidade O2 e 1 unidade Nation; (c) Studios incluem 22 unidades próprias e 113 franquias; (d) A partir do 4T24, os números operacionais de Studios contemplam a aquisição da Velocity, após a conclusão da operação em novembro de 2024.

BASE DE CLIENTES

No 4T24, a base de clientes total atingiu 5,2 milhões, um crescimento de 17% em relação ao 4T23. O número de alunos em academias totalizou 4,8 milhões, um incremento de 17% na comparação com o mesmo período do ano anterior com a adição de 699 mil alunos em academias, sendo a maior adição de clientes da história da Companhia, excluindo o período de retomada da pandemia. 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, a base de clientes em academias se manteve estável, com a adição de 13 mil alunos no período, devido a maturação das inaugurações realizadas em 2023 e 2024, que ajudaram a compensar um quarto trimestre que é tipicamente marcado por uma sazonalidade negativa com retração de base de clientes em unidades maduras.

Em janeiro/2025, foram adicionados 295 mil alunos, totalizando 5,5 milhões de clientes em 15 países da América Latina (+15% em comparação com janeiro/2024). 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. Em academias, a base de clientes atingiu, pela primeira vez na história, o patamar de 5,1 milhões, 6% superior versus 4T24 e 15% frente ao mesmo período do ano anterior, com recorde de vendas totais. 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).

Nas unidades maduras, em janeiro/2025, 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 a base de clientes das unidades maduras do Brasil e do México, que no período cresceram 3,5% e 4,5%, respectivamente, performance acima da média histórica. Vale destacar que as unidades inauguradas em 2024 ("Vintage 2024") mantêm a trajetória de maturação nos mesmos níveis históricos, atingindo, em média, 2,5 mil alunos ao final de fevereiro/2025.

EVOLUÇÃO DA BASE DE CLIENTES

Clientes Totais ('000)	Final de Período					Crescimento 4T24 vs.		Variação 4T24 vs.	
	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24	3T24	4T23	3T24	4T23
Total	4.456	4.856	4.949	5.156	5.214	58	759	1%	17%
Em Academias	4.140	4.536	4.624	4.826	4.839	13	699	0%	17%
Por Tipo									
Próprias	3.267	3.594	3.658	3.833	3.894	61	627	2%	19%
Franquias	873	941	967	993	945	(48)	72	(5%)	8%
Por Marca									
Smart Fit	4.089	4.482	4.571	4.772	4.786	14	697	0%	17%
Próprias	3.224	3.550	3.613	3.789	3.851	62	626	2%	19%
Brasil	1.353	1.525	1.515	1.559	1.560	1	207	0%	15%
México	851	903	953	976	949	(27)	98	(3%)	12%
Outros Am. Latina ^a	1.020	1.122	1.146	1.255	1.342	87	322	7%	32%
Franquias	865	932	958	984	936	(48)	71	(5%)	8%
Bio Ritmo e outras ^b	51	53	53	54	53	(1)	2	(1%)	3%
Por região									
Brasil	1.952	2.163	2.137	2.189	2.190	1	238	0%	12%
México	900	958	1.016	1.043	1.013	(30)	113	(3%)	13%
Outros Am. Latina ^a	1.288	1.415	1.471	1.593	1.635	42	347	3%	27%
Em Studios	5	5	5	6	5	(0)	1	(1%)	11%
Em Digital^c	311	316	320	325	370	45	59	14%	19%

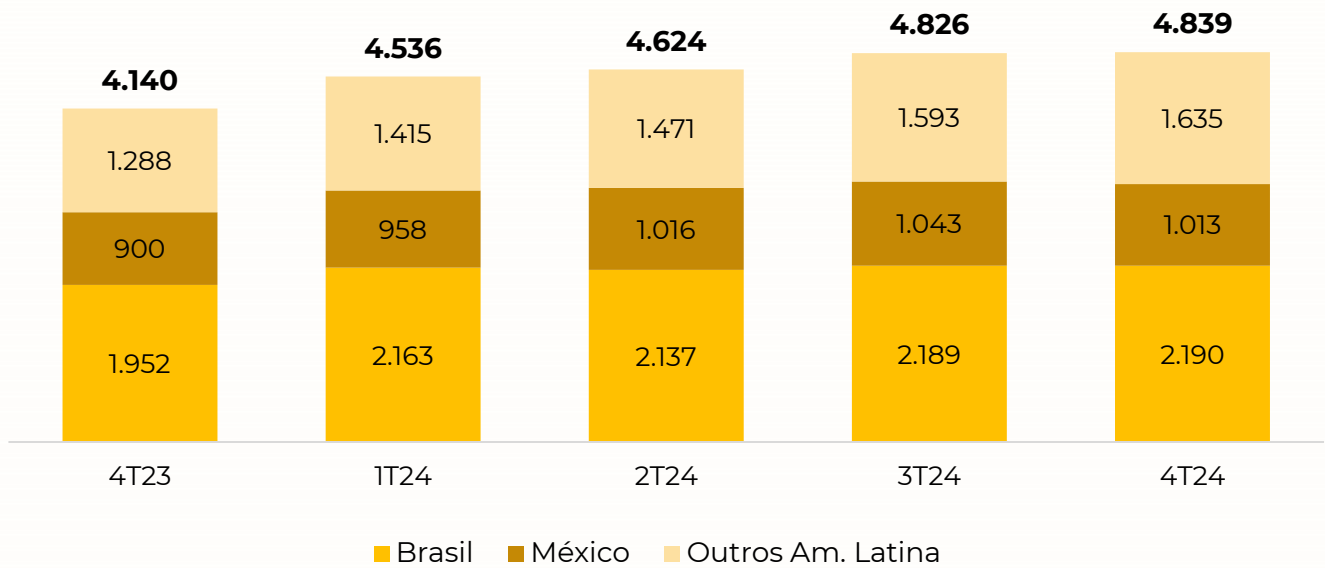
(a) A região "Outros América Latina" inclui as academias próprias na Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai. Para franquias, inclui El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana e Honduras; (b) "Bio Ritmo e outras" inclui as operações da Bio Ritmo, O2 e da Nation; (c) Os clientes de academias que também são assinantes de planos digitais Smart Nutri e Smart Coach são considerados somente clientes das academias ou Studios e os clientes TotalPass que são usuários do Queima Diária são considerados alunos "Em Digital".

No Brasil a base de clientes em academias totalizou 2,2 milhões no 4T24, um crescimento de 12% quando comparada ao 4T23, o que representa 1,0% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país. 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% vs. o 3T24, positivamente impactado pela adição de 111 unidades na região nos últimos 12 meses.

Clientes em academias no final do período



A Companhia tem ampliado e aperfeiçoado a oferta de produtos e serviços digitais, complementando a experiência presencial de treino nas academias. Ao final do quarto trimestre de 2024, os clientes exclusivamente digitais somavam 370 mil, incremento de 19% versus o 4T23 e 14% frente ao 3T24.

Atualmente os principais serviços digitais incluem:

- (i) Queima Diária, uma das maiores plataformas *fitness* digital na América Latina, que oferece 181 programas *on demand* de exercícios físicos, nutrição e outros conteúdos voltados para hábitos de vida mais saudáveis. Ao final do 4T24, a plataforma possuía 368 mil clientes, um crescimento de 15% comparado ao 3T24, resultado do crescimento da operação B2B, que conta com assinaturas exclusivas para empresas parceiras do Queima Diária;
- (ii) Smart Fit Nutri, serviço de acompanhamento nutricional oferecido por aplicativo, com balança de bioimpedância e tele consultas com nutricionistas, atingiu 188 mil assinantes no Brasil ao final do 4T24, crescimento de 20% comparado ao 4T23 e 7% acima do 3T24. A expansão do número de clientes se deve às iniciativas adotadas para proporcionar uma melhor experiência e maior engajamento, como por exemplo a contínua instalação de balanças de bioimpedâncias em mais academias além do início da expansão para outros países da América Latina. Em 2024, foram realizadas mais de 750 mil avaliações de bioimpedância, 38% superior comparado ao ano anterior; e
- (iii) Smart Fit Coach, serviço de consultoria *on-line* individualizada focada em orientar os clientes em suas rotinas *fitness*.

Em 2024, o TotalPass, agregador do mercado *fitness* B2B, apresentou crescimento consistente ao longo do ano, consolidando-se como um dos principais benefícios corporativos de bem-estar no Brasil e no México. A base de academias parceiras no Brasil atingiu 21 mil unidades e marcando a presença em mais de 1.400 cidades, um marco importante para a nossa unidade de negócio. No México, encerramos o ano com aproximadamente 4 mil unidades cadastradas. Os clientes do TotalPass podem frequentar 25 mil academias diferentes incluindo as academias e studios da Companhia. Acreditamos que a proposta de valor do TotalPass para os departamentos de Recursos Humanos das empresas e potenciais parceiros se torna cada vez mais diferenciada e atrativa.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Principais indicadores financeiros ^a (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Receita bruta	1.641,7	1.209,8	36%	1.515,1	8%	5.946,1	4.539,3	31%
Receita líquida	1.540,6	1.131,2	36%	1.422,1	8%	5.580,3	4.244,7	31%
Custo caixa dos serviços ^b	(768,6)	(567,0)	36%	(715,8)	7%	(2.788,2)	(2.116,2)	32%
Lucro bruto caixa^b	772,0	564,2	37%	706,3	9%	2.792,1	2.128,6	31%
Margem bruta caixa	50,1%	49,9%	0,2 p.p.	49,7%	0,4 p.p.	50,0%	50,1%	(0,1) p.p.
Custos pré-operacionais	(20,8)	(13,5)	55%	(12,9)	62%	(52,6)	(31,9)	65%
Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais ^b	792,8	577,6	37%	719,2	10%	2.844,6	2.160,5	32%
Margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais	51,5%	51,1%	0,4 p.p.	50,6%	0,9 p.p.	51,0%	50,9%	0,1 p.p.
SG&A	(285,9)	(229,4)	25%	(265,5)	8%	(1.030,8)	(825,2)	25%
% Receita Líquida	18,6%	20,3%	(1,7) p.p.	18,7%	(0,1) p.p.	18,5%	19,4%	(1,0) p.p.
Despesas com vendas ^c	(114,6)	(87,8)	31%	(105,2)	9%	(415,8)	(318,1)	31%
% Receita Líquida	7,4%	7,8%	(0,3) p.p.	7,4%	0,0 p.p.	7,5%	7,5%	(0,0) p.p.
Despesas gerais e administrativas ^d	(155,0)	(129,7)	20%	(143,7)	8%	(556,0)	(452,0)	23%
% Receita Líquida	10,1%	11,5%	(1,4) p.p.	10,1%	(0,0) p.p.	10,0%	10,6%	(0,7) p.p.
Despesas pré-operacionais	(11,6)	(9,8)	18%	(9,8)	18%	(35,2)	(26,7)	32%
Outras (despesas) receitas	(4,7)	(2,1)	119%	(6,7)	(31%)	(23,9)	(28,4)	(16%)
Reavaliação Panamá ^e	-	-	-	-	-	-	176,6	-
Equivalência patrimonial	1,0	(2,7)	-	1,4	(30%)	0,8	(1,1)	-
EBITDA^f	487,1	332,1	47%	442,3	10%	1.762,1	1.478,9	19%
Margem EBITDA	31,6%	29,4%	2,3 p.p.	31,1%	0,5 p.p.	31,6%	34,8%	(3,3) p.p.
EBITDA ajustado^g	487,1	332,1	47%	442,3	10%	1.762,1	1.302,3	35%
Margem EBITDA ajustada	31,6%	29,4%	2,3 p.p.	31,1%	0,5 p.p.	31,6%	30,7%	0,9 p.p.
EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais^h	519,5	355,3	46%	465,0	12%	1.849,8	1.360,9	36%
Margem EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais	33,7%	31,4%	2,3 p.p.	32,7%	1,0 p.p.	33,1%	32,1%	1,1 p.p.
Depreciação e amortização	(209,0)	(166,1)	26%	(192,2)	9%	(782,2)	(636,2)	23%
Resultado financeiro	(93,5)	(31,1)	200%	(87,9)	6%	(349,5)	(145,4)	140%
EBT	184,6	134,8	37%	162,3	14%	630,4	697,3	(10%)
IRPJ & CSLL	11,9	551,5	(98%)	(44,0)	-	(91,0)	472,6	-
Lucro (prejuízo) líquido	196,5	686,3	(71%)	118,3	66%	539,4	1.169,9	(54%)
Margem líquida	12,8%	60,7%	(47,9) p.p.	8,3%	4,4 p.p.	9,7%	27,6%	(17,9) p.p.

(a) Todos os indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, apresentamos o "Custo Caixa dos Serviços", que exclui os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações. "Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais" exclui também os custos pré-operacionais com aberturas de novas unidades. Vide seção "Lucro Bruto" para a memória de cálculo destas medições; (c) "Despesas com vendas" exclui despesas pré-operacionais; (d) "Despesas gerais e administrativas" exclui depreciação e os efeitos do IFRS-16; (e) Ganho de R\$176,6 M no 2T23 auferido com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período; (f) Vide seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição; (g) "EBITDA ajustado" exclui o ganho de R\$176,6 M do 2T23 auferido com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá; (h) "EBITDA ajustado antes dos custos e despesas pré-operacionais" exclui custos e despesas com aberturas de novas unidades. Vide seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição.

RECEITA LÍQUIDA

A receita líquida do 4T24 superou, pela primeira vez na história a marca de R\$1,5 bilhão em um trimestre, totalizando R\$1.540,6 milhões, um crescimento de 36% em relação ao 4T23. Esse desempenho reflete, principalmente, o aumento de 19% na base média de alunos em academias próprias Smart Fit, impulsionado pela sólida expansão de 23% da rede média de academias próprias e pela maturação dessas unidades. Além disso, o ticket médio apresentou um incremento de 13% frente ao mesmo período do ano anterior, com crescimento em todas as regiões de atuação. Em 2024, a receita líquida totalizou patamar recorde de R\$5,6 bilhões, representando um forte avanço de 31% frente a 2023. No período, a receita da região Outros América Latina e México representaram 56% da receita da Companhia, incremento de 3,2p.p. comparado a 2023.

O forte crescimento da receita líquida no trimestre é reflexo dos assertivos esforços comerciais e operacionais para captação e retenção de clientes, ancorados na força da marca e proposta de valor única do nosso modelo de negócio. Vale mencionar que essa evolução do ticket médio dos alunos Smart Fit ocorre, principalmente, em função dos assertivos repasses de preços realizados ao longo dos últimos anos nas diferentes regiões e das diversas ações realizadas no período para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia. Algumas iniciativas comerciais e operacionais, como o próprio avanço da expansão da rede de academias, têm contribuído para o robusto percentual de clientes matriculados no plano Black, que representou 66% da base de clientes de academias próprias ao término do 4T24, estável quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

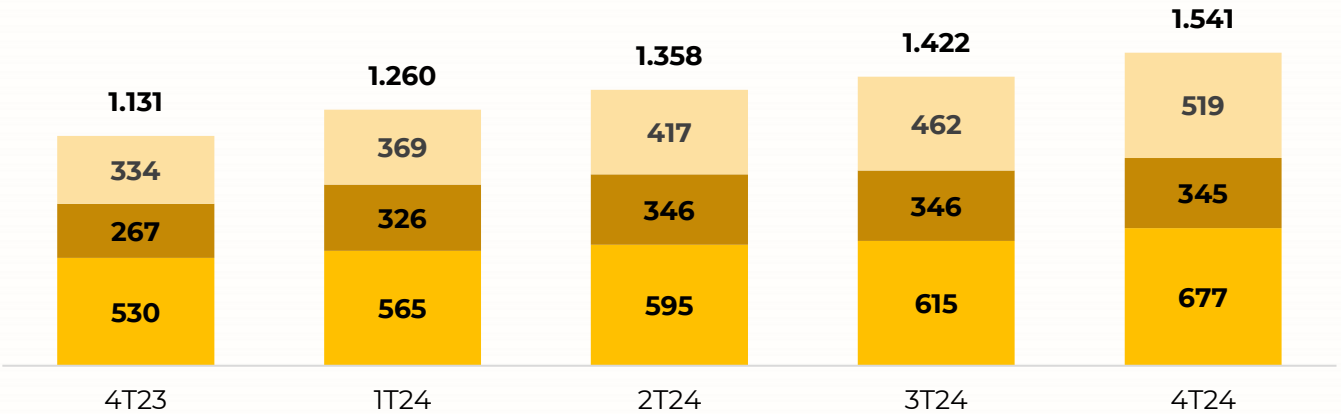
Receita Líquida por Marca e Região

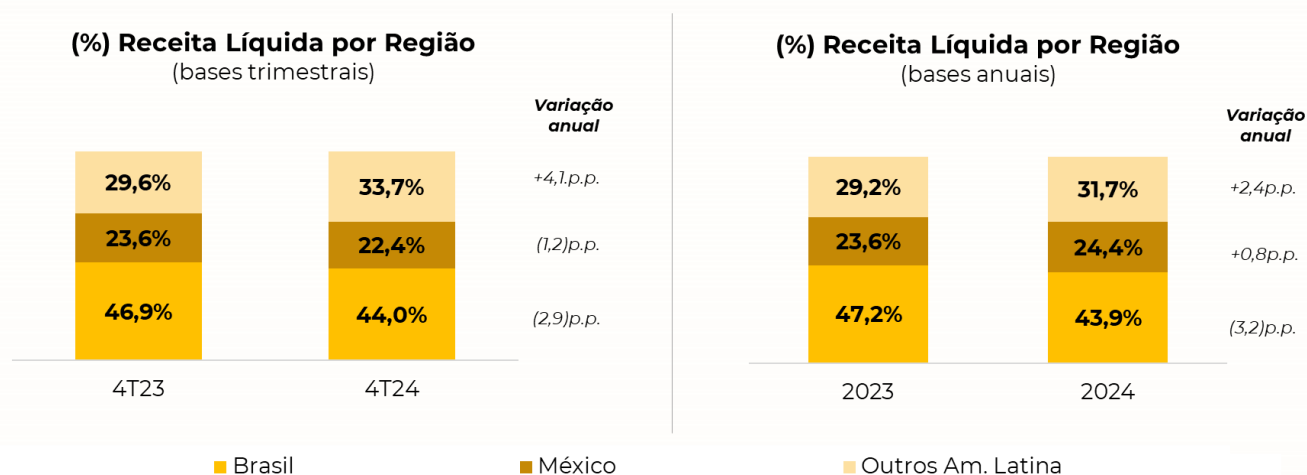
Receita Líquida (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Smart Fit	1.385,4	1.024,5	35%	1.308,8	6%	5.095,7	3.862,9	32%
Brasil	524,0	425,1	23%	503,7	4%	1.974,6	1.627,4	21%
México	344,5	266,8	29%	345,5	(0%)	1.362,2	1.001,8	36%
Outros Am. Latina ^a	516,9	332,6	55%	459,5	12%	1.758,9	1.233,7	43%
Bio Ritmo e outras ^b	44,6	36,4	22%	42,0	6%	165,2	138,7	19%
Outras ^c	110,6	70,2	57%	71,4	55%	319,4	243,2	31%
Total	1.540,6	1.131,2	36%	1.422,1	8%	5.580,3	4.244,7	31%

(a) A região "Outros Am. Latina" considera somente operações próprias controladas na região (Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru). A partir do 4T23, a região também inclui a operação própria controlada no Uruguai; (b) "Bio Ritmo e outras" inclui as operações da Bio Ritmo, O2 e Nation; (c) "Outras" inclui royalties recebidos de franquias no Brasil e internacionais, exceto Colômbia e México, e outras marcas operadas pela Companhia no Brasil, incluindo TotalPass, Queima Diária e os studios.

Evolução Receita Líquida Total e por Região

R\$ milhões





No 4T24, a receita líquida das academias Smart Fit atingiu R\$1.385,4 milhões, crescimento de 35% frente ao 4T23 e de 6% em relação ao 3T24. Esse desempenho foi impulsionado pelo aumento no número médio de alunos em academias próprias e pelo incremento do ticket médio.

No Brasil, a receita líquida das academias Smart Fit atingiu R\$524,0 milhões no 4T24, um crescimento de 23% em relação ao 4T23 devido ao sólido aumento de 17% na base média de clientes em academias próprias e do incremento de 6% no ticket médio. Na comparação com o 3T24, a receita líquida cresceu 4%, refletindo principalmente o aumento de ticket médio, além da expansão da base média de alunos em academias próprias.

No México, a receita líquida no trimestre foi de R\$344,5 milhões, um aumento de 29% frente ao 4T23, que reflete principalmente o crescimento de 15% no ticket médio e a expansão de 12% da base média de clientes em academias próprias. O incremento do ticket médio por aluno, em moeda local, na região é devido principalmente a agenda de *Revenue Management*, combinando (i) repasse de preços no plano “Smart”, concentrados no segundo semestre de 2023 e considerando as particularidades de cada academia; (ii) com o primeiro aumento nos preços do plano Black na história da região no final do ano passado; (iii) com a manutenção da penetração de clientes matriculados no plano Black, atingindo 48% em academias próprias no 4T24, mesmo patamar do 4T23; e (iv) o *ramp-up* das unidades abertas em 2023, que cresce ticket médio constantemente até a maturidade. Quando comparada com o 3T24, a receita líquida ficou estável, devido principalmente a queda sequencial na base de alunos, dada a sazonalidade histórica da região.

A receita líquida das academias Smart Fit na região Outros América Latina alcançou R\$516,9 milhões no 4T24, um expressivo crescimento de 55% em relação ao 4T23 devido à expansão de 29% da base média de alunos em academias próprias na região e ao incremento de 20% do ticket médio. Na comparação com o 3T24, o crescimento da receita foi de 12% como resultado do incremento da expansão de 8% da base média de alunos em academias próprias na região e de 4% do ticket médio.

Vale mencionar o crescimento na linha de “Outras”, que encerrou o 4T24 com R\$110,6 milhões de receita frente a R\$70,2 milhões no mesmo período do ano anterior, crescimento de 57%, e R\$39,0 milhões acima do trimestre anterior, crescimento de 55%. Este incremento é explicado pelo crescimento do resultado das outras unidades de negócios e pela aquisição do Grupo Velocity, este último que contribuiu com R\$7 milhões de receita no trimestre.

CUSTO CAIXA DOS SERVIÇOS PRESTADOS

O custo caixa dos serviços prestados totalizou R\$768,6 milhões no 4T24, um aumento de 36% em relação ao 4T23. Esse crescimento reflete principalmente a expansão de 23% da base média de academias próprias, que suportou a forte adição de 627 mil alunos nas unidades próprias. Além disso, vale mencionar o incremento de custos das academias em processo de *ramp-up*, especialmente das unidades inauguradas nos últimos 12 meses, e o aumento dos gastos relacionados à abertura de novas unidades, considerando a aceleração do ritmo de inaugurações quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Em 2024, o custo caixa dos serviços prestados totalizou R\$2.788,2 milhões, representando um incremento de 32% frente ao ano anterior.

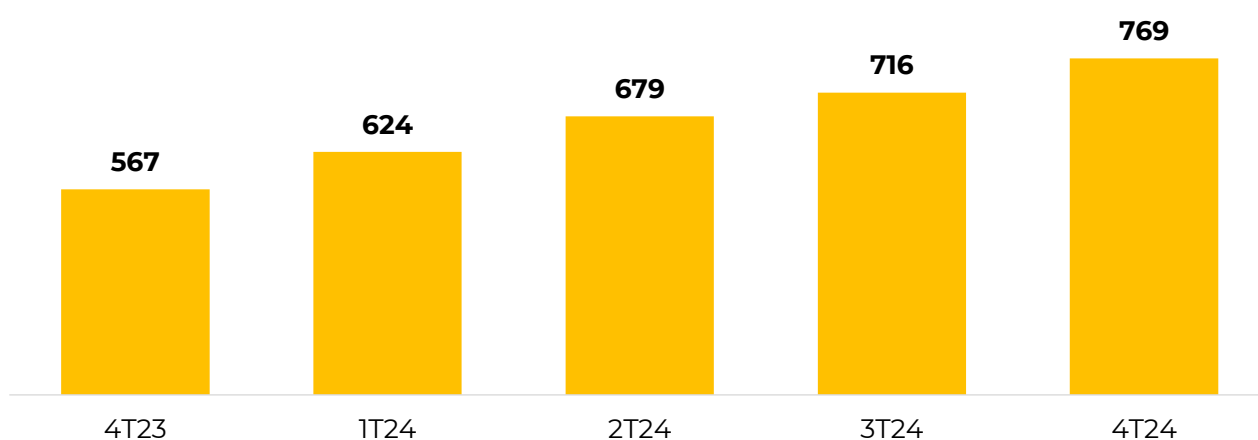
Custo Caixa dos Serviços Prestados por Natureza

Custo Caixa dos Serviços Prestados ^a (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Ocupação	291,3	219,1	33%	272,1	7%	1.063,3	838,7	27%
Pessoal e serviços de terceiros	273,3	195,2	40%	258,4	6%	988,5	731,2	35%
Consumo	124,0	100,6	23%	116,8	6%	471,7	379,9	24%
Outros	80,1	52,1	54%	68,4	17%	264,7	166,4	59%
Custo Caixa dos Serviços Prestados	768,6	567,0	36%	715,8	7%	2.788,2	2.116,2	32%

(a) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, apresentamos o "Custo Caixa dos Serviços Prestados", que exclui os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações. O valor do aluguel dos imóveis é considerado nesta conta em "Ocupação".

Evolução do Custo Caixa dos Serviços Prestados

(R\$ milhões)



Em comparação ao 3T24, o custo caixa do 4T24 aumentou 7%, abaixo do crescimento da receita líquida no período. Esse crescimento ocorreu devido principalmente ao (i) incremento de 8% na base média de unidades próprias, com a dinâmica de *ramp-up* das novas academias, e aumento de 3% na base média de alunos nas unidades próprias; e (ii) do crescimento dos gastos relacionados a abertura de novas unidades, reflexo da aceleração do ritmo de inaugurações no período.

Considerando somente as academias maduras, os custos apresentaram uma ligeira queda versus o 3T24 com destaque positivo para o México que apresentou uma redução nos custos de consumo em função principalmente da sazonalidade do período, e para o Brasil, com menores custos de manutenção. Vale ressaltar que a Companhia continua focada na busca por maior eficiência operacional com o objetivo de mitigar o impacto do ambiente inflacionário sobre o negócio, incluindo constante negociação de contratos de aluguel e incremento de produtividade de pessoal e outros serviços.

LUCRO BRUTO CAIXA

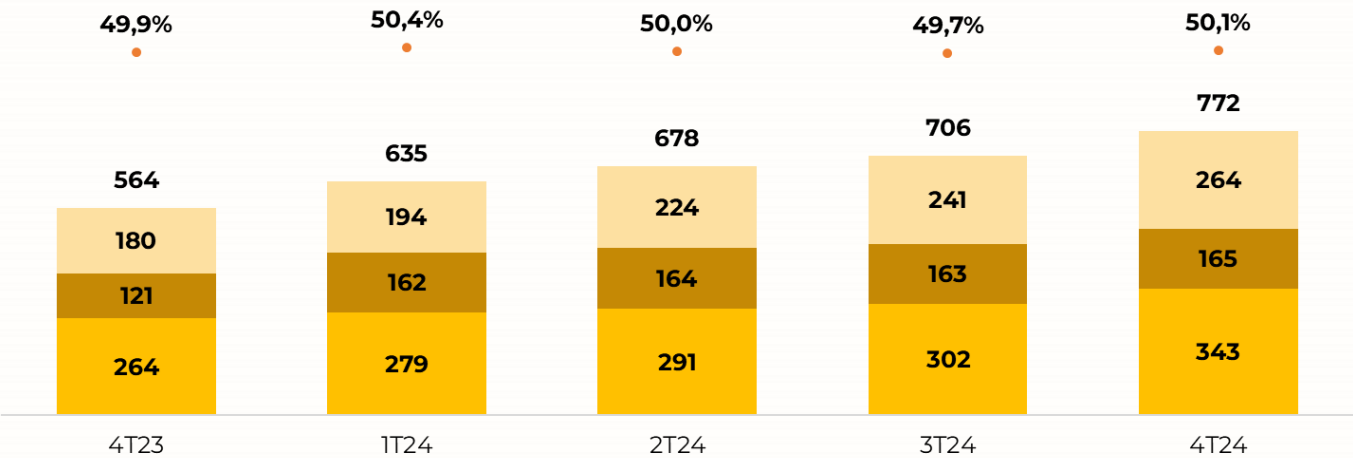
O lucro bruto caixa no 4T24 totalizou R\$772,0 milhões, um crescimento de 37% quando comparado ao 4T23, resultado principalmente da maturação consistente das unidades inauguradas nos últimos três anos e da manutenção do patamar de margem das unidades maduras no período. A margem bruta caixa atingiu 50,1% no 4T24, um aumento de 0,2p.p. em comparação com o 4T23, reflexo do sólido crescimento da receita líquida e da gestão eficiente de custos, que resultaram na diluição de custos fixos, mesmo em um cenário de expansão recorde da rede de academias. Em 2024, o lucro bruto caixa totalizou R\$2.792,1 milhões, com uma margem bruta caixa de 50,0%, estável em relação ao ano anterior, mesmo com a forte aceleração no ritmo de aberturas no período.

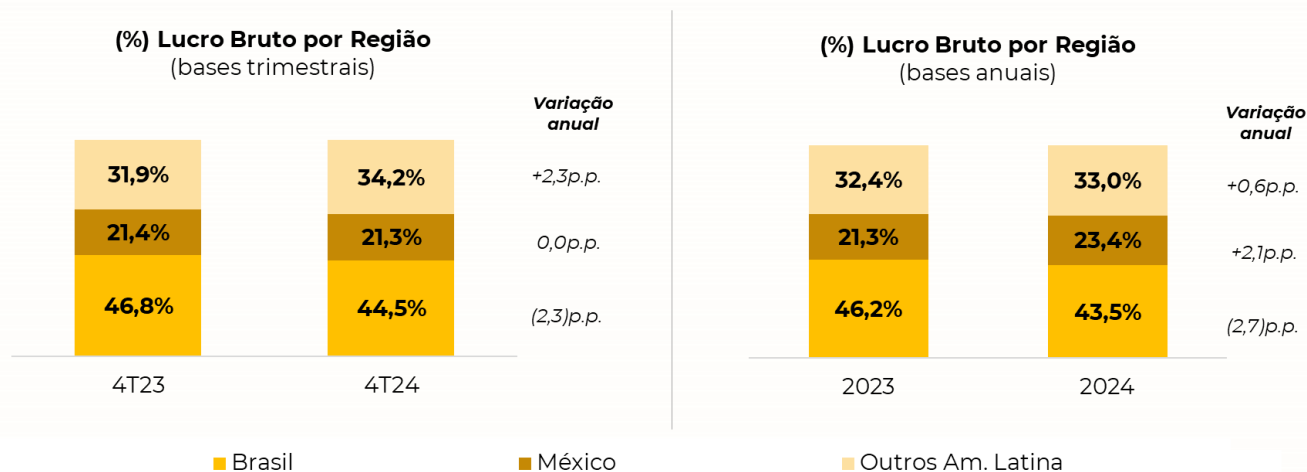
A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais, ou seja, aqueles relacionados às aberturas, foi de 51,5% no 4T24, um aumento de 0,4p.p. quando comparada ao mesmo período do ano anterior. Essa expansão de margem reflete a alavancagem operacional do negócio resultante da combinação entre o contínuo incremento da receita média por academia, especialmente nas unidades em maturação, e uma gestão eficiente de custos. Em 2024, o lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais somou R\$2.844,6 milhões, resultando em margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais de 51,0%, também estável frente a 2023, e patamar próximo ao da margem bruta caixa das unidades maduras ao longo do ano.

Lucro Bruto Caixa ^a (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Receita Líquida	1.540,6	1.131,2	36%	1.422,1	8%	5.580,3	4.244,7	31%
(-) Custo Caixa dos Serviços Prestados	768,6	567,0	36%	715,8	7%	2.788,2	2.116,2	32%
Lucro Bruto Caixa ^b	772,0	564,2	37%	706,3	9%	2.792,1	2.128,6	31%
Margem Bruta Caixa	50,1%	49,9%	0,2 p.p.	49,7%	0,4 p.p.	50,0%	50,1%	(0,1 p.p.)
(+) Custos pré-operacionais	20,8	13,5	55%	12,9	62%	52,6	31,9	65%
Lucro Bruto Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais ^c	792,8	577,6	37%	719,2	10%	2.844,6	2.160,5	32%
Margem Bruta Caixa antes dos Custos Pré-Operacionais	51,5%	51,1%	0,4 p.p.	50,6%	0,9 p.p.	51,0%	50,9%	0,1 p.p.

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

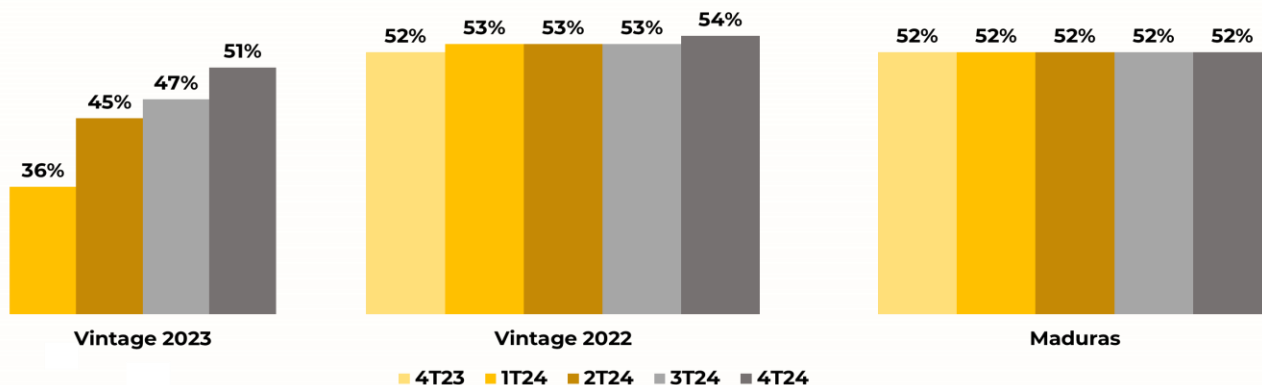
Evolução Lucro Bruto Caixa (por Região)
R\$ milhões | % Margem Bruta





Se comparado ao 3T24, o lucro bruto caixa aumentou R\$65,6 milhões no 4T24, crescimento de 9%, e a margem bruta caixa apresentou uma expansão de 0,4p.p., reflexo principalmente do *ramp-up* das unidades inauguradas ao longo dos últimos 3 anos. Além disso, vale destacar o impacto positivo no 4T24 referente a consolidação do resultado do Grupo Velocity e das unidades franqueadas na Colômbia que foram convertidas em próprias no período. A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais, ou seja, aqueles relacionados às aberturas, foi 0,9p.p. superior quando comparada ao trimestre anterior.

Margem Bruta por Vintage (Smart Fit próprias)



No 4T24, a margem bruta caixa das academias Smart Fit maduras permaneceu estável em 52% pelo oitavo trimestre consecutivo, devido às iniciativas para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia combinadas com os intensos e assertivos esforços nos pilares de eficiência operacional. Nesse mesmo conceito de unidades maduras, o lucro bruto por unidade anualizado do trimestre foi de R\$2,4 milhões, mesmo patamar do 3T24 e um crescimento de 11% vs. o 4T23.

As unidades inauguradas em 2022 ("Vintage 2022") apresentaram uma margem bruta caixa de 54%, acima do patamar de 53% dos últimos três trimestres, com incremento de 5% no lucro bruto por unidade anualizado, atingindo R\$2,5 milhões por unidade. A sólida performance das unidades próprias do Vintage 2022, que concluíram o processo de maturação ao final do 4T24, é resultado de uma combinação do forte crescimento de receita, reflexo da inteligência de expansão e força da marca Smart Fit, com um custo de ocupação estruturalmente inferior ao das unidades maduras. Esses fatores contribuíram para um patamar de rentabilidade superior ao das unidades maduras.

Vale comentar que as unidades inauguradas em 2023 ("Vintage 2023") mantém a trajetória de maturação nos mesmos níveis históricos. O Vintage 2023 atingiu a média de 2,8 mil alunos por unidade em dezembro de 2024 com receita líquida média anualizada por unidade de R\$3,9 milhões, com sólida expansão de 3p.p. de margem bruta caixa versus o trimestre anterior, atingindo 51% no 4T24, em linha com o Vintage 2022 neste mesmo período do ano anterior, considerando a idade média do *vintage* no período, uma vez que das 176 academias próprias Smart Fit adicionadas em 2023, 113 foram inauguradas no 4T23.

Por fim, em fevereiro de 2025, as academias inauguradas em 2024 ("Vintage 2024") atingiram 2,5 mil alunos, sendo que as 152 unidades inauguradas no 4T24 continuaram a sólida trajetória de maturação, atingindo aproximadamente 2,1 mil alunos por academia neste mesmo período.

EBITDA por região

Com a finalidade de permitir uma melhor análise da performance e contribuição de cada região para o EBITDA consolidado, a Companhia passou a calcular o EBITDA de cada região subtraindo do lucro bruto caixa as respectivas despesas com vendas. As despesas gerais e administrativas (G&A) e outras despesas operacionais são analisadas de forma consolidada, pois suportam a operação de toda a companhia.

EBITDA ^{a,b} (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Brasil	276,6	205,9	34%	241,6	14%	973,5	788,7	23%
México	134,9	98,4	37%	133,8	1%	540,9	364,7	48%
Outros América Latina	234,3	162,3	44%	215,9	9%	826,7	630,5	31%
Despesas G&A e outras operacionais	(159,7)	(131,8)	21%	(150,5)	6%	(579,9)	(480,4)	21%
Equivalência Patrimonial	1,0	(2,7)	–	1,4	(30%)	0,8	(1,1)	–
EBITDA ajustado^c	487,1	332,1	47%	442,3	10%	1.762,1	1.302,3	35%
Impacto Reavaliação Panamá ^d	–	–	–	–	–	–	176,6	–
EBITDA	487,1	332,1	47%	442,3	10%	1.762,1	1.478,9	19%

(a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) O EBITDA por região considera o lucro bruto caixa deduzido das despesas com vendas. As despesas gerais e administrativas (G&A) e outras despesas operacionais serão analisadas de forma consolidada pois suportam a operação de toda a companhia; (c) EBITDA ajustado exclui o ganho de R\$176,6 M no 2T23 com a reavaliação da participação de 50% no Panamá; (d) Ganho de R\$ 176,6M no 2T23 com reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período.

No Brasil, o EBITDA no 4T24 foi de R\$276,6 milhões, um crescimento de 34% em relação ao 4T23, impulsionado pela forte elevação na receita média por academia. A margem EBITDA da região foi de 40,8% no 4T24, uma expansão de 2,0p.p. em comparação ao mesmo período do ano anterior, refletindo o aumento da margem bruta caixa de 2,0p.p. da marca Smart Fit e de 4,9p.p. da marca Bio Ritmo vs. 4T23, além da diluição dos investimentos no comercial e marketing, que mais do que compensaram a queda da margem bruta caixa de “Outros”, devido a maior representatividade do TotalPass quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Em relação ao 3T24, o EBITDA do Brasil cresceu R\$34,9 milhões, com um incremento de margem de 1,5p.p. Vale ressaltar que, no segmento de *high-end*, a marca Bio Ritmo registrou o décimo primeiro trimestre consecutivo de incremento na receita média por academia, atingindo uma margem bruta caixa de 48,2% no trimestre, o maior patamar da história da marca. Em 2024, o EBITDA do Brasil totalizou R\$973,5 milhões, com 39,7% de margem e ganho de 0,3p.p. vs. 2023, representando 42% do EBITDA total das 3 regiões reportadas (vs. 44% no ano anterior).

No México, o EBITDA no 4T24 foi de R\$134,9 milhões, aumento de 37% comparado ao 4T23 em razão da forte elevação da receita média por academia com expansão de margem bruta caixa de 2,6p.p., mais do que compensando o crescimento das despesas de marketing. Se comparado ao 3T24, o EBITDA da região foi 1% superior. A margem EBITDA do 4T24 da região foi de 39,1%, incremento de 2,3p.p. vs. o mesmo período do ano anterior e 0,4p.p. acima do 3T24. Em 2024, o EBITDA do México totalizou R\$540,9 milhões, 39,7% de margem com ganho de 3,3p.p. vs. 2023, representando 23% do EBITDA total por região.

Na região Outros América Latina, o EBITDA do 4T24 foi de R\$234,3 milhões, crescimento de 44% frente ao mesmo período do ano anterior, positivamente impactado pela forte elevação da receita média por academia. Se comparado ao 3T24, o EBITDA da região cresceu R\$18,4 milhões no trimestre, com margem EBITDA de 45,2%, sendo 1,6p.p. inferior ao trimestre anterior, principalmente devido à grande quantidade de unidades inauguradas nos últimos trimestres, além do incremento nas despesas com vendas. Em 2024, o EBITDA da região totalizou R\$826,6 milhões, 46,8% de margem, representando 35% do EBITDA total por região.

DESPESAS COMERCIAIS E ADMINISTRATIVAS

Despesas com vendas, gerais e administrativas ^{a,b} (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Despesas com Vendas	114,6	87,8	31%	105,2	9%	415,8	318,1	31%
Gerais e Administrativas	155,0	129,7	20%	143,7	8%	556,0	452,0	23%
Despesas Pré-Operacionais	11,6	9,8	18%	9,8	18%	35,2	26,7	32%
Total	281,2	227,2	24%	258,7	9%	1.007,0	796,8	26%

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

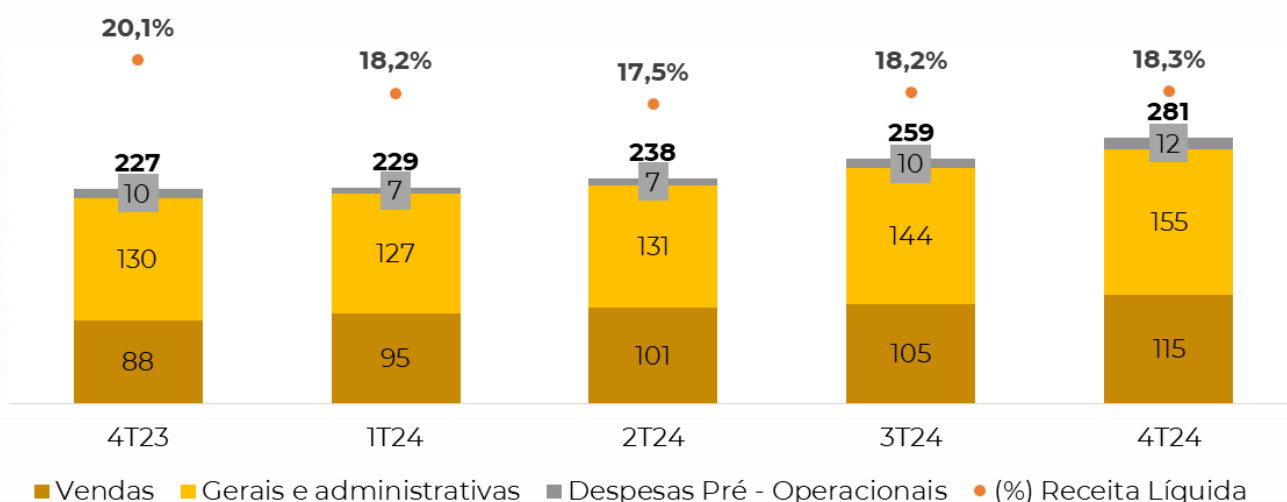
As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$281,2 milhões no trimestre, 24% superior ao 4T23, representando 18,3% da receita líquida, diluição de 1,8p.p. em comparação a 20,1% no mesmo período do ano anterior.

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$155,0 milhões no 4T24, um crescimento de 20% versus o 4T23, representando 10,1% da receita líquida do período, uma diluição de 1,4p.p. frente ao mesmo período do ano anterior. Essa diluição das despesas gerais e administrativas reflete a alavancagem operacional do negócio, que mais do que compensou os maiores investimentos na estruturação de novos negócios, principalmente relacionados ao TotalPass, além de reforços na estrutura de pessoal dos países da região de Outros América Latina. Vale destacar que a outorga adicional de opções de ações do plano de incentivo de longo prazo (ILP), realizada no 3T23, contribuiu para esta diluição, visto que adicionou R\$14 milhões e R\$4 milhões nas despesas gerais e administrativas no 4T23 e 4T24, respectivamente.

As despesas com vendas somaram R\$114,6 milhões no 4T24, 31% acima versus 4T23, representando 7,4% da receita líquida (0,3p.p. abaixo do 4T23). O incremento das despesas com vendas é reflexo da forte expansão da rede de academias, com maior número de unidades inauguradas no 4T24 vs. 4T23, e dos investimentos em marketing para fortalecimento da marca.

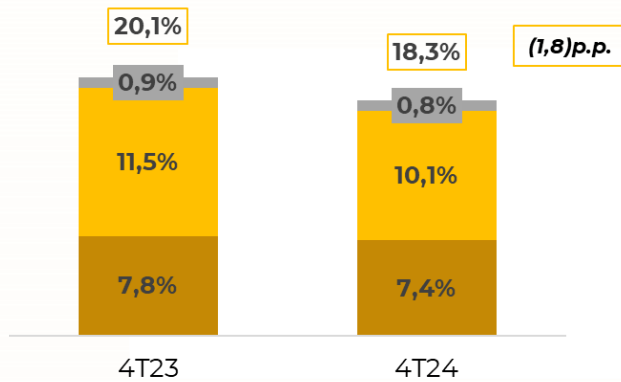
Por fim, as despesas pré-operacionais totalizaram R\$11,6 milhões no 4T24, vs. R\$9,8 milhões no mesmo período do ano anterior, em função do maior volume de aberturas de academias próprias nos últimos meses.

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



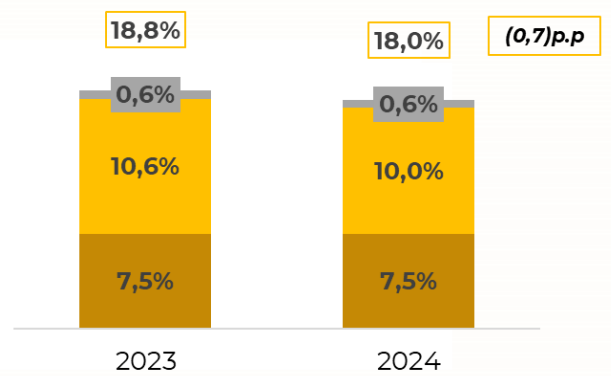
Despesas comerciais e administrativas

(%) Receita Líquida | Bases trimestrais



Despesas comerciais e administrativas

(%) Receita Líquida | Bases anuais



■ Vendas ■ Gerais e administrativas ■ Despesas Pré - Operacionais

Em comparação com o 3T24, as despesas com vendas, gerais e administrativas aumentaram 9%, se mantendo praticamente estável como percentual da receita líquida. As despesas com vendas cresceram 9% em relação ao 3T24, ligeiramente acima da evolução da receita líquida, devido ao aumento no número de inaugurações de unidades no trimestre e ao maior nível de investimento em marketing, em preparação para o período de vendas no início de 2025. Além disso, as despesas pré-operacionais aumentaram 18% frente ao 3T24, reflexo do maior volume de academias próprias adicionadas. As despesas gerais e administrativas cresceram 8% frente ao trimestre anterior, permanecendo estável como % da receita líquida.

EBITDA

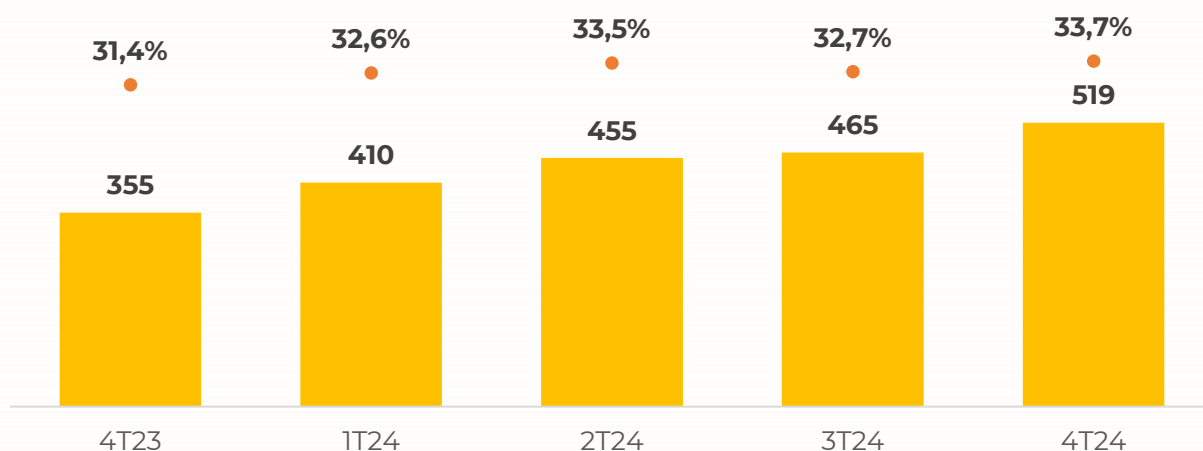
Composição do EBITDA ^a (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Lucro (prejuízo) líquido	196,5	686,3	(71%)	118,3	66%	539,4	1.169,9	(54%)
(+) IR & CSLL	(11,9)	(551,5)	(98%)	44,0	–	91,0	(472,6)	–
(+) Resultado Financeiro	93,5	31,1	200%	87,9	6%	349,5	145,4	140%
(+) Depreciação	209,0	166,1	26%	192,2	9%	782,2	636,2	23%
EBITDA	487,1	332,1	47%	442,3	10%	1.762,1	1.478,9	19%
Mg. EBITDA	31,6%	29,4%	2,3 p.p.	31,1%	0,5 p.p.	31,6%	34,8%	(3,3) p.p.
Impacto Reavaliação Panamá ^b	–	–	–	–	–	–	(176,6)	(100%)
EBITDA ajustado^c	487,1	332,1	47%	442,3	10%	1.762,1	1.302,3	35%
Mg. EBITDA ajustada	31,6%	29,4%	2,3 p.p.	31,1%	0,5 p.p.	31,6%	30,7%	0,9 p.p.
(+) Gastos pré-operacionais	32,4	23,3	39%	22,7	43%	87,8	58,6	50%
EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais	519,5	355,3	46%	465,0	12%	1.849,8	1.360,9	36%
Mg. EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais	33,7%	31,4%	2,3 p.p.	32,7%	1,0 p.p.	33,1%	32,1%	1,1 p.p.

(a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos indicadores excluem efeitos do IFRS-16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) Ganho no 2T23 com reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período; (c) "EBITDA ajustado" exclui o ganho de R\$176,6 M de 2T23 auferido com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá.

O EBITDA totalizou R\$487,1 milhões no 4T24, maior nível já registrado para um trimestre, apresentando um expressivo crescimento de 47% frente ao mesmo período do ano anterior, com margem de 31,6%, uma expansão de 2,3p.p. em relação ao 4T23. Em 2024, o EBITDA ajustado totalizou R\$1.762,1 milhões, um crescimento de 35% em comparação com 2023, resultando em uma margem de 31,6%, maior patamar anual histórico e uma expansão de 0,9p.p. frente ao ano anterior, mesmo com a aceleração de abertura de unidades no período.

O EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais superou, pela primeira vez, o patamar de R\$500 milhões em um trimestre, totalizando R\$519,5 milhões no 4T24, um crescimento de 46% frente ao 4T23. A margem EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais foi de 33,7% no período, uma expansão de 2,3p.p. frente ao 4T23, reflexo da alavancagem operacional do negócio. Em 2024, o EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais totalizou R\$1.849,8 milhões, resultando em margem EBITDA aj. antes dos pré-operacionais de 33,1% (+1,1p.p.), maior patamar anual histórico.

Evolução do EBITDA ajustado e Margem EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais (R\$ milhões e % da receita líquida)



Se comparado ao 3T24, o EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais do 4T24 apresentou um crescimento de 12%, o que resultou em uma margem EBITDA ajustada antes dos gastos pré-operacionais 1,0p.p. superior vs. o trimestre anterior.

LUCRO LÍQUIDO

Composição do Lucro Líquido Recorrente ^a (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Lucro (prejuízo) líquido	196,5	686,3	(71%)	118,3	66%	539,4	1.169,9	(54%)
Margem líquida	12,8%	60,7%	(47,9) p.p.	8,3%	4,4 p.p.	9,7%	27,6%	(17,9) p.p.
(+) Reavaliação Panamá	0,3	5,8	(94%)	0,3	–	11,6	(150,8)	–
(+) Reconhecimento imposto diferido	–	(482,6)	(100%)	–	–	–	(482,6)	(100%)
(+) Resgate antecipado de debêntures	–	–	–	5,3	–	27,4	–	–
Lucro (prejuízo) líquido recorrente^b	196,8	209,4	(6%)	123,9	59%	578,4	536,5	8%
Margem líquida recorrente	12,8%	18,5%	(5,7) p.p.	8,7%	4,1 p.p.	10,4%	12,6%	(2,3) p.p.

(a) Para melhor análise da performance de nossas operações, todos indicadores excluem efeitos do IFRS 16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) "Lucro (prejuízo) líquido recorrente" exclui os impactos referentes à (i) reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica; e (ii) despesas financeiras não-recorrentes, após IR/CSLL, de R\$22,1 M no 2T24 referentes ao pré-pagamento da 6ª emissão e de R\$5,3 M no 3T24 referentes ao pré-pagamento da 5ª emissão em conjunto com outras iniciativas de *liability management*.

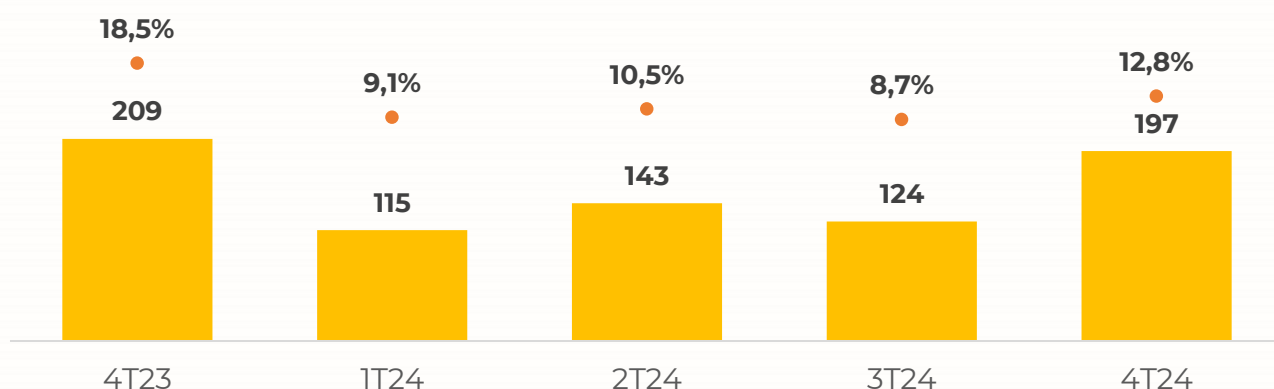
Em 2024, o lucro líquido recorrente atingiu R\$578,4 milhões, representando um crescimento de 8% em relação a 2023 e resultando em uma margem líquida de 10,4%. Essa forte performance reflete, principalmente, a alavancagem operacional do negócio, impulsionada pela rentabilidade consistente das unidades maduras e pelo sólido *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos anos. Esse desempenho operacional foi parcialmente compensado pelo aumento da depreciação, amortização e despesas financeiras no período, um reflexo temporário da aceleração dos investimentos na expansão da rede de academias realizados pela Companhia e vale ressaltar que o resultado de 2023 foi positivamente impactado pelo aproveitamento de créditos tributários decorrentes do prejuízo fiscal acumulado, explicando parte do incremento da alíquota efetiva de IRPJ/CSLL no ano de 2024 comparado a 2023.

O lucro líquido recorrente de 2024 desconsidera despesas financeiras não-recorrentes, após IR/CSLL, de R\$22,1 milhões no 2T24, referentes ao pré-pagamento da 6ª emissão, e de R\$5,3 milhões no 3T24, referentes ao pré-pagamento da 5ª emissão e à outras dívidas bilaterais na Colômbia e R\$11,6 milhões referentes a reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica. Já em 2023, o lucro líquido recorrente desconsidera os efeitos do reconhecimento do imposto diferido de R\$428 milhões, e da reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica de R\$151 milhões.

No 4T24, o lucro líquido recorrente totalizou R\$196,8 milhões, frente a R\$209,4 milhões no mesmo período do ano anterior. Vale comentar que, a partir de 2024, a alíquota de imposto de renda e contribuição social aumentou em função do reconhecimento do prejuízo fiscal acumulado ao final de 2023. Em relação ao 3T24, o lucro líquido recorrente do trimestre apresentou um crescimento de 59%, refletindo, principalmente, a menor alíquota de imposto de renda e contribuição social no período, em razão da distribuição de juros sobre capital próprio no montante de R\$258 milhões, declarada em dezembro/24.

Evolução do Lucro Líquido Recorrente e Margem Líquida Recorrente

(R\$ milhões e % da receita líquida)



GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL

Geração de Caixa Operacional (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
EBITDA ^a	487,1	332,1	47%	442,3	10%	1.762,1	1.302,3	35%
Itens de resultado sem impacto em caixa ^b	28,3	(7,1)	–	13,3	113%	85,4	50,7	69%
IR/CSLL Pago	(19,1)	(13,8)	38%	(30,3)	(37%)	(104,3)	(48,6)	115%
Varição no capital de giro	(34,2)	114,8	–	(46,2)	(26%)	(170,6)	183,9	–
Clientes	(40,3)	1,1	–	(50,2)	(20%)	(200,2)	(77,0)	160%
Fornecedores	66,5	106,7	(38%)	(3,6)	–	43,5	135,8	(68%)
Salários, provisões e contribuições sociais	(3,0)	(11,7)	(74%)	12,7	–	38,3	22,3	72%
Impostos ^c	(57,4)	18,7	–	(5,2)	1.009%	(52,2)	102,8	–
Geração de Caixa Operacional	462,1	425,9	8%	379,0	22%	1.572,6	1.488,3	6%
Conversão EBITDA em Caixa Operacional	95%	128%	(33,4) p.p.	86%	9,2 p.p.	89%	114%	(25,0) p.p.

(a) EBITDA ajustado exclui o ganho de R\$176,6 M no 2T23 com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição de controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período; (b) Inclui principalmente equivalência patrimonial, baixa de ativos, receita diferida e provisões; (c) Inclui impostos sobre vendas e serviços.

Em 2024, a geração de caixa operacional atingiu R\$1.572,6 milhões, 6% superior ao ano anterior, devido ao EBITDA recorde do período, com forte crescimento de 35% compensado por um maior consumo no capital de giro no período e aumento do pagamento de tributos devido ao término da maior parte dos prejuízos fiscais acumulados em algumas das subsidiárias da Companhia. No ano, a conversão de EBITDA em caixa operacional foi de 89% versus 114% em 2023.

A variação do capital de giro em 2024 apresentou um consumo de R\$ 170,6 milhões frente a uma geração de caixa de R\$ 183,9 milhões no ano anterior. Essa performance é explicada por: (i) a linha de Clientes apresentou um maior consumo de caixa devido ao crescimento da base de alunos e ao aumento da representatividade do TotalPass; (ii) pela menor geração de caixa na linha de Fornecedores em função do fluxo de compras das atividades de investimentos, que ocorreu de forma mais antecipada ao longo do ano de 2024; e (iii) na linha de impostos, impacto positivo de R\$103 milhões em 2023 em função da recuperação e consumo de créditos tributários, principalmente referentes a imposto de renda retido na fonte sobre aplicações financeiras no Brasil e o consumo de crédito de IGV (Imposto Geral de Vendas) em algumas regiões de atuação devido ao ganho de escala das respectivas operações. Adicionalmente no 4T24, tivemos retenções de impostos nas remessas internacionais de recursos das subsidiárias internacionais para o Brasil, que serão aproveitados nos próximos trimestres.

CAPEX

Capex ^a (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Capex	721,4	539,7	34%	453,5	59%	1.843,5	1.335,5	38%
Expansão	602,4	454,8	32%	388,9	55%	1.532,7	1.093,4	40%
Manutenção	95,3	69,5	37%	53,4	78%	251,8	186,3	35%
Corporativo / Inovação	23,7	15,4	54%	11,2	112%	59,1	55,8	6%

(a) Não considera investimentos em cessão de direito de uso relacionado a compra de pontos comerciais.

No 4T24, o capex foi de R\$721,4 milhões, um aumento de 34% em relação ao 4T23, devido principalmente ao crescimento de 32% dos investimentos na expansão da rede de academias, que totalizaram R\$602,4 milhões no período. Essa evolução no capex de expansão reflete a aceleração no número de inaugurações de unidades próprias no período (122 no 4T24 vs. 113 no 4T23) e a compra das unidades franqueadas da Colômbia. Em comparação com o 3T24, o capex de expansão apresentou um crescimento de R\$213,5 milhões, ou 55%, devido ao maior número de unidades próprias abertas no período, sendo que no 3T24 foram inauguradas 53 unidades próprias.

Em 2024, o capex de expansão totalizou R\$1.532,7 milhões, incremento de 40% em relação ao ano anterior. O capex de expansão relacionado às academias da marca Smart Fit, excluindo Studios e Bio Ritmo e a aquisição das unidades franqueadas na Colômbia, foi de R\$ 1.426,8 milhões, 33% superior a 2023 devido à forte aceleração na abertura de unidades próprias em 2024. Foram inauguradas 242 unidades próprias da marca Smart Fit no período, desconsiderando os encerramentos de academias e as aquisições de franqueados, um aumento de 34% frente as 180 unidades em 2023, mantendo o mesmo valor do capex por unidade de R\$5,9 milhões, reflexo da constante disciplina e esforços na alocação de capital.

O capex de manutenção totalizou R\$95,3 milhões no 4T24, 37% acima do 4T23, devido (i) à estratégia de preservar a oferta de alto padrão em nossas unidades; (ii) ao incremento na quantidade de academias maduras; (iii) à continuidade dos investimentos no programa para aumentar a oferta de equipamentos algumas unidades, que tem como objetivo atender o maior fluxo e a mudança de hábito dos alunos; e (iv) ao projeto de eficiência energética, que inclui a automação do ar-condicionado, entre outras iniciativas. Em comparação com o 3T24, o capex de manutenção apresentou um incremento de 78%, aproveitando um período de menor fluxo de clientes nas academias, principalmente ao longo do mês de dezembro, e da preparação para o maior nível de utilização esperado para o próximo trimestre, em função da sazonalidade mais positiva do início do ano.

Em 2024, o capex de manutenção das academias da marca Smart Fit atingiu R\$233,8 milhões, representando 6,1% da receita bruta das unidades maduras, mesmo patamar do ano anterior, alinhado com a estratégia de oferecer uma experiência de alto padrão. Vale mencionar que os investimentos no programa para aumentar a oferta de exercícios de força totalizaram R\$49,7 milhões nos últimos 12 meses.

O capex com projetos corporativos e inovação totalizou R\$23,7 milhões no 4T24, um crescimento de 54% frente ao mesmo período do ano anterior. Em 2024, o capex relacionado aos projetos corporativos e de inovação totalizou R\$59,0 milhões, um crescimento de 6% frente a 2023.

CAIXA E ENDIVIDAMENTO

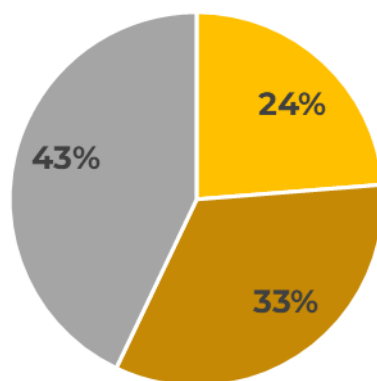
Caixa e Endividamento ^{a,b} (R\$ milhões)	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24
Caixa e aplicações financeiras	2.613	2.337	2.815	2.967	2.947
Dívida Bruta	3.917	4.163	4.870	5.212	5.945
Por natureza:					
Empréstimos e debêntures	3.820	4.075	4.794	5.176	5.915
Passivo de arrendamento - equipamentos	97	89	76	36	30
Por vencimento:					
Curto prazo	643	764	682	650	778
Longo prazo	3.274	3.399	4.188	4.562	5.167
Dívida Líquida	1.304	1.826	2.056	2.245	2.998
Outros Passivos e Ativos ^c	197	43	89	81	107
Dívida Líquida Ajustada	1.501	1.869	2.145	2.326	3.104
Dívida Líquida Ajustada / EBITDA LTM ^d	0,68x	0,80x	0,93x	0,94x	1,16x

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

Ao final do 4T24, a Companhia possuía uma sólida posição de caixa de R\$2.947 milhões e dívida bruta de R\$5.945 milhões, sendo 87% com vencimento no longo prazo. A dívida líquida ajustada era de R\$3.104 milhões, resultando em um índice de dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, seguindo a definição das debêntures da Companhia, de 1,16x. Esse índice foi 0,22x superior ao registrado no 3T24 devido ao maior nível de investimentos realizados na abertura de unidades durante o trimestre, bem como as aquisições do Grupo Velocity e das unidades franqueadas na Colômbia concluídas no período. Vale comentar que o índice dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis, terminou o 4T24 em 1,76x vs. 1,45x no 3T24. Consideramos esse patamar saudável, especialmente devido a alta previsibilidade de resultados da Companhia e o perfil de vencimento da dívida bastante alongado. Além disso, ao considerar o EBITDA anualizado do último trimestre, o índice dívida líquida ajustada/EBITDA 4T24 anualizado excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis é de 1,59x.

A Companhia apresenta robusta liquidez financeira, resultado da captação de R\$2,6 bilhões na oferta pública primária de ações e das captações de empréstimos, com gradual melhoria nos termos nos últimos 18 meses, que proporcionaram o alongamento dos vencimentos da dívida com menor custo financeiro. Adicionalmente, vale mencionar as constantes iniciativas de *liability management*, com destaque para as melhorias nos termos das dívidas da Companhia no Brasil e na Colômbia. Essas iniciativas resultaram em uma redução significativa de 66bps e 197bps no spread, respectivamente, sobre a taxa de juros local nos países, ao compararmos as taxas de dezembro/2024 com as dezembro/2023.

A Companhia busca financiar sua necessidade de expansão em cada um dos países onde opera, combinando a geração de caixa da operação local com captação de recursos junto a bancos. Nesse cenário, é importante destacar que a composição da dívida líquida da Companhia é diversificada, sendo que Brasil, México e Outros América Latina representam, respectivamente, 24%, 33% e 43% da dívida líquida da Companhia ao final de 2024. Na maioria dos países onde a Companhia opera academias próprias e possui dívida local, a perspectiva atual é de continuidade da redução da taxa de juros local. Ao final do 4T24, a dívida líquida da companhia era composta da seguinte forma.



■ Brasil ■ México ■ Outros Am. Latina

A Companhia mantém os vencimentos de empréstimos e financiamentos adequados à capacidade de geração de caixa operacional e acessa linhas de financiamento locais para suportar a expansão nos diferentes países em que opera. Ao final do 4T24, o cronograma de vencimentos da dívida bruta era composto da seguinte forma:

Prazo de Vencimento da Dívida Bruta ^a	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Total
% do total	13%	12%	15%	23%	22%	10%	5%	100%
Total	778	704	886	1.343	1.335	599	300	5.945
Brasil	108	0	127	928	1.229	599	300	3.293
México	260	254	292	167	52	0	0	1.025
Outros Am. Latina ^c	409	450	467	248	53	0	0	1.627

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

EVENTOS SUBSEQUENTES

Aumento de Capital Privado

Em 10 de março de 2025, foi homologado o aumento de capital da Companhia, através da Subscrição privada de novas ações ordinárias mediante utilização do crédito relativo aos juros sobre capital próprio distribuído em 12 de fevereiro de 2025 e aprovado em 10 de dezembro de 2024, totalizando R\$ 177,2 milhões com a emissão de 11.007.764 novas ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal. O capital social passou de R\$2.970,4 milhões para R\$3.147,7 milhões, dividido em 597.250.053 ações. As novas ações emitidas terão os mesmos direitos das ações já existentes, e farão jus ao recebimento integral de dividendos e/ou juros sobre o capital próprio, bem como quaisquer outros direitos.

DESTAQUES SUSTENTABILIDADE

Continuamos com esforços na frente de sustentabilidade, desenvolvendo projetos e apoiando outros em todos os países onde atuamos.

Ambiental

No pilar ambiental, destacamos a ampliação da base de academias que operam com energia renovável, seja por meio do Mercado Livre ou da Geração Distribuída, totalizando 220 unidades no 4T24, um crescimento de 49% comparado ao 4T23, o que representa 40% das academias próprias no Brasil, frente aos 30% registrados no mesmo período do ano anterior. Além disso, seguimos avançando com o projeto de automação de ar-condicionado, implementando-o em mais 107 unidades e encerrando o 4T24 com 331 unidades operando sob esse sistema, incremento de 48% vs. 4T23, distribuídas entre Brasil, México e Colômbia, com 229, 88 e 14 academias operando com o sistema, respectivamente. Já na gestão de água, expandimos a implementação do sistema de telemetria para monitoramento online do consumo de água para 366 unidades no Brasil, permitindo um controle mais eficiente e ágil do consumo de água, evitando identificar com rapidez eventuais desperdícios, vazamentos e cobranças indevidas. Essa iniciativa gerou uma economia de aproximadamente R\$70 mil reais mensais, o equivalente a redução de 1.294m³ no consumo de água por mês.

Como parte do compromisso ambiental, a Companhia contratou uma empresa especializada para elaborar o 1º inventário de emissões de gases de efeito estufa. Esse projeto tem como objetivo mapear as emissões por escopos e orientar as ações climáticas do Grupo.

Social

Em 2024, reforçamos nossas iniciativas sociais com ações voltadas à inclusão e solidariedade nas comunidades onde atuamos. Continuamos e fortalecemos nossa parceria com o UNICEF em oito países (Brasil, Colômbia, México, Equador, Costa Rica, Panamá, Peru e Paraguai), abrangendo 413 unidades da Smart Fit e 17 unidades da Bio Ritmo.

No Brasil, em parceria com o Instituto de Responsabilidade Social Sírio-Libanês, doamos equipamentos de exercícios de musculação ao Serviço de Reabilitação Lucy Montoro de Mogi Mirim, referência em tecnologia para reabilitação de pacientes com deficiência física e mobilidade reduzida.

Com o objetivo de apoiar o desenvolvimento profissional de jovens em situação de vulnerabilidade social, a Smart Tech, setor de Tecnologia da Companhia, realizou um programa de mentoria voluntária, em parceria com o CEAP (Centro Educacional Assistencial Profissionalizante). A iniciativa foi voltada para preparar alunos de 15 a 16 anos, que estavam no final ou recém-formados em cursos técnicos, para o mercado de trabalho. O programa contou com encontros online entre mentores e mentorados, focados no desenvolvimento de atividades relacionadas à área de tecnologia de interesse dos alunos. Além disso, os participantes foram recebidos em nosso escritório para um encontro presencial, proporcionando trocas de ideias, *insights* e aprendizados valiosos.

No Paraguai, a Smart Fit organizou doações de água, alimentos e suprimentos para bombeiros que atuaram durante a temporada de incêndios florestais. No Chile, participamos pela primeira vez do Teletón, com a doação de 100 milhões de pesos chilenos para a causa e nossos colaboradores um evento especial para crianças em situação de vulnerabilidade, com atividades lúdicas e doação de presentes. No México, a campanha “Smart Fit Por La Alegría” mobilizou 19 unidades e o escritório corporativo, resultando na doação de 1.700 brinquedos para mais de 25 hospitais infantis.

No pilar de desenvolvimento e capacitação de pessoas, encerramos o ano com 10 turmas de formação interna, sendo cinco de Pós-graduação - Formação Integral em Fitness, voltadas para professores de musculação, e 5 de MBA em Gestão Fitness, destinadas a líderes de unidades das marcas Smart Fit e Bio

Ritmo. Ao todo, 439 alunos participaram dos programas, contribuindo para a qualificação e o crescimento profissional dentro das nossas operações.

Além disso, a Pesquisa de Clima do Grupo foi ampliada para o México, Colômbia e Chile, proporcionando avaliações sobre o engajamento dos colaboradores de outros países em relação ao ambiente de trabalho.

Governança

Como parte da estrutura de governança da Companhia, foi realizado em 2024 o processo de atualização da Matriz de Riscos, a fim de otimizar a gestão e mitigação de riscos. As etapas envolveram acompanhamentos contínuos com os *risk owners* (responsáveis pelos riscos), reuniões da Comissão de Riscos e apresentação de *reports* ao Comitê de Auditoria. Além disso, foram realizadas entrevistas com diretores do Brasil e de países da América Latina para identificar os riscos estratégicos do nosso negócio.

Em agosto de 2024, foi realizada a Semana da Segurança da Informação, abordando temas como segurança digital no dia a dia, desenvolvimento seguro, inteligência artificial, proteção de informações, fraudes e golpes. A ação contou com a participação de aproximadamente 900 participantes, tanto presencialmente quanto remotamente, e foi aberta para todos os colaboradores, desde o escritório até as academias, incluindo o time Brasil e as equipes dos países da América Latina.

Também realizamos uma simulação de *phishing*, reforçando e conscientizando nossos colaboradores sobre práticas seguras no ambiente digital. O semestre foi concluído com mais de 12 pílulas sobre o tema de Segurança da Informação e com o início do desenvolvimento de um *e-learning*, que será lançado no primeiro semestre de 2025.

O Relatório Anual 2023, que aborda as principais ações da Companhia em relação à sua agenda de sustentabilidade, foi publicado no dia 15 de outubro de 2024 e está disponível no site de RI.

Por fim, o Estatuto Social foi atualizado e aprovado em Assembleia Geral Extraordinária, com as mudanças se tornando vigentes a partir de 1º de janeiro de 2025, para contemplar mudanças que aprimoram a governança da Companhia.

IMPACTO DA ADOÇÃO DO IFRS 16

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

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

Demonstração de Resultados (R\$ milhões)	4T24 Reportado	Impactos do IFRS 16	4T24 excluindo IFRS 16	4T23 Reportado	Impactos do IFRS 16	4T23 excluindo IFRS 16	2024 Reportado	Impactos do IFRS 16	2024 excluindo IFRS 16	2023 Reportado	Impactos do IFRS 16	2023 excluindo IFRS 16
Receita Líquida	1.540,6	–	1.540,6	1.131,2	–	1.131,2	5.580,3	–	5.580,3	4.244,7	–	4.244,7
Custo dos serviços	(894,1)	77,3	(971,4)	(676,0)	52,0	(728,0)	(3.267,4)	281,3	(3.548,7)	(2.533,9)	200,0	(2.733,8)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(53,9)	248,0	(301,9)	(34,5)	189,8	(224,3)	(186,7)	902,8	(1.089,6)	(139,3)	714,5	(853,8)
Depreciação e amortização (custo)	(373,4)	(170,7)	(202,7)	(298,8)	(137,8)	(161,0)	(1.382,0)	(621,5)	(760,5)	(1.132,2)	(514,5)	(617,6)
Lucro bruto	646,5	77,3	569,2	455,2	52,0	403,2	2.312,9	281,3	2.031,6	1.710,9	200,0	1.510,9
SG&A	(291,5)	0,7	(292,2)	(233,8)	0,7	(234,5)	(1.050,1)	2,4	(1.052,5)	(841,5)	2,2	(843,7)
Despesas com vendas	(114,6)	–	(114,6)	(87,8)	–	(87,8)	(415,8)	–	(415,8)	(318,1)	–	(318,1)
Gerais e administrativas	(151,9)	3,1	(155,0)	(127,3)	2,4	(129,7)	(545,1)	11,0	(556,0)	(443,1)	8,9	(452,0)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(2,4)	3,1	(5,5)	(1,5)	2,4	(3,9)	(7,7)	11,0	(18,7)	(5,2)	8,9	(14,1)
Despesas com abertura de novas unidades	(11,6)	–	(11,6)	(9,8)	–	(9,8)	(35,2)	–	(35,2)	(26,7)	–	(26,7)
Depreciação e amortização (despesa)	(8,7)	(2,4)	(6,3)	(6,8)	(1,7)	(5,1)	(30,3)	(8,6)	(21,7)	(25,2)	(6,7)	(18,6)
Outras (despesas) receitas	(4,7)	–	(4,7)	(2,1)	–	(2,1)	(23,9)	–	(23,9)	(28,4)	–	(28,4)
Reavaliação do Panamá ^a	–	–	–	(0,0)	–	(0,0)	(0,0)	–	(0,0)	176,6	–	176,6
Equivalência patrimonial	1,0	–	1,0	(2,7)	0,0	(2,7)	0,8	–	0,8	(1,1)	–	(1,1)
Lucro (prejuízo) operacional antes do resultado financeiro	356,1	78,0	278,1	218,7	52,7	166,0	1.263,6	283,7	979,9	1.044,9	202,2	842,7
Resultado Financeiro	(215,1)	(121,6)	(93,5)	(133,5)	(102,2)	(31,3)	(767,3)	(417,7)	(349,5)	(473,3)	(327,9)	(145,4)
Imposto de Renda e Contribuição Social ^b	24,1	12,2	11,9	551,5	–	551,5	(55,8)	35,2	(91,0)	472,6	–	472,6
Lucro (prejuízo) líquido	165,1	(31,4)	196,5	636,6	(49,7)	686,3	440,6	(98,8)	539,4	1.044,2	(125,7)	1.169,9

Impactos do IFRS-16 na composição do Lucro Bruto excluindo depreciação e amortização e do EBITDA												
Lucro bruto	646,5	77,3	569,2	455,2	52,0	403,2	2.312,9	281,3	2.031,6	1.710,9	200,0	1.510,9
(-) Depreciação e amortização (custo)	373,4	170,7	202,7	298,8	137,8	161,0	1.382,0	621,5	760,5	1.132,2	514,5	617,6
Lucro bruto excluindo depreciação	1.019,9	248,0	772,0	754,0	189,8	564,2	3.694,9	902,8	2.792,1	2.843,0	714,5	2.128,5
Margem Bruta excluindo depreciação	66,2%		50,1%	66,7%		49,9%	66,2%		50,0%	67,0%		50,1%
Lucro (prejuízo) líquido	165,1	(31,4)	196,5	636,6	(49,7)	686,3	440,6	(98,8)	539,4	1.044,2	(125,7)	1.169,9
(-) IR & CSLL	(24,1)	(12,2)	(11,9)	(551,5)	–	(551,5)	55,8	(35,2)	91,0	(472,6)	–	(472,6)
(-) Resultado Financeiro	215,1	121,6	93,5	133,5	102,4	31,1	767,3	417,7	349,5	473,3	327,9	145,4
(-) Depreciação e amortização	382,1	173,1	209,0	305,6	139,4	166,1	1.412,3	630,1	782,2	1.157,4	521,2	636,2
EBITDA	738,2	251,1	487,1	524,2	192,1	332,1	2.675,9	913,8	1.762,1	2.202,3	723,4	1.478,9
Margem EBITDA	47,9%		31,6%	46,3%		29,4%	48,0%		31,6%	51,9%		34,8%

(a) Ganho de R\$ 176,6 M auferido com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período;

(b) Efeito de IR diferido sobre as diferenças temporais de IFRS16 no 4T24 e em 2024;

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

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

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

Operação	Reconhecimento na Demonstração de Resultado do período		Reconhecimento no Balanço Patrimonial do período	
	2024	2023	2024	2023
Brasil, México, Colômbia, Chile, Peru, Argentina, Paraguai, Panamá, Costa Rica, Uruguai, Queima Diária e TotalPass Brasil	Consolidado	Consolidado	Consolidado	Consolidado
República Dominicana, El Salvador, Equador, Guatemala e Honduras	Royalties pelo uso da marca	Royalties pelo uso da marca	n/a	n/a

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DRE (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Receita Operacional Líquida	1.540,6	1.131,2	36%	1.422,1	8%	5.580,3	4.244,7	31%
Custo dos Serviços Prestados	(894,1)	(676,0)	32%	(834,6)	7%	(3.267,4)	(2.533,9)	29%
Lucro Bruto	646,5	455,2	42%	587,6	10%	2.312,9	1.710,9	35%
Receitas (despesas) operacionais								
Vendas	(126,2)	(97,6)	29%	(115,0)	10%	(451,0)	(344,8)	31%
Gerais e administrativas	(160,6)	(134,1)	20%	(146,6)	10%	(575,3)	(468,4)	23%
Equivalência patrimonial	1,0	(2,7)	–	1,4	(30%)	0,8	(1,1)	–
Outras (despesas) receitas	(4,7)	(2,1)	119%	(6,7)	(31%)	(23,9)	(28,4)	(16%)
Reavaliação Panamá ^a	-	-	-	-	-	-	176,6	-
Lucro antes do resultado financeiro	356,1	218,7	63%	320,6	11%	1.263,6	1.044,9	21%
Resultado financeiro	(215,1)	(133,5)	61%	(193,2)	11%	(767,3)	(473,3)	62%
Lucro antes do IR/CS	141,0	85,1	66%	127,4	11%	496,3	571,6	(13%)
Imposto de Renda e Contribuição Social	24,1	551,5	(96%)	(40,7)	–	(55,8)	472,6	–
Lucro (prejuízo) líquido	165,1	636,6	(74%)	86,6	91%	440,6	1.044,2	(58%)

(a) Ganho de R\$ 176,6 M auferido com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período.

BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO (R\$ milhões)	4T24	4T23
CIRCULANTE	4.112	3.346
Caixa e equivalentes de caixa	2.947	2.613
Clientes	554	349
Instrumentos financeiros derivativos	7	13
Outros Créditos	604	371
NÃO CIRCULANTE	14.238	10.884
Imobilizado	5.537	4.045
Ativos de direito de uso	4.934	3.755
Intangível	2.395	1.913
Investimentos	55	41
Outros ativos	1.316	1.131
TOTAL DO ATIVO	18.350	14.230

PASSIVO (R\$ milhões)	4T24	4T23
CIRCULANTE	2.792	2.244
Empréstimos	760	594
Passivos de arrendamentos	650	542
Fornecedores	442	399
Receita diferida	216	206
Outros passivos	724	502
NÃO CIRCULANTE	10.087	6.890
Empréstimos	5.155	3.225
Passivos de arrendamentos	4.751	3.565
Outros passivos	181	100
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	5.472	5.096
Capital social	2.970	2.970
Reservas de capital	848	953
Reserva legal	74	771
Reserva de lucros	825	0
Outros resultados abrangentes	739	374
Participação não controladora	16	27
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	18.350	14.230

FLUXO DE CAIXA

Demonstrativo de Fluxo de Caixa (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS								
Resultado do Período	165,1	636,6	(74%)	86,6	91%	440,6	1.044,2	(58%)
Depreciações e amortizações	382,1	305,6	25%	355,2	8%	1.412,3	1.157,4	22%
Baixa de intangível e imobilizado	19,6	1,8	965%	9,4	108%	44,0	35,4	24%
Juros provisionados sobre dívida e variação cambial	158,2	125,1	26%	153,1	3%	599,9	481,2	25%
Juros provisionados sobre arrendamentos	119,7	92,5	29%	110,6	8%	428,1	342,6	25%
Outros	(84,3)	(644,6)	(87%)	(29,7)	184%	(178,8)	(981,0)	(82%)
Variação no capital de giro	(77,3)	75,3	-	(45,9)	68%	(323,7)	71,0	-
Caixa gerado pelas (aplicado nas) operações	683,1	592,3	15%	639,3	7%	2.422,4	2.150,8	13%
Juros pagos sobre empréstimos e debêntures	(205,8)	(166,3)	24%	(67,9)	203%	(517,2)	(453,0)	14%
Juros pagos sobre arrendamentos	(119,2)	(91,5)	30%	(110,0)	8%	(425,4)	(338,9)	26%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(19,1)	(13,8)	-	(30,3)	(37%)	(104,3)	(48,6)	115%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades operacionais	339,1	320,7	6%	431,1	(21%)	1.375,5	1.310,3	5%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO								
Adições do ativo imobilizado	(710,9)	(534,4)	33%	(446,9)	59%	(1.819,2)	(1.321,6)	38%
Adições do ativo intangível	(26,5)	(8,0)	232%	(22,3)	19%	(60,9)	(15,2)	300%
Custos diretos iniciais de ativos de direito de uso	(9,1)	(7,2)	-	(4,9)	87%	(65,1)	(24,9)	162%
Pagamento de aquisição de grupo de ativos, controlada e controlada em conjunto	(89,8)	(12,5)	621%	(7,8)	-	(368,2)	(105,5)	249%
Aumento de capital em controlada e controlada em conjunto	0,1	-	-	0,3	(57%)	(0,5)	-	-
Aplicações financeiras	49,2	19,6	151%	18,7	163%	283,3	462,0	(39%)
Partes relacionadas e mútuos com terceiros	4,3	4,9	-	(0,6)	-	(24,5)	(7,5)	229%
Pagamento de contraprestação contingente	-	-	-	-	-	-	(0,5)	-
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(782,7)	(537,6)	46%	(463,5)	69%	(2.055,0)	(993,4)	107%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO								
Pagamento de empréstimos e custos	(130,2)	(365,4)	(64%)	(432,8)	(70%)	(2.070,9)	(802,6)	158%
Captação de empréstimos	730,3	770,2	-	797,4	(8%)	3.803,5	1.099,5	246%
Pagamento de arrendamento	(154,2)	(122,6)	26%	(170,7)	(10%)	(605,9)	(490,2)	24%
Aquisição de participação de não controladores	(73,2)	-	-	-	-	(73,2)	-	-
Outros	(1,0)	(266,9)	(100%)	(46,2)	(98%)	(47,2)	(278,6)	(83%)
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	371,8	15,3	2336%	147,6	152%	1.006,4	(471,8)	-
AUMENTO (REDUÇÃO) DO SALDO DE CAIXA E EQUIV.	(71,8)	(201,6)	(64%)	115,3	-	326,9	(154,9)	-
Saldo inicial	1.520,9	1.314,3	16%	1.434,8	6%	1.103,4	1.251,4	(12%)
Saldo final	1.490,6	1.103,4	35%	1.520,9	(2%)	1.490,6	1.103,4	35%
Variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	41,6	(9,2)	-	(29,2)	-	60,3	6,9	769%



Relações com Investidores

André Pezeta | CFO

José Luís Rizzardo | Diretor de RI, M&A e Tesouraria

Matheus Nascimento | Gerente de RI

Juliana Pallot | Coordenadora de RI

Larissa Cristovão | Analista de RI

ri@smartfit.com





4Q24 Results

Results Webinar

March 14th, 2025

11 a.m. (Brasilia) | 10 a.m. (NY) | 2 p.m. (London)

Conference Call in Portuguese with
simultaneous translation into English

[Click here](#)



4Q24 EARNINGS RELEASE

São Paulo, March 13th, 2025 – Smart Fit (SMFT3), the leader in the fitness industry across Latin America in memberships and number of clubs¹, announces its 4Q24 results. To facilitate analysis, the results are shown without the effect of IFRS 16/CPC 06 (R02). The effects of adopting IFRS 16/CPC 06 (R02) on the result are detailed from page 32 onwards.

HIGHLIGHTS OF THE PERIOD

- **Record of 305 clubs added in 2024, representing a strong acceleration of 42% compared to the expansion pace in 2023, totaling 1,743 units in 15 countries in Latin America**

Solid annual growth of 21% in the club network, with record expansion in all three operating regions and a historic addition of 152 units in 4Q24.

- **The member base reached the impressive milestone of 5.2 million in 4Q24, with 4.8 million members in clubs, a 17% increase vs. 4Q23**

The addition of 699,000 members in clubs in 2024, reflects the expansion of the club network and the successful efforts in member attraction and retention.

- **Net revenue exceeded R\$1.5 billion in 4Q24, a strong growth of 36% vs. 4Q23 and 8% vs. 3Q24**

Net revenue of R\$5.6 billion in 2024, growth of 31% vs. 2023, driven by the expansion of the average member base in owned clubs and the increase in the average ticket.

- **Cash gross margin of 50.1% in 4Q24, combining record expansion of the club network with solid profitability**

Cash gross margin of mature clubs² remained stable at 52%, and the maturation of units opened in recent years is consistent with historical levels.

- **Record EBITDA of R\$487 million in 4Q24, a strong growth of 47% vs. 4Q23, with operating cash flow generation of R\$458 million, representing a conversion of 94%**

Margin of 31.6% in 4Q24, an expansion of 2.3 p.p. from 4Q23. EBITDA of R\$1.8 billion in 2024, with a record annual margin and a high conversion rate to operating cash of 89%.

- **Recurring net income³ of R\$197 million in 4Q24, with a recurring net margin of 12.8%**

For the year, recurring net income totaled R\$578 million, up 8% from 2023.

4Q24 Highlights	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Clubs	1,743	1,438	21%	1,591	10%	1,743	1,438	21%
Total Members (000) ^a	5,214	4,456	17%	5,156	1%	5,214	4,456	17%
Net Revenue (R\$ million)	1,541	1,131	36%	1,422	8%	5,580	4,245	31%
EBITDA ^b (R\$ million)	487	332	47%	442	10%	1,762	1,302	35%
EBITDA Margin	31.6%	29.4%	2.3 p.p.	31.1%	0.5 p.p.	31.6%	30.7%	0.9 p.p.
Recurring Net Income ^c (R\$ million)	197	209	(6%)	124	59%	578	536	8%
Operating Cash Flow ^d (R\$ million)	462	426	8%	379	22%	1,573	1,488	6%

(1) According to the International Health, Racquet & Sportsclub Association data, disclosed in 2024, with a base date of 2023 ("IHRSA"); (2) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year; (3) Excludes the impacts related to the revaluation of the stake in the Panama and Costa Rica operations and non-recurring financial expenses of R\$22.1 million after IR/CSLL in 2Q24 and R\$5.3 million in 3Q24 related to the prepayment of the 6th and 5th issue in combination with other liability management initiatives. See "Net Income" section; (a) Includes members of clubs, studios and digital channel; (b) Excludes the gain of R\$176.6 million obtained in 2Q23 from the revaluation of the existing 50% stake in Panama and excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2). See "EBITDA Breakdown" section; (c) Excludes the effects of IFRS-16/CPC06 (R2) and non-recurring impacts, as defined in Recurring Net Income ("3"). See "Net Income" section; (d) See "Operating Cash Flow" section.

MESSAGE FROM MANAGEMENT

The year 2024 stood out for the Company's robust execution and record-breaking expansion, with a focus on the quality of the pipeline of openings. This focus was evident in the strong performance of the new vintage units, combined with the sustained solid results in mature units, showcasing the Company's ability to optimize revenue and manage costs efficiently. We also increased our investments in the studios segment by acquiring Velocity Group and the strong opening of studio units, concluding the year with four times as many studios as in 2023. The Company's unique club network - combining strategic locations, strong brands, network effect, and our distinctive operational execution know-how - has further reinforced our leadership position in the region and strengthened the Company's ecosystem.

In 2024, we also celebrated 28 years of the Smart Fit Group's history and 3 years since our debut on the Brazilian Stock Exchange, solidifying a trajectory marked by significant achievements, even in challenging scenarios. Since 2019, the period preceding COVID-19 and our Initial Public Offering (IPO), we have reinforced our leadership position in Latin America, reaching significant operational and financial milestones: (i) a network of 1,743 clubs across 15 countries in Latin America — double the size recorded in 2019 — along with 135 studio units; (ii) 5.2 million total members at the end of 2024, of which 4.8 million were enrolled in our clubs; (iii) Net revenue of R\$5.6 billion for the year, with a record EBITDA of R\$1.8 billion, representing increases of 2.8x and 3.2x compared to 2019, respectively; (iv) Operating cash flow of R\$1.6 billion, highlighting the strong conversion of EBITDA into cash for the Company; and (v) Recurring net income of R\$578 million.

The progress of our results over the year underscores the competitiveness of Smart Fit business model, which offers a distinctive, high-standard experience at affordable prices through a progressively widespread club network. This approach meets the growing demand for fitness services in the region and increases convenience for our members. The year 2024 was marked by a rapid increase in the number of club openings and the achievement of a record level of network expansion, further solidifying Smart Fit's leadership position in Latin America. A total of 305 units were added, marking the largest expansion in the Company's history and reaching the upper range of the guidance for the period. We ended 2024 with 1,743 clubs, up 21% from 2023, with a presence in 15 countries in Latin America. Our network comprises 1,407 owned clubs (81% of the total) and 336 franchises (19%). In addition, we have expanded our presence to more than 85 new municipalities, totaling more than 470 cities in the region.

In 2024, the member base continued its growth trajectory, reaching 5.2 million, with an increase of over 750,000 members. In clubs, the member base reached 4.8 million members, a 17% increase compared to 2023. This growth reflects mainly the strong pace of unit openings in recent years. In addition, we started 2025 with yet another strong intake performance in January. During the period, 295,000 members were added, totaling 5.5 million. In clubs, the member base expanded by 6% compared to the previous month, ending the period with 5.1 million members. This reinforces our confidence in the solid performance outlook for the year, driven by focus and discipline in business management and execution.

The Revenue Management agenda has consistently evolved over recent years, with the Pricing strategy establishing itself as a fundamental pillar to ensure and enhance: (i) local competitiveness by strengthening our value proposition in each micro-region where we operate; (ii) operational efficiency by creating opportunities for margin gains; and (iii) sustainable results across all markets in which we operate. The strategic price adjustments made over the past 18 months, along with the introduction of the Fit Plan, were crucial measures in this direction, aiming to attract a longer-term customer profile, enhance engagement, and increase the Lifetime Value (LTV). In addition, these initiatives reinforce the competitiveness and accessibility of our business model. Since its implementation, the Fit Plan has been improved and expanded to other markets, following a structured strategy aligned with the other plans

(Smart and Black Cards). In this context, the Black Card Membership, our multi-club plan with national pricing, maintains a distinct value proposition and unique attributes, accounting for 66% of the member base of owned clubs at the end of 4Q24, a stable percentage compared to the same period of the previous year.

One of our strategic objectives is to maximize revenue per unit without compromising intake volume or our value proposition. To this end, we are increasingly investing in operational optimization with a focus on scalability, using tools like continuous A/B testing based on historical data and the performance of our club network, to guide well-informed and precise decisions in our commercial strategy. In this way, we are able to operate in a granular manner at the unit level, adapting our initiatives to local specificities while consistently focusing on achieving regional scalability across each market.

This balance between local customization and scalability is one of the attributes that distinguishes us in the market. Our commitment to local competitiveness remains solid, guided by detailed analysis of the micro-regions, which inform decisions and strengthen our value proposition.

In 2024, we continued to advance our marketing strategy with the goal of strengthening our unique position in terms of top of mind within the sector, leveraging the key attributes that make Smart Fit the ideal environment for strength training in Latin America. We have also made progress with initiatives to connect our strong member base more closely to the brand, enhancing the sense of community and belonging. For over 15 years, the brand has been a part of the training journey of more than dozens of people, offering a unique experience in our clubs. This is demonstrated by maintaining an NPS at a strong level of excellence of 70 by the end of the year (vs. 67 at the end of 2023). During the year, we also celebrated the significant achievement of entering the Guinness World Records twice, with the following accomplishments: (i) the highest number of clubs opened in a month in Latin America; and (ii) the world record for the largest number of people running simultaneously on treadmills across multiple locations. For the Company, making it into the book of records by promoting physical activity is considered a highly prestigious accomplishment.

In the digital agenda, we continue to invest and to develop initiatives, mostly with proprietary technology, to enhance the customer experience and increase the operational efficiency of the units. The Smart Fit app, with 2.4 million monthly active users, has solidified its position as the primary platform for enhancing customer experience during workouts and managing services throughout their fitness journey, thereby fostering increased engagement. One of the highlights was the development of the Black Membership Guest feature within the app, previously available only at self-service kiosks, providing a better experience for users when accessing the clubs with guests. In addition, the annual fitness retrospective feature, which consolidates each member's training data over the year, was once again a success, with more than 498,000 retrospectives accessed and 53,000 organic shares on social media. This result reinforces the importance of social engagement and a sense of community for our business.

In 2024, TotalPass, a B2B fitness market aggregator showed consistent growth throughout the year, establishing itself as one of the leading corporate well-being benefits in Brazil and Mexico. The network of partner units in Brazil reached 21,000 units and establishing a presence in over 1,400 cities, an important milestone for our business unit. In Mexico, we ended the year with approximately 4,000 partner units registered. TotalPass members can access 25,000 different clubs, including the clubs and studios owned by the Company. We believe that TotalPass' value proposition for the Human Resources departments of companies and potential partners becomes increasingly differentiated and attractive.

The access of TotalPass members to Smart Fit units in Brazil gained representativeness throughout 2024, with TotalPass member check-ins totaling 13% of average attendance and 8% of net revenue in the period in Smart Fit's owned clubs in Brazil.

For Bio Ritmo, our brand in the high-end segment, the year 2024 was marked by greater efficiency and strategic alignment with the operation, with significant advances in the final delivery and member experience, reflecting our commitment to sophistication and high-level service within the clubs. The brand once again stood out in awards such as "*We Help*" and "*Veja São Paulo*," solidifying its position as one of the most beloved by consumers. In terms of expansion, we accelerated the pace with three new units, including one in Panama, the brand's first one outside Brazil. We remain confident in our value proposition, which combines personalized experience, constant innovation, and brand recognition in the high-end segment.

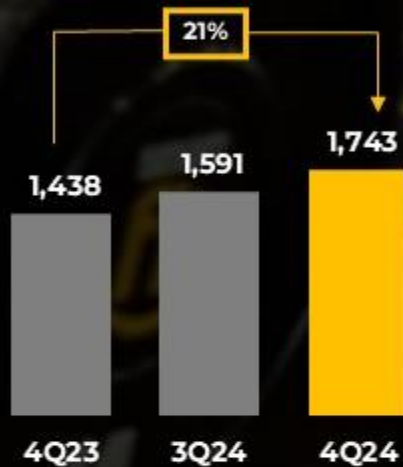
In 2024, we continue with the expansion of our studio network, marked by the acquisition of Velocity. This acquisition complements our portfolio of products and services in the segment, while also adding expertise in managing franchise networks. This will enhance the growth of our other brands and facilitate cross-selling among our products. Another important achievement of the year was the very successful launch of a new product, OnePilates, which holds a unique position in Brazil within a globally trending segment.

With a unique and comprehensive portfolio, the strategy for the studios is focused on strengthening the positioning of the group's brands (Race Bootcamp, Vidya, Tônus, Jab House, Velocity, Kore, and One Pilates), taking into account the specific characteristics and potential of each of these modalities. We ended the year with 190 studio rooms spread across 135 units, marking an increase from the 48 rooms and 21 units at the end of 2023. For 2025, we remain confident in the expansion plan for this business unit, primarily, through franchises model.

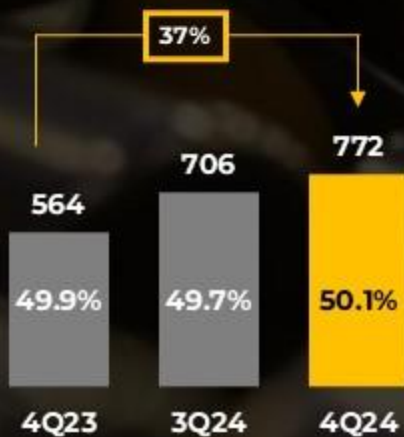
The Company continued to advance in the sustainability agenda, with important achievements in 2024. In the environmental pillar, we expanded the use of renewable energy to 220 clubs (+49% vs. 4Q23) and increased the automation of the air conditioning system and improved the monitoring of water consumption. On the social side, we strengthened partnerships with UNICEF and other institutions, supporting communities with donations, mentoring, and other initiatives. We also organized charitable events and invested in the training of 439 employees through graduate and MBA programs. In the governance area, we updated our Risk Matrix, primarily strengthening the information security agenda, and published the 2023 Annual Report, consolidating its progress on the ESG agenda.

The year 2024 was another special milestone in Smart Fit's history. We would like to express our immense gratitude to the more than 18,000 employees, whose dedication and commitment continue to be fundamental to the democratization of high-end fitness in Latin America. We also thank our members, suppliers, partners, shareholders, and debenture holders for their trust and partnership throughout this year. The results achieved in 2024 strengthen our commitment to excellence and our long-term strategic vision, and we are even more enthusiastic about the opportunities and challenges that 2025 and the years ahead hold for us. We continue to focus on implementing our strategic agenda, reinforcing our leadership position in Latin America and expanding the Smart Fit experience to reach a growing number of people.

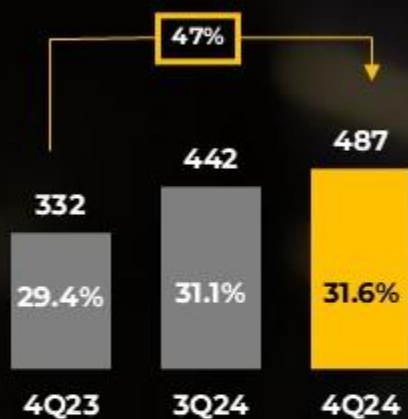
Clubs



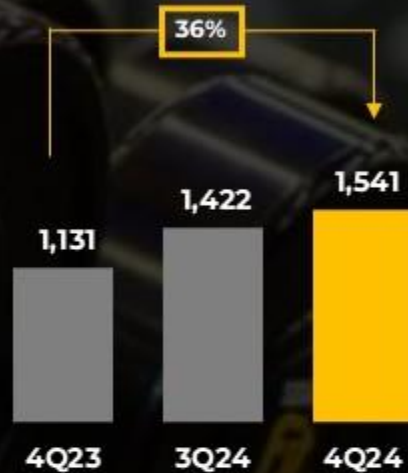
Cash Gross Profit and Margin ^(a) (R\$ M)



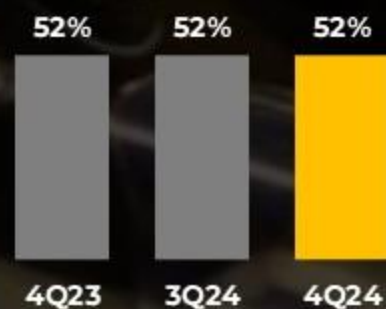
EBITDA (R\$ M) and margin ^(a) (%)



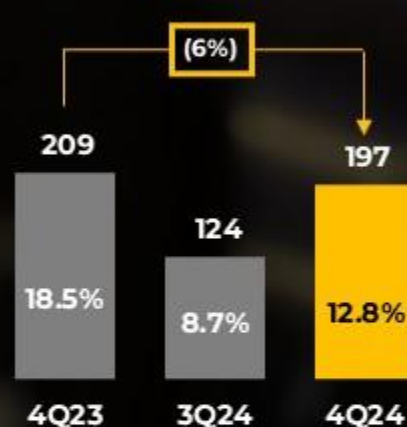
Net Revenue (R\$ M)



Gross Margin Mature Clubs ^(b) (%)



Recurring Net Profit (R\$ M) and recurring margin ^(c) (%)



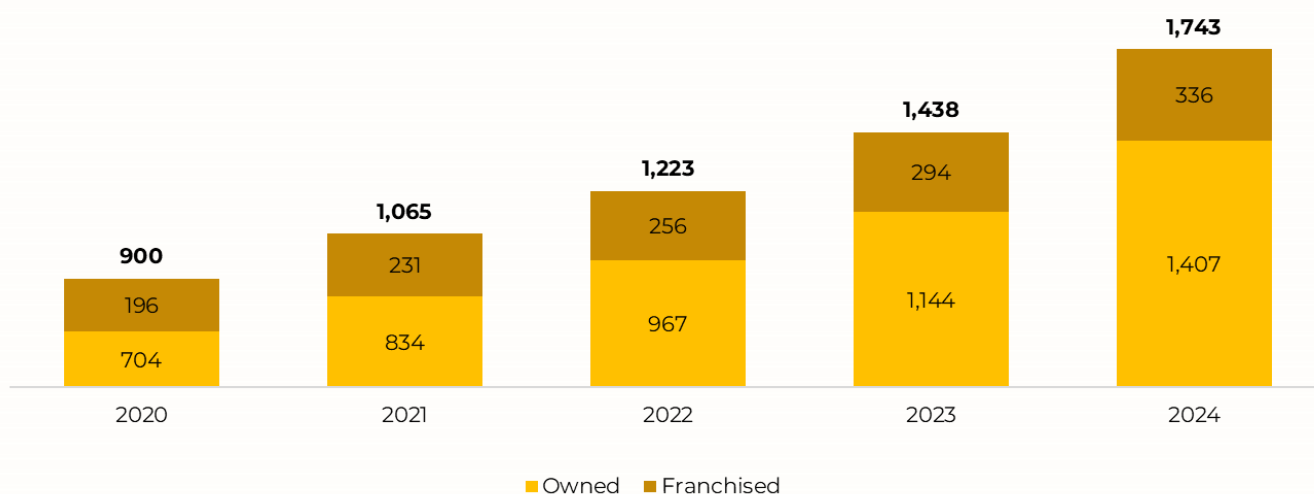
(a) Excludes the effects of IFRS 16/CPC06 (R2), see "Cash Gross Profit" and "EBITDA Breakdown" sections;
 (b) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year; and
 (c) Excludes the effects of IFRS 16/CPC06 (R2) and non-recurring effects,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

OPERATING PERFORMANCE

CLUB NETWORK

The Company ended 2024 with 1,743 clubs in 15 countries, representing a 21% network growth compared to the same period of the previous year, reinforcing its leadership position in the fitness industry in Latin America. At the end of the period, the club network comprised 1,407 owned units (81% of the total) and 336 franchises. In 2024, 305 units were added, marking the largest club increase in the Company's history, a 42% increase compared to the expansion of 215 units recorded in 2023, with an acceleration in the number of clubs added in 12 of the 15 countries where it operates. Note that, since 2020, the club network has achieved a solid ²⁰⁻²⁴ CAGR of 18%, adding 843 new units during this period.

Evolution of the Club Network in the last 5 years



Of the net additions in 2024, 263 are owned clubs (86% of additions), including 17 franchise-to-owned conversions carried out in 4Q24 in Colombia. In terms of geographic mix, 117 clubs were added in Brazil, 111 in the Other Latin America region, and 77 in Mexico, representing increases of 17%, 27%, and 24% compared to 2023, respectively. The operations in the countries that form the Other Latin America region and in Mexico jointly accounted for 62% of the additions in 2024, and represent 53% of the total club base (up 2 p.p. from 2023).

The 2024 expansion increased the Company's club network's reach, extending to more than 85 new cities and bringing its presence to over 470 cities across Latin America. In the Other Latin America region, it is worth highlighting that we accelerated growth in 10 of the 13 countries where we operate, with notable performance in Chile, Colombia, Panama, Costa Rica, Paraguay and El Salvador, which together accounted for 64% of the net additions in the region. In Mexico, the Company ended 2024 with 5 or more units in 24 of the country's 32 federative entities, compared to 18 at the end of 2023, strengthening the network effect across the entire Mexican territory. In Brazil, the Southeast region accounted for 45% of the new openings during the period, followed by the Northeast region with 24%.

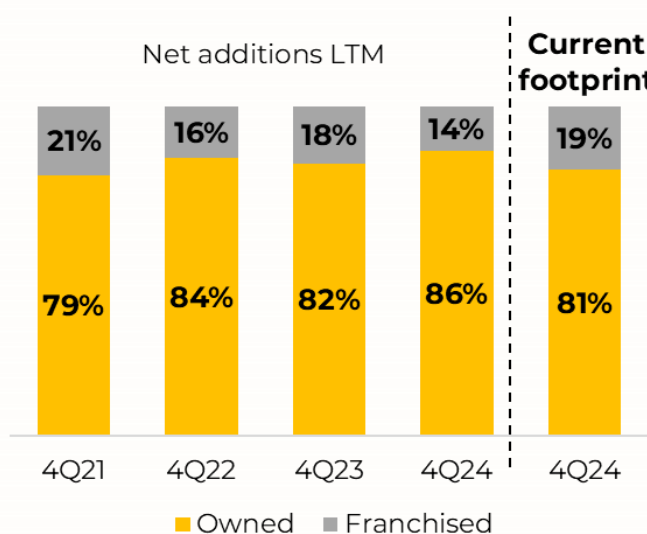
The fourth quarter of 2024 was marked by an acceleration in the pace of club opening and the largest quarterly expansion in the Company's history, with 152 new additions during the period. A notable highlight was another record set in December, with 104 units added - 150 under the Smart Fit brand and 2 under the Bio Ritmo brand. Of the additions in the quarter, 140 are owned clubs (92% of additions) and 12 are franchises. By region, 61 clubs were added in Brazil, 50 in Other Latin America, and 41 in Mexico.

Note that, of the owned clubs under the Smart Fit brand, 788 units were mature at the end of 4Q24 (57% of the owned unit base), compared to 645 in the same period last year, considering the definition that a unit is mature when it had been operating for at least 24 months at the start of the year.

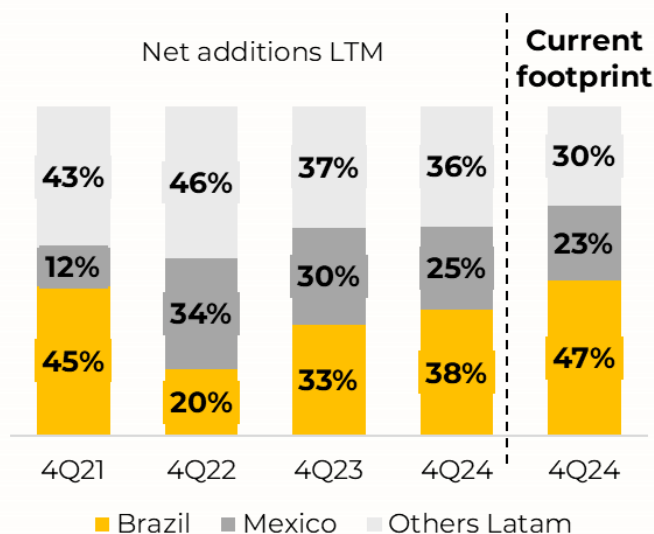
For Bio Ritmo, our brand in the high-end segment, we accelerated the expansion pace with three new units, compared to just one addition in 2023, including the brand's first club outside Brazil, in Panama. As a result, we ended 2024 with a total of 30 Bio Ritmo units, 24 of which were owned.

Additionally, in the Studios segment, we ended the year with 190 studio rooms distributed across 135 units, representing significant growth compared to 48 rooms and 21 units at the end of 2023. Note that, of this total, 113 units are franchises and 22 are owned. These numbers already include the acquisition of Grupo Velocity, Brazil's leading Indoor Cycling platform, which was completed in November 2024.

Club distribution^(a) by type

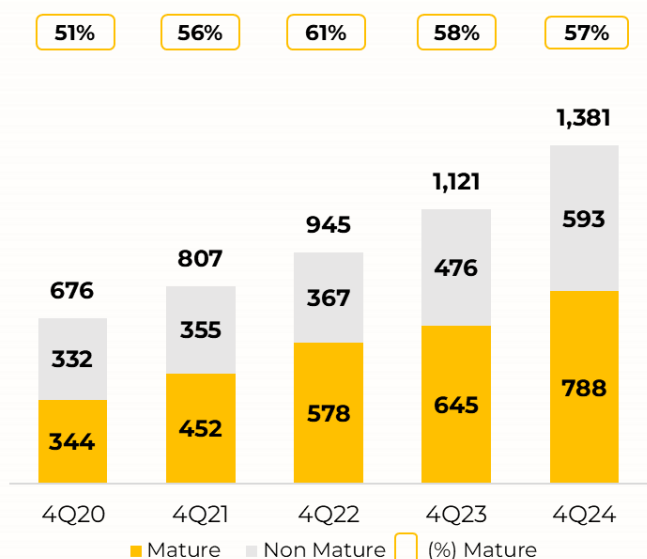


Club distribution^(a) by region

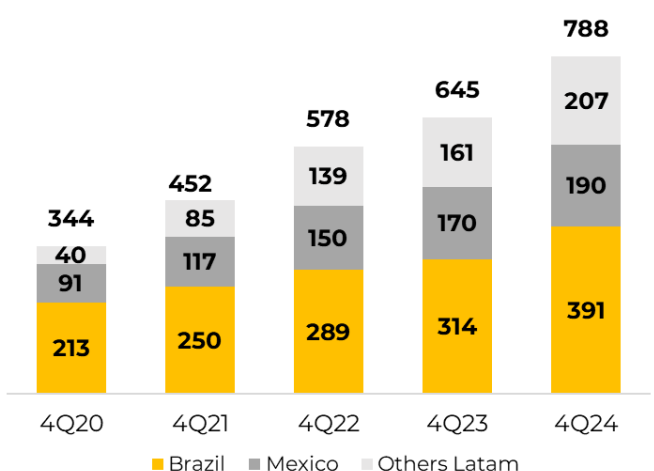


(a) Includes only the Company's clubs (excludes studios).

Smart Fit Owned Units per aging



Smart Fit Own Mature Units^(b) per region



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

EVOLUTION OF CLUB NETWORK

Clubs	End of Period					Growth 4Q24 vs.		Variation 4Q24 vs.	
	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	3Q24	4Q23	3Q24	4Q23
Total	1,459	1,492	1,553	1,617	1,878	261	419	16%	29%
Clubs	1,438	1,469	1,529	1,591	1,743	152	305	10%	21%
By Type									
Owned	1,144	1,164	1,214	1,267	1,407	140	263	11%	23%
Franchised	294	305	315	324	336	12	42	4%	14%
By Brand									
Smart Fit	1,410	1,441	1,500	1,561	1,711	150	301	10%	21%
Owned	1,121	1,141	1,190	1,243	1,381	138	260	11%	23%
Brazil	486	493	506	525	569	44	83	8%	17%
Mexico	302	304	320	334	372	38	70	11%	23%
Other Latin America ^a	333	344	364	384	440	56	107	15%	32%
Franchised	289	300	310	318	330	12	41	4%	14%
Brazil	193	200	202	208	224	16	31	8%	16%
Mexico	16	16	19	20	23	3	7	15%	44%
Other Latin America ^a	80	84	89	90	83	(7)	3	(8%)	4%
Bio Ritmo and others ^b	28	28	29	30	32	2	4	7%	14%
Owned	23	23	24	24	26	2	3	8%	13%
Franchised	5	5	5	6	6	0	1	–	20%
By Region									
Brazil	706	720	736	762	823	61	117	8%	17%
Mexico	318	320	339	354	395	41	77	12%	24%
Other Latin America ^a	414	429	454	475	525	50	111	11%	27%
Studio^c	21	23	24	26	135	109	114	419%	543%

(a) The "Other Latin America" region includes own operations in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru and Uruguay and the franchises in El Salvador, Ecuador, Guatemala, Dominican Republic and Honduras; (b) "Bio Ritmo and others" includes 30 Bio Ritmo units, one O2 unit, and one Nation unit; (c) Studios include 22 own clubs and 113 franchises; (d) Starting in 4Q24, the operational figures for Studios will include the acquisition of Velocity, following the completion of the transaction in November 2024.

MEMBER BASE

In 4Q24, the total member base reached 5.2 million, reflecting a 17% growth compared to 4Q23. The number of club members totaled 4.8 million, an increase of 17% compared to the same period of the previous year, with the addition of 699,000 club members, which marks the largest member addition in the Company's history, excluding the post pandemic recovery period. This result mainly reflects the strong expansion of the Company in recent quarters and the solid maturation of its club network. Compared to 3Q24, the member base in clubs remained stable, with a net addition of 13,000 members during the period, due to the maturation of openings carried out in 2023 and 2024, which helped offset a fourth quarter typically marked by negative seasonal effects, leading to a decline in the member base of mature units.

In January 2025, 295,000 members were added, totaling 5.5 million members across 15 countries in Latin America (+15% compared to January 2024). This solid intake performance in January 2025 is explained by the combination of: (i) the strong pace of expansion of the club network in recent years and the maturation of the units; (ii) the positive seasonality of the period; and (iii) effective commercial efforts and pricing intelligence in members acquisition, anchored in the strength of the Smart Fit Group's brands and their unique value proposition. In clubs, the member base reached 5.1 million for the first time in history, up 6% increase compared to 4Q24 and 15% from the same period the previous year, achieving a record in total intake. A positive highlight was the Other Latin America region, which exceeded 1.7 million members in the period (+5% vs. December 2024 and +24% vs. January 2024).

For mature units, in January 2025, the average member base per unit increased by 3.2% compared to December 2024, above the historical seasonality, due to strong intake result per unit. A positive highlight were the member base of mature units in Brazil and Mexico, which grew by 3.5% and 4.5%, respectively, during the period, outperforming the historical average. Additionally, note that the units inaugurated in 2024 ("Vintage 2024") maintain their maturation pace at the same historical levels, reaching an average of 2,500 members per unit by the end of February 2025.

EVOLUTION OF MEMBER BASE

Clients ('000)	End of Period					Growth 4Q24 vs.		Variation 4Q24 vs.	
	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	3Q24	4Q23	3Q24	4Q23
Total	4,456	4,856	4,949	5,156	5,214	58	759	1%	17%
Clubs	4,140	4,536	4,624	4,826	4,839	13	699	0%	17%
By Type									
Owned	3,267	3,594	3,658	3,833	3,894	61	627	2%	19%
Franchised	873	941	967	993	945	(48)	72	(5%)	8%
By Brand									
Smart Fit	4,089	4,482	4,571	4,772	4,786	14	697	0%	17%
Owned	3,224	3,550	3,613	3,789	3,851	62	626	2%	19%
Brazil	1,353	1,525	1,515	1,559	1,560	1	207	0%	15%
Mexico	851	903	953	976	949	(27)	98	(3%)	12%
Other Latin America ^a	1,020	1,122	1,146	1,255	1,342	87	322	7%	32%
Franchised	865	932	958	984	936	(48)	71	(5%)	8%
Bio Ritmo and others ^b	51	53	53	54	53	(1)	2	(1%)	3%
By Region									
Brazil	1,952	2,163	2,137	2,189	2,190	1	238	0%	12%
Mexico	900	958	1,016	1,043	1,013	(30)	113	(3%)	13%
Other Latin America ^a	1,288	1,415	1,471	1,593	1,635	42	347	3%	27%
Studio	5	5	5	6	5	(0)	1	(1%)	11%
Digital^c	311	316	320	325	370	45	59	14%	19%

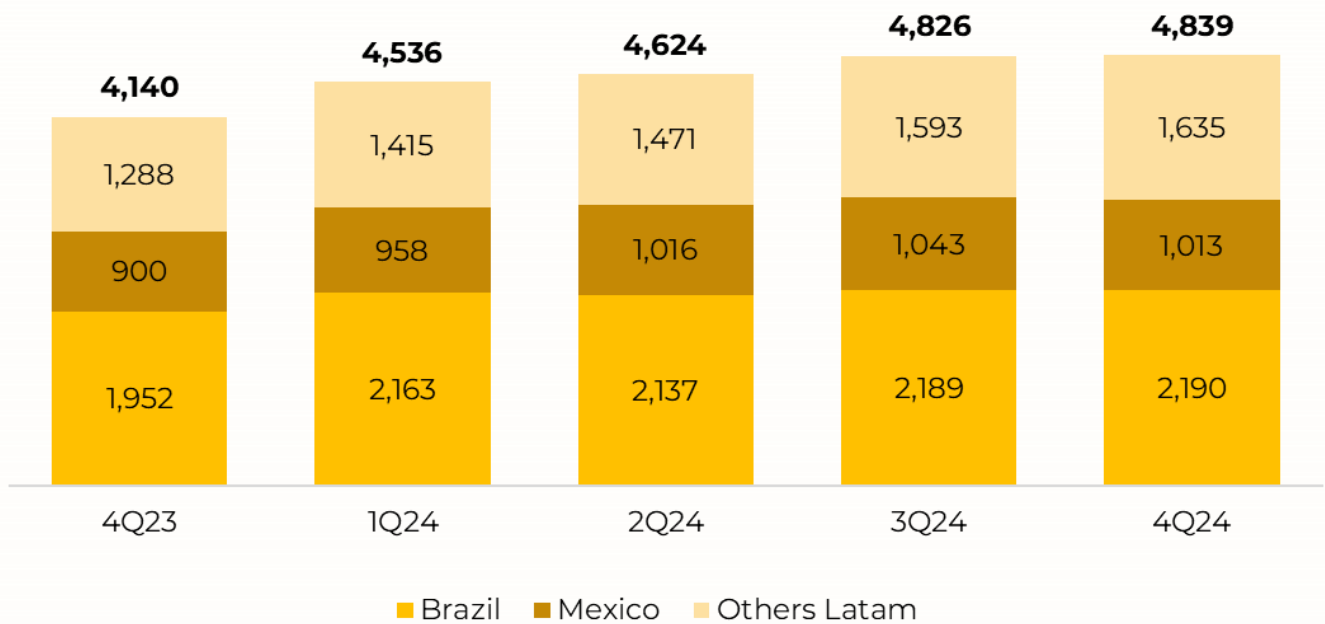
(a) The "Other Latin America" region includes own clubs in Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay, Peru and Uruguay. For franchises, it includes El Salvador, Ecuador, Guatemala, Dominican Republic and Honduras; (b) "Bio Ritmo and others" includes the operations of Bio Ritmo, O2, and Nation; (c) Club members who are also subscribers to Smart Nutri and Smart Coach digital plans are considered only as members of clubs or Studios, and TotalPass members who are users of Queima Diária are considered "In Digital" members.

In Brazil, the member base in clubs totaled 2.2 million in 4Q24, a 12% growth compared to 4Q23, which represents 1.0% of the population enrolled in one of the Company's clubs in the country. During this period, 238,000 members were added to the base driven by the solid maturation curve of the 117 units opened in the last 12 months. Compared to 3Q24, the member base remained stable, mainly due to the strong ramp-up of the clubs opened in the last 18 months, which offset the seasonal effects in mature units during the period.

Mexico ended 4Q24 with 1.0 million members, which represents 0.8% of the people enrolled in one of the clubs of the Company in the country, a 13% increase compared to 4Q23. In the quarter, the base registered a decline of 30,000 members, 3% lower compared to 3Q24, reflecting the seasonal effects of the period in mature units in the region.

In Other Latin America region, the member base reached 1.6 million in 4Q24, up 27% from 4Q23. In the quarter, 42,000 members were added, representing a 3% growth compared to 3Q24, positively impacted by the addition of 111 units in the region over the past 12 months.

Club Members end of period



The Company has been expanding and improving the offer of digital products and services, complementing the in-person training experience at the clubs. At the end of the first quarter of 2024, exclusively digital members totaled 370,000, 19% more than in 4Q23 and 14% more than in 3Q24.

Currently, the main digital services include:

- (i) Queima Diária, one of Latin America's largest digital fitness platforms, which offers access to 181 on-demand physical exercise programs and other content on nutrition and healthier lifestyle habits. At the end of 4Q24, the platform had 368,000 members, 15% more than in 3Q24, driven by the expansion of its B2B operation, which offers exclusive subscriptions for corporate partners of Queima Diária;
- (ii) Smart Fit Nutri, the app-based nutritional tracking service, featuring bioimpedance scales and teleconsultations with nutritionists, reached 188,000 subscribers in Brazil at the end of 4Q24, a 20% increase compared to 4Q23 and a 7% rise compared to 3Q24. Membership expansion was driven by initiatives aimed at improving user experience and engagement, such as the continuous installation of bioimpedance scales in more clubs and the expansion into other Latin American countries. In 2024, over than 750,000 bioimpedance assessments were made, 38% more than in the previous year; and
- (iii) Smart Fit Coach, the online personal trainer service through customized consulting that guides members in their fitness routines.

In 2024, TotalPass, a B2B fitness market aggregator, registered consistent growth throughout the year, establishing itself as one of the main corporate wellness benefits in Brazil and Mexico. The partner clubs network reached 21,000 units, expanding its presence to more than 1,400 cities. In Mexico, we ended the year with approximately 4,000 units registered. TotalPass customers have access to 25,000 different clubs, including the Company's clubs and studios. We believe that TotalPass's value proposition for Human Resources departments and potential partners is becoming increasingly different and attractive.

FINANCIAL PERFORMANCE

Main financial indicators ^a (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Gross Revenue	1,641.7	1,209.8	36%	1,515.1	8%	5,946.1	4,539.3	31%
Net Revenue	1,540.6	1,131.2	36%	1,422.1	8%	5,580.3	4,244.7	31%
Cash costs of services ^b	(768.6)	(567.0)	36%	(715.8)	7%	(2,788.2)	(2,116.2)	32%
Cash gross profit^b	772.0	564.2	37%	706.3	9%	2,792.1	2,128.6	31%
Cash gross margin	50.1%	49.9%	0.2 p.p.	49.7%	0.4 p.p.	50.0%	50.1%	(0.1) p.p.
Pre-operating Costs	(20.8)	(13.5)	55%	(12.9)	62%	(52.6)	(31.9)	65%
Cash gross profit before pre-operating costs ^b	792.8	577.6	37%	719.2	10%	2,844.6	2,160.5	32%
Gross margin before pre-operating costs	51.5%	51.1%	0.4 p.p.	50.6%	0.9 p.p.	51.0%	50.9%	0.1 p.p.
SG&A	(285.9)	(229.4)	25%	(265.5)	8%	(1,030.8)	(825.2)	25%
% Net Revenue	18.6%	20.3%	(1.7) p.p.	18.7%	(0.1) p.p.	18.5%	19.4%	(1.0) p.p.
Selling Expenses ^c	(114.6)	(87.8)	31%	(105.2)	9%	(415.8)	(318.1)	31%
% Net Revenue	7.4%	7.8%	(0.3) p.p.	7.4%	0.0 p.p.	7.5%	7.5%	(0.0) p.p.
General and administrative expenses ^d	(155.0)	(129.7)	20%	(143.7)	8%	(556.0)	(452.0)	23%
% Net Revenue	10.1%	11.5%	(1.4) p.p.	10.1%	(0.0) p.p.	10.0%	10.6%	(0.7) p.p.
Pre-operating expenses	(11.6)	(9.8)	18%	(9.8)	18%	(35.2)	(26.7)	32%
Other (expenses) revenues	(4.7)	(2.1)	119%	(6.7)	(31%)	(23.9)	(28.4)	(16%)
Panama Revaluation ^e	-	-	-	-	-	-	176.6	-
Equity Income	1.0	(2.7)	-	1.4	(30%)	0.8	(1.1)	-
EBITDA^f	487.1	332.1	47%	442.3	10%	1,762.1	1,478.9	19%
EBITDA Margin	31.6%	29.4%	2.3 p.p.	31.1%	0.5 p.p.	31.6%	34.8%	(3.3) p.p.
Adjusted EBITDA^g	487.1	332.1	47%	442.3	10%	1,762.1	1,302.3	35%
Adjusted EBITDA Margin	31.6%	29.4%	2.3 p.p.	31.1%	0.5 p.p.	31.6%	30.7%	0.9 p.p.
Adjusted EBITDA before pre-operating expenses^h	519.5	355.3	46%	465.0	12%	1,849.8	1,360.9	36%
Adjusted EBITDA Margin before pre-operating expenses	33.7%	31.4%	2.3 p.p.	32.7%	1.0 p.p.	33.1%	32.1%	1.1 p.p.
Depreciation and amortization	(209.0)	(166.1)	26%	(192.2)	9%	(782.2)	(636.2)	23%
Financial Result	(93.5)	(31.1)	200%	(87.9)	6%	(349.5)	(145.4)	140%
EBT	184.6	134.8	37%	162.3	14%	630.4	697.3	(10%)
Income tax and Social Contribution	11.9	551.5	(98%)	(44.0)	-	(91.0)	472.6	-
Profit (loss) for the period	196.5	686.3	(71%)	118.3	66%	539.4	1,169.9	(54%)
Net Margin	12.8%	60.7%	(47.9) p.p.	8.3%	4.4 p.p.	9.7%	27.6%	(17.9) p.p.

(a) All indicators exclude the effects of IFRS-16 in relation to the commercial leases of clubs and offices; (b) For a better analysis of our operational performance, we have shown "Cash Cost of Services," which excludes the effects of IFRS-16, depreciation and amortization. "Cash gross profit before pre-operating expenses" also excludes pre-operating costs with opening of new units. See "Gross Profit" section for the calculation of these measurements; (c) "Selling expenses" exclude pre-operating expenses; (d) "General and administrative expenses" excludes depreciation and effects of IFRS-16 (e) Gain of R\$176.6 million in 2Q23 from the revaluation of the existing 50% stake in Panama, due to the acquisition of control of this operation, made in accordance with the accounting standards in force in the period; (f) See the "EBITDA Breakdown" section for the calculation of this measurement; (g) "Adjusted EBITDA" excludes the gain of R\$176.6 million in 2Q23 from the revaluation of the existing 50% stake in Panama; (h) "Adjusted EBITDA before pre-operating costs and expenses" excludes costs and expenses with openings of new units. See the "EBITDA Breakdown" section for the calculation of this measurement.

NET REVENUE

In 4Q24, net revenue exceeded the R\$1.5 billion mark for the first time in history, reaching R\$1,540.6 million, which represented a 36% increase compared to 4Q23. This performance is mainly driven by the 19% increase in the average member base in Smart Fit owned clubs, fueled by the solid 23% expansion of the average owned club network and their maturation. In addition, the average ticket increased by 13% compared to the same period of the previous year, with growth across all regions where the Company operates. In 2024, the net revenue reached a record high of R\$5.6 billion, reflecting a significant 31% increase over 2023. During the period, the revenue from Other Latin America region and Mexico accounted for 56% of the Company's total revenue, representing a 3.2 p.p. increase vs. 2023.

The strong growth in net revenue in the quarter reflects the effective commercial and operational efforts to attract and retain members, anchored in the brand's strength and unique value proposition of our business model. It is worth noting that the increase in the average ticket of Smart Fit members is mainly driven by strategic price increases implemented over the past few years across different regions, as well as various initiatives carried out to sustainably optimize revenues per club. Several commercial and operational initiatives, including the expansion of club network, have contributed to maintaining a high percentage of members enrolled in the Black Card membership, which accounted for 66% of the member base of owned clubs at the end of 4Q24, remaining stable when compared to the 4Q23.

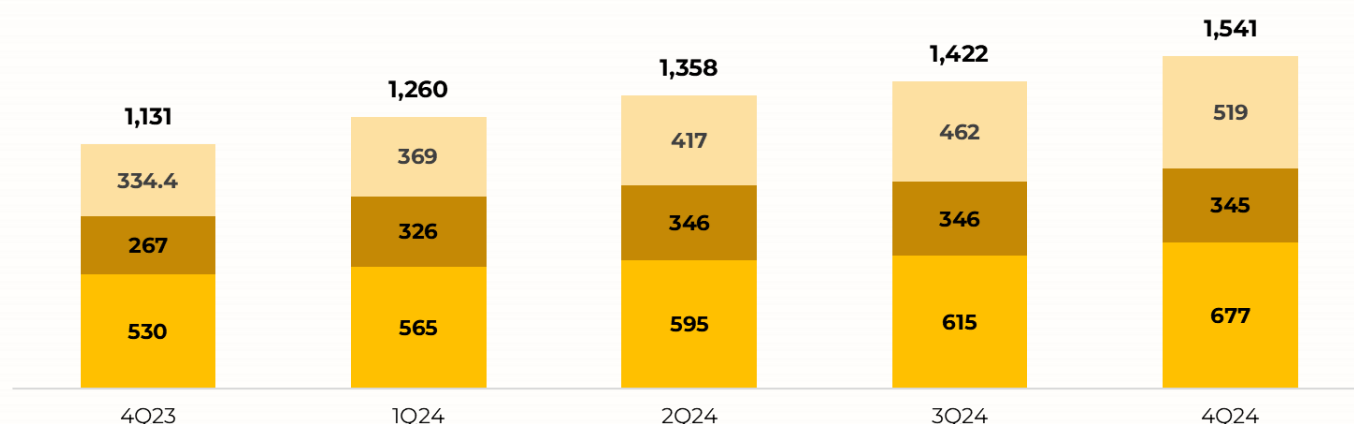
Net Revenue by Brand and Region

Net Revenue (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Smart Fit	1,385.4	1,024.5	35%	1,308.8	6%	5,095.7	3,862.9	32%
Brazil	524.0	425.1	23%	503.7	4%	1,974.6	1,627.4	21%
Mexico	344.5	266.8	29%	345.5	(0%)	1,362.2	1,001.8	36%
Other Latin America ^a	516.9	332.6	55%	459.5	12%	1,758.9	1,233.7	43%
Bio Ritmo and others ^b	44.6	36.4	22%	42.0	6%	165.2	138.7	19%
Others ^c	110.6	70.2	57%	71.4	55%	319.4	243.2	31%
Total	1,540.6	1,131.2	36%	1,422.1	8%	5,580.3	4,244.7	31%

(a) "Other Latin America" region considers only own operations controlled in the region (Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Panama, Paraguay and Peru). As of 4Q23, the region also included the own operation controlled in Uruguay; (b) "Bio Ritmo and others" includes the operations of Bio Ritmo, O2, and Nation; (c) "Other" includes royalties received from franchises in Brazil and abroad, except for Colombia and Mexico, and other brands operated by the Company in Brazil, including TotalPass, Queima Diária and studios.

Evolution of Net Revenue, per Region

R\$ million



CASH COST OF SERVICES PROVIDED

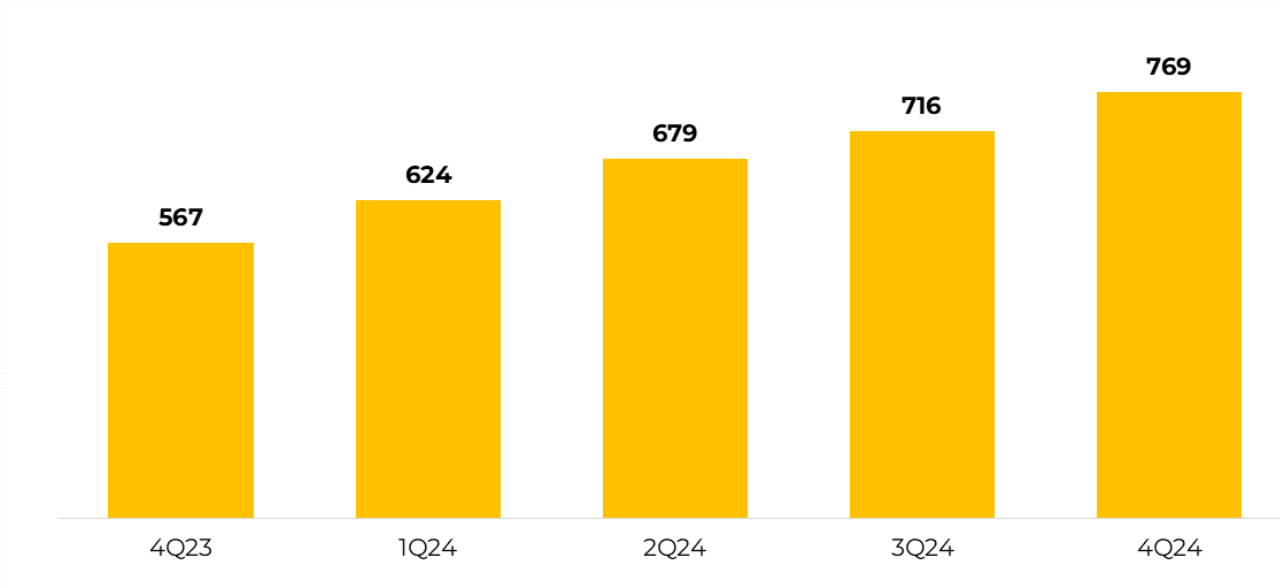
The cash cost of services provided totaled R\$768.6 million in 4Q24, 36% higher than in 4Q23. This growth mainly reflects the 23% expansion in the average number of owned clubs, supporting the strong addition of 627,000 members at owned clubs. Furthermore, it is worth noting the increase in costs for clubs in the ramp-up phase, particularly those opened in the last 12 months, as well as the higher costs related to the opening of new units, considering the accelerated pace of openings compared to the same period in the previous year. In 2024, the cash cost of services provided reached R\$2,788.2 million, a 32% increase compared to the previous year.

Cash Cost of Services Provided by Type

Cash Cost of Services Provided ^a (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Occupation	291.3	219.1	33%	272.1	7%	1,063.3	838.7	27%
Personnel and third-party services	273.3	195.2	40%	258.4	6%	988.5	731.2	35%
Consumption	124.0	100.6	23%	116.8	6%	471.7	379.9	24%
Other	80.1	52.1	54%	68.4	17%	264.7	166.4	59%
Cash Cost of Services Provided	768.6	567.0	36%	715.8	7%	2,788.2	2,116.2	32%

(a) For a better analysis of our operational performance, we have shown "Cash Cost of Services Provided", which excludes the effects of IFRS-16, depreciation and amortization. The rent of properties is considered in this caption.

Evolution of Cash Cost of Services Provided (R\$ million)



Compared to 3Q24, the cash cost in 4Q24 increased by 7%, remaining below the net revenue growth for the period. This growth was mainly due to: (i) an 8% increase in the average number of owned clubs, reflecting the ramp-up process of new clubs, along with a 3% increase in the average member base in owned clubs; and (ii) higher costs related to the opening of new units, resulting from the accelerated pace of openings during the period.

Considering only mature clubs, costs registered a slight decrease compared to 3Q24, with notable positive results from Mexico, where consumption costs decreased, mainly due to the seasonality of the period, and Brazil, where maintenance costs were lower. It is worth highlighting that the Company remains focused on improving operational efficiency to mitigate the impact of inflationary scenario on the business, including constant renegotiation of rents contracts and productivity improvements in personnel and other services.

CASH GROSS PROFIT

The cash gross profit in 4Q24 totaled R\$772.0 million, a 37% increase compared to 4Q23, mainly reflecting the consistent maturation of units opened in the last three years and the stable margin levels of mature units during the period. The cash gross margin reached 50.1% in 4Q24, an increase of 0.2 p.p. compared to 4Q23, reflecting the solid growth in net revenue and efficient cost management, which resulted in fixed costs dilution, despite the record expansion of the club network. In 2024, cash gross profit totaled R\$2,792.1 million, with a cash gross margin of 50.0%, stable when compared to the previous year, even amid a sharp acceleration in the pace of openings during the period.

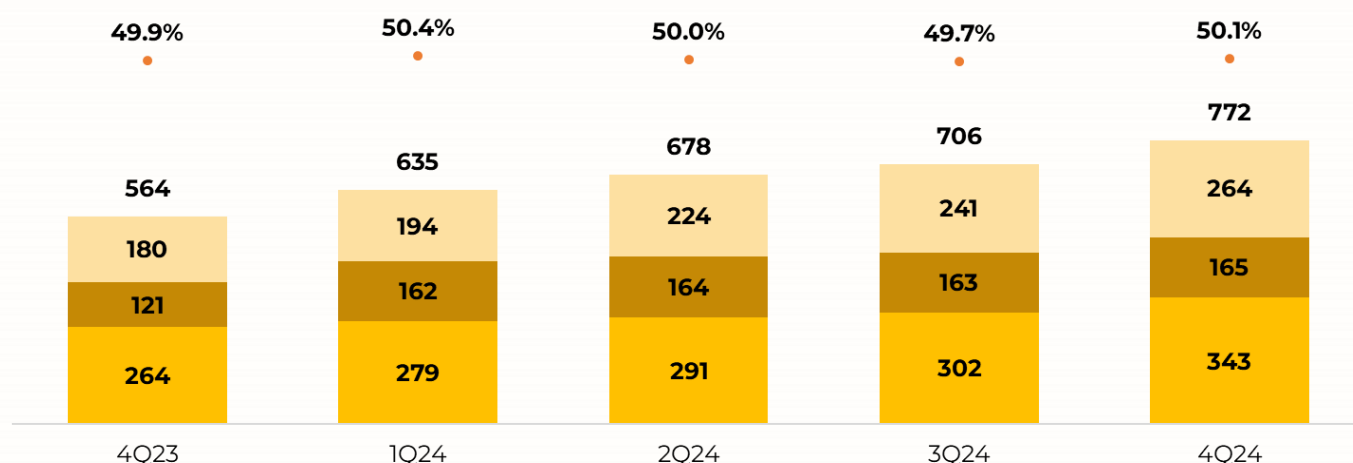
The cash gross margin before pre-operating costs, that is, those related to the openings, was 51.5% in 4Q24, increasing 0.4 p.p. when compared to the same period of the previous year. This margin expansion reflects the business's operating leverage, resulting from a combination of the continuous increase in average revenue per club, especially from maturing units, and efficient cost management. In 2024, the cash gross profit before pre-operating costs totaled R\$2,844.6 million, resulting in a cash gross margin before pre-operating costs of 51.0%, also stable compared to 2023, and aligned with the cash gross margin of mature units throughout the year.

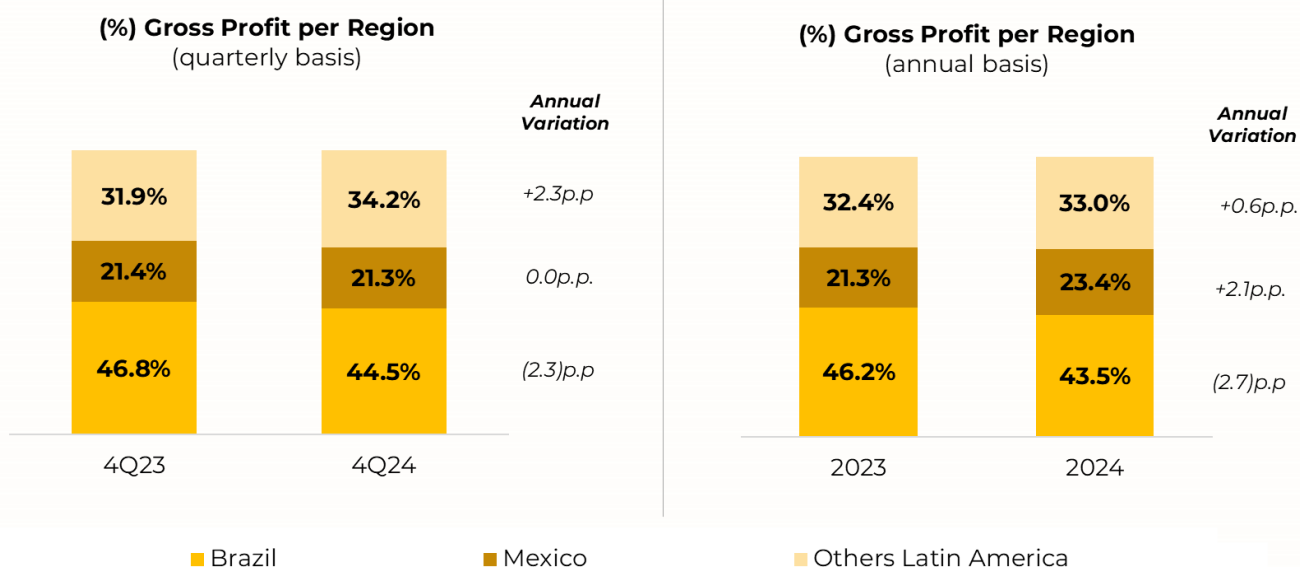
Cash Gross Profit ^a (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Net Revenue	1,540.6	1,131.2	36%	1,422.1	8%	5,580.3	4,244.7	31%
(-) Cash Costs of Services Provided	768.6	567.0	36%	715.8	7%	2,788.2	2,116.2	32%
Cash Gross Profit^b	772.0	564.2	37%	706.3	9%	2,792.1	2,128.6	31%
Cash Gross Margin	50.1%	49.9%	0.2 p.p.	49.7%	0.4 p.p.	50.0%	50.1%	(0.1 p.p.)
(+) Pre-Operating Costs	20.8	13.5	55%	12.9	62%	52.6	31.9	65%
Cash Gross Profit before Pre-Operating Costs^c	792.8	577.6	37%	719.2	10%	2,844.6	2,160.5	32%
Cash Gross Margin before Pre-Operating Costs	51.5%	51.1%	0.4 p.p.	50.6%	0.9 p.p.	51.0%	50.9%	0.1 p.p.

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

Evolution of Cash Gross Profit (per Region)

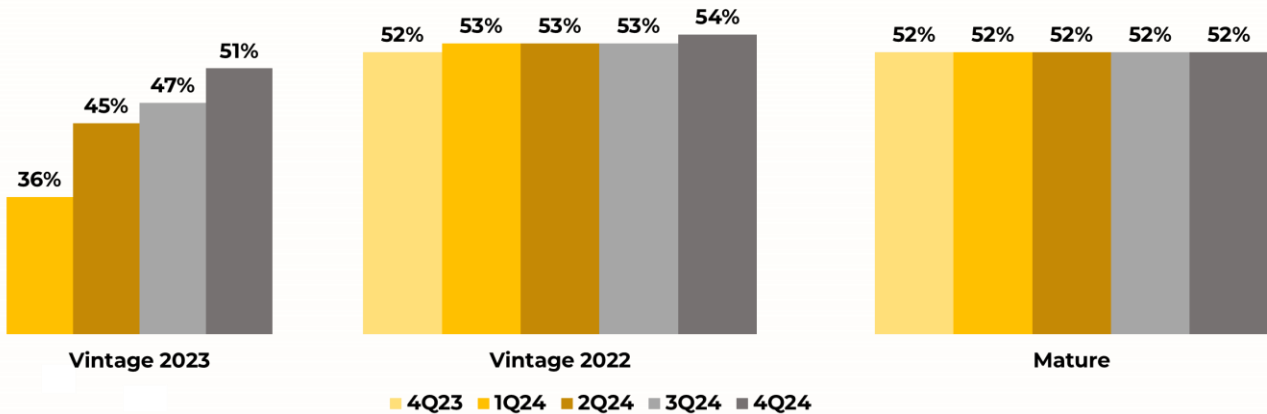
R\$ million | % Gross Margin





Compared to 3Q24, cash gross profit increased by R\$65.6 million in 4Q24, a growth of 9%, and cash gross margin expanded by 0.4 p.p., mainly reflecting the ramp-up of units opened over the last three years. Additionally, it is important to highlight the positive impact in 4Q24 related to the consolidation of Velocity's results and the conversion of franchised units in Colombia into owned units during this period. The cash gross margin before pre-operating costs, that is, those related to the openings, increased 0.9 p.p. compared to the previous quarter.

Gross Margin per Vintage Unit (Owned Smart Fit units)



In 4Q24, cash gross margin of mature Smart Fit clubs remained stable at 52% for the eighth straight quarter, due to initiatives to optimize revenue per club in a sustainable manner, combined with intensive and successful efforts to improve operational efficiency. Annualized gross profit per unit for these mature units was R\$2.4 million, maintaining the same level as in 3Q24 and representing an 11% increase compared to 4Q23.

The units opened in 2022 ("Vintage 2022") registered cash gross margin of 54%, above the 53% level of the past three quarters, with a 5% increase in annualized gross profit per unit, reaching R\$2.5 million per unit. The solid performance of owned clubs within the Vintage 2022 units, which completed the maturation process by the end of 4Q24, resulted from a combination of strong revenue growth, reflecting the expansion intelligence and Smart Fit brand's strength, with structurally lower occupancy costs structurally compared to mature units. These factors contributed to higher profitability levels when compared to mature units.

It is worth mentioning that the units opened in 2023 ("Vintage 2023") maintained their maturation pace at the same historical levels. The Vintage 2023 units achieved an average of 2,800 members per unit in December 2024 with an average annualized net revenue per unit of R\$3.9 million, with a solid expansion of 3 p.p. in cash gross margin compared to the previous quarter, reaching 51% in 4Q24, in line with the 2022 Vintage Units in the same period of the previous year, taking into account the average aging of the vintage units during the period, considering that of out of the 176 Smart Fit owned clubs added in 2023, 113 were opened in 4Q23.

Finally, by February 2025, the clubs opened in 2024 ("Vintage 2024") reached 2,500 members, with the 152 units opened in 4Q24 continuing their solid maturation path, reaching approximately 2,100 members per club in the same period.

EBITDA by Region

To enable a better analysis of the performance and contribution of each region to the company's consolidated EBITDA, the company now calculates the EBITDA of each region by subtracting the respective selling expenses from cash gross profit. General and administrative expenses (G&A) and other operating expenses are analyzed on a consolidated basis as they sustain the operations of the entire company.

EBITDA ^{a,b} (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Brazil	276.6	205.9	34%	241.6	14%	973.5	788.7	23%
Mexico	134.9	98.4	37%	133.8	1%	540.9	364.7	48%
Other Latin America	234.3	162.3	44%	215.9	9%	826.7	630.5	31%
G&A expenses and other operating expenses	(159.7)	(131.8)	21%	(150.5)	6%	(579.9)	(480.4)	21%
Equity Income	1.0	(2.7)	–	1.4	(30%)	0.8	(1.1)	–
Adjusted EBITDA^c	487.1	332.1	47%	442.3	10%	1,762.1	1,302.3	35%
Panama Revaluation Impact ^d	–	–	–	–	–	–	176.6	–
EBITDA	487.1	332.1	47%	442.3	10%	1,762.1	1,478.9	19%

(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS-16 regarding commercial leases related to the rents of clubs and offices; (b) EBITDA by region considers cash gross profit subtracting the selling expenses. General and administrative expenses (G&A) and other operating expenses will be analyzed on a consolidated basis as they sustain the operations of the entire company; (c) Adjusted EBITDA excludes the gain of R\$176.6 million in 2Q23 with the revaluation of the 50% stake in Panama; (d) Gain of R\$176.6 million in 2Q23 with revaluation of the existing 50% stake in Panama, due to the acquisition of control of this operation, made in accordance with the accounting standards in force in the period.

In Brazil, EBITDA in 4Q24 was R\$276.6 million, up 34% from 4Q23, driven by the strong increase in average revenue per club. EBITDA margin in the region was 40.8% in 4Q24, an expansion of 2.0 p.p. compared to the same period of the previous year, reflecting the increase in cash gross margin of 2.0 p.p. for the Smart Fit brand and 4.9 p.p. for the Bio Ritmo brand versus 4Q23, in addition to the dilution of commercial and marketing investments, which more than offset the decline in the cash gross margin of "Others" revenue, due to the greater contribution of TotalPass compared to the same period of the previous year. Compared to 3Q24, EBITDA in Brazil grew by R\$34.9 million, with a margin increase of 1.5 p.p. In the high-end segment, the Bio Ritmo brand registered the eleventh consecutive quarter of growth in average revenue per club, achieving a record-high cash gross margin of 48.2% in the 4Q24. In 2024, EBITDA in Brazil totaled R\$973.5 million, with a 39.7% margin and a gain of 0.3 p.p. compared to 2023, accounting for 42% of the total EBITDA of the three reported regions (vs. 44% in the previous year).

In Mexico, EBITDA in 4Q24 was R\$134.9 million, up 37% from 4Q23, due to the strong growth in average revenue per club with a 2.6 p.p. expansion of cash gross margin, which more than offset the increase in marketing expenses. Compared to 3Q24, EBITDA in the region was 1% higher. EBITDA margin in 4Q24 was 39.1% in the region, up 2.3 p.p. year on year and 0.4 p.p. versus 3Q24. In 2024, EBITDA in Mexico totaled R\$540.9 million, with a 39.7% margin and a gain of 3.3 p.p. compared to 2023, accounting for 23% of the total EBITDA by region.

In the Other Latin America region, EBITDA in 4Q24 was R\$234.2 million, up 44% from the same period last year, positively impacted by strong growth in average revenue per club. Compared to 3Q24, EBITDA in the region grew R\$18.4 million in the quarter, with an EBITDA margin of 45.2%, which is 1.6 p.p. lower than the previous quarter. This is mainly due to the high number of units opened in recent quarters, as well as the increase in selling expenses. In 2024, EBITDA in the region totaled R\$826.6 million, with margin of 46.8%, and accounting for 35% of total EBITDA by region.

GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

Selling, general, and administrative expenses ^{a,b} (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Selling expenses	114.6	87.8	31%	105.2	9%	415.8	318.1	31%
General and administrative expenses	155.0	129.7	20%	143.7	8%	556.0	452.0	23%
Pre-operating expenses	11.6	9.8	18%	9.8	18%	35.2	26.7	32%
Total	281.2	227.2	24%	258.7	9%	1,007.0	796.8	26%

(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS-16 regarding commercial leases related to the rents of clubs and offices; (b) Excludes "Other (expenses) / revenues".

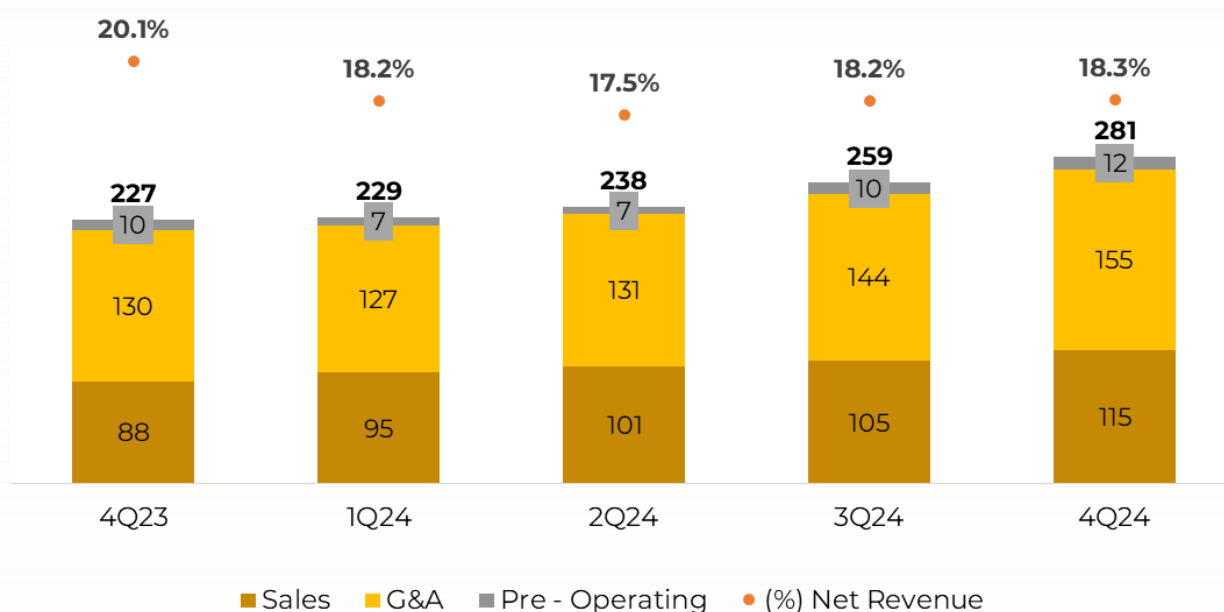
Selling, general and administrative expenses totaled R\$281.2 million in the quarter, 24% higher than in 4Q23, representing 18.3% of net revenue, a dilution of 1.8 p.p., compared to 20.1% in the same period of the previous year.

General and administrative expenses totaled R\$155.0 million in 4Q24, a 20% increase compared to 4Q23, and represented 10.1% of the net revenue for the period, a 1.4 p.p. dilution compared to the same period of the previous year. This dilution in general and administrative expenses reflects the business' operating leverage, which more than offset the higher investments in structuring new business, particularly TotalPass, as well as enhancements to the personnel structure in the Other Latin America region. Additionally, the additional grant of stock options related to the long-term incentive plan (LTIP) in 3Q23, contributed to this dilution, as it added R\$14 million and R\$4 million to general and administrative expenses in 4Q23 and 4Q24, respectively.

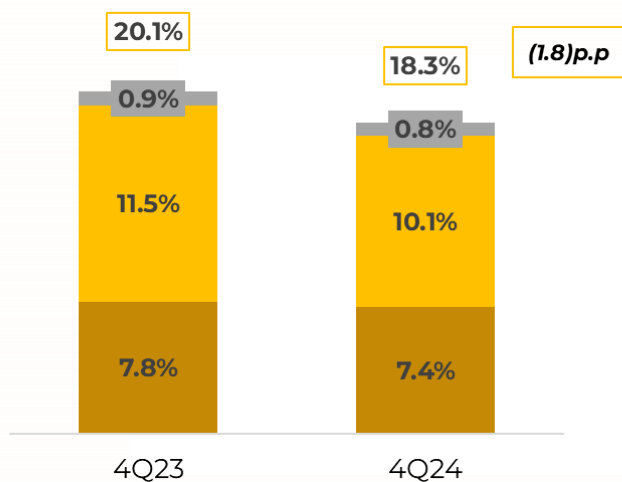
Selling expenses totaled R\$114.6 million in 4Q24, a 31% increase when compared to 4Q23, corresponding to 7.4% of net revenue (down 0.3 p.p. from 4Q23). The increase in selling expenses was mainly driven by the strong expansion of the club network, with a higher number of new openings in 4Q24 vs. 4Q23, and of investments in marketing to strengthen the brand.

Lastly, pre-operating expenses totaled R\$11.6 million in 4Q24, compared to R\$9.8 million in the same period of the previous year, due to the higher number of openings of owned clubs in the last months.

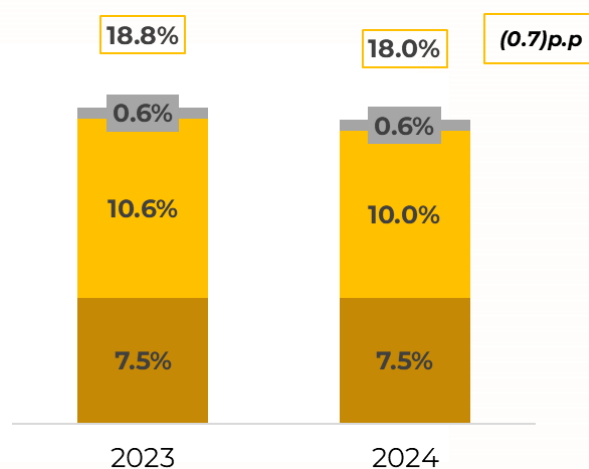
Evolution of Selling, General and Administrative Expenses and Pre-Operating Expenses (R\$ million)



Commercial and administrative expenses (%) Net Revenue | Quarterly basis



Commercial and administrative expenses (%) Net Revenue | Annual basis



■ Sales ■ G&A ■ Pre - Operating Expenses

Compared to 3Q24, selling, general and administrative expenses increased by 9%, while remaining practically stable as a percentage of net revenue. Selling expenses grew 9% compared to 3Q24, slightly outpacing the growth in net revenue, due to a higher number of unit openings during the quarter and an increased level of marketing investment in preparation for the intake period at the beginning of 2025. Furthermore, the pre-operating expenses increased by 18% compared to 3Q24, reflecting the higher number of owned clubs added. General and administrative expenses increased by 8% compared to the previous quarter, while remaining stable as a percentage of net revenue.

EBITDA

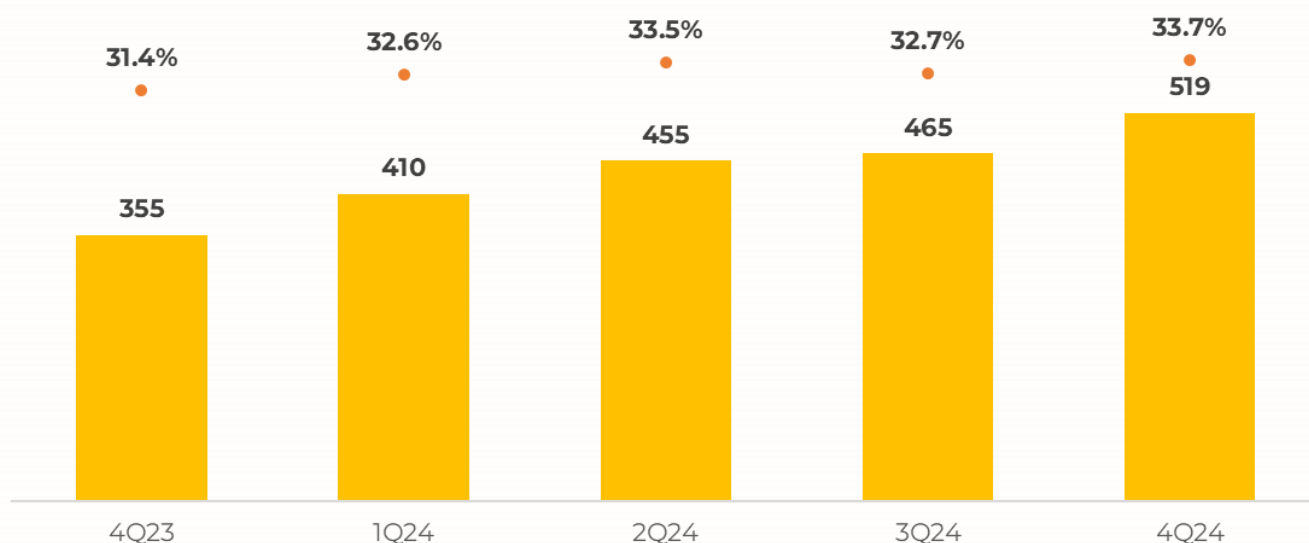
EBITDA Breakdown ^a (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Net Income	196.5	686.3	(71%)	118.3	66%	539.4	1,169.9	(54%)
(+) Income Taxes (IR & CSLL)	(11.9)	(551.5)	(98%)	44.0	–	91.0	(472.6)	–
(+) Financial Result	93.5	31.1	200%	87.9	6%	349.5	145.4	140%
(+) Depreciation	209.0	166.1	26%	192.2	9%	782.2	636.2	23%
EBITDA	487.1	332.1	47%	442.3	10%	1,762.1	1,478.9	19%
EBITDA Margin	31.6%	29.4%	2.3 p.p.	31.1%	0.5 p.p.	31.6%	34.8%	(3.3) p.p.
Panama Revaluation Impact ^b	–	–	–	–	–	–	(176.6)	(100%)
Adjusted EBITDA^c	487.1	332.1	47%	442.3	10%	1,762.1	1,302.3	35%
Adjusted EBITDA Margin	31.6%	29.4%	2.3 p.p.	31.1%	0.5 p.p.	31.6%	30.7%	0.9 p.p.
(+) Pre-operating costs and expenses	32.4	23.3	39%	22.7	43%	87.8	58.6	50%
Adjusted EBITDA before pre-operating expenses	519.5	355.3	46%	465.0	12%	1,849.8	1,360.9	36%
Adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses	33.7%	31.4%	2.3 p.p.	32.7%	1.0 p.p.	33.1%	32.1%	1.1 p.p.

(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS-16 regarding commercial leases related to the rents of clubs and offices; (b) Gain in 2Q23 from the revaluation of the existing 50% stake in Panama, due to the acquisition of control of this operation, made in accordance with the accounting standards in force in the period; (c) "Adjusted EBITDA" excludes the gain of R\$176.6 million in 2Q23 from the revaluation of the existing 50% stake in Panama.

EBITDA totaled R\$487.1 million in 4Q24, marking the highest level ever recorded for a quarter, representing a significant growth of 47% compared to the same period of the previous year, with a EBITDA margin of 31.6%, up 2.3 p.p. from 4Q23. In 2024, adjusted EBITDA totaled R\$1,762.1 million, a growth of 35% compared to 2023, resulting in a margin of 31.6%, the highest annual level in history and an expansion of 0.9 p.p. compared to the previous year, despite the accelerated pace of new unit openings during the period.

Adjusted EBITDA before pre-operating expenses surpassed the R\$500 million mark for the first time in a single quarter, totaling R\$519.5 million in 4Q24, a 46% increase compared to 4Q23. Adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses was 33.7% in 4Q24, an expansion of 2.3 p.p. compared to 4Q23, reflecting the business' operating leverage. In 2024, adjusted EBITDA before pre-operating expenses totaled R\$1,849.8 million, resulting in an adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses of 33.1% (+1.1p.p.), the company's highest annual level on record.

Evolution of adjusted EBITDA and adjusted EBITDA Margin before pre-operating expenses (R\$ million and % of net revenue)



Compared to 3Q24, adjusted EBITDA before pre-operating expenses in 4Q24 grew 12%, resulting in an adjusted EBITDA margin before pre-operating expenses 1.0 p.p. higher than in the previous quarter.

NET INCOME

Recurring Net Profit ^a (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Net profit (loss)	196.5	686.3	(71%)	118.3	66%	539.4	1,169.9	(54%)
Net margin	12.8%	60.7%	(47.9) p.p.	8.3%	4.4 p.p.	9.7%	27.6%	(17.9) p.p.
(+) Panama Revaluation	0.3	5.8	(94%)	0.3	–	11.6	(150.8)	–
(+) Recognition of Deferred Tax	–	(482.6)	(100%)	–	–	–	(482.6)	(100%)
(+) Early Redemption of debentures	–	–	–	5.3	–	27.4	–	–
Recurring net profit (loss)^b	196.8	209.4	(6%)	123.9	59%	578.4	536.5	8%
Recurring net margin	12.8%	18.5%	(5.7) p.p.	8.7%	4.1 p.p.	10.4%	12.6%	(2.3) p.p.

(a) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS-16 regarding commercial leases related to the rents of clubs and offices; (b) "Recurring net profit (loss)" excludes the impacts related to: (i) the revaluation of the stake in the Panama and Costa Rica operations; and (ii) non-recurring financial expenses, after IR/CSLL, of R\$22.1 million in 2Q24 related to the prepayment of the 6th issue and R\$5.3 million in 3Q24 related to the prepayment of the 5th issue combined with other liability management initiatives.

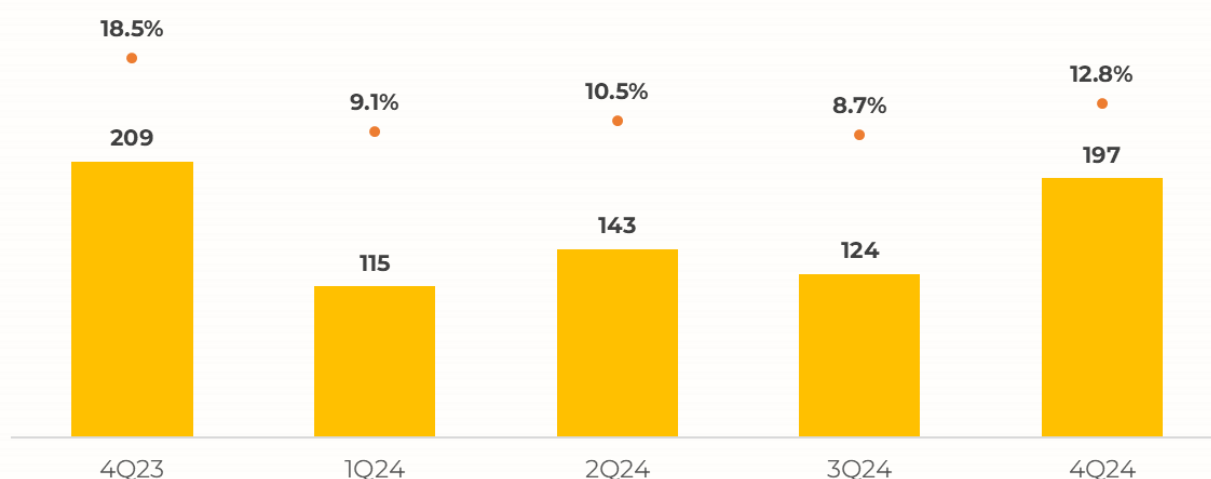
In 2024, recurring net income reached R\$578.4 million, up 8% from 2023, with net margin of 10.4%. This strong performance was primarily driven by operating leverage of the business, supported by the consistent profitability of mature units and the solid ramp-up process of units opened in recent years. This operational performance was partially offset by the increase in depreciation, amortization and financial expenses during the period, a temporary effect resulting from the accelerated investments in the expansion of the club network carried out by the Company and it is worth noting that the 2023 result was positively impacted by the utilization of tax credits referred from accumulated tax losses, which explains part of the increase in the effective Income Tax Rate in 2024 compared to 2023.

Recurring net income for 2024 excludes non-recurring financial expenses, after the income tax and social contribution rate, of R\$22.1 million in 2Q24, related to the prepayment of the 6th issue, R\$5.3 million in 3Q24, related to the prepayment of the 5th issue and other bilateral debts in Colombia, and R\$11.6 million related to the revaluation of investments in Panama and Costa Rica operations. In 2023, recurring net income excludes the effects of the recognition of deferred tax amounting to R\$428 million and the revaluation of the stakes in operations in Panama and Costa Rica amounting to R\$151 million.

In 4Q24, recurring net income totaled R\$196.8 million, compared to R\$209.4 million in the same period of the previous year. It is worth mentioning that, starting in 2024, the income tax and social contribution rate increased due to recognition of accumulated tax losses at the end of 2023. Regarding 3Q24, the recurring net income for the quarter grew by 59% mainly reflecting the lower income tax and social contribution rate during the period, due to the distribution of interest on equity in the amount of R\$258 million, declared in December 2024.

Evolution of Recurring Net Profit and Net Margin

(R\$ million and % of net revenue)



OPERATING CASH FLOW

Operating Cash Flow (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
EBITDA ^a	487.1	332.1	47%	442.3	10%	1,762.1	1,302.3	35%
Items of result with no impact on cash ^b	28.3	(7.1)	–	13.3	113%	85.4	50.7	69%
IR/CSLL Paid	(19.1)	(13.8)	38%	(30.3)	(37%)	(104.3)	(48.6)	115%
Working capital variation	(34.2)	114.8	–	(46.2)	(26%)	(170.6)	183.9	–
Receivables	(40.3)	1.1	–	(50.2)	(20%)	(200.2)	(77.0)	160%
Suppliers	66.5	106.7	(38%)	(3.6)	–	43.5	135.8	(68%)
Wages, provisions and social contributions	(3.0)	(11.7)	(74%)	12.7	–	38.3	22.3	72%
Taxes ^c	(57.4)	18.7	–	(5.2)	1,009%	(52.2)	102.8	–
Operating Cash Flow	462.1	425.9	8%	379.0	22%	1,572.6	1,488.3	6%
Conversion of EBITDA into operating cash	95%	128%	(33.4) p.p.	86%	9.2 p.p.	89%	114%	(25.0) p.p.

(a) Adjusted EBITDA excludes the gain of R\$176.6 million in 2Q23 with the revaluation of the existing 50% stake in Panama, due to the acquisition of control of this operation, made in accordance with the accounting standards in force in the period; (b) Includes mainly equity income, asset write-offs, deferred revenue, and provisions; (c) Includes taxes on sales and services.

In 2024, operating cash flow was R\$1,572.6 million, up 6% from the previous year, driven by the record EBITDA of the period, with strong growth of 35%, offset by higher working capital consumption and increased tax payments due to the expiration of most accumulated tax losses in some of the Company's subsidiaries. In 2024, EBITDA conversion into operating cash was 89% compared to 114% in 2023.

The change in working capital in 2024 resulted in a cash consumption of R\$170.6 million, compared to a cash generation of R\$183.9 million in the previous year. This performance is explained by: (i) a higher cash consumption in the Accounts Receivables line due to the growth of the member base and the increased share of TotalPass; (ii) lower cash generation in the Accounts Payable line due to the investment activities' purchasing flow, which took place earlier throughout 2024; and (iii) in the Taxes line, a positive impact of R\$103 million in 2023 resulting from the recovery and use of tax credits, mainly related to withholding income tax on financial investments in Brazil and the use of IGV (General Sales Tax) credits in some operating regions due to the scale gains of these operation. Additionally, in 4Q24, there were tax withholdings on international remittances from subsidiaries to Brazil, which will be recovered in the coming quarters.

CAPEX

Capex ^a (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Capex	721.4	539.7	34%	453.5	59%	1,843.5	1,335.5	38%
Expansion	602.4	454.8	32%	388.9	55%	1,532.7	1,093.4	40%
Maintenance	95.3	69.5	37%	53.4	78%	251.8	186.3	35%
Corporate and Innovation	23.7	15.4	54%	11.2	112%	59.1	55.8	6%

(a) Excludes investments in the grant of right of use related to the acquisition of commercial points.

In 4Q24, capex was R\$721.4 million, 34% higher compared to 4Q23, mainly due to the 32% increase in investments in the expansion of the club network, which totaled R\$602.4 million in the period. The higher expansion capex reflects the accelerated pace of openings of owned clubs in the period (122 in 4Q24 vs. 113 in 4Q23) and the acquisition of franchised units in Colombia. Compared to 3Q24, expansion capex grew R\$213.5 million, or 55%, due to the higher number of owned clubs opened during the period, with 53 owned clubs inaugurated in 3Q24.

In 2024, expansion capex totaled R\$1,532.7 million, an increase of 40% compared to the previous year. Expansion capex related to the Smart Fit brand clubs, excluding Studios, Bio Ritmo, and the acquisition of franchised units in Colombia, amounted to R\$1,426.8 million (+33% vs. 2023) due to the strong acceleration in the opening of owned clubs in 2024. During the period, 242 owned clubs under the Smart Fit brand were inaugurated, excluding the closures of clubs and the acquisitions of franchises, representing an increase of 34% compared to the 180 units in 2023, while maintaining the same capex per unit of R\$5.9 million, reflecting consistent discipline and efforts in capital allocation.

Maintenance capex totaled R\$95.3 million in 4Q24, 37% increase from 4Q23, due to: (i) the strategy of maintaining a high-standard offering in our units; (ii) the increase in the number of mature clubs; (iii) the ongoing investments in the program to expand equipment availability in certain units, aimed at accommodating higher traffic and charges in students habits; and (iv) the energy efficiency project, which includes air conditioning automation, among other initiatives. Compared to 3Q24, maintenance capex increased by 78%, leveraging a period of lower customer traffic in clubs, particularly in December, and preparing for higher expected usage in the next quarter due to the seasonally stronger start of the year.

In 2024, maintenance capex of Smart Fit clubs came to R\$233.8 million, representing 6.1% of the gross revenue from mature units, maintaining the same level as the previous year, in line with the strategy of offering a high-standard experience. It is worth mentioning that investments in the program to expand strength training equipment totaled R\$49.7 million over the last 12 months.

Capex for corporate and innovation projects totaled R\$23.7 million in 4Q24, up 54% year on year. In 2024, capex related to corporate and innovation projects totaled R\$59.0 million, an increase of 6% compared to 2023.

CASH AND DEBT

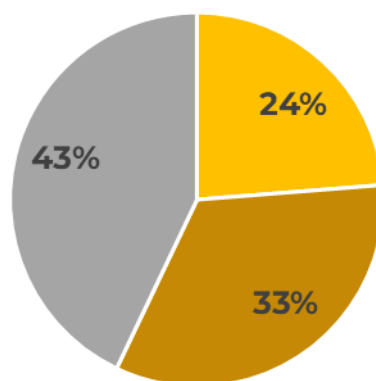
Cash and Debt ^{a,b} (R\$ million)	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24
Cash and financial investments	2,613	2,337	2,815	2,967	2,947
Gross Debt	3,917	4,163	4,870	5,212	5,945
By nature:					
Loans and debentures	3,820	4,075	4,794	5,176	5,915
Lease liability - equipment	97	89	76	36	30
By maturity					
Short-term	643	764	682	650	778
Long-term	3,274	3,399	4,188	4,562	5,167
Net Debt (Net Cash)	1,304	1,826	2,056	2,245	2,998
Other Liabilities and Assets ^c	197	43	89	81	107
Adjusted Net Debt	1,501	1,869	2,145	2,326	3,104
Adjusted Net Debt / EBITDA LTM ^d	0.68x	0.80x	0.93x	0.94x	1.16x

(a) "Gross debt" considers short- and long-term loans, financing and operating leases (excluding property leases) with financial institutions; (b) "Net debt" refers to "Gross debt" less "Cash and guarantees"; (c) "Other Liabilities and Assets" use the definition of the company's debentures related to other items to be considered while calculating net debt, including, but not limited to, contingent considerations and derivative financial instruments, such as installments payable for acquisitions, stock options of non-controlling shareholders and/or interest rate swaps; (d) "Adjusted Net Debt/EBITDA LTM" is the "Adjusted Net Debt" divided by "EBITDA LTM" using the definition of net debt and EBITDA of the company's debentures. For more information, see [the indenture](#) (Portuguese only).

At the end of 4Q24, the Company had a solid cash balance of R\$2,947 million and gross debt of R\$5,945 million, with 87% maturing in the long term. Adjusted net debt was R\$3,104 million, resulting in an adjusted net debt/EBITDA LTM ratio of 1.16x (as defined in the company's debentures). This ratio was 0.22x higher than in 3Q24 due to the higher level of investments made in the opening of units during the quarter, as well as the acquisitions of Velocity and the franchised units in Colombia completed during the period. Note that the adjusted net debt/EBITDA LTM ratio excluding the effects of IFRS-16 related to property leases at the end of 4Q24 is 1.76x vs. 1.45x in 3Q24. We consider it a healthy level, especially due to the high predictability of the company's results and with a very long debt maturity profile. In addition, considering the annualized EBITDA of the last quarter, the annualized 4Q24 net adjusted debt/EBITDA ratio excluding the effects of IFRS-16 related to property leases is 1.59x.

The Company maintains strong financial liquidity, driven by the R\$2.6 billion raised through the primary public offering of shares and loan financings, with a gradual improvement in terms over the past 18 months, which enabled the extension of debt maturities at a lower financial cost. Additionally, it is worth highlighting the Company's ongoing liability management initiatives, particularly the improvements in debt terms in Brazil and Colombia. These efforts resulted in a significant reduction of 66bps and 197bps in the spread, respectively, over the local interest rate in each country when comparing December 2024 rates to those of December 2023.

The Company seeks to finance its expansion needs in each country where it operates by combining the cash generation from local operations with funding from banks. In this context, it is important to highlight that the composition of the Company's net debt is diversified, with Brazil, Mexico, and Other Latin American countries representing 24%, 33%, and 43% of the Company's net debt, respectively, at the end of 2024. In most countries where the Company operates owned gyms and holds local debt, the current outlook indicates a continued reduction in local interest rates. At the end of 4Q24, the Company's net debt was structured as follows:



■ Brazil ■ Mexico ■ Others Latin America

The Company maintains the maturities of loans and financing in alignment with its capacity to generate operating cash flow and accesses local financing lines to drive its expansion in the countries where it operates. At the end of 4Q24, the gross debt maturity schedule was structured as follows:

Gross Debt Maturities ^a	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	Total
% of total	13%	12%	15%	23%	22%	10%	5%	100%
Total	778	704	886	1,343	1,335	599	300	5,945
Brazil	108	0	127	928	1,229	599	300	3,293
Mexico	260	254	292	167	52	0	0	1,025
Other Latin America ^c	409	450	467	248	53	0	0	1,627

(a) "Gross debt" considers short- and long-term loans, financing and operating leases (excluding property leases) with financial institutions; (b) "Other Latin America" includes financial debt in Chile, Colombia, Peru, Panama, Argentina, Paraguay and Uruguay.

EVENTS AFTER THE REPORTING PERIOD

Private Capital Increase

On March 10, 2025, the Company's capital increase was approved through the private subscription of new common shares, using the credit related to the interest on equity distributed on February 12, 2025, and approved on December 10, 2024, totaling R\$177.2 million, with the issuance of 11,007,764 new registered, value common shares. As a result, the Company's capital increased from R\$2,970.4 million to R\$3,147.7 million, now divided into 597,250,053 shares. The newly issued shares will have the same rights as existing shares and will be entitled to the full receipt of dividends and/or interest on equity, as well as any other rights.

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS

We continue our efforts in sustainability by developing projects and supporting initiatives in all the countries where we operate.

Environmental

In the environmental pillar, we highlight the expansion of clubs operating with renewable energy, either through the Free Market or Distributed Generation, reaching a total of 220 units in 4Q24 - a 49% increase compared to 4Q23 - representing 40% of our company-owned clubs in Brazil, up from 30% in the same period of the previous year. Additionally, we continued progressing with the air-conditioning automation project, implementing it in an additional 107 units and, closing 4Q24 with a total of 331 units operating under this system, marking a 48% increase compared to 4Q23. These are distributed across Brazil, Mexico and Colombia, with 229, 88 and 14 clubs operating with the system, respectively. Regarding water management, we expanded the implementation of the telemetry system for online water monitoring consumption to 366 units in Brazil. This expansion enables more efficient and agile control of water consumption, allowing for the quick identification of any waste, leaks or undue charges. This initiative resulted in savings of approximately R\$70,000 per month, equivalent to a reduction of 1,294 cubic meters in monthly water consumption.

Also, as part of the environmental commitment, the Company hired a specialized company to develop the first Greenhouse Gas Emissions inventory. This project aims to map emissions by scopes and guide the Group's climate actions.

Social

In 2024, we reinforced our social initiatives by implementing actions focused on inclusion and solidarity in the communities where we operate. We continued and strengthened our partnership with UNICEF in eight countries (Brazil, Colombia, Mexico, Ecuador, Costa Rica, Panama, Peru and Paraguay), covering 413 Smart Fit units and 17 Bio Ritmo units.

In Brazil, in partnership with the Instituto de Responsabilidade Social Sírio-Libanês, we donated strength training equipment to the Lucy Montoro Rehabilitation Service in Mogi Mirim, a reference center in technology for the rehabilitation of patients with physical disabled and limited mobility.

To support the professional development of young people in social vulnerable situations, Smart Tech, the Technology division of the Company, conducted a volunteer mentoring program in partnership with CEAP (Educational and Professional Assistance Center). The initiative was designed to prepare students aged 15 to 16, who were either completing or had recently completed from technical courses, for the job market. The program featured online meetings between mentors and mentees focused on developing activities related to the students' areas of interest in technology. In addition, participants were also invited to our office for an in-person event, allowing for valuable idea exchanges of ideas, insights and learning.

In Paraguay, Smart Fit organized donations of water, food, and supplies for firefighters who worked during the wildfire season. In Chile, we participated in Teletón for the first time, donating 100 million Chilean pesos to the cause. Our employees also organized a special event for children in vulnerable situations, which included recreational activities and gift donations. In Mexico, the "Smart Fit Por La Alegría" campaign mobilized 19 units and the corporate office, resulting in the donation of 1,700 toys to over 25 children's hospitals.

In the area of people development and training, we concluded the year with 10 internal training programs. Five of these were Postgraduate courses in Comprehensive Fitness Training, designed for strength training instructors, and five were MBA programs in Fitness Management for leaders of the

Smart Fit and Bio Ritmo brand units. A total of 439 students participated in these programs, contributing to professional qualifications and career growth within our operations.

In addition, the Group's Climate Survey was expanded to Mexico, Colombia and Chile, providing evaluations of employee engagement from these countries regarding the work environment.

Governance

As part of the Company's governance structure, the Risk Matrix update process was conducted in 2024 to optimize risk management and mitigation. The steps included continuous monitoring with risk owners (those responsible for the risks), meetings of the Risk Committee, and the submission of reports to the Audit Committee. Furthermore, interviews were conducted with directors in Brazil and other Latin American countries to identify strategic business risks.

In August 2024, Information Security Week was held, covering topics such as digital security in daily life, secure development, artificial intelligence, information protection, fraud and scams. The initiative attracted approximately 900 participants, both in-person and remotely, and was open to all employees, from office staff to club personnel, including the Brazil and other Latin American countries team.

We also conducted a phishing simulation to reinforce and raise employee awareness about safe practices in the digital environment. The second half of the year concluded with over 12 short communications on Information Security and the initiation of an e-learning course, is set to launch in the first half of 2025.

The 2023 Annual Report, outlining the Company's main sustainability actions, was published on October 15, 2024, and is available on the IR website.

Lastly, the Company's Bylaws were updated and approved at the Extraordinary Shareholders Meeting, with changes effective from January 1, 2025, to enhance corporate governance practices.

IMPACT OF THE ADOPTION OF IFRS 16

On January 1, 2019, the company adopted the IFRS 16/CPC 06 (R2) – Leases standard. The application of the standard substantially affected the booking of lease agreements for spaces where the company's clubs operate. Future commitments from lease agreements are recognized as lease liabilities and the right to use the spaces is recognized as an asset of the same value. For the purpose of effects in the result, the fixed lease payments are replaced by depreciation of the lease right and a financial expense on the lease liability. Variable lease payments continue to be recognized as costs of services provided.

The company chose to adopt IFRS 16/CPC 06(R2) by the modified retrospective method applied only from January 1, 2019. The impacts of IFRS 16/CPC 06(R2) on the company's results are detailed below.

Statement of Profit and Loss (R\$ million)	3Q24 Reported	Impacts of IFRS 16	3Q24 excluding IFRS 16	3Q23 Reported	Impacts of IFRS 16	3Q23 excluding IFRS 16	9M24 Reported	Impacts of IFRS 16	9M24 excluding IFRS 16	9M23 Reported	Impacts of IFRS 16	9M23 excluding IFRS 16
Net Revenue	1,540.6	–	1,540.6	1,131.2	–	1,131.2	5,580.3	–	5,580.3	4,244.7	–	4,244.7
Cost of services	(894.1)	77.3	(971.4)	(676.0)	52.0	(728.0)	(3,267.4)	281.3	(3,548.7)	(2,533.9)	200.0	(2,733.8)
Rents and other occupation costs	(53.9)	248.0	(301.9)	(34.5)	189.8	(224.3)	(186.7)	902.8	(1,089.6)	(139.3)	714.5	(853.8)
Depreciation and amortization (cost)	(373.4)	(170.7)	(202.7)	(298.8)	(137.8)	(161.0)	(1,382.0)	(621.5)	(760.5)	(1,132.2)	(514.5)	(617.6)
Gross profit	646.5	77.3	569.2	455.2	52.0	403.2	2,312.9	281.3	2,031.6	1,710.9	200.0	1,510.9
SG&A	(291.5)	0.7	(292.2)	(233.8)	0.7	(234.5)	(1,050.1)	2.4	(1,052.5)	(841.5)	2.2	(843.7)
Selling expenses	(114.6)	–	(114.6)	(87.8)	–	(87.8)	(415.8)	–	(415.8)	(318.1)	–	(318.1)
General and administrative	(151.9)	3.1	(155.0)	(127.3)	2.4	(129.7)	(545.1)	11.0	(556.0)	(443.1)	8.9	(452.0)
Rents and other occupation costs	(2.4)	3.1	(5.5)	(1.5)	2.4	(3.9)	(7.7)	11.0	(18.7)	(5.2)	8.9	(14.1)
Pre-operating expenses	(11.6)	–	(11.6)	(9.8)	–	(9.8)	(35.2)	–	(35.2)	(26.7)	–	(26.7)
Depreciation and amortization (costs)	(8.7)	(2.4)	(6.3)	(6.8)	(1.7)	(5.1)	(30.3)	(8.6)	(21.7)	(25.2)	(6.7)	(18.6)
Others (expenses) revenue	(4.7)	–	(4.7)	(2.1)	–	(2.1)	(23.9)	–	(23.9)	(28.4)	–	(28.4)
Panama Revaluation ^a	–	–	–	(0.0)	–	(0.0)	(0.0)	–	(0.0)	176.6	–	176.6
Equity Income	1.0	–	1.0	(2.7)	0.0	(2.7)	0.8	–	0.8	(1.1)	–	(1.1)
Operating profit (loss) before financial result	356.1	78.0	278.1	218.7	52.7	166.0	1,263.6	283.7	979.9	1,044.9	202.2	842.7
Financial Result	(215.1)	(121.6)	(93.5)	(133.5)	(102.2)	(31.3)	(767.3)	(417.7)	(349.5)	(473.3)	(327.9)	(145.4)
Income tax and Social Contribution ^b	24.1	12.2	11.9	551.5	–	551.5	(55.8)	35.2	(91.0)	472.6	–	472.6
Net profit	165.1	(31.4)	196.5	636.6	(49.7)	686.3	440.6	(98.8)	539.4	1,044.2	(125.7)	1,169.9

Impacts of IFRS-16 in the breakdown of Gross Profit excluding depreciation, amortization, and EBITDA

Gross profit	646.5	77.3	569.2	455.2	52.0	403.2	2,312.9	281.3	2,031.6	1,710.9	200.0	1,510.9
Depreciation and amortization (costs)	373.4	170.7	202.7	298.8	137.8	161.0	1,382.0	621.5	760.5	1,132.2	514.5	617.6
Gross profit excluding depreciation	1,019.9	248.0	772.0	754.0	189.8	564.2	3,694.9	902.8	2,792.1	2,843.0	714.5	2,128.5
<i>Gross Margin excluding depreciation</i>	66.2%		50.1%	66.7%		49.9%	66.2%		50.0%	67.0%		50.1%
Net profit	165.1	(31.4)	196.5	636.6	(49.7)	686.3	440.6	(98.8)	539.4	1,044.2	(125.7)	1,169.9
(-) IR & CSLL	(24.1)	(12.2)	(11.9)	(551.5)	–	(551.5)	55.8	(35.2)	91.0	(472.6)	–	(472.6)
(-) Financial Result	215.1	121.6	93.5	133.5	102.4	31.1	767.3	417.7	349.5	473.3	327.9	145.4
(-) Depreciation and amortization	382.1	173.1	209.0	305.6	139.4	166.1	1,412.3	630.1	782.2	1,157.4	521.2	636.2
EBITDA	738.2	251.1	487.1	524.2	192.1	332.1	2,675.9	913.8	1,762.1	2,202.3	723.4	1,478.9
<i>EBITDA Margin</i>	47.9%		31.6%	46.3%		29.4%	48.0%		31.6%	51.9%		34.8%

(a) Gain of R\$176.6 million from the revaluation of existing 50% stake in Panama due to the acquisition of control of this operation, in accordance with accounting standards in effect in the period;

(b) Effect of deferred income tax on the temporary differences of IFRS16 in 4Q24 and 2024

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

PRESENTATION OF RESULTS

The company has its own operations in Brazil, Mexico, Colombia, Chile, Peru, Panama, Costa Rica, Argentina, Paraguay and Uruguay and franchised operations in Brazil, Mexico, Colombia, Dominican Republic, El Salvador, Ecuador, Guatemala and Honduras. The consolidation in the Income Statement for each period is detailed below:

Operation	Recognition in Income Statement for the period		Recognition in Balance sheet for the period	
	2024	2023	2024	2023
Brazil, Mexico, Colombia, Chile, Peru, Argentina, Paraguay, Panama, Costa Rica, Uruguay, Queima Diária and Total Pass Brasil	Consolidated	Consolidated	Consolidated	Consolidated
Dominican Republic, El Salvador, Ecuador, Guatemala and Honduras	Royalties for use of brand	Royalties for use of brand	n/a	n/a

INCOME STATEMENT

INCOME STATEMENT (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
Net Revenue	1,540.6	1,131.2	36%	1,422.1	8%	5,580.3	4,244.7	31%
Costs of Services Rendered	(894.1)	(676.0)	32%	(834.6)	7%	(3,267.4)	(2,533.9)	29%
Gross Profit	646.5	455.2	42%	587.6	10%	2,312.9	1,710.9	35%
Operating revenues (expenses)								
Sales	(126.2)	(97.6)	29%	(115.0)	10%	(451.0)	(344.8)	31%
General and administrative	(160.6)	(134.1)	20%	(146.6)	10%	(575.3)	(468.4)	23%
Equity accounting	1.0	(2.7)	–	1.4	(30%)	0.8	(1.1)	–
Other (expenses) revenues	(4.7)	(2.1)	119%	(6.7)	(31%)	(23.9)	(28.4)	(16%)
Panama Revaluation ^a	–	–	–	–	–	–	176.6	–
Profit before financial result	356.1	218.7	63%	320.6	11%	1,263.6	1,044.9	21%
Financial result	(215.1)	(133.5)	61%	(193.2)	11%	(767.3)	(473.3)	62%
Profit before IR/CS	141.0	85.1	66%	127.4	11%	496.3	571.6	(13%)
Income tax and Social Contribution	24.1	551.5	(96%)	(40.7)	–	(55.8)	472.6	–
Net profit (loss)	165.1	636.6	(74%)	86.6	91%	440.6	1,044.2	(58%)

(a) Gain of R\$176.6 million from the revaluation of existing 50% stake in Panama due to the acquisition of control of this operation, in accordance with accounting standards in effect in the period.

BALANCE SHEET

ASSETS (R\$ million)	4Q24	4Q23
CURRENT	4,112	3,346
Cash and cash equivalents	2,947	2,613
Customers	554	349
Derivative financial instruments	7	13
Other receivables	604	371
NON-CURRENT	14,238	10,884
Permanent assets	5,537	4,045
Right-of-use assets	4,934	3,755
Intangible assets	2,395	1,913
Investment	55	41
Other assets	1,316	1,131
TOTAL ASSETS	18,350	14,230

LIABILITY (R\$ million)	4Q24	4Q23
CURRENT	2,792	2,244
Borrowings	760	594
Lease liabilities	650	542
Suppliers	442	399
Deferred revenue	216	206
Other liabilities	724	502
NON-CURRENT	10,087	6,890
Borrowings	5,155	3,225
Lease liabilities	4,751	3,565
Other liabilities	181	100
SHAREHOLDERS' EQUITY	5,472	5,096
Share capital	2,970	2,970
Capital reserves	848	953
Legal reserves	74	771
Profit Reserve	825	0
Other comprehensive income	739	374
Noncontrolling interest	16	27
TOTAL LIABILITY AND SHAREHOLDERS' EQUITY	18,350	14,230

CASH FLOW

Cash Flow Statement (R\$ million)	4Q24	4Q23	4Q24 vs. 4Q23	3Q24	4Q24 vs. 3Q24	2024	2023	2024 vs. 2023
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES								
Result for the Period	165.1	636.6	(74%)	86.6	91%	440.6	1,044.2	(58%)
Depreciation and amortization	382.1	305.6	25%	355.2	8%	1,412.3	1,157.4	22%
Write-off of intangible assets and fixes assets	19.6	1.8	965%	9.4	108%	44.0	35.4	24%
Accrued interest on debt and exchange variation	158.2	125.1	26%	153.1	3%	599.9	481.2	25%
Accrued interest on leases	119.7	92.5	29%	110.6	8%	428.1	342.6	25%
Others	(84.3)	(644.6)	(87%)	(29.7)	184%	(178.8)	(981.0)	(82%)
Working capital variation	(77.3)	75.3	-	(45.9)	68%	(323.7)	71.0	-
Cash generated by (used in) operating activities	683.1	592.3	15%	639.3	7%	2,422.4	2,150.8	13%
Interest paid on loans and debentures	(205.8)	(166.3)	24%	(67.9)	203%	(517.2)	(453.0)	14%
Interest paid on leases	(119.2)	(91.5)	30%	(110.0)	8%	(425.4)	(338.9)	26%
Income tax and social contribution paid	(19.1)	(13.8)	-	(30.3)	(37%)	(104.3)	(48.6)	115%
Net cash generated by (used in) operating activities	339.1	320.7	6%	431.1	(21%)	1,375.5	1,310.3	5%
CASH FLOW FROM INVESTMENT ACTIVITIES								
Additions to fixed asset	(710.9)	(534.4)	33%	(446.9)	59%	(1,819.2)	(1,321.6)	38%
Additions to intangible assets	(26.5)	(8.0)	232%	(22.3)	19%	(60.9)	(15.2)	300%
Initial direct costs of right-of-use assets	(9.1)	(7.2)	-	(4.9)	87%	(65.1)	(24.9)	162%
Payments for the acquisition of group of assets, subsidiary and joint venture	(89.8)	(1246%)	621%	(7.8)	-	(368.2)	(10550%)	249%
Capital increase in subsidiary and joint venture	14%	-	-	32%	(57%)	(45%)	0.0	-
Financial Investments	49.2	19.6	151%	18.7	163%	283.3	462.0	(39%)
Related parties and loans with third parties	4.3	4.9	-	(0.6)	-	(24.5)	(7.5)	229%
Payment of contingent consideration	-	-	-	-	-	0.0	(0.5)	-
Net cash used in investment activities	(782.7)	(537.6)	46%	(463.5)	69%	(2,055.0)	(993.4)	107%
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES								
Payment of loans and costs	(130.2)	(365.4)	(64%)	(432.8)	(70%)	(2,070.9)	(802.6)	158%
Proceeds from loans	730.3	770.2	-	797.4	(8%)	3,803.5	1,099.5	246%
Payment of lease	(154.2)	(122.6)	26%	(170.7)	(10%)	(605.9)	(490.2)	24%
Repurchase of shares, net of receipts	(73.2)	0.0	-	0.0	-	(73.2)	0.0	-
Others	(1.0)	(266.9)	(100%)	(46.2)	(98%)	(47.2)	(278.6)	(83%)
Net cash generated by (used in) financing activities	371.8	15.3	2336%	147.6	152%	1,006.4	(471.8)	-
INCREASE (REDUCTION) OF BALANCE OF CASH AND EQUIVALENT	(71.8)	(201.6)	(64%)	115.3	-	326.9	(154.9)	-
Opening balance	1,520.9	1,314.3	16%	1,434.8	6%	1,103.4	1,251.4	(12%)
Closing balance	1,490.6	1,103.4	35%	1,520.9	(2%)	1,490.6	1,103.4	35%
Exchange variation on cash and cash equivalents	41.6	(9.2)	-	(29.2)	-	60.3	6.9	769%



Investor Relations

André Pezeta | CFO

José Luís Rizzardo | IRO and M&A/Treasury Director

Matheus Nascimento | IR Manager

Juliana Pallot | IR Coordinator

Larissa Cristovão | IR Analyst

ri@smartfit.com

