

APRESENTAÇÃO DE **RESULTADOS** **IT24**



BIO RITMO



TOTAL PASS



ONE
PILATES



Esta apresentação contém declarações futuras e informações relacionadas à Companhia que refletem as visões atuais e/ou expectativas da Companhia e de sua Administração com respeito à sua performance, seus negócios e eventos futuros. Declarações prospectivas incluem, sem limitação, qualquer declaração que possua previsões, estimativas e projeções sobre resultados futuros, performance ou objetivos, bem como os termos "acreditamos", "antecipamos", "esperamos", "estimamos", "projetamos", entre outros com significado semelhante. Referidas declarações prospectivas estão sujeitas a riscos, incertezas e eventos futuros. Advertimos os investidores que diversos fatores fazem com que os resultados efetivos diferenciem-se de modo relevante de tais planos, objetivos, expectativas, projeções e intenções expressadas nesta apresentação. Em nenhuma circunstância, nem a Companhia, nem suas subsidiárias, conselheiros, diretores, agentes ou funcionários serão responsáveis perante terceiros (incluindo investidores) por qualquer decisão de investimento tomada com base nas informações e declarações presentes nesta apresentação, ou por qualquer dano dela resultante, correspondente ou específico. As informações de posição competitiva, incluindo projeções de mercado citadas ao longo desta apresentação, e informações sobre o potencial do mercado de atuação da Companhia, foram obtidas por meio de pesquisas internas, pesquisas de mercado, informações de domínio público e publicações empresariais. Esta apresentação e seu conteúdo são informações de propriedade da Companhia e não podem ser reproduzidas ou circuladas, parcial e ou totalmente, sem o prévio consentimento por escrito da Companhia.



DESTAQUES 1T24

smart fit

- > RECORDE DE **238 ACADEMIAS ADICIONADAS** NOS ÚLTIMOS 12 MESES, PRÓXIMO AO *GUIDANCE* DE 2024, ENCERRANDO O 1T24 COM **1.469 UNIDADES** (+19% VS. 1T23)
- > BASE DE CLIENTES EM ACADEMIAS SUPEROU **4,5 M** (+18% VS. 1T23) COM ADIÇÃO DE **395 MIL ALUNOS NO 1T24**, A 2ª MELHOR PERFORMANCE DA HISTÓRIA
- > **CRESCIMENTO DA RECEITA LÍQUIDA DE 28% VS. 1T23**, ATINGINDO PATAMAR RECORDE DE R\$1,3 BI NO 1T24 (+11% VS. 4T23)
- > SÓLIDA **MARGEM BRUTA CAIXA DE 50,4%** NO 1T24, COM MARGEM BRUTA DAS ACADEMIAS MADURAS⁽¹⁾ ESTÁVEL EM **52%** PELO 5º TRIMESTRE CONSECUTIVO
- > **EBITDA² TRIMESTRAL RECORDE DE R\$395 M**, FORTE CRESCIMENTO DE 30% VS. 1T23 E 19% VS. 4T23, COM MARGEM EBITDA DE **31,4%**





SÓLIDAS TENDÊNCIAS SECULARES

Mudanças de hábitos e atitudes das pessoas potencializam a oportunidade de mercado

PESQUISA SMART FIT BRASIL: MUDANÇA DE HÁBITO¹

“O Quanto Você Concorde Que...”

Estou cuidando
mais da minha
saúde

92%

Estou cuidando
mais da minha
alimentação

90%

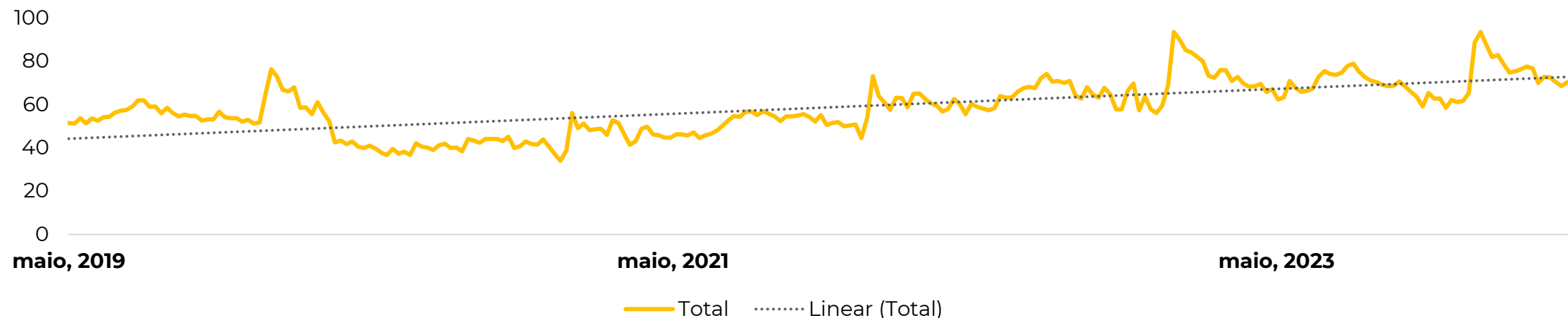
Estou comprando
mais produtos de
saúde / fitness

80%

% Concorde Totalmente e Concorde



Google Trends: pesquisa pelo termo Academia²



(1) Pesquisa realizada pela equipe de marketing da Companhia. No período de 2 e 6 de fevereiro de 2024, foram entrevistadas 1.003 pessoas que utilizaram e/ou utilizam academias nos últimos 4 anos.
(2) Fonte: Google Trends. Média da relevância de busca pela palavra "academia" (em português e espanhol) considerando as cinco principais geografias: Brasil, México, Colômbia, Chile e Peru.



MERCADO COM SÓLIDO POTENCIAL DE CRESCIMENTO



Atualização de estudo externo para Brasil reforça a oportunidade de crescimento

ESTUDO DE CASO: WHITE SPACE BRASIL

Cidades com presença Smart Fit

Micro áreas com Smart Fit

+129

Academias

19%

Micro áreas sem Smart Fit

+458

Academias

66%

CONTEXTO/OBJETIVO

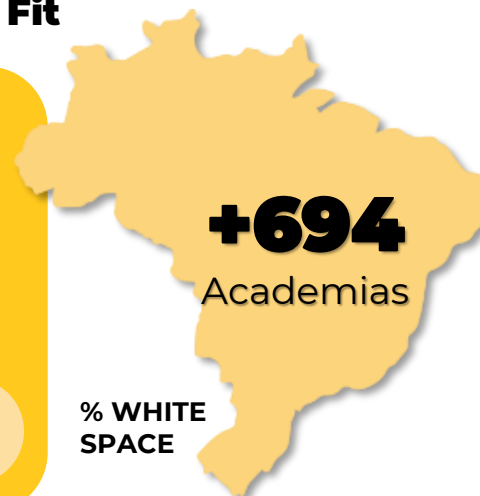
Estudo com consultoria externa para estimar o *white space* Brasil

Cidades sem presença Smart Fit

+107

Academias

15%



METODOLOGIA

Modelo de regressão, combinando variáveis externas e internas

AMÉRICA LATINA:



**ALTO
POTENCIAL DE
CRESCIMENTO**

Países com presença Smart Fit



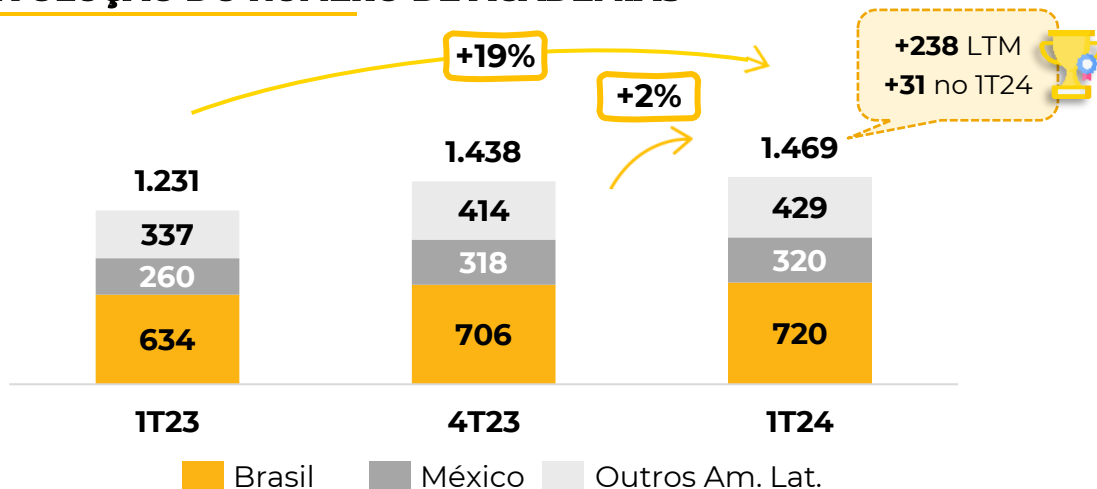


EXPANSÃO DA REDE DE ACADEMIAS



Adição recorde de 238 academias nos últimos 12 meses, atingindo 1.469 unidades no 1T24

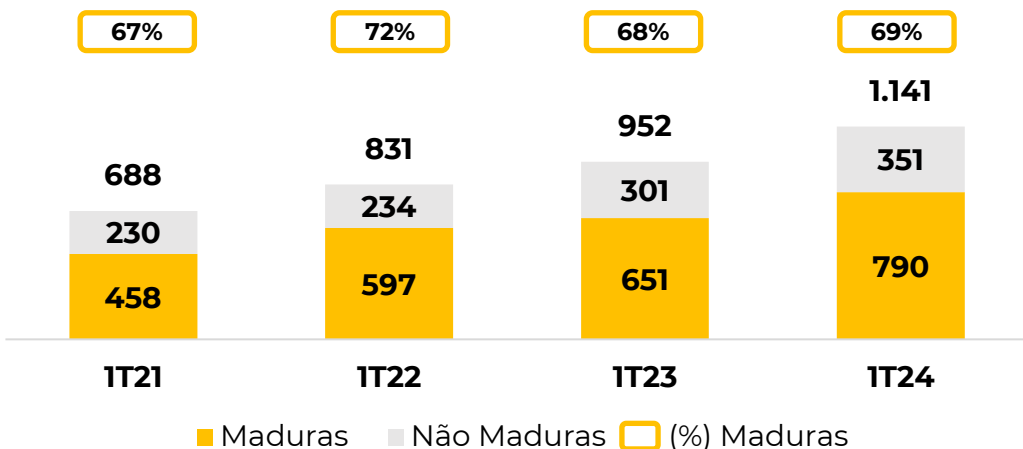
EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE ACADEMIAS¹



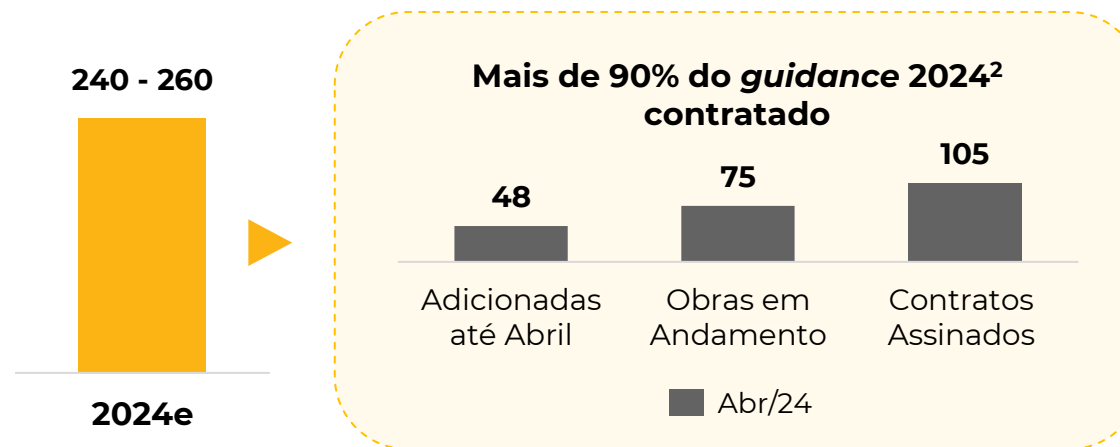
COMPOSIÇÃO DA REDE DE ACADEMIAS POR REGIÃO



EVOLUÇÃO ACADEMIAS PRÓPRIAS SMARTFIT POR AGING



PIPELINE 2024



(1) Considera todas as academias da Companhia (não considera Studios); (2) Conforme guidance divulgado ao mercado em fevereiro de 2024 e assumindo ponto médio do guidance.



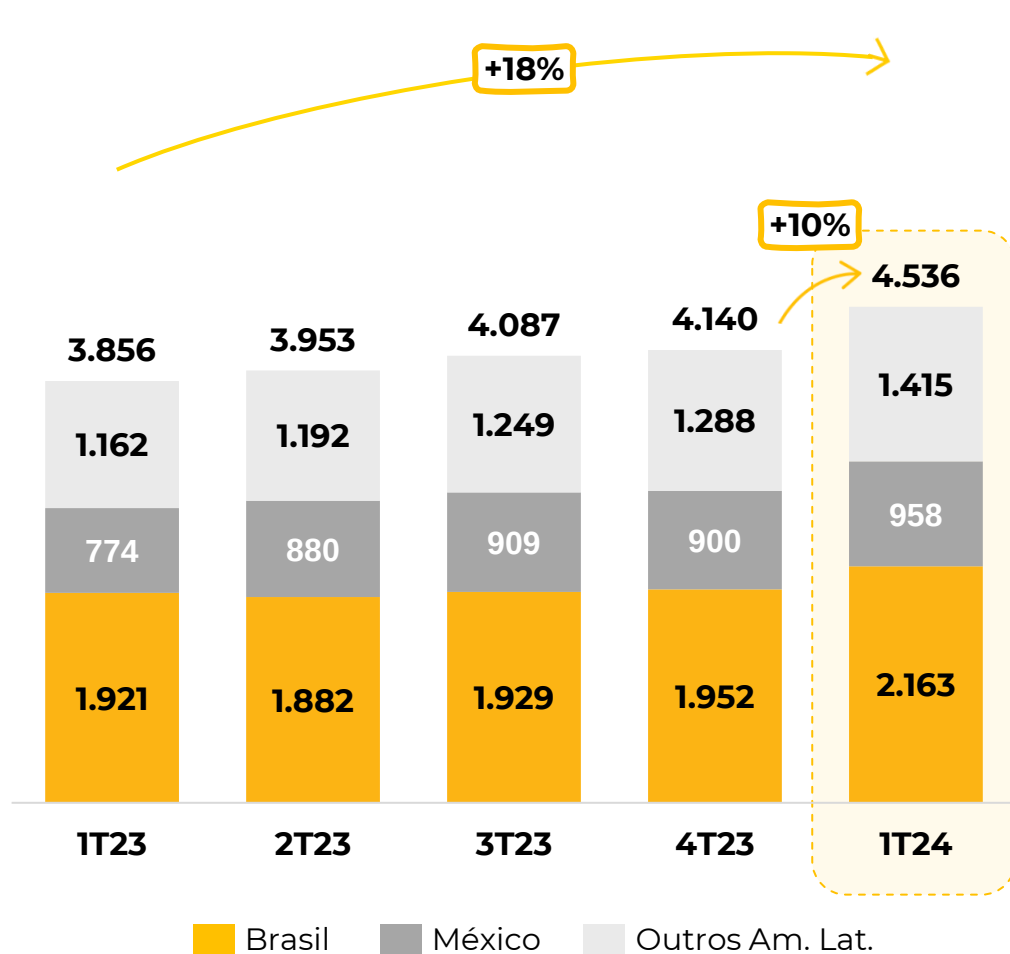
CONTÍNUO CRESCIMENTO DE CLIENTES E RECEITA



No 1T24, a base de clientes em academias atingiu 4,5 M (+18% vs. 1T23), com a adição de 395 mil alunos no trimestre

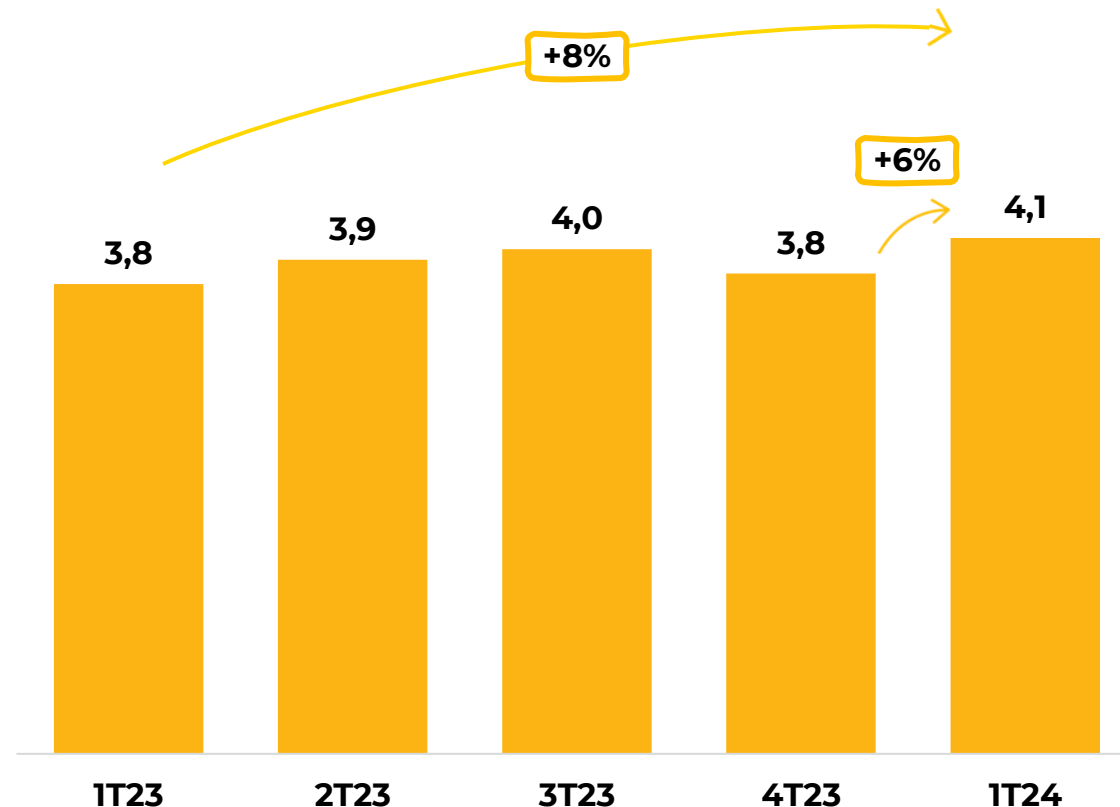
BASE DE CLIENTES EM ACADEMIAS

(# '000 final do período)



RECEITA LÍQUIDA MÉDIA POR SMART FIT PRÓPRIA (ANUALIZADA)

(R\$ M)



No 1T24, a receita média anualizada por academia própria cresceu 8% vs. 1T23 devido ao **aumento no número médio de alunos e incremento de ticket médio**



ROBUSTA AGENDA DE REVENUE MANAGEMENT



Otimização do portfólio de planos e da precificação, mantendo a competitividade do modelo de negócios com sólidos retornos



PORTFÓLIO DE PLANOS

Portfólio de planos que apresenta **amplitude de precificação com atributos únicos e diferenciados** por produto

FORÇA DA MARCA

REDE
CAPILARIZADA

EXPERIÊNCIA
PREMIUM



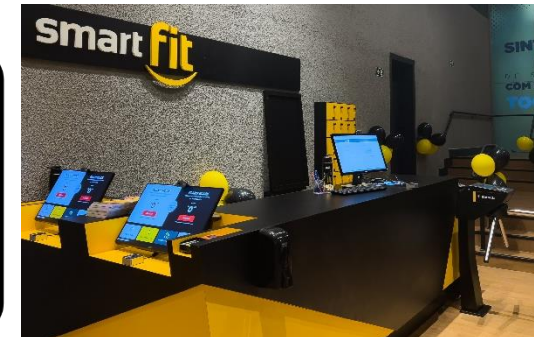
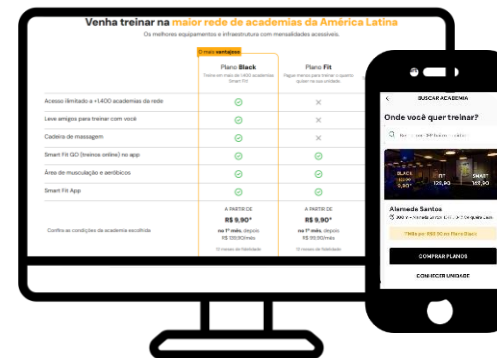
INTELIGÊNCIA DE PRICING

Processo **data-driven** que reforça potencial de mercado com ganhos de eficiências

COMPETITIVIDADE

PRODUTIVIDADE

MAIOR
CONVERSÃO

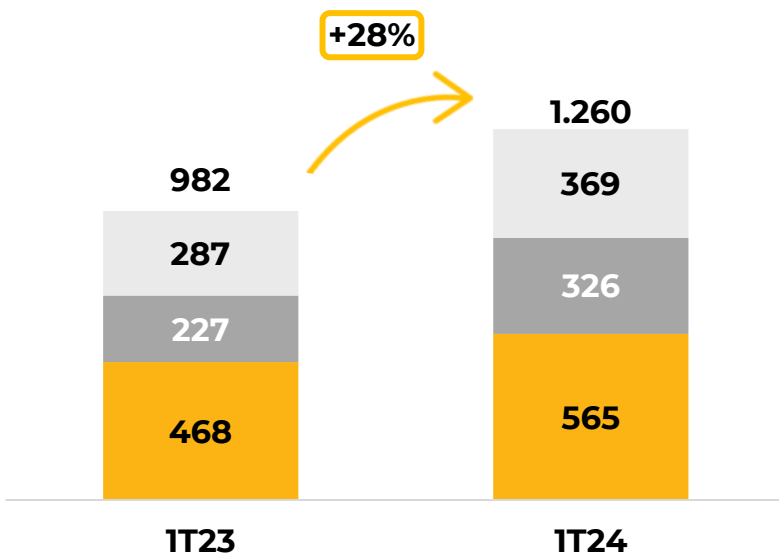


Aumento de preços realizado ao longo dos últimos anos nas diferentes regiões alinhado com demais iniciativas realizadas no período para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia



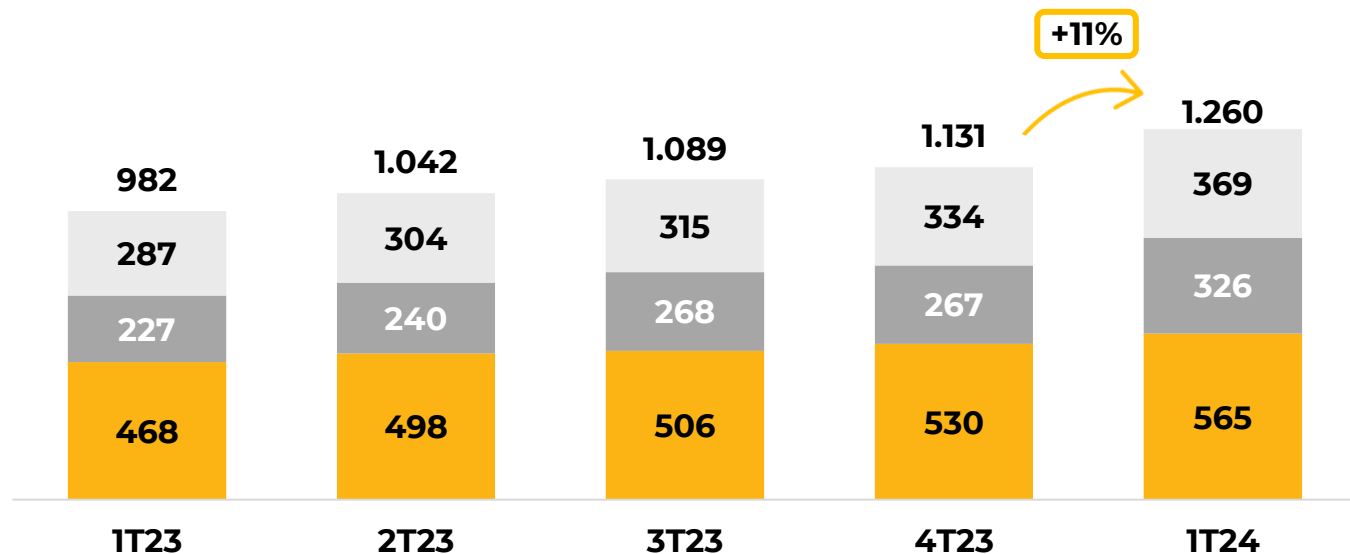
VARIAÇÃO RECEITA LÍQUIDA

(R\$M) | (# '000 final do período)



EVOLUÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA

(R\$M)



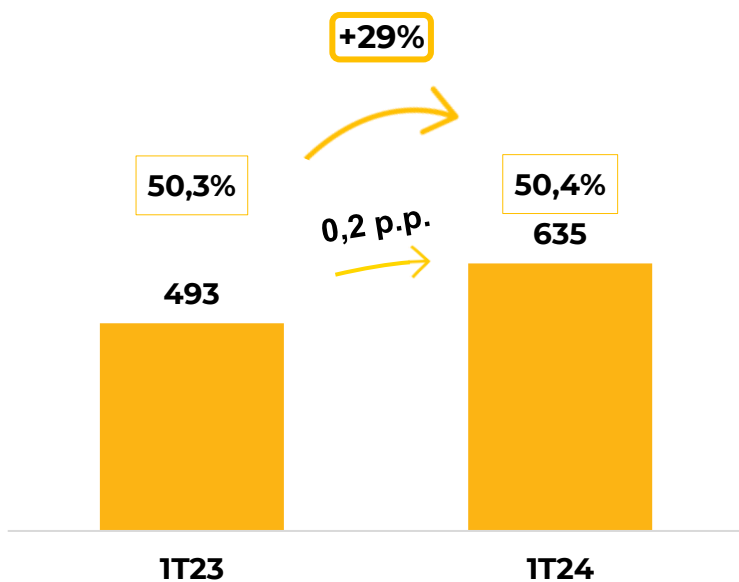
Brasil México Outros Am. Lat.

- Receita líquida de **R\$1.260 M** no 1T24, **+28% vs. 1T23**, em função principalmente do aumento de 20% na base média de alunos em academias próprias Smart Fit e o incremento de +8% do ticket médio no período
- Essa evolução do ticket médio reflete o repasse de preços realizado ao longo dos últimos anos nas diferentes regiões e das diversas ações realizadas no período para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia
- Nos últimos 12 meses, a receita líquida totalizou **R\$ 4,5 BI**



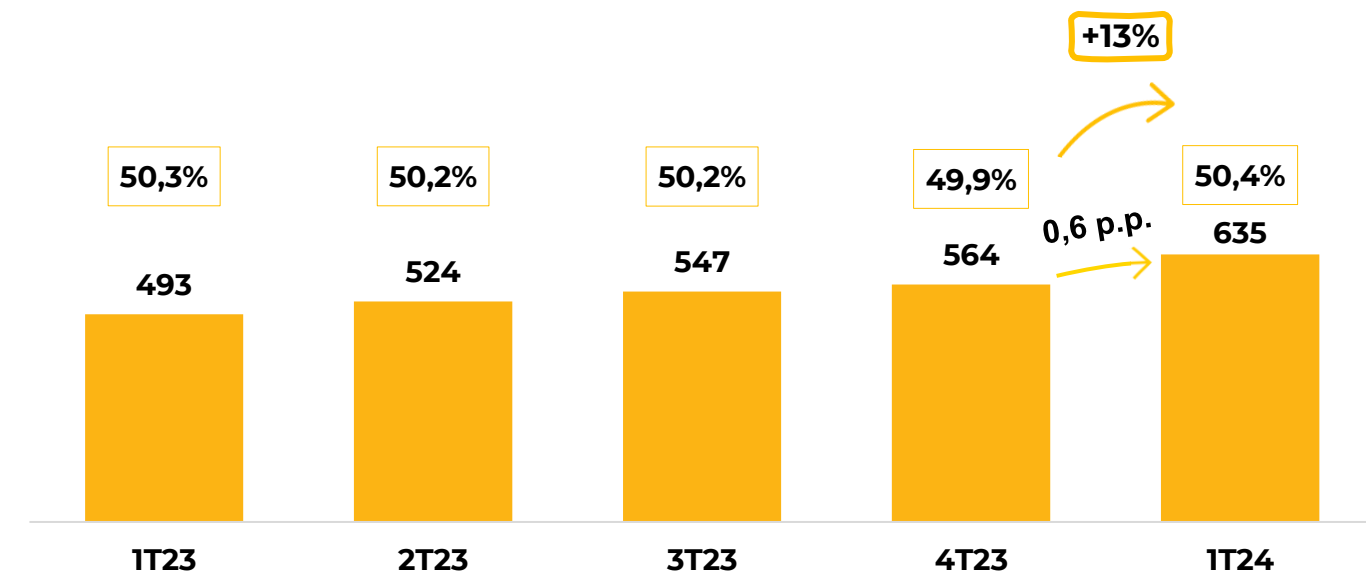
VARIAÇÃO DO LUCRO BRUTO CAIXA

(R\$M)



EVOLUÇÃO DO LUCRO BRUTO CAIXA

(R\$M)



■ Lucro Bruto □ % Receita Líquida

- Lucro bruto caixa atingiu **R\$635 M** no 1T24, **+29% vs. 1T23**, com margem bruta caixa de **50,4%**, uma expansão de 0,2p.p. vs. 1T23, devido ao sólido crescimento da receita líquida e à gestão eficiente de custos, apesar do ritmo recorde de expansão
- Nos últimos 12 meses, o lucro bruto caixa totalizou **R\$2,3 BI**, resultando em margem bruta caixa de 50,2%
- Frente ao 4T23, lucro bruto caixa aumentou **R\$71,3 M**, crescimento de 13%, e expansão de margem bruta em 0,6p.p
- A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais foi de **51,1%**, estável vs. trimestre anterior e **+0,5p.p. vs. 1T23**

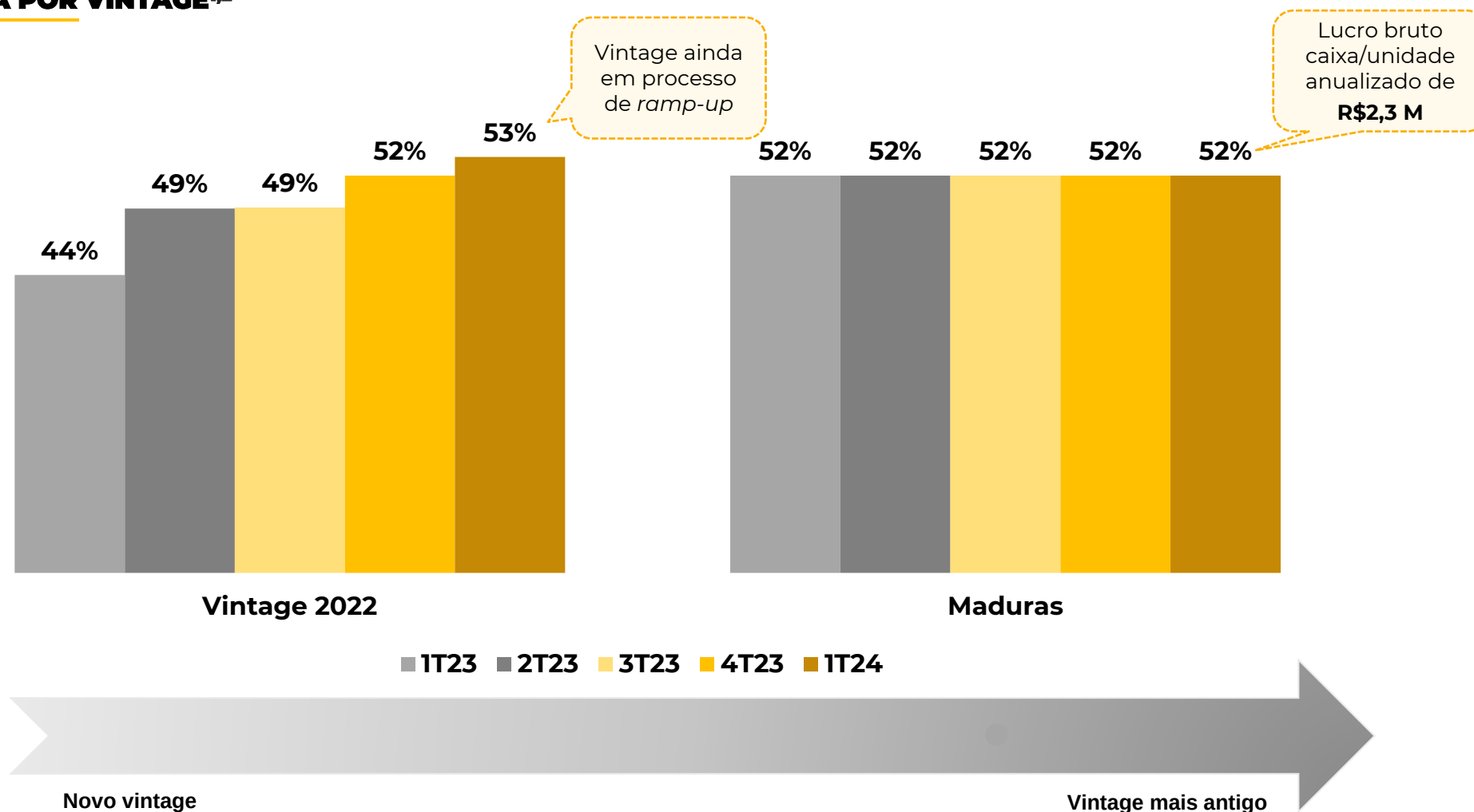


MARGEM BRUTA ACADEMIAS MADURAS ESTÁVEL EM 52%



Combinação entre sólida performance das academias¹ maduras² e maturação das unidades inauguradas nos últimos anos em linha com o histórico

MARGEM BRUTA POR VINTAGE^{1,2}

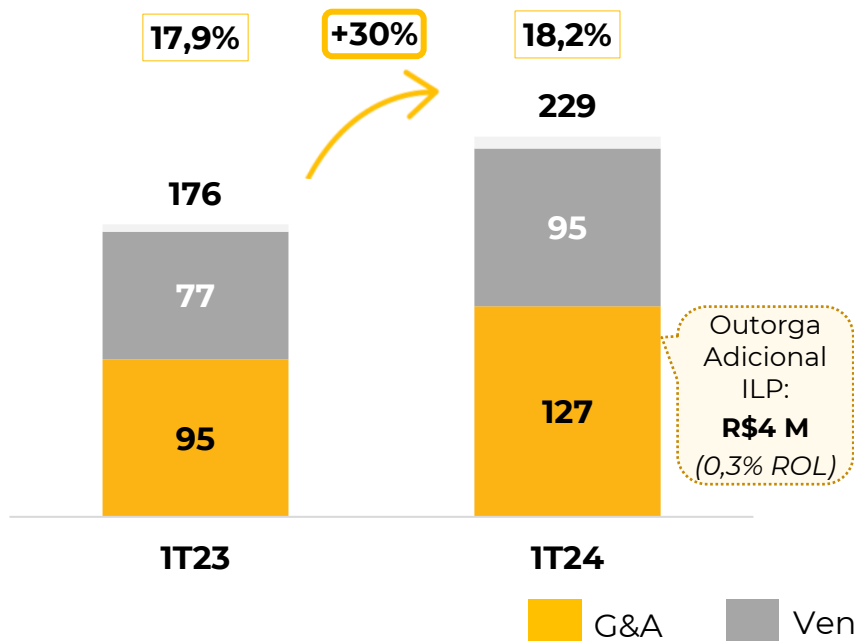


(1) Considerando apenas unidades próprias da marca Smart Fit.
(2) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses no início do ano calendário.



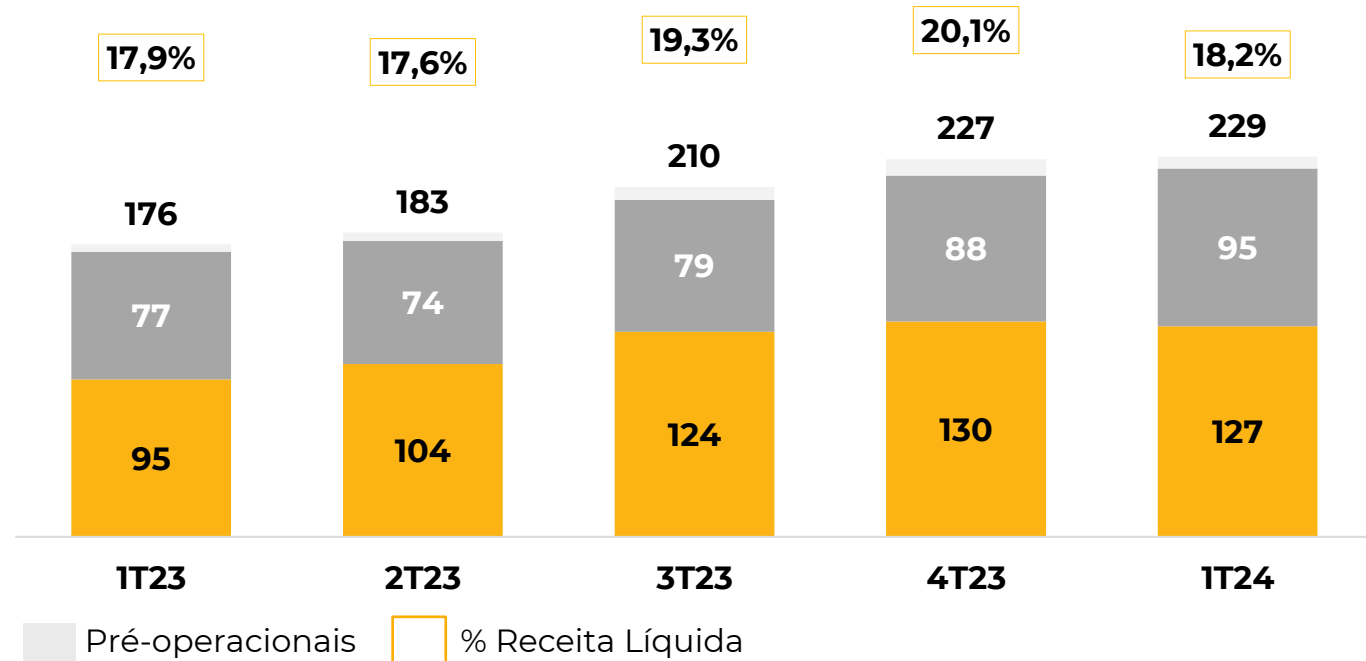
VARIAÇÃO DAS DESPESAS

(R\$M)



EVOLUÇÃO DAS DESPESAS

(R\$M)

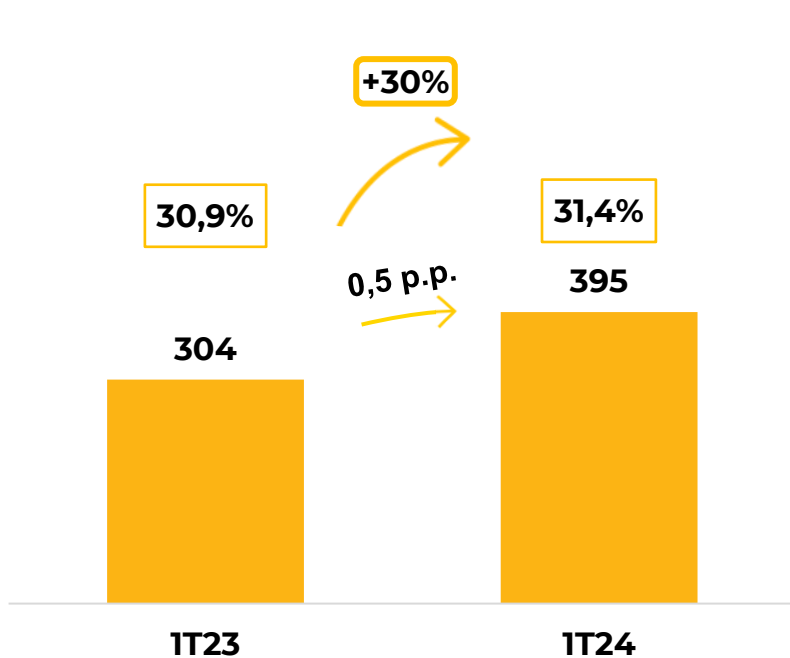


- As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram **R\$229 M** no 1T24, **+30% vs. 1T23**, resultado principalmente do crescimento de **34% das despesas gerais e administrativas**, que reflete os maiores investimentos na estrutura da Companhia para suportar a retomada do negócio ao longo de 2023, além da estruturação de novos negócios
- Frente ao 4T23, as despesas com vendas, gerais e administrativas permaneceram estáveis, o que resultou em uma diluição de **2p.p. dessas linhas como % da receita líquida no trimestre**



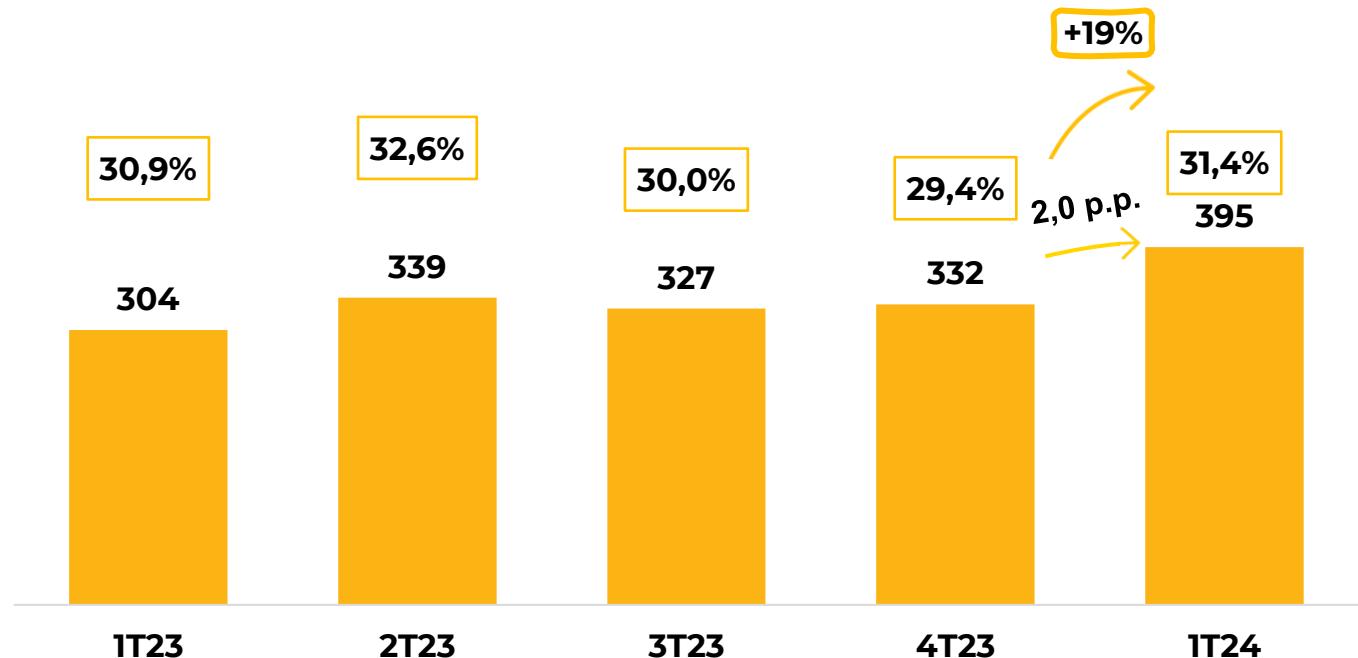
VARIAÇÃO DO EBITDA

(R\$M)



EVOLUÇÃO DO EBITDA¹

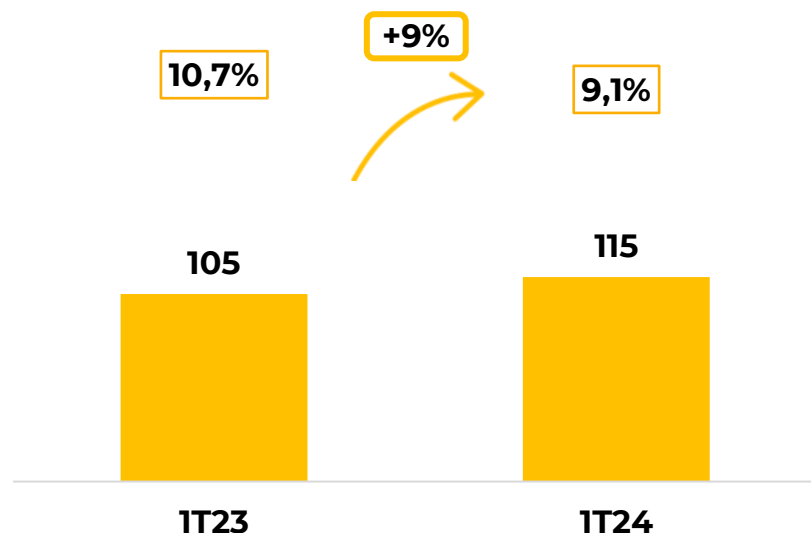
(R\$M)



- EBITDA de **R\$395 M** no 1T24, forte crescimento de **+30% vs. 1T23**, com margem de **31,4%** (+0,5p.p. vs. 1T23)
- No 1T24, o EBITDA antes dos gastos pré-operacionais totalizou **R\$410 M**, vs. R\$311 M no 1T23, crescimento de **+32%**. A margem foi de **32,6%** (+0,9p.p. vs. 1T23), em razão da contínua elevação da base de clientes no período, com consequente expansão da receita e diluição de custos e despesas
- Frente ao 4T23, o EBITDA antes dos gastos pré-operacionais apresentou crescimento de **+15%**, com expansão de 1,2p.p da margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais

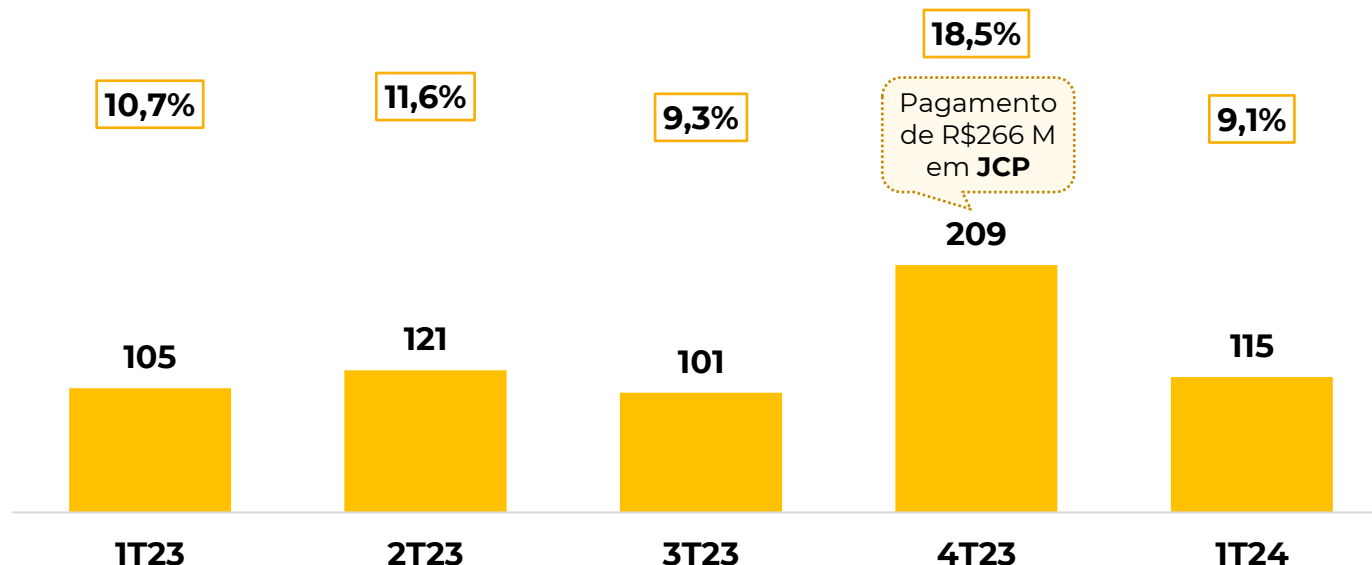
VARIAÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE¹

(R\$M)



EVOLUÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE¹

(R\$M)



Lucro Líquido Recorrente
 Margem Líquida Recorrente

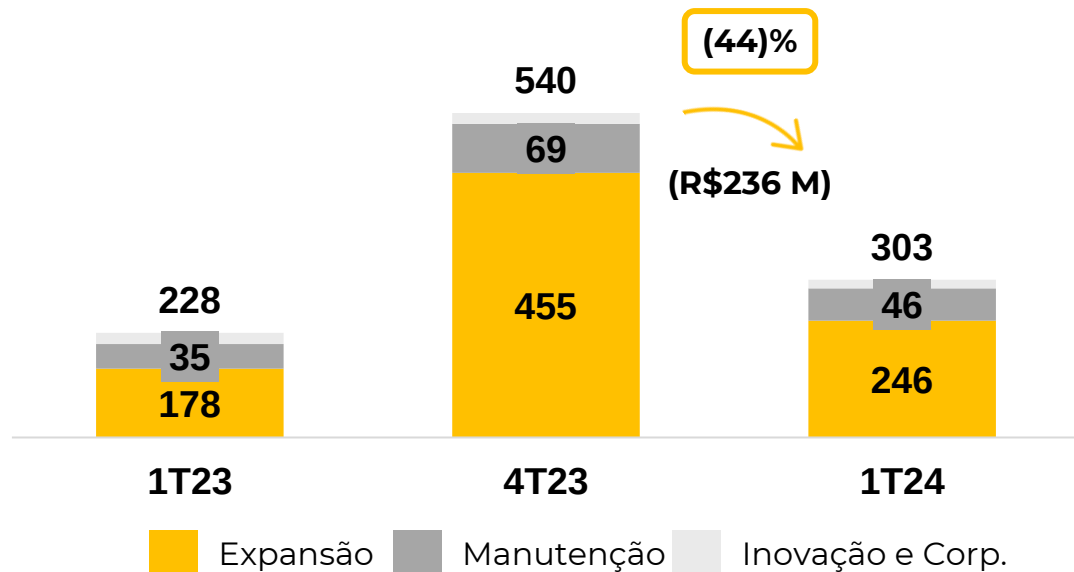
- Lucro líquido recorrente foi de **R\$115 M** no 1T24, **+9%** de crescimento vs. 1T23 e 9,1% de margem líquida
- Nos últimos 12 meses, o lucro líquido atingiu **R\$1.175,0 M**, resultando em uma margem líquida recorrente de **26,0%**, que representa uma melhora substancial quando comparado ao lucro de R\$170 milhões dos últimos 12 meses do 1T23

(1) Exclui o impacto por dois efeitos não recorrentes referentes (i) ao reconhecimento do imposto diferido no valor de R\$483 milhões no 4T23; e (ii) à reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica de R\$146 milhões nos últimos 12 meses

Sólida posição de caixa de R\$2,3 bilhões e perfil de dívida alongado

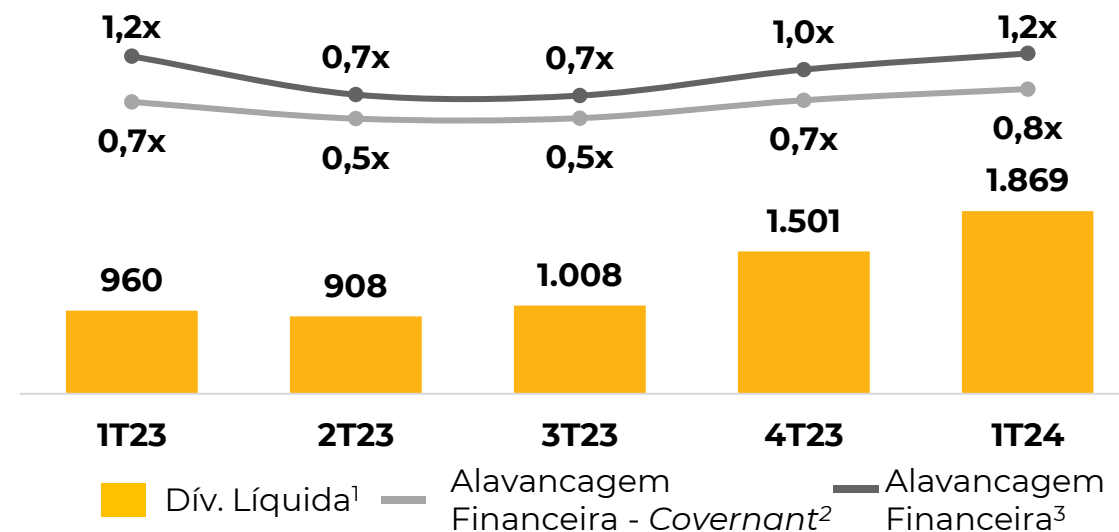
CAPEX

(R\$M)



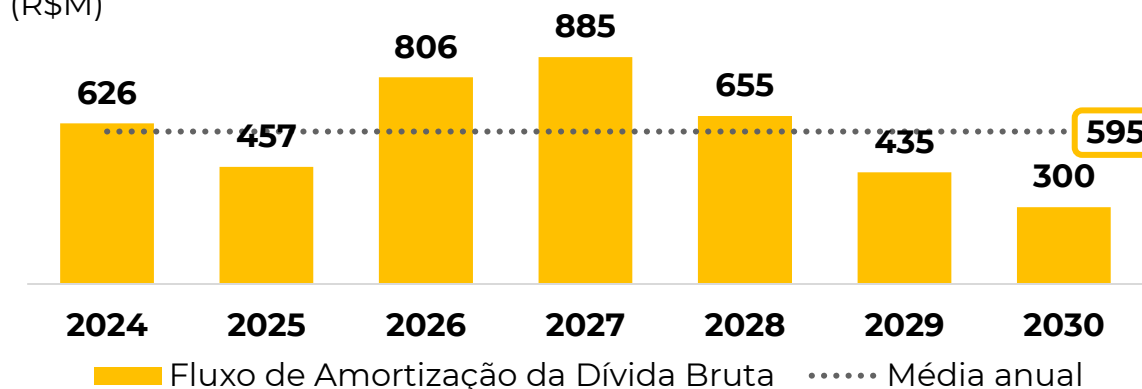
- Capex de **R\$303 M** refletindo o aumento dos investimentos na expansão do parque de academias vs. 1T23
- Capex de manutenção totalizou **R\$46 M**, +30% vs. 1T23, devido a maior utilização das academias, em linha com a estratégia de oferecer uma experiência de alto padrão
- Índice de alavancagem financeira em **1,2x** vs. 1,0x no 4T23. Em abril/24, realizado a 9ª emissão de debêntures de R\$1.320M

DÍVIDA LÍQUIDA¹ (R\$M) E ALAVANCAGEM FINANCEIRA^{2,3}



FLUXO DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA BRUTA⁴

(R\$M)



(1) "Dívida Líquida" utiliza a definição das debêntures da Companhia. Para mais detalhes, [vide escritura das debêntures](#); (2) Indicador "Alavancagem Financeira - Covenant" considera o indicador "Dívida Líquida Ajustada" dividido pelo "EBITDA LTM", utilizando a definição de dívida líquida e EBITDA das debêntures da Companhia; (3) Indicador "Alavancagem Financeira" considera o indicador "Dívida Líquida Ajustada", utilizando a definição das debêntures da Companhia, e o indicador "EBITDA LTM", desconsiderando os efeitos do IFRS16 em relação aos arrendamentos mercantis referentes a aluguel das academias e escritórios; (4) "Dívida Bruta" considera empréstimos, financiamentos e arrendamento operacional (excluindo arrendamento de imóveis) com instituições financeiras, de curto e longo prazo ao final do 1T24.

Instruções:

- Para fazer perguntas, clique no ícone **Q&A** na parte inferior da tela.
- Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas.
- Orientamos que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.



1Q24 **Earnings** Presentation



BIO RITMO



TOTAL PASS



ONE
PILATES



This presentation contains forward-looking statements related to the Company that reflect the current view and/or estimates of the Company and its Management regarding its future performance, businesses and events. Forward-looking statements include, without limiting to, any statement that contain forecasts, estimates and projections about future results, performance or objectives, also indicated by the expressions "we believe", "we anticipate", "we expect", "we estimate", "we forecast" and other similar expressions. These forward-looking statements are subject to risks, uncertainties and future events. We caution investors that diverse factors may cause actual results to differ significantly from these plans, objectives, expectations, projections and intentions expressed in this presentation. Under no circumstances, will the Company, its subsidiaries, directors, executive officers, agents or employees be liable to third parties (including investors) for any investment decision taken based on the information and statements in this presentation, or for any damage caused by such decision, related to or specifically based on such information or statements. Information about competitive position, including market forecasts throughout this presentation, and information on the market potential in which the Company operates, was obtained through internal research, market surveys, information available in public domain and business publications. This presentation and its contents are property of the Company and cannot be partially or totally reproduced or circulated without prior written consent from the Company.



HIGHLIGHTS 1Q24

smart fit

- RECORD **ADDITION OF 238 CLUBS LTM**, CLOSE TO THE GUIDANCE FOR 2024, ENDING 1Q24 WITH **1,469 UNITS** (+19% Y/Y)
- MEMBER BASE IN CLUBS EXCEEDED **4.5 MILLION** (+18% VS. 1Q23), WITH THE ADDITION OF **395 THOUSAND IN 1Q24** SECOND BEST PERFORMANCE EVER
- **NET REVENUE GROWTH OF 28% VS. 1Q23**, REACHING A RECORD OF R\$1.3 BILLION IN 1Q24 (11% VS. 4Q23)
- SOLID **CASH GROSS MARGIN OF 50.4%** IN 1Q24, WITH CASH GROSS MARGIN OF MATURE CLUBS⁽¹⁾ STABLE AT **52%** FOR THE FIFTH STRAIGHT QUARTER
- **RECORD QUARTERLY EBITDA² OF R\$395 MILLION**, STRONG GROWTH OF 30% VS. 1Q23 AND 19% VS. 4Q23, WITH EBITDA MARGIN OF **31.4%**



(1) Unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year.
(2) Excludes the effects of IFRS 16/CPC06 (R2)



SOLID SECULAR TRENDS

Changes in people's habits and behavior strengthen market opportunities

SMART FIT BRASIL SURVEY: HABITS AND BEHAVIOR CHANGES¹

"How much do you agree that..."

You are taking more care of your health

92%

You are taking more care of feeding

90%

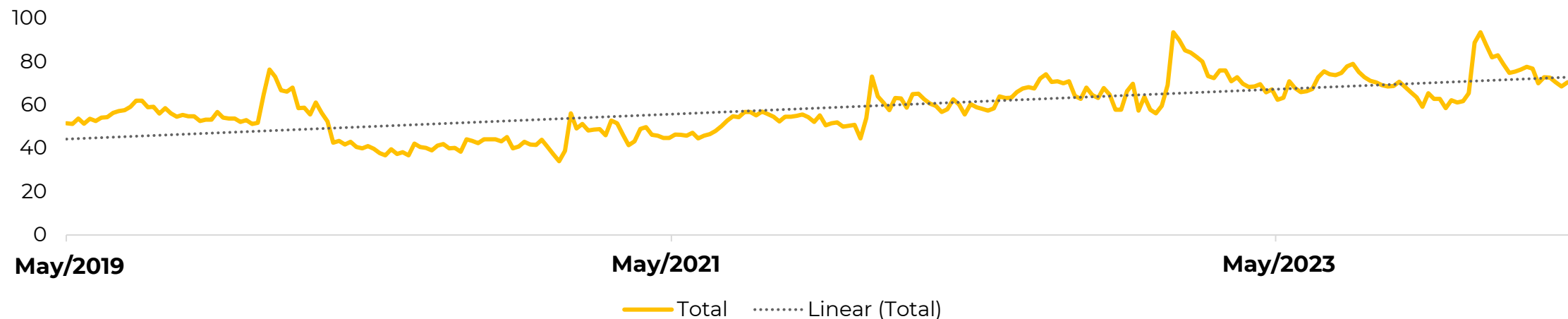
You are purchasing more health/fitness products

80%

% Totally agree and agree



Google Trends: search for Gym word²



(1) The company's marketing team carried out the research. In the period from February 2nd to 6th, 2024, 1,003 people were interviewed online who had used and/or used gyms in the last four years.
(2) Source: Google Trends. The average search relevance for the word "academia" (in Portuguese and Spanish) considers five geographies: Brazil, Mexico, Colombia, Chile, and Peru.



MARKET SOLID GROWTH POTENTIAL

Updated external study for Brazil reinforces growth opportunity

CASE STUDY: WHITE SPACE BRAZIL

Cities with Smart Fit operations

Micro areas with Smart Fit

+129
Clubs

19%

Micro areas without Smart Fit

+458
Clubs

66%

CONTEXT/GOAL

Study with external consultancy to estimate white space in Brazil, contributing to the execution of the expansion

Cities without Smart Fit operations

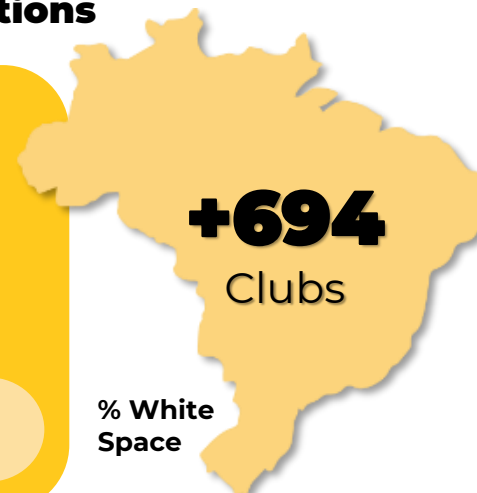
+107
Clubs

15%

% White Space

METHODOLOGY

Regression model, combining external and internal variables



LATIN AMERICA



**HIGH GROWTH
POTENTIAL**

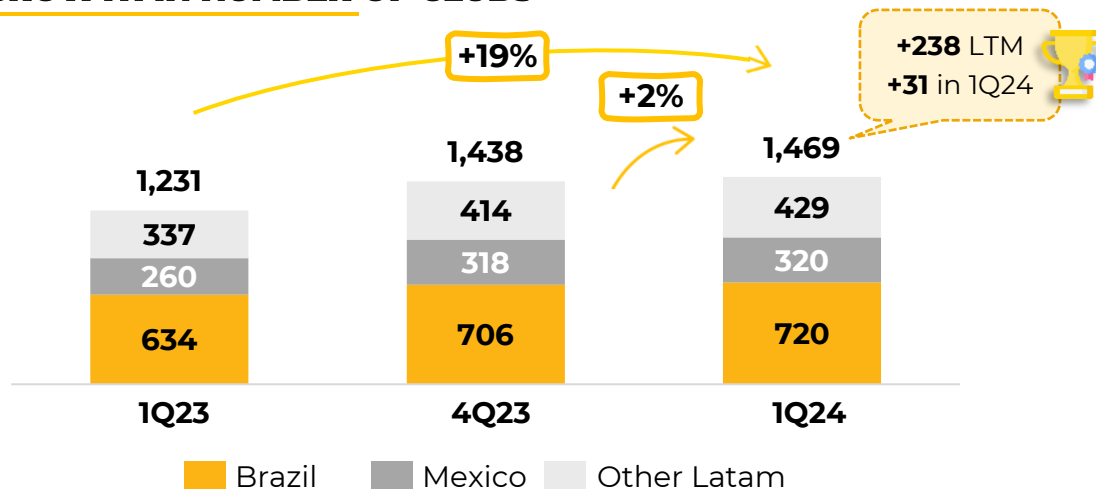
Countries with Smart Fit operations



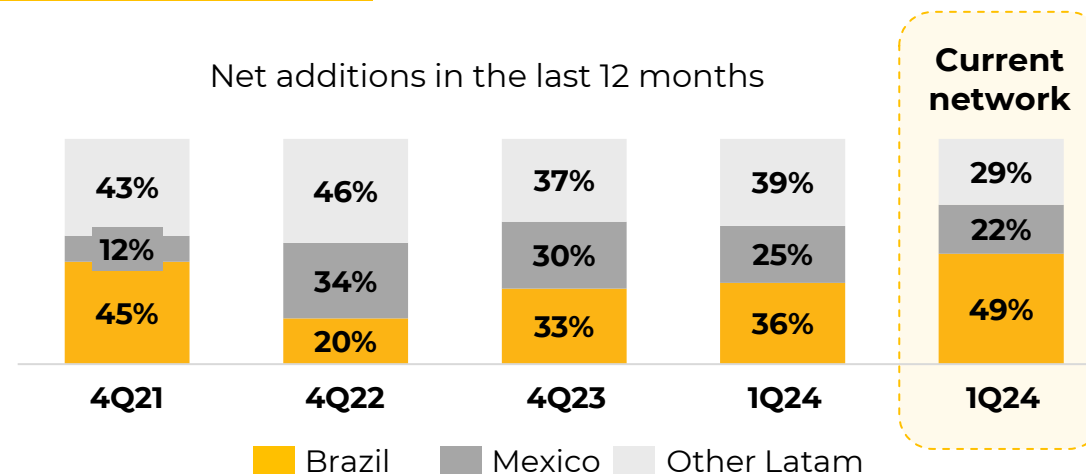
CLUB NETWORK EXPANSION

Record addition of 238 clubs in the last 12 months, reaching 1,469 units in 1Q24

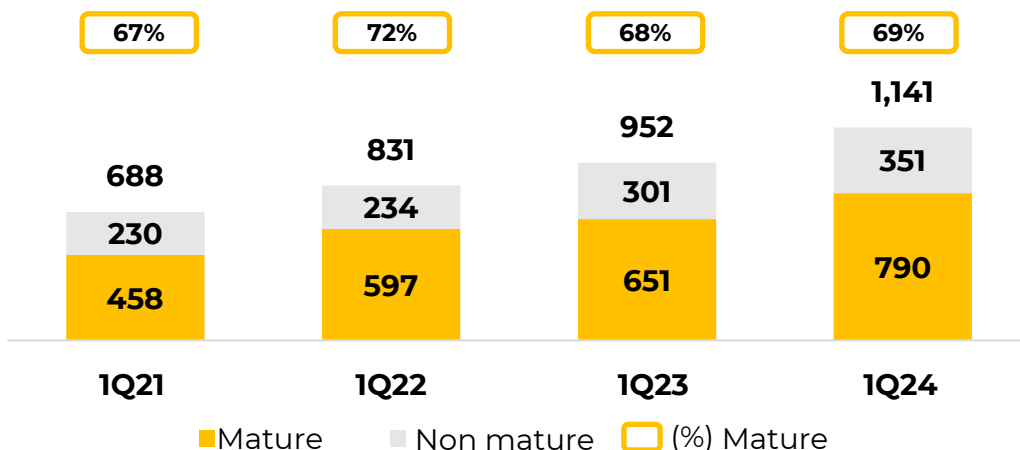
GROWTH IN NUMBER OF CLUBS¹



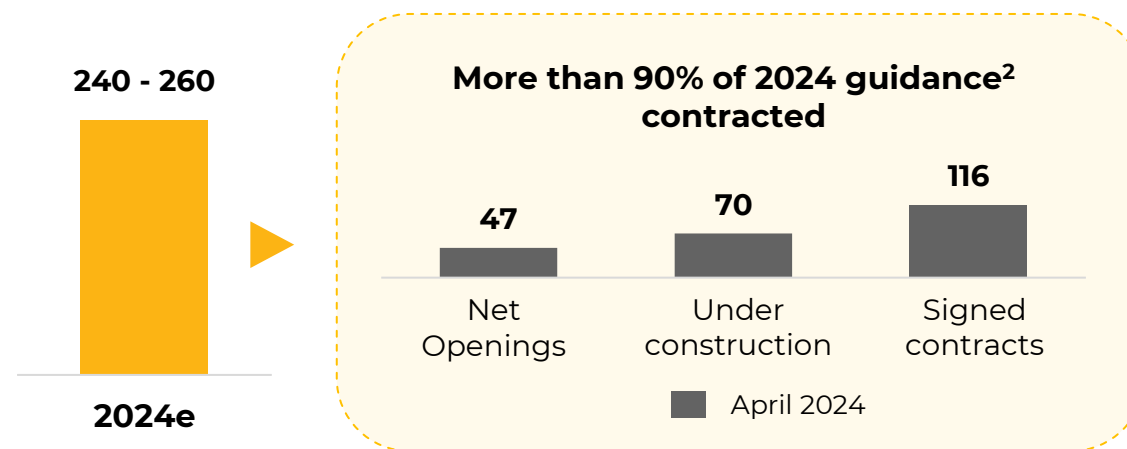
BREAKDOWN OF CLUB NETWORK BY REGION



EVOLUTION OF OWN CLUB NETWORK BY AGING



2024 PIPELINE



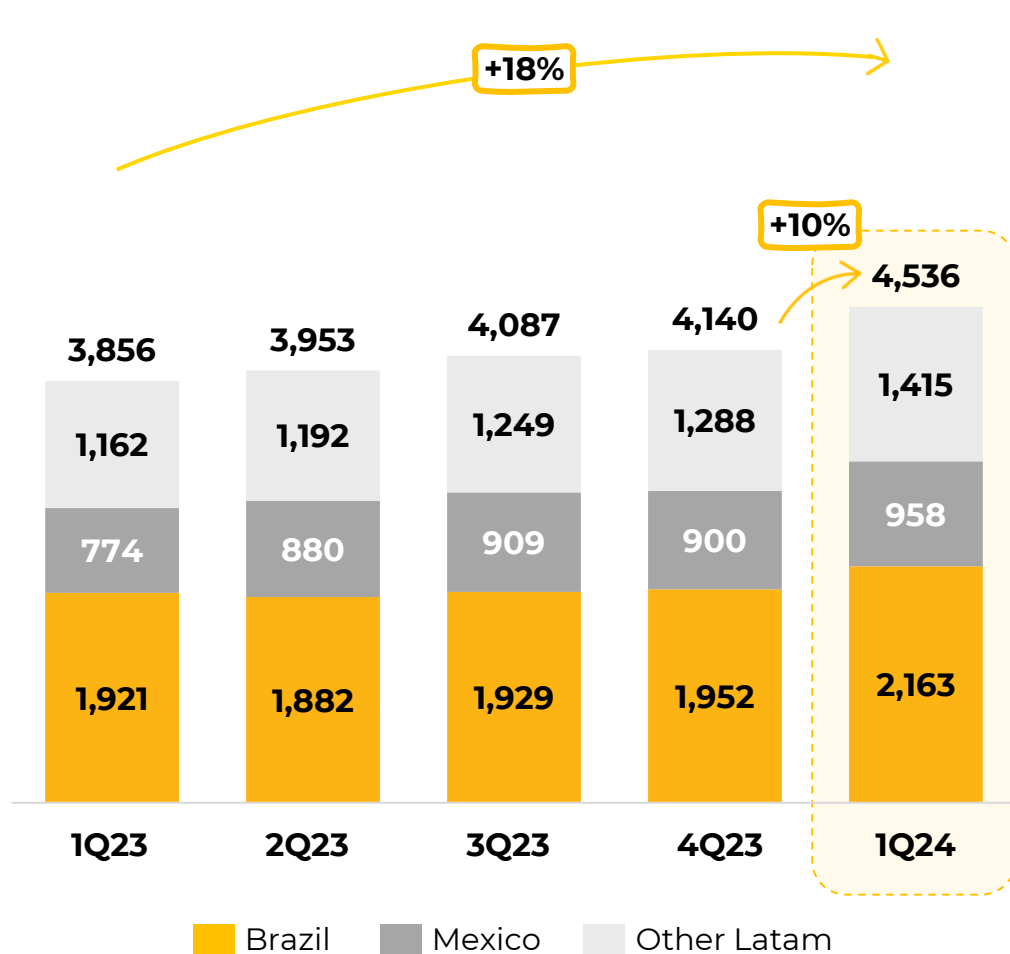


CONTINUOUS GROWTH IN NUMBER OF MEMBERS AND REVENUE smart fit

In 1Q24, the member base in clubs came to 4.5 million (+18% vs. 1Q23), with the addition of 395 thousand members in the quarter

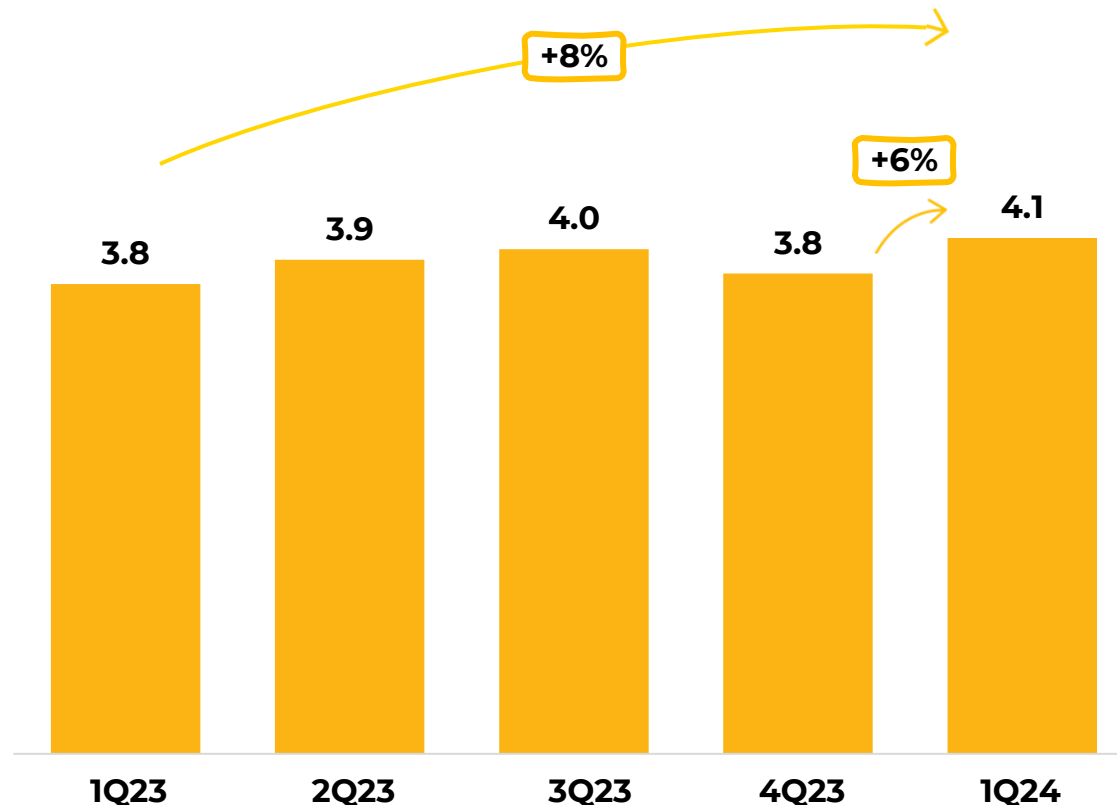
MEMBER BASE IN CLUBS

(#'000 end of period)



AVERAGE NET REVENUE PER SMART FIT OWN CLUB (ANNUALIZED)

(R\$ MILLION)



In 1Q24, annualized average revenue per own club grew 8% vs. 1Q23 due to the **increase in average number of members and the increase in average ticket**



ROBUST REVENUE MANAGEMENT AGENDA



Optimization of plan portfolio and pricing, sustaining business model competitiveness with solid returns



PLAN PORTFOLIO

Portfolio of plans that presents a **range of pricing with unique and differentiated** attributes by product

BRAND EQUITY

CLUB NETWORK

PREMIUM EXPERIENCE



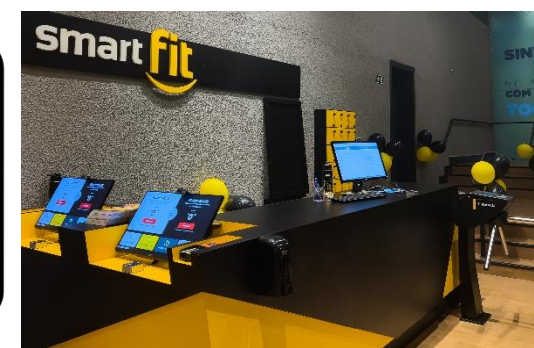
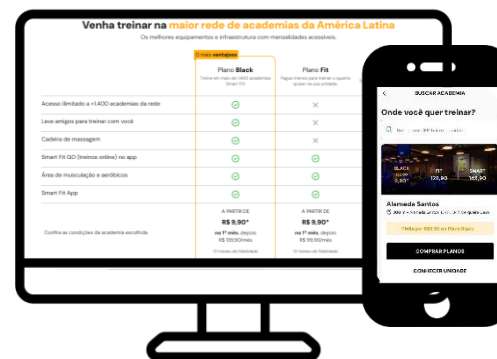
PRICING INTELLIGENCE

Data-driven process that reinforces market potential with efficiency gains

COMPETITIVENESS

PRODUCTIVITY

HIGHER CONVERSION

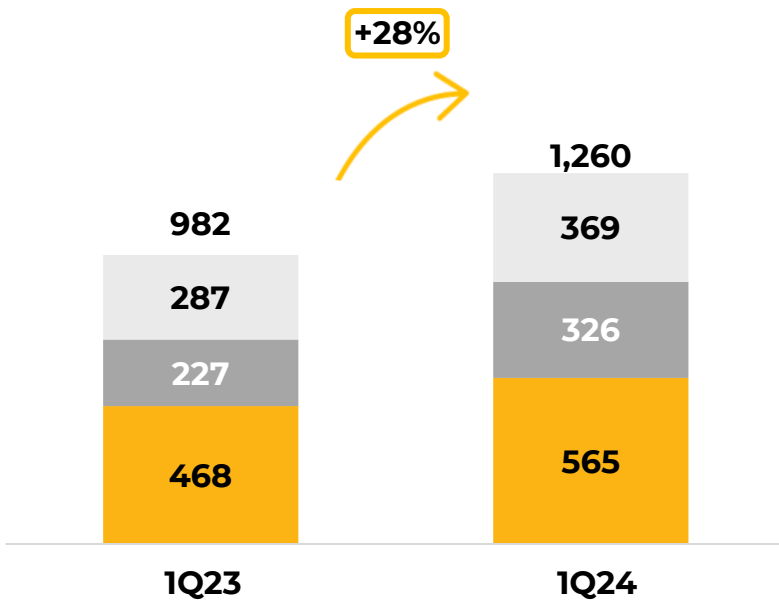


Pricing increases carried out over the last few years in different regions in line with other initiatives carried out in the period to sustainably optimize revenue per gym



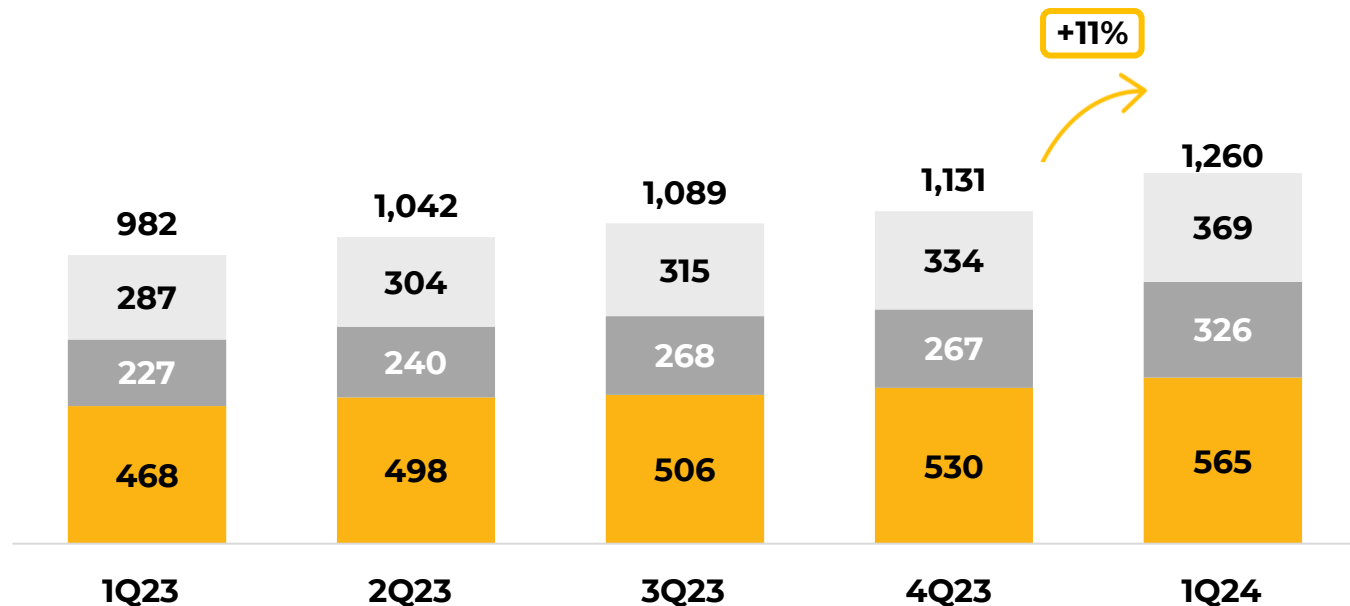
VARIATION IN NET REVENUE

(R\$M) | (#'000 end of period)



EVOLUTION OF NET REVENUE

(R\$ MILLION)



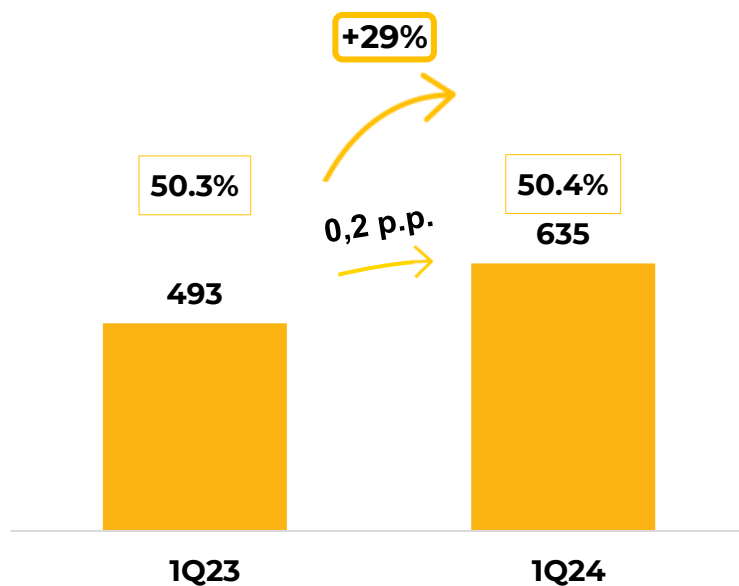
■ Brazil ■ Mexico ■ Other Latam

- Net Revenue of **R\$1,260 million** in 1Q24, **+28% vs. 1Q23**, mainly due to the 20% increase in the average member base in Smart Fit's own clubs and the 8% increase in average ticket in the period
- This increase in the average ticket is due to the transfer of prices in recent years in different regions and several initiatives rolled out in the period to optimize revenues per club in a sustainable manner
- In the last 12 months, net revenue totaled **R\$4.5 billion**



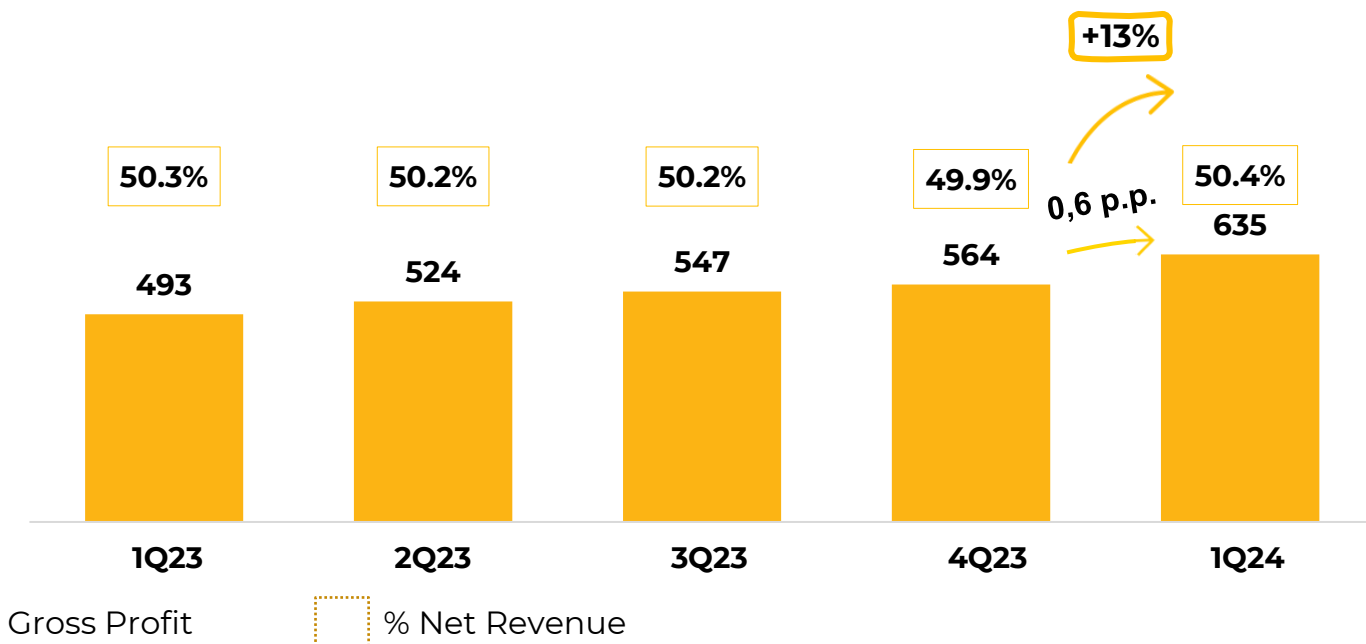
VARIATION IN CASH GROSS PROFIT

(R\$ MILLION)



EVOLUTION OF CASH GROSS PROFIT

(R\$ MILLION)



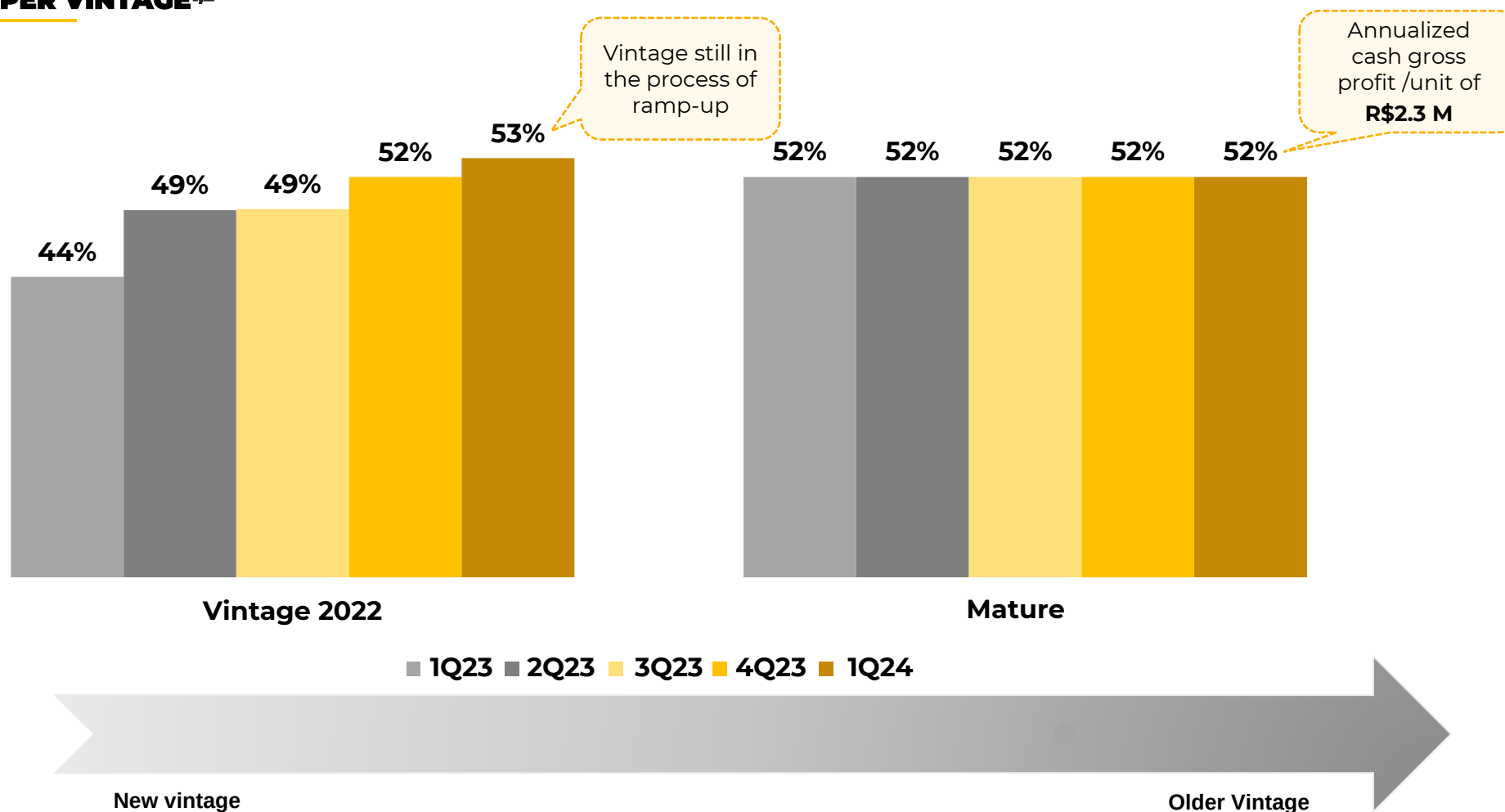
- Cash gross profit totaled **R\$635 million** in 1Q24, **+29% vs. 1Q23**, with cash gross margin of **50.4%**, up 0.2 p.p. vs. 1Q23, due to solid net revenue growth and efficient cost management, despite the record expansion pace
- In the last 12 months, cash gross profit totaled **R\$2.3 billion**, resulting in a cash gross margin of 50.2%
- Compared to 4Q23, cash gross profit increased **R\$71.3 million**, up 13%, and gross margin increased 0.6 p.p.
- Cash gross margin before pre-operating costs was **51.1%** stable vs. the previous quarter and **+0,5p.p. vs. 1Q23**



GROSS MARGIN OF MATURE CLUBS STABLE AT 52%

Combination between solid performance of mature¹ clubs² and maturation of units inaugurated in the last years in line with historical data

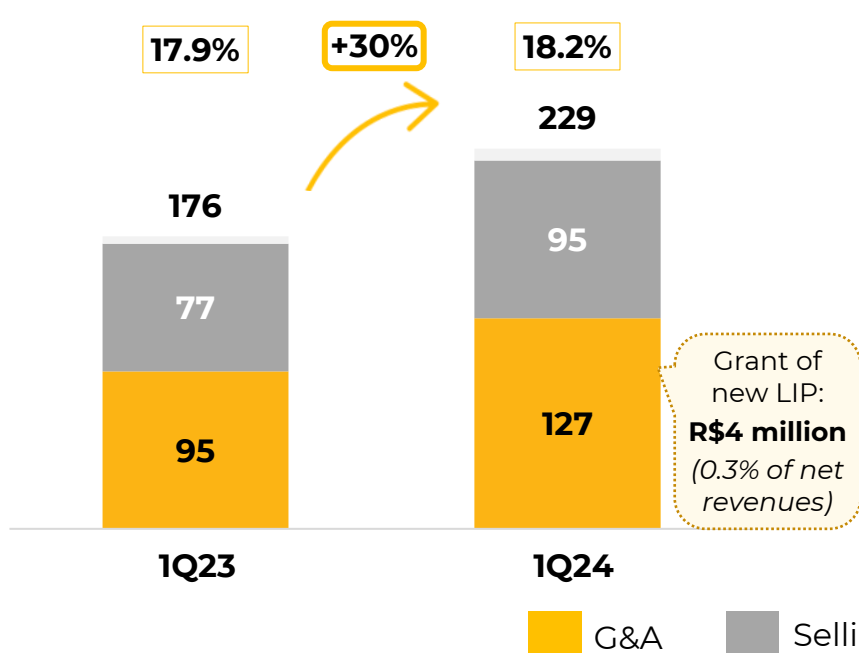
GROSS MARGIN PER VINTAGE^{1,2}



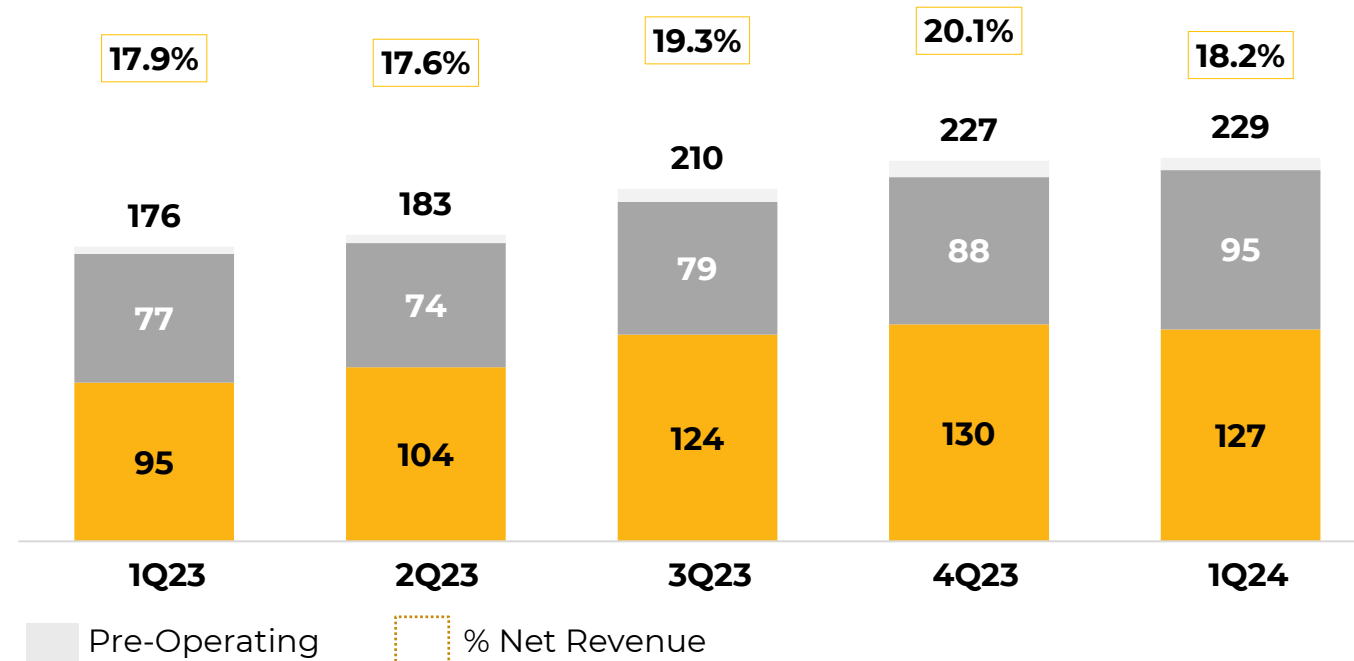
(1) Unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year.
(2) Includes only Smart Fit own clubs.

**VARIATION IN EXPENSES**

(R\$ MILLION)

**EVOLUTION OF EXPENSES**

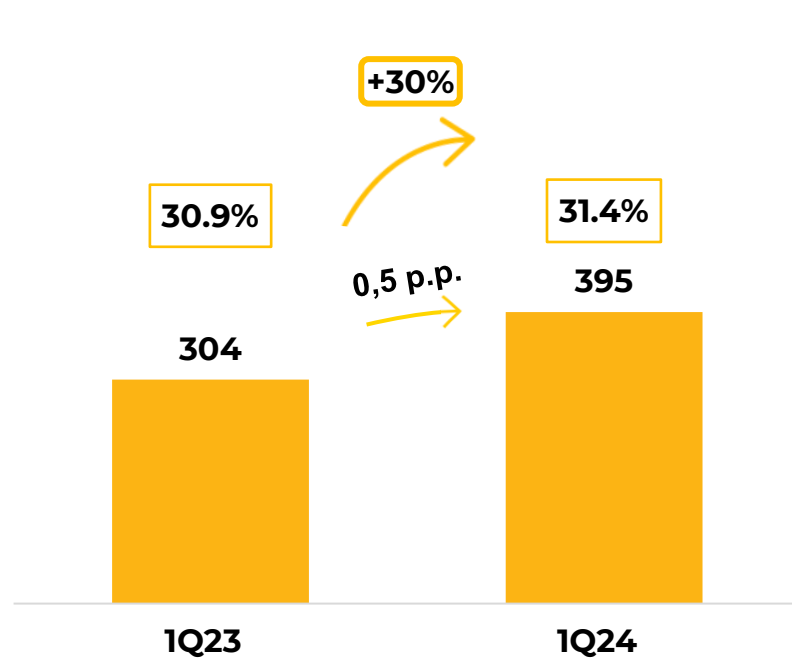
(R\$ MILLION)



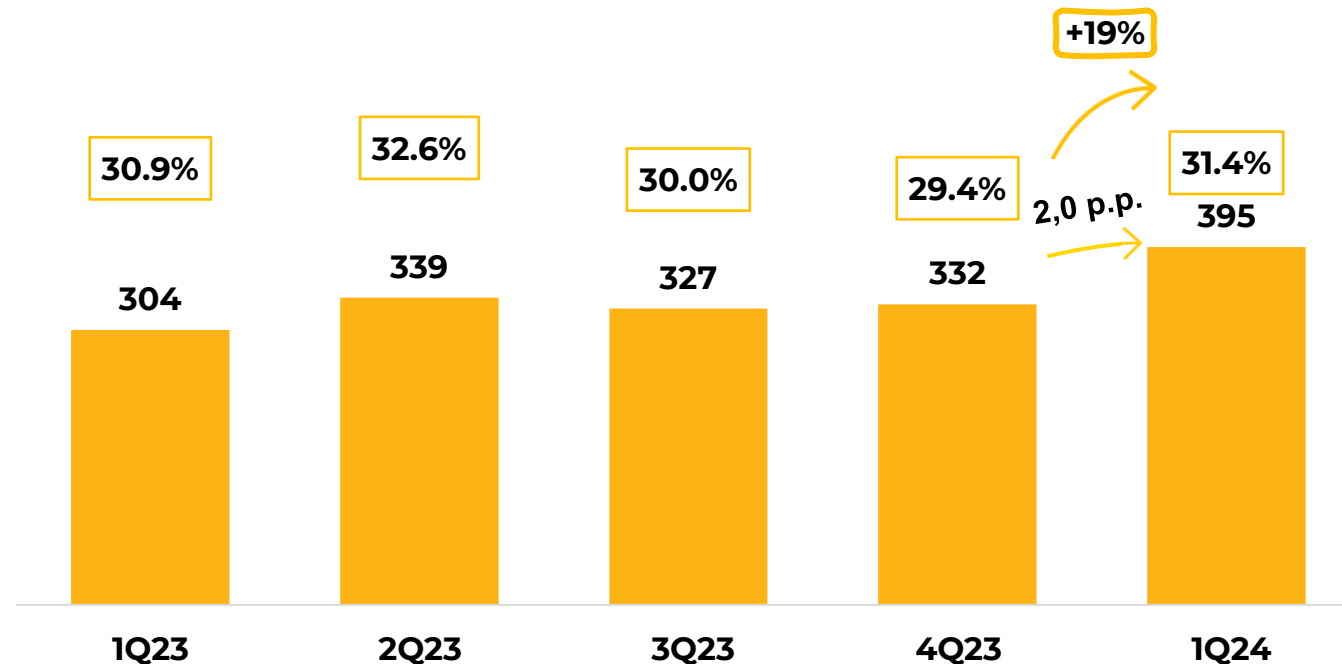
- Selling, general and administrative expenses totaled **R\$229 million** in 1Q24, **+30% vs. 1Q23**, mainly reflecting the increase of **34% in general and administrative expenses**, which reflects higher investments in Company's structure to support the resumption of business during 2023, as well as the structuring of new businesses
- Compared to 4Q23, selling, general and administrative expenses remained stable, which led to a **dilution of 2 p.p. of these lines as a percentage of net revenue in the quarter**

**VARIATION IN EBITDA**

(R\$ MILLION)

**EVOLUTION OF EBITDA¹**

(R\$ MILLION)



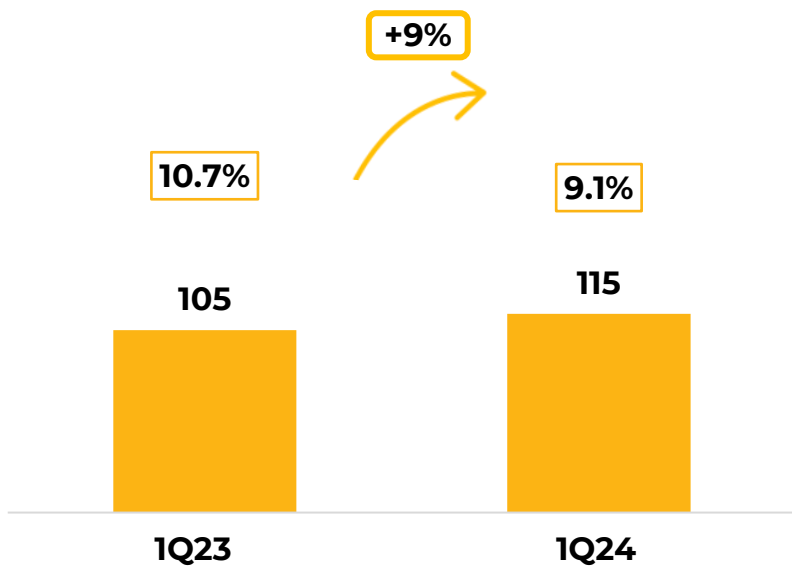
- EBITDA of **R\$395 million** in 1Q24, strong growth of **+30% vs. 1Q23**, with margin of **31.4%** (+0.5 p.p. vs. 1Q23)
- In 1Q24, EBITDA before pre-operating expenses totaled **R\$410 million**, vs. R\$311 million in 1Q23, up **+32%**. Margin was **32.6%** (+0.9 p.p. vs. 1Q23), due to the continued expansion of member base in the period and the consequent revenue growth and dilution of costs and expenses
- Compared to 4Q23, EBITDA before pre-operating expenses in 1Q24 grew **15%**, resulting in an increase of 1.2p.p. in margin

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



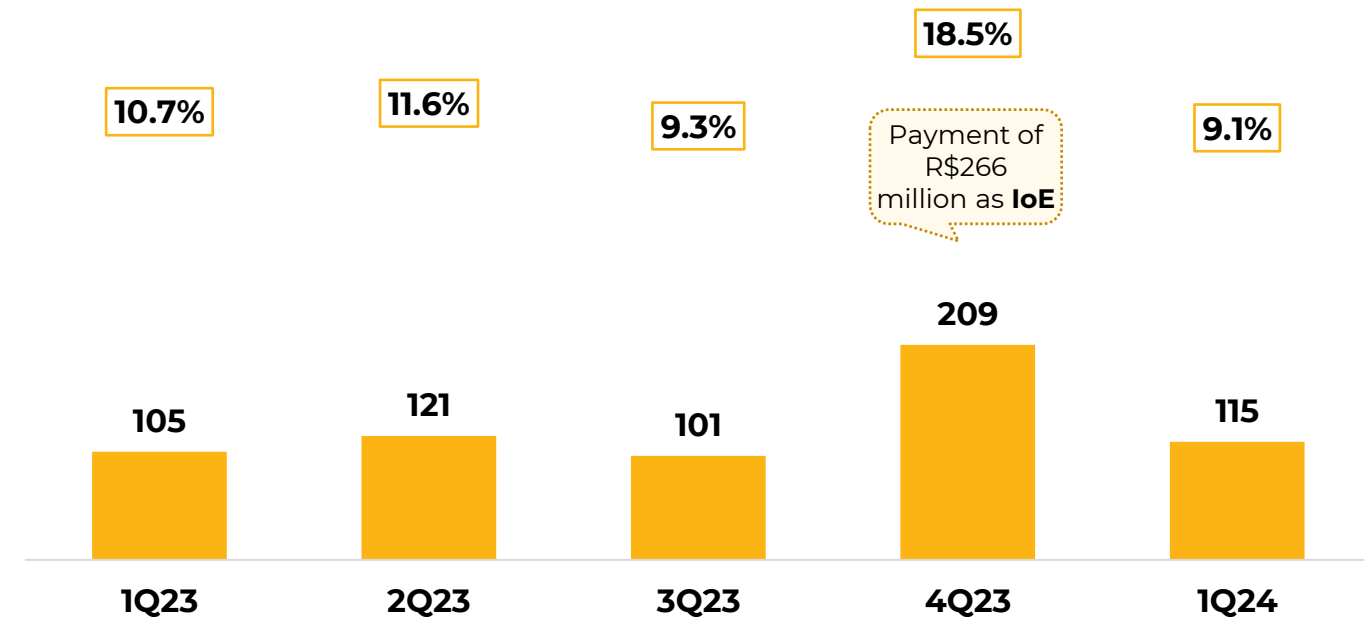
VARIATION IN RECURRING NET INCOME¹

(R\$ MILLION)



EVOLUTION OF RECURRING NET INCOME¹

(R\$ MILLION)



■ Recurring Net Income □ Recurring Net Margin

- In the quarter, the recurring net income reached **R\$ 114.8** million, up **9%** vs. 1Q23, with 9.1% of net margin
- Company's net income reached **R\$ 1,175.0** million in the last twelve months, with a net margin of **26.0%**, representing a substantial improvement compared to the profit of R\$ 170 million of 1Q23 LTM

(1) Excludes the impact due to two non-recurring effects related to (i) the recognition of deferred tax in the amount of R\$483 million in 4Q23; and (ii) the revaluation of the participation in the Panama and Costa Rica operations of R\$146 million in the last 12 months

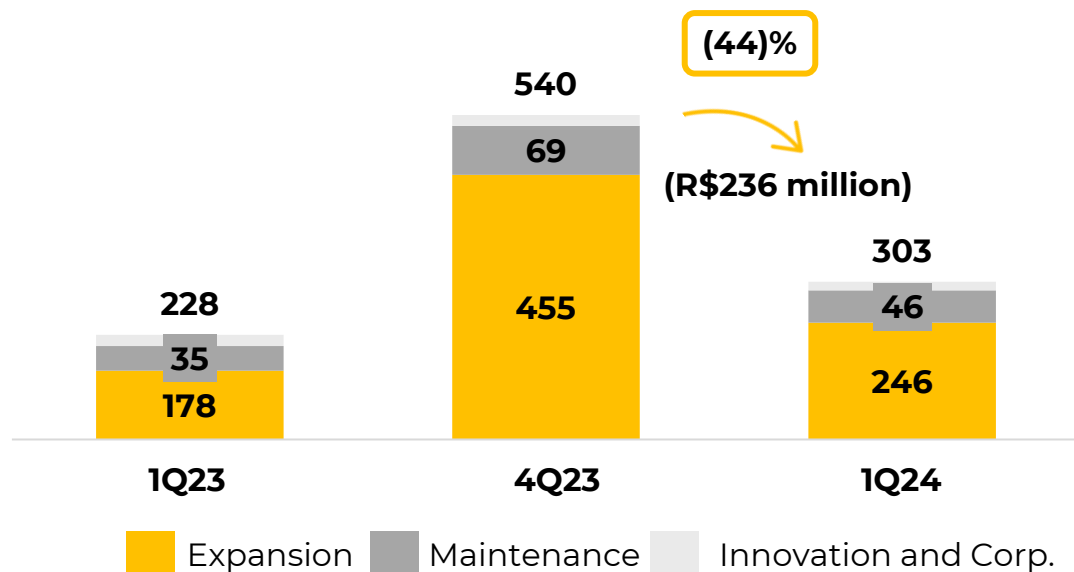


FINANCIAL LIQUIDITY AND CAPEX

Solid cash position of R\$2.3 billion and lengthy debt profile

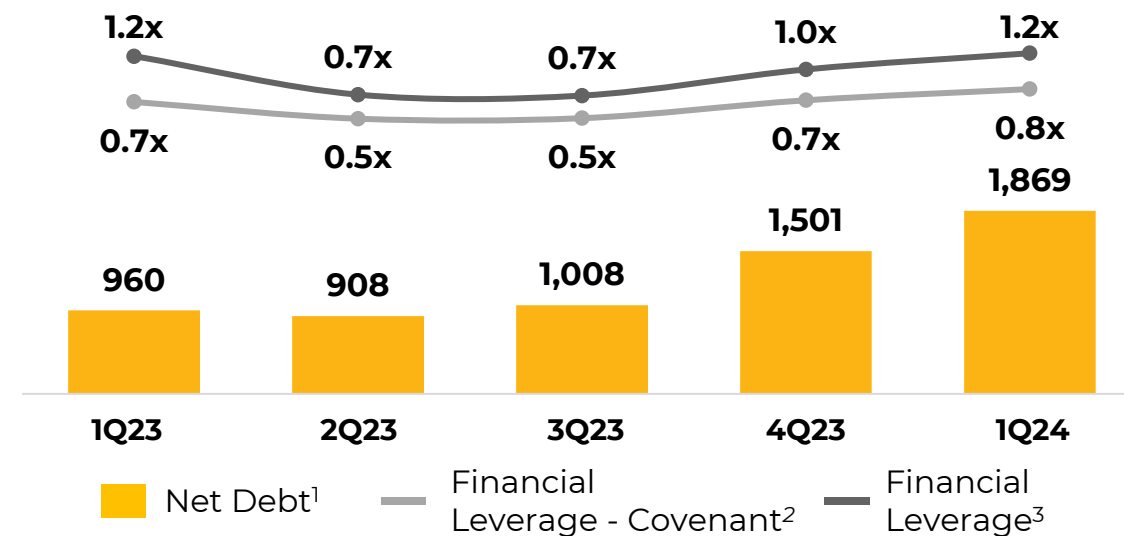
CAPEX

(R\$ MILLION)



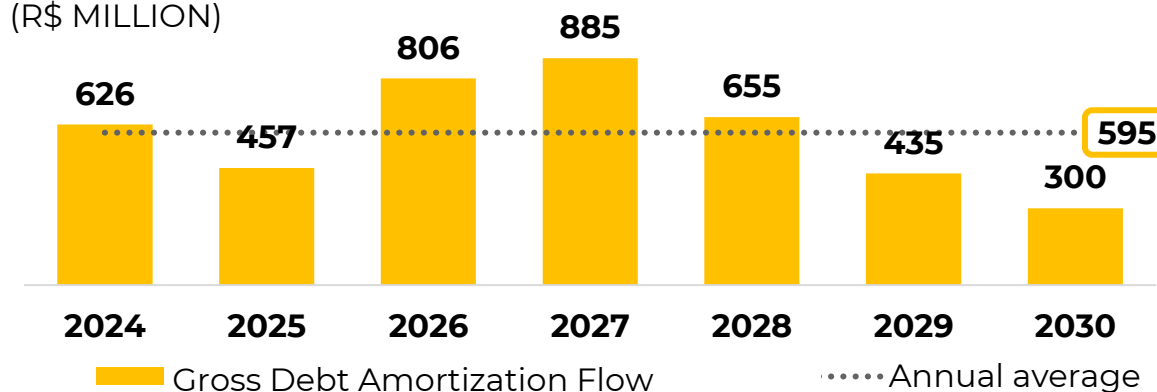
- Capex of **R\$303 million** reflecting the increase in investments to expand the club network vs. 1Q23
- Maintenance capex totaled **R\$46 million**, +30% vs. 1Q23, due to higher utilization of clubs, in line with the strategy of offering a high standard experience
- Financial leverage was **1.2 times** vs. 1.0 times in 4Q23. On April/24, the 9th issuance of debentures of R\$1,320M was carried out

NET DEBT¹ (R\$M) AND FINANCIAL LEVERAGE^{2,3}



GROSS DEBT PAYMENT FLOW⁴

(R\$ MILLION)



(1) "Net Debt" uses the definition of the Company's debentures. For more details, see the indenture; (2) The indicator "Financial Leverage - Covenant" considers the indicator "Adjusted Net Debt" divided by "EBITDA LTM," using the definition of net debt and EBITDA of the Company's debentures; (3) The indicator "Financial Leverage" considers the indicator "Adjusted Net Debt," using the definition of Company's debentures, and the indicator "EBITDA LTM," excluding the effects from IFRS16 regarding commercial leases related to the rents of clubs and offices; (4) "Gross debt" considers short- and long-term loans, financing and operating leases (excluding property leases) with financial institutions in the 1T24.

Instructions:

- To ask questions, click on the **Q&A** icon at the bottom of the screen.
- A request will appear on the screen to activate your microphone. Activate your microphone to ask questions.
- Please ask your questions all at once.

