

# RESULTADOS **4T22**



## **WEBINAR DE RESULTADOS**

17 de março de 2023

11am (Brasília) / 10am (Nova York)

Teleconferência em português  
com tradução simultânea para inglês  
[Clique aqui](#)

## **RELAÇÕES COM INVESTIDORES**

Thiago Borges - CFO e DRI

José Luís Rizzardo - RI

Thaís Lima - RI

Ana Luiza Zardo - RI

contato: [ri@smartfit.com.br](mailto:ri@smartfit.com.br)

## DIVULGAÇÃO DE RESULTADO 4T22

**São Paulo, 16 de março de 2023** – A Smart Fit (SMFT3), líder no setor fitness na América Latina em número de clientes<sup>1</sup> anuncia os resultados do 4T22. 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 (R02) sobre o resultado são detalhados a partir da página 18.

### DESTAQUES DO PERÍODO

- 1.223 academias em operação, com aceleração no ritmo de abertura de novas unidades no trimestre**

*O 4T22 foi marcado pela abertura de 66 academias, segundo melhor trimestre em número de inaugurações, adicionando 158 unidades ao longo do ano.*
- Adição de 884 mil novos alunos em academias e recuperação de 14p.p. na base de clientes das unidades Smart Fit existentes pré-pandemia, ao longo de 2022**

*Nos dois primeiros meses de 2023 a base de clientes em academias continuou sua trajetória de expansão com adição de 361 mil novos alunos. Nas academias Smart Fit existentes pré-pandemia a base de clientes expandiu 7p.p. nesse mesmo período, atingindo 96% do baseline em fevereiro.*
- Receita líquida de R\$853 M, +11% vs. 3T22, com todas as regiões acima dos níveis históricos de receita nas academias Smart Fit abertas até 2019**

*No 4T22, a receita líquida nas academias Smart Fit inauguradas até 2019 atingiu 110% do patamar pré-pandemia, com incremento nas 3 regiões de atuação.*
- A margem bruta caixa atingiu 48% nas academias Smart Fit inauguradas até 2019, próxima aos níveis históricos**

*Expansão de 2,3p.p. vs. 3T22 na margem bruta caixa<sup>2</sup> da companhia, atingindo 45%, com incremento em todas as regiões e destaque para o Brasil, com crescimento de 4,4p.p. vs. 3T22.*
- Margem EBITDA de 27% com contínua melhora da rentabilidade**

*EBITDA de R\$ 230M, crescimento de 32% vs. 3T22. Recuperação de receita aliada à forte gestão de gastos, proporcionaram alavancagem operacional com expansão de 4,2p.p. na margem EBITDA vs. 3T22 e geração de caixa operacional de R\$ 599M em 2022.*
- Lucro líquido de R\$ 75 milhões, incremento de R\$ 45 milhões vs. 3T22**

*Contínua melhora da rentabilidade contribuiu para o segundo trimestre consecutivo de lucro líquido.*

Destaque do 4T22	4T22	4T21	4T22 vs. 4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs. 2021
Academias	1.223	1.065	15%	1.157	6%	1.223	1.065	15%
Clientes totais (000) <sup>a</sup>	3.800	3.007	26%	3.728	2%	3.800	3.007	26%
Receita Líquida (R\$ M)	853	546	56%	766	11%	2.930	1.707	72%
EBITDA <sup>b</sup> (R\$ M)	230	36	539%	174	32%	591	47	1.152%
Margem EBITDA	26,9%	6,6%	20,3 p.p.	22,7%	4,2 p.p.	20,2%	2,8%	17,4 p.p.
Geração de Caixa Operacional <sup>c</sup> (R\$ M)	158	51	208%	169	(6%)	599	115	423%

(a) Inclui clientes de academias, Studios e canal digital; (b) Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2). Vide seção “Composição do EBITDA”. (c) Vide seção “Geração de caixa operacional”. (1) De acordo com os dados da International Health, Racquet & Sportsclub Association, divulgados em 2020, com data-base de 2019 (“IHRSA”). (2) 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.

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2022 terminou de maneira bastante promissora para a Smart Fit. Depois de um início desafiador, com muitas incertezas pela frente, alcançamos realizações importantes. Adicionamos 884 mil clientes de academias à base durante o ano. Quando comparado com as unidades existentes no período pré-pandemia, o crescimento no número de alunos foi de 14p.p. ao longo de 2022. Levando-se em conta as mesmas academias existentes no fim de 2019, a receita líquida atingiu 110% dos níveis pré-pandemia, ultrapassando o baseline em todas as regiões. O início de 2023 reforçou essa percepção positiva e, já em janeiro, registramos o recorde histórico da empresa de vendas por unidades no Brasil com crescimento de 6p.p. da base. Encerramos fevereiro com a base de clientes chegando a 96% do patamar atingido em março de 2020.

O desempenho na região Outros América Latina também foi bastante positivo. O impacto da pandemia para a atividade econômica nessas geografias foi consideravelmente menor do que no Brasil, o que permitiu que já no 2º trimestre de 2022, retornássemos aos patamares históricos de rentabilidade, reforçando nossa confiança na recuperação das demais regiões. Passada a fase mais aguda da pandemia, com direito a um repique no início de 2022 com a chegada da variante Ômicron e de uma onda de influenza, encerramos o ano com 3,8 milhões de clientes, o maior patamar histórico. Neste ano já superamos 4 milhões de alunos. O marco reforça nossa posição como líder absoluto no mercado de academias da América Latina e como maior rede do setor no mundo se excluídas as academias dos Estados Unidos<sup>1</sup>.

A retomada do crescimento do setor, em geral, e da Smart Fit, em particular, foi influenciada também pelo aumento da percepção, em boa parte da população, de que exercícios físicos são fundamentais para uma vida saudável no pós-pandemia. De acordo com o levantamento “Ano Novo, Vida Nova”<sup>2</sup>, os temas “Cuidar da Saúde” e “Fazer Atividade Física/Emagrecer” voltaram a aparecer entre as três maiores prioridades para 2023 entre os entrevistados. Um outro estudo<sup>3</sup> publicado em 2022 constatou que a geração “Millennials” prioriza mais o exercício físico e a saúde do que as gerações anteriores e com uma tendência de priorizar ainda mais esses aspectos no futuro, o que confirma a percepção de aumento da relevância atribuída ao hábito de se exercitar e cuidar mais da saúde.

Ao mesmo tempo em que buscávamos nos adaptar às mudanças impostas pela pandemia, reforçamos nosso foco em eficiência no decorrer do ano passado, aliado sempre à melhoria da experiência do cliente. O forte trabalho de gestão de custos, em conjunto com a excelência no atendimento ao cliente, foi essencial para a contínua e gradual recuperação da receita, bem como para a retomada dos patamares de lucratividade observados no período pré-pandemia. Essa retomada ocorreu em 2022 na região Outros América Latina e seguimos confiantes na recuperação das demais regiões.

Em 2022, adicionamos 158 academias à base existente no fim de 2021, encerrando o período com 1.223 unidades em 14 países, sendo 967 próprias e 256 franquias, atingindo o *guidance* de academias próprias. A Companhia expandiu sua presença para 43 novos municípios, estando presente em 332 cidades da América Latina. A evolução na busca por pontos comerciais excelentes e a estratégia adequada de expansão estão refletidos no *ramp-up* das unidades inauguradas recentemente, que atingiram patamares de receita por unidade acima da média histórica, com expectativa de retornos em linha com os valores observados no passado. A pandemia teve forte impacto no mercado imobiliário da América Latina, fazendo surgir boas oportunidades, aliando localização e custos de aluguel. A Companhia tem utilizado seu extenso *know-how* de aberturas e os longos e sólidos relacionamentos no setor para se beneficiar da menor busca por imóveis de operadores de outros segmentos e do menor nível de concorrência. Aproveitando a conjuntura imobiliária favorável, a competitividade de nosso modelo de negócios e o forte balanço da companhia, pretendemos acelerar nosso ritmo de expansão em 2023, oferecendo acesso ao fitness de alto padrão para mais pessoas.

Alinhado com o objetivo da busca constante pela excelência na prestação do nosso serviço, outra importante realização do ano é o contínuo aperfeiçoamento da jornada digital do cliente, com foco em quatro pilares: 1) eficiência da operação; 2) melhora da experiência do treino; 3) engajamento dos clientes; e 4) vendas. Em 2022 reformulamos o canal de comunicação “espaço do cliente” e o aplicativo, transformando o app no principal meio de interação com o aluno, com mais de 1,5 milhão de usuários únicos acessando nossa plataforma mensalmente. Além disso, alinhado com o pilar de maior eficiência operacional, a funcionalidade de prescrição de treinos no aplicativo foi aperfeiçoada, permitindo que os alunos tenham acesso a um maior acervo de exercícios e ganhem maior assertividade na busca dos seus objetivos, o que auxilia no autosserviço e contribui para uma melhor experiência do cliente. O totem de autoatendimento também foi reformulado e as transações da recepção agora podem ser efetuadas nesse canal. Lançado no início de 2023, a funcionalidade de vendas de planos pelo aplicativo, de forma nativa, já respondeu por 2% de todas as vendas de planos no Brasil em fevereiro. Continuaremos a investir na digitalização para melhorar a experiência do cliente trazendo também maior eficiência operacional.

Na BioRitmo, marca de academias *high-end* do grupo no Brasil, com 26 unidades, as academias já ultrapassaram o número de alunos por unidade do período pré-pandemia e encerraram o ano no patamar de rentabilidade similar aos níveis históricos. Ao longo do ano, o portfólio de aulas foi otimizado, adequando as modalidades oferecidas às demandas dos clientes. Também investimos no *re-branding* da marca, que resultou no maior nível NPS da marca Bio Ritmo nos últimos anos e na redução do nível de *churn* em relação ao patamar histórico.

No segmento de *studios*, negócio lançado pela Companhia em 2017, atingimos 13 unidades ao final do período, operando atualmente quatro conceitos via unidades próprias e franquias: 1) *Vidya* com aulas de yoga; 2) *Race Bootcamp*, aula intervalada de esteira e exercícios funcionais; 3) *Jab House*, boxe alternado com exercícios funcionais; e 4) *Tonus Gym* focado em musculação com peso livre e exercícios funcionais. Em 2023, abrimos a primeira unidade em formato de franquia fora do Brasil, localizada em Portugal e já estão assinados mais de 20 contratos de franquias para a expansão dos *studios*.

Somos uma empresa formada por mais de 12,8 mil colaboradores que servem mais de 4,0 milhões de clientes em 14 países, desempenhando o importante papel de democratizar o fitness de alto padrão nas sociedades que atuamos. Em 2022, avançamos significativamente no pilar de gestão de pessoas, com melhoria na atração e retenção de talentos, incluindo investimento em ações de desenvolvimento profissional, clima e cultura organizacional. Criamos o nosso primeiro programa de estágios profissionais, gerando oportunidades de carreira para pessoas que ingressaram nas áreas de Tecnologia ou Educação Física, atuando nas academias da Companhia. Além disso, intensificamos a agenda de treinamentos e desenvolvimento profissional por meio da nossa universidade corporativa na qual mais de 48 mil treinamentos foram concluídos pelos nossos colaboradores.

Nossa contribuição, entretanto, vai além dos serviços fitness prestados. Em 2022, foram realizadas aproximadamente 200 campanhas de arrecadação de diversos itens para apoio ao desenvolvimento social das comunidades locais. A Companhia também reaproveitou, por meio de parcerias com organizações do terceiro setor, mais de 3,5 toneladas de resíduos têxteis (equivalentes a mais de 11 mil peças de uniforme) na confecção de cobertores que foram doados para institutos focados em ajudar pessoas em situação de vulnerabilidade social. No período, também continuamos a investir na acessibilidade de todas as nossas academias e intensificamos os esforços para aumentar a eficiência energética e participação de energias renováveis em nossa matriz energética. Foi implementada a automatização do sistema de ar-condicionado em 75 unidades que possuíam os maiores índices de consumo de energia. Essa iniciativa reduziu o consumo em 1,4 milhão de KWh nessas unidades no período e, nos próximos anos, mais academias terão o sistema de refrigeração automatizado. Também continuamos a ampliar a participação de energias renováveis em

nossa matriz energética via geração distribuída. Ao final de 2022, 59 unidades no Brasil operavam com geração distribuída e a companhia firmou acordos com empresas do setor de energia para que outras 105 unidades usem esse tipo de geração nos próximos meses. Todas essas iniciativas visam a redução das emissões de gases e um custo menor com energia elétrica.

Seguimos conquistando relevantes prêmios nas diferentes geografias em que atuamos, refletindo o empenho da nossa equipe em atender com excelência e a força de nossa marca. Em 2022, a Smart Fit foi reconhecida como a academia mais amada pelos consumidores na premiação *“Os Mais Amados de São Paulo”* da Veja. Repetindo o feito de anos anteriores, também conquistamos o prêmio *“Top of Mind”* em diversas cidades onde atuamos, além de um importante reconhecimento do Reclame Aqui, da premiação *“As melhores empresas para o consumidor”*, e do Procon, recebendo o selo de empresa verificada. No México, ganhamos o prêmio como a marca de academias mais confiável de acordo com *“The Reader’s Digest”* e o prêmio de melhor academia de acordo com a *“Bien Premios”*. Todos esses prêmios evidenciam o trabalho de excelência que buscamos realizar e a força da nossa marca, sendo um dos diferenciais competitivos da companhia e colocam a Smart Fit como sinônimo de categoria nas regiões que atuamos.

Gostaríamos de agradecer imensamente aos nossos colaboradores, que com sua dedicação e trabalho nos ajudam diariamente a democratizar o fitness de alto padrão. Um agradecimento especial também aos nossos clientes, ao apoio dos fornecedores e à confiança dos acionistas e debenturistas, mesmo nos momentos de maior incerteza. Estamos muito satisfeitos com os resultados obtidos ao longo de 2022 e bastante entusiasmados com as perspectivas para 2023.

- 1- 2020 IHRS Global Report.
- 2- Pesquisa Google realizada entre os dias 14 e 17 de setembro de 2022, com mil entrevistados com mais de 18 anos.
- 3- Pesquisa McKinsey *“Still feeling good: The US wellness market continues to boom”*, setembro de 2022.

## PERFORMANCE OPERACIONAL

### REDE DE ACADEMIAS

A companhia encerrou o período com 1.223 unidades, com presença em 14 países, sendo sua rede de academias composta por 967 unidades próprias (79% do total) e 256 franquias. O quarto trimestre de 2022 foi marcado pela aceleração no ritmo de abertura de academias no qual foram adicionadas 66 unidades à rede, o maior crescimento desde o início da pandemia e o segundo maior da história. No trimestre, foram adicionadas 59 academias próprias, equivalente a 89% do total das adições de unidades no período. Das adições de unidades da marca Smart Fit, foram 31 na região Outros América Latina, 22 no México e 14 no Brasil.

No acumulado do ano foram abertas 158 academias, representando um crescimento de 15% em relação ao final de 2021, devido principalmente à abertura de academias próprias. A expansão da Companhia em 2022, aliada à crescente demanda por serviços fitness fortaleceu o seu posicionamento competitivo bem como sua posição de liderança no setor na América Latina.

As adições de novas unidades à rede foram impactadas pelo encerramento de 12 unidades, sendo 4 unidades corporativas da BioRitmo encerradas devido ao modelo híbrido de trabalho e 8 unidades Smart Fit fechadas para otimizar o portfólio da companhia. Além desses encerramentos, foram feitas 6 realocações de academias para pontos comerciais próximos com aproveitamento de parte relevante do investimento feito nessas academias e transferência dos alunos para as novas unidades, atingindo um número superior de clientes versus o patamar anterior. Por último, 5 unidades localizadas em uma rede de supermercados foram encerradas após a venda dos mercados para uma rede atacadista.

No ano de 2022 a Companhia aumentou sua capilaridade chegando a 43 novas cidades, totalizando sua presença em 332 cidades. Das 163 inaugurações da marca Smart Fit durante o ano, 73 foram na região Outros América Latina, 53 no México e 32 no Brasil. A região Outros América Latina concentrou a maior parte das inaugurações de novas unidades, com destaque para Colômbia, devido principalmente à recuperação mais acelerada dos impactos negativos da pandemia e retomada dos patamares históricos de rentabilidade na região. No México, foram adicionadas 53 unidades, crescimento de 28% vs. 2021, com mais de 70% das unidades fora do Distrito Federal e do Estado do México. No Brasil, foram adicionadas 35 unidades da marca Smart Fit em 2022, com destaque para a região Sudeste, concentrando a maioria das novas unidades, seguida pela região Nordeste.

## Evolução da Rede de Academias

Unidades	Final de Período					Crescimento 4T22 vs.		Variação 4T22 vs.	
	4T21	1T22	2T22	3T22	4T22	3T22	4T21	3T22	4T21
<b>Total</b>	<b>1.077</b>	<b>1.102</b>	<b>1.134</b>	<b>1.169</b>	<b>1.236</b>	<b>67</b>	<b>159</b>	<b>6%</b>	<b>15%</b>
<b>Academias</b>	<b>1.065</b>	<b>1.090</b>	<b>1.121</b>	<b>1.157</b>	<b>1.223</b>	<b>66</b>	<b>158</b>	<b>6%</b>	<b>15%</b>
<b>Por Tipo</b>									
Próprias	834	857	879	908	967	59	133	6%	16%
Franquias	231	233	242	249	256	7	25	3%	11%
<b>Por Marca</b>									
Smart Fit	1.033	1.059	1.093	1.129	1.196	67	163	6%	16%
Próprias	807	831	856	885	945	60	138	7%	17%
Brasil	408	415	416	419	429	10	21	2%	5%
México	192	199	209	223	245	22	53	10%	28%
Outros Am. Latina <sup>a</sup>	207	217	231	243	271	28	64	12%	31%
Franquias	226	228	237	244	251	7	25	3%	11%
Brasil	165	169	172	175	179	4	14	2%	8%
México	9	6	8	9	9	0	0	0%	0%
Outros Am. Latina <sup>a</sup>	52	53	57	60	63	3	11	5%	21%
Bio Ritmo e O2	32	31	28	28	27	(1)	(5)	(4%)	(16%)
Próprias	27	26	23	23	22	(1)	(5)	(4%)	(19%)
Franquias	5	5	5	5	5	0	0	0%	0%
<b>Por região</b>									
Brasil	602	614	615	621	634	13	32	2%	5%
México	201	205	217	232	254	22	53	9%	26%
Outros Am. Latina <sup>a</sup>	262	271	289	304	335	31	73	10%	28%
<b>Studios<sup>b</sup></b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>

(a) A região "Outros América Latina" inclui as operações próprias da Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Paraguai, Peru e Panamá e as franquias de El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana e Honduras; (b) Studios incluem unidades próprias e franquias.

## BASE DE CLIENTES

No 4T22, a base de clientes continuou a trajetória de expansão, atingindo 3,8 milhões, 2% acima do 3T22 e crescimento de 26% versus mesmo período do ano anterior. A combinação dos assertivos esforços na captação de clientes e da expansão orgânica, com maturação das novas unidades, têm contribuído com o aumento na base de clientes, que apresentou performance superior à sazonalidade histórica do período, com crescimento em todas as regiões.

Em academias, a base de clientes cresceu 80 mil no 4T22, atingindo 3,5 milhões de alunos, 34% superior ao mesmo período do ano anterior e com aumento dos alunos por academia versus o 3T22. Ao longo do ano, foram adicionados 884 mil clientes em academias e, desde maio de 2021, momento em que a base de alunos atingiu o menor nível desde o início da pandemia, foram adicionados 1,6 milhão de membros às academias.

Devido à sazonalidade, o quarto trimestre é tipicamente marcado por retração da base de clientes nas unidades abertas há mais de um ano. No quarto trimestre de 2017 a 2019, período pré-pandemia, a base de clientes nessas academias retraiu em média 1,2%, se comparada à base do terceiro trimestre. Se consideradas apenas as academias Smart Fit existentes pré-pandemia, a base de clientes encerrou o 4T22 com 89% do patamar de março de 2020, redução de 0,8p.p. versus o trimestre anterior, desempenho superior ao período histórico.

Em janeiro/23, mês sazonalmente mais forte do ano, a base de clientes das academias Smart Fit existentes pré-pandemia apresentou crescimento de 6p.p., sendo o principal mês de crescimento desde o início da recuperação da base e o maior mês de vendas da história da Smart Fit. Em fevereiro a base apresentou contínuo crescimento, expandindo 1p.p., atingindo 96% do patamar de março de 2020.

### Evolução da Base de Clientes

Clientes Totais ('000)	Final de Período					Crescimento 4T22 vs.		Variação 4T22 vs.	
	4T21	1T22	2T22	3T22	4T22	3T22	4T21	3T22	4T21
<b>Total</b>	<b>3.007</b>	<b>3.279</b>	<b>3.438</b>	<b>3.728</b>	<b>3.800</b>	<b>72</b>	<b>793</b>	<b>2%</b>	<b>26%</b>
<b>Em Academias</b>	<b>2.573</b>	<b>2.879</b>	<b>3.069</b>	<b>3.377</b>	<b>3.457</b>	<b>80</b>	<b>884</b>	<b>2%</b>	<b>34%</b>
<b>Por Tipo</b>									
Próprias	1.989	2.258	2.404	2.642	2.705	63	717	2%	36%
Franquias	584	621	664	735	752	16	167	2%	29%
<b>Por Marca</b>									
<b>Smart Fit</b>	<b>2.529</b>	<b>2.834</b>	<b>3.024</b>	<b>3.329</b>	<b>3.407</b>	<b>78</b>	<b>877</b>	<b>2%</b>	<b>35%</b>
Próprias	1.951	2.220	2.367	2.601	2.663	62	712	2%	36%
Brasil	956	1.025	1.039	1.140	1.165	25	209	2%	22%
México	422	548	606	652	655	2	232	0,4%	55%
Outros Am. Latina <sup>a</sup>	572	647	722	809	843	34	271	4%	47%
Franquias	578	614	657	728	744	16	166	2%	29%
Bio Ritmo e O2	<b>44</b>	<b>45</b>	<b>44</b>	<b>48</b>	<b>50</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>4%</b>	<b>15%</b>
<b>Por região</b>									
Brasil	1.407	1.500	1.526	1.682	1.720	38	313	2%	22%
México	449	566	630	679	681	2	231	0%	52%
Outros Am. Latina <sup>a</sup>	717	812	913	1.017	1.057	40	339	4%	47%
<b>Em Studios</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>18%</b>	<b>(1%)</b>
<b>Em Digital<sup>b</sup></b>	<b>430</b>	<b>397</b>	<b>365</b>	<b>348</b>	<b>339</b>	<b>(8)</b>	<b>(91)</b>	<b>(2%)</b>	<b>(21%)</b>

(a) A região "Outros América Latina" inclui as academias próprias na Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Paraguai, Peru, Panamá. Para franquias, inclui El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana e Honduras; (b) Os clientes de academias que também são assinantes de planos digitais Smart Nutri e Smart Coach são considerados somente clientes das academias ou Studios.

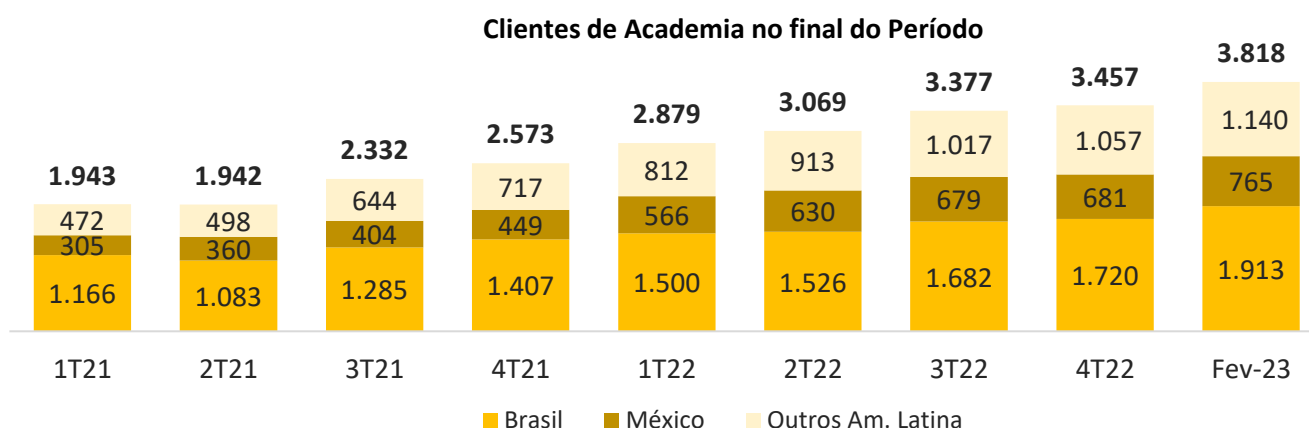


No 4T22, a base de clientes no Brasil atingiu 1,7 milhão, uma adição de 38 mil clientes no trimestre, crescimento de 2% versus o 3T22 e 4% acima da base de clientes de março de 2020. A expansão da base de clientes resultou em um aumento no número médio de alunos por academia no 4T22, versus o 3T22. Se consideradas apenas as academias Smart Fit inauguradas pré-pandemia, em dezembro de 2022, o país atingiu 82% da base de clientes de março de 2020, crescimento de 1p.p. vs. o trimestre anterior. Janeiro de 2023 foi o maior mês de vendas da história da Companhia no Brasil e o recorde de vendas por unidade, sendo adicionados mais de 160 mil alunos à base de clientes. Em fevereiro, as unidades inauguradas pré-pandemia atingiram 90% da base de clientes de março de 2020, apresentando um forte incremento de 8p.p versus dezembro de 2022.

O México ultrapassou 680 mil clientes no 4T22, 23% acima da base de março de 2020. Dada a sazonalidade histórica negativa da região no trimestre, foram adicionados 2 mil clientes no trimestre. Se consideradas apenas as academias Smart Fit inauguradas pré-pandemia, no 4T22 o país atingiu 87% da base de clientes de março de 2020, 4p.p. menor versus 3T22, mas melhor do que a sazonalidade histórica do trimestre. Em fevereiro de 2023, a base de clientes nessas mesmas unidades expandiu 6p.p. vs. dezembro de 2022, atingindo a marca de 92% da base de clientes de março de 2020.

Na região Outros América Latina, a base de clientes atingiu 1,1 milhão no 4T22, expansão de 4% sobre o 3T22, com adição de 40 mil clientes de academias no trimestre. Se consideradas apenas as academias Smart Fit inauguradas pré-pandemia, no 4T22, a região atingiu 109% da base de clientes de março de 2020, queda de 1p.p. versus 3T22, performance melhor do que a registrada historicamente neste trimestre, com destaque para o Peru e Chile, que apresentaram crescimento na base de clientes no período. Até fevereiro de 2023, a base de clientes nessas mesmas unidades voltou a crescer, chegando a 113% da base de março de 2020.

A completa recuperação da região Outros América Latina é explicada pelo menor impacto, nas operações, do COVID-19 (ex. academias na Colômbia estão abertas desde setembro de 2020), pelo menor nível de restrições impostas nas academias desta região e pela menor preocupação com a pandemia no principal país da região, se comparado com o Brasil e México.



A oferta de serviços digitais tem sido ampliada e aperfeiçoada desde 2020. Atualmente são oferecidos videoaula *on-demand*, serviço de acompanhamento nutricional e *personal trainer* on-line. Ao final de dezembro de 2022, os clientes exclusivamente digitais somavam 339 mil. Os produtos e serviços digitais são complementares à experiência de treino nas academias e têm como objetivo ampliar o relacionamento e, desta forma, a fidelização de nossos clientes.

O Queima Diária, líder em fitness *on-demand* na América Latina, é uma plataforma digital que oferece acesso a um variado sortimento de programas de exercícios físicos. Ao final do 4T22, este serviço possuía 331 mil clientes, 167% acima do patamar de dez/19. O volume de ativos no 4T22 ficou em linha com o 3T22 devido a estabilização do nível de vendas e renovações quando comparado com a demanda do ano de 2021 que foi

impactada positivamente pelos fechamentos e restrições de circulação relacionados ao Covid-19. Majoritariamente a base de clientes está localizada no Brasil, com 3% dos usuários nos demais países da América Latina.

O Smart Fit Nutri, serviço de acompanhamento nutricional oferecido por aplicativo e por tele consultas com nutricionistas, atingiu 98 mil assinantes ativos ao final do 4T22, crescimento de 27% comparado ao trimestre anterior. A expansão do número de clientes se deve às iniciativas que vem sendo adotadas para proporcionar uma melhor experiência e maior engajamento, como por exemplo a instalação de balanças de bioimpedâncias em mais academias. Atualmente o serviço está disponível em 3 países: Brasil, México e Equador.

## DESEMPENHO FINANCEIRO

Principais indicadores financeiros <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T22	4T21	4T22 vs. 4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs. 2021
Receita Bruta	917,1	586,0	56%	823,6	11%	3.151,8	1.841,1	71%
<b>Receita Líquida</b>	<b>853,1</b>	<b>546,4</b>	<b>56%</b>	<b>766,3</b>	<b>11%</b>	<b>2.930,4</b>	<b>1.706,9</b>	<b>72%</b>
Custo caixa dos serviços <sup>b</sup>	(467,9)	(361,6)	29%	(437,9)	7%	(1.707,4)	(1.190,4)	43%
<b>Lucro bruto Caixa<sup>b</sup></b>	<b>385,2</b>	<b>184,8</b>	<b>108%</b>	<b>328,4</b>	<b>17%</b>	<b>1.223,1</b>	<b>516,4</b>	<b>137%</b>
<i>Margem bruta caixa</i>	<i>45,2%</i>	<i>33,8%</i>	<i>11,3 p.p.</i>	<i>42,8%</i>	<i>2,3 p.p.</i>	<i>41,7%</i>	<i>30,3%</i>	<i>11,5 p.p.</i>
Custos pré-operacionais	(6,2)	(7,9)	(22%)	(7,2)	(14%)	(26,3)	(14,8)	78%
Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais <sup>b</sup>	391,3	192,7	103%	335,5	17%	1.249,4	531,2	135%
<i>Margem bruta antes dos custos pré-operacionais</i>	<i>45,9%</i>	<i>35,3%</i>	<i>10,6 p.p.</i>	<i>43,8%</i>	<i>2,1 p.p.</i>	<i>42,6%</i>	<i>31,1%</i>	<i>11,5 p.p.</i>
SG&A	(159,1)	(147,6)	8%	(154,4)	3%	(638,4)	(454,2)	41%
<i>% Receita Líquida</i>	<i>18,7%</i>	<i>27,0%</i>	<i>(8,4) p.p.</i>	<i>20,1%</i>	<i>(1,5) p.p.</i>	<i>21,8%</i>	<i>26,6%</i>	<i>(4,8) p.p.</i>
Despesas com vendas <sup>c</sup>	(70,8)	(56,7)	25%	(61,4)	15%	(274,5)	(178,0)	54%
<i>% Receita Líquida</i>	<i>8,3%</i>	<i>10,4%</i>	<i>(2,1) p.p.</i>	<i>8,0%</i>	<i>0,3 p.p.</i>	<i>9,4%</i>	<i>10,4%</i>	<i>(1,1) p.p.</i>
Despesas gerais e administrativas <sup>d</sup>	(85,9)	(86,3)	(0%)	(82,9)	4%	(333,2)	(271,6)	23%
<i>% Receita Líquida</i>	<i>10,1%</i>	<i>15,8%</i>	<i>(5,7) p.p.</i>	<i>10,8%</i>	<i>(0,7) p.p.</i>	<i>11,4%</i>	<i>15,9%</i>	<i>(4,5) p.p.</i>
Despesas pré-operacionais	(3,0)	(5,3)	(44%)	(4,9)	(39%)	(17,8)	(8,1)	120%
Outras (despesas) receitas	0,6	0,7	(13%)	(5,2)	n.a	(12,8)	3,5	n.a
Equivalência patrimonial	3,6	(1,3)	n.a	(0,2)	n.a	6,6	(15,0)	n.a
EBITDA <sup>e</sup>	229,7	36,0	539%	173,8	32%	591,2	47,2	1.152%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>26,9%</i>	<i>6,6%</i>	<i>20,3 p.p.</i>	<i>22,7%</i>	<i>4,2 p.p.</i>	<i>20,2%</i>	<i>2,8%</i>	<i>17,4 p.p.</i>
<b>EBITDA antes dos gastos pré-operacionais<sup>f</sup></b>	<b>238,8</b>	<b>49,2</b>	<b>386%</b>	<b>185,9</b>	<b>28%</b>	<b>635,3</b>	<b>70,1</b>	<b>806%</b>
<i>Margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais</i>	<i>28,0%</i>	<i>9,0%</i>	<i>19,0 p.p.</i>	<i>24,3%</i>	<i>3,7 p.p.</i>	<i>21,7%</i>	<i>4,1%</i>	<i>17,6 p.p.</i>
Depreciação e amortização	(131,0)	(124,8)	5%	(126,2)	4%	(489,4)	(448,4)	9%
Resultado Financeiro	(28,2)	(32,7)	(14%)	(11,9)	136%	(108,8)	(178,1)	(39%)
IRPJ & CSLL	4,4	11,4	(62%)	(5,7)	(176%)	(3,7)	21,8	n.a
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>74,8</b>	<b>(110,2)</b>	<b>n.a</b>	<b>29,9</b>	<b>150%</b>	<b>(10,7)</b>	<b>(557,5)</b>	<b>(98%)</b>
<i>% Receita Líquida</i>	<i>8,8%</i>	<i>(20,2%)</i>	<i>28,9 p.p.</i>	<i>3,9%</i>	<i>4,9 p.p.</i>	<i>(0,4%)</i>	<i>(32,7%)</i>	<i>32,3 p.p.</i>

(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 depreciação e custos com aberturas de novas unidades. Veja seção "Lucro Bruto" para a memória de cálculo destas medições; (c) "Despesas com vendas" exclui despesas com aberturas de novas unidades; (d) "Despesas gerais e administrativas" exclui depreciação e os efeitos do IFRS-16; (e) Veja seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição; (f) "EBITDA antes dos custos e despesas pré-operacionais" exclui custos e despesas com aberturas de novas unidades. Veja seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição.

## RECEITA LÍQUIDA

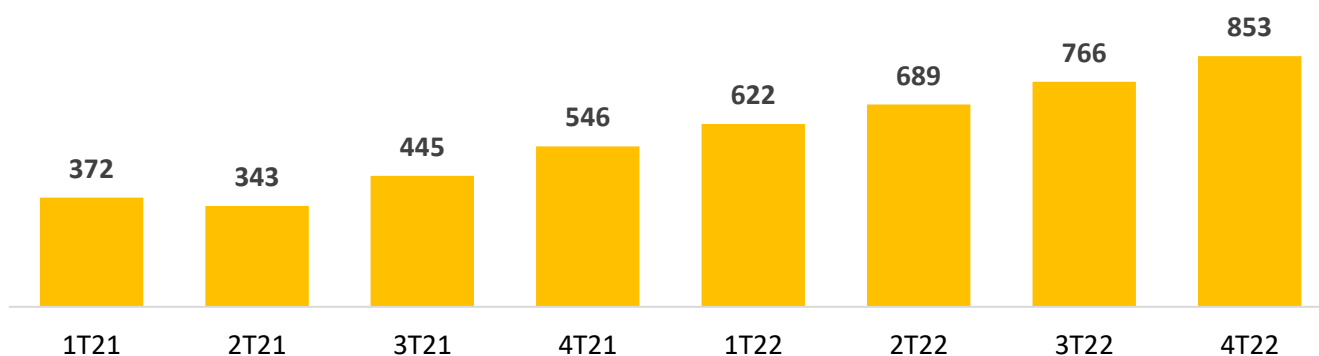
A receita líquida no 4T22 foi de R\$853,1 milhões, crescimento de 56% versus 4T21 principalmente em razão do aumento de 22% no número médio de alunos por unidade própria, da expansão de 16% na rede própria de academias e do incremento do ticket médio por aluno, em função do repasse de preços realizado ao longo de 2021 nas diferentes regiões.

### Receita Líquida por Marca e Região

Receita Líquida (R\$milhões)	4T22	4T21	4T22 vs.4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs.2021
Smart Fit	768,9	479,9	60%	694,8	11%	2.635,1	1.484,3	78%
Brasil	346,6	212,4	63%	322,6	7%	1.224,3	727,5	68%
México	197,6	111,5	77%	167,9	18%	635,1	349,2	82%
Outros Am.Latina <sup>a</sup>	224,8	156,0	44%	204,3	10%	775,6	407,5	90%
Bio Ritmo e O2	29,8	23,5	27%	28,1	6%	106,3	63,3	68%
Outras <sup>b</sup>	54,3	43,1	26%	43,4	25%	189,1	159,2	19%
<b>Total</b>	<b>853,1</b>	<b>546,4</b>	<b>56%</b>	<b>766,3</b>	<b>11%</b>	<b>2.930,4</b>	<b>1.706,9</b>	<b>72%</b>
Receita Internacional (% do total)	50%	50%	0,2 p.p.	49%	1,0 p.p.	48%	45%	3,7 p.p.

(a) "Outros Am. Latina" considera somente operações próprias controladas na região (Colômbia, Chile, Peru, Argentina e Paraguai); (b) "Outras" inclui royalties recebidos de franquias no Brasil e internacionais, e outras marcas operadas pela Companhia no Brasil.

### Evolução da Receita líquida (R\$ milhões)



O crescimento da receita média por academia Smart Fit no 4T22, somada a expansão da rede de academias próprias e franquias, resultou no crescimento da receita de 11% ou R\$86,8 milhões versus 3T22. Neste trimestre ocorreu um marco importante, a receita líquida das academias Smart Fit abertas até 2019 ultrapassou 100% do patamar pré-pandemia em todas as regiões, atingindo 110% no consolidado da companhia no trimestre.

No Brasil, a receita líquida das academias Smart Fit foi de R\$346,6 milhões, crescimento de 7% versus 3T22, resultado do aumento de 4% da base média de clientes por academia no período e expansão de 2% da rede de academias próprias. Nas academias Smart Fit abertas até 2019, a receita líquida do 4T22 ultrapassou o patamar pré pandemia, atingindo 101% do patamar de janeiro e fevereiro de 2020 (versus 95% no 3T22).

No México, a receita líquida no 4T22 foi de R\$197,6 milhões, aumento de 18% em comparação ao 3T22, devido a combinação da expansão de 8% da rede própria de academias e do incremento do ticket médio, ambos parcialmente compensados por um menor número médio de alunos por academia, em função da sazonalidade histórica negativa do trimestre. Nas academias Smart Fit abertas até 2019, a receita líquida do 4T22 atingiu 111% do patamar de janeiro e fevereiro de 2020, versus 99% no 3T22.

A receita líquida das academias Smart Fit na região Outros América Latina foi de R\$224,8 milhões, crescimento de 10% versus 3T22, explicado principalmente pelo crescimento da rede academias próprias.

Nas academias Smart Fit abertas até 2019, a receita líquida do 4T22 atingiu 129% do patamar de janeiro e fevereiro de 2020, versus 122% no 3T22.

## CUSTO CAIXA DOS SERVIÇOS PRESTADOS

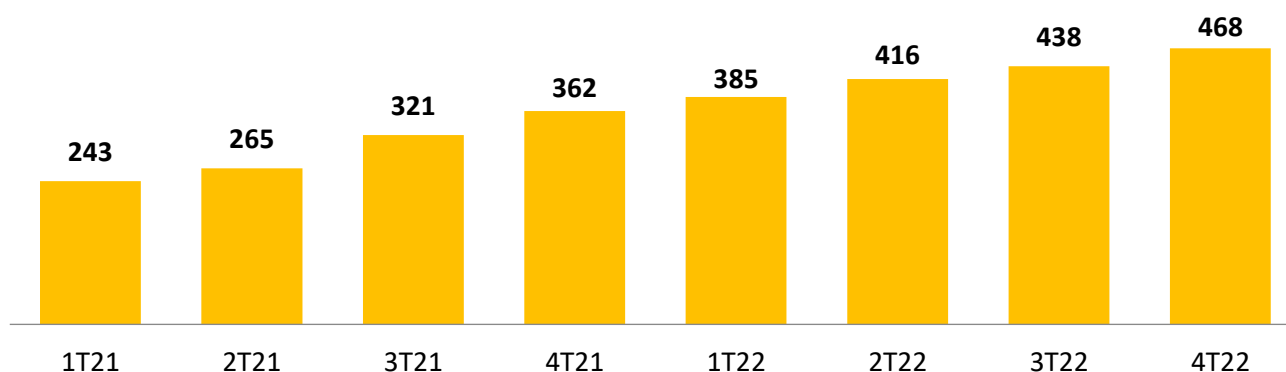
O custo caixa dos serviços prestados totalizou R\$467,9 milhões no 4T22, 29% superior ao mesmo período do ano anterior, devido principalmente à expansão de 16% da base média de academias próprias versus 4T21.

### Custo Caixa dos Serviços Prestados por Natureza

Custo Caixa dos Serviços Prestados <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T22	4T21	4T22 vs.4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs.2021
Ocupação	183,0	149,4	22%	173,9	5%	682,1	502,9	36%
Pessoal	121,5	90,3	35%	110,5	10%	427,2	303,9	41%
Consumo	82,7	61,1	35%	73,9	12%	298,0	199,8	49%
Outros	80,7	60,8	33%	79,6	1%	300,0	183,9	63%
<b>Custo Caixa dos Serviços Prestados</b>	<b>467,9</b>	<b>361,6</b>	<b>29%</b>	<b>437,9</b>	<b>7%</b>	<b>1.707,4</b>	<b>1.190,4</b>	<b>43%</b>

(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, incluindo os descontos obtidos durante a pandemia.

### Evolução do Custo Caixa dos Serviços Prestados (R\$ milhões)



Em comparação ao 3T22, o custo caixa do 4T22 aumentou R\$30,0 milhões, crescimento de 7%, devido à expansão de 5% da rede de academias próprias. Os custos de ocupação subiram 5% vs. 3T22 e os demais custos de operação (pessoal, consumo e outros), aumentaram 8%, impactado principalmente por maiores custos operacionais na região México, em função do provisionamento de PLR para os funcionários de academias e do pagamento da maior parte das taxas referentes às licenças das unidades, que em 2022 concentraram-se no quarto trimestre.

A Companhia continua focada na gestão de custos com o objetivo de mitigar o impacto da pandemia e do ambiente inflacionário sobre a operação, protegendo a rentabilidade. Considerando somente as unidades abertas até 2019, os custos cresceram 12,7% quando comparado ao baseline (Jan/Fev-20), devido à redução nos custos de pessoal, em função da alteração do quadro de funcionários nas unidades realizada durante 2021, à constante negociação de aluguéis e contratos com fornecedores e projetos de eficiência energética.

Nessas mesmas lojas os custos cresceram 3,5p.p. versus o 3T22, impactado por alguns custos relacionados ao período da pandemia e outros custos que em 2022 ficaram concentrados no 4T22, como por exemplo a provisão do pagamento de PLR. Assumindo uma base recorrente de custos, o crescimento comparado ao baseline (Jan/Fev-20) seria de 10%. Vale notar que a inflação acumulada no período de 2020 a 2022 foi por

exemplo de 21,7% no IPCA e de 51,9% no IGP-M no Brasil, 19,4% no México e 21,4% na Colômbia, demonstrando a forte gestão de custo apresentada pela companhia.

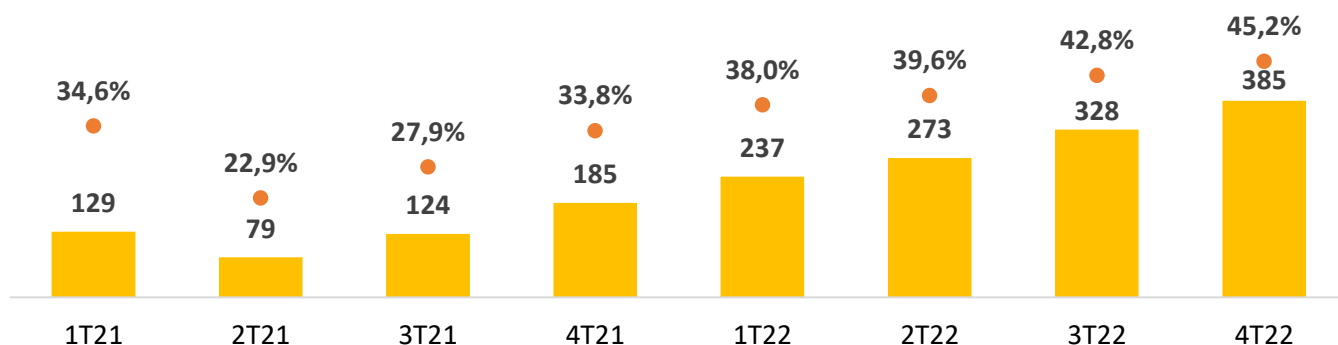
## LUCRO BRUTO CAIXA

O lucro bruto caixa no 4T22 totalizou R\$385,2 milhões, aumento de R\$200,3 milhões versus 4T21, devido à forte elevação da receita e foco na gestão de custos, proporcionando diluição de custos fixos. A companhia continua sua trajetória de recuperação da margem bruta caixa e em comparação ao 4T21 a margem bruta caixa expandiu 11,3p.p. para 45,2% no 4T22.

Lucro Bruto Caixa <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T22	4T21	4T22 vs.4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs.2021
Receita Líquida	853,1	546,4	56%	766,3	11%	2.930,4	1.706,9	72%
(-) Custo dos Serviços Prestados	594,8	483,7	23%	560,4	6%	2.179,1	1.632,7	33%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>258,3</b>	<b>62,7</b>	<b>312%</b>	<b>205,9</b>	<b>25%</b>	<b>751,3</b>	<b>74,1</b>	<b>914%</b>
(+) Depreciação <sup>b</sup>	126,9	122,1	4%	122,4	4%	471,8	442,3	7%
<b>Lucro Bruto Caixa<sup>c</sup></b>	<b>385,2</b>	<b>184,8</b>	<b>108%</b>	<b>328,4</b>	<b>17%</b>	<b>1.223,1</b>	<b>516,4</b>	<b>137%</b>
Margem Bruta Caixa	45,2%	33,8%	11,3 p.p.	42,8%	2,3 p.p.	41,7%	30,3%	11,5 p.p.
(+) Custos pré-operacionais	6,2	7,9	(22%)	7,2	(14%)	26,3	14,8	78%
<b>Lucro Bruto Caixa Antes dos Custos Pré-Operacionais<sup>d</sup></b>	<b>391,3</b>	<b>192,7</b>	<b>103%</b>	<b>335,5</b>	<b>17%</b>	<b>1.249,4</b>	<b>531,2</b>	<b>135%</b>
Margem Bruta Caixa Antes dos Custos Pré-Operacionais	45,9%	35,3%	10,6 p.p.	43,8%	2,1 p.p.	42,6%	31,1%	11,5 p.p.

(a) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, todos indicadores excluem os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações. (b) "Depreciação" são outras depreciações embutidas no custo dos serviços prestados que não a de aluguel, pois esta já foi excluída no cálculo do "Custo dos Serviços Prestados"; (c) "Lucro bruto caixa" exclui depreciação e amortização; (d) "Lucro bruto caixa antes de Custos Pré-operacionais" exclui depreciação, amortização e custos com abertura de unidades.

### Evolução do Lucro Bruto Caixa e Margem Bruta Caixa (R\$ milhões e % da receita líquida)



Se comparado ao 3T22, o lucro bruto caixa aumentou R\$56,8 milhões no 4T22, crescimento de 17%, e a margem bruta caixa expandiu 2.3p.p., com destaque para a margem bruta caixa da Smart Fit Brasil que expandiu 5,7p.p. vs. o trimestre anterior. A margem bruta caixa expandiu devido alavancagem operacional decorrente do contínuo incremento da receita média por academia, em função da recuperação da base de clientes e do aumento do ticket médio, combinado com a forte gestão de custos.

Nas academias Smart Fit inauguradas até 2019, a receita líquida atingiu 110% do baseline de janeiro e fevereiro de 2020 enquanto o custo caixa atingiu 113%. A diferença de 3p.p. entre a base de receita líquida e custos caixa dessas unidades atingiu o menor nível desde o início da recuperação da pandemia, e nessas unidades a margem bruta consolidada atingiu 48% no 4T22, valor próximo aos níveis históricos.

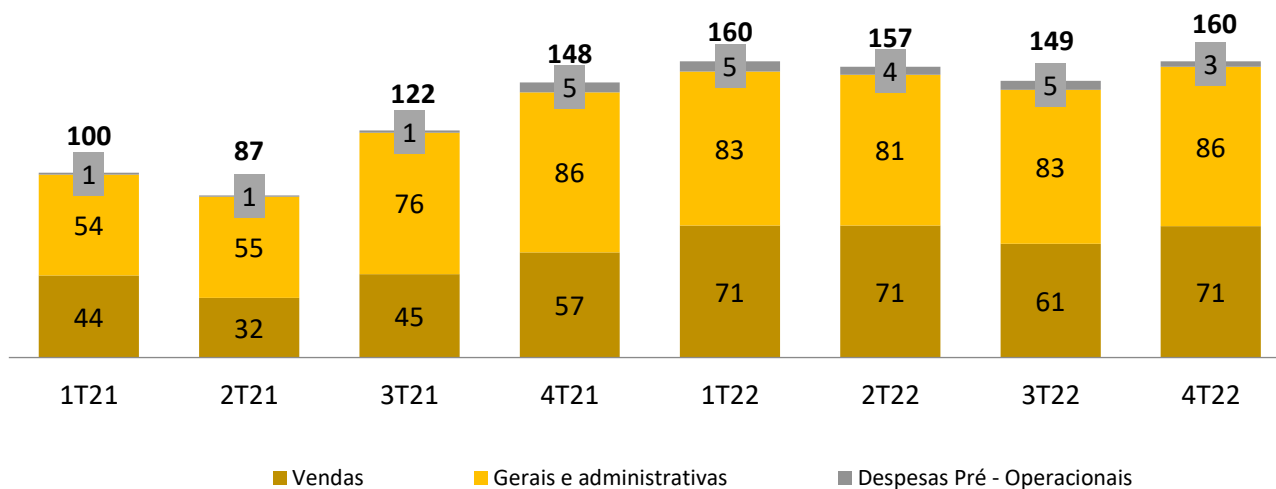
## DESPESAS COMERCIAIS E ADMINISTRATIVAS

Despesas com vendas, gerais e administrativas <sup>a,b</sup> (R\$ milhões)	4T22	4T21	4T22 vs.4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs.2021
Despesas com Vendas	70,8	56,7	25%	61,4	15%	274,5	178,0	54%
Gerais e Administrativas	85,9	86,3	(0%)	82,9	4%	333,2	271,6	23%
Despesas Pré-Operacionais	3,0	5,3	(44%)	4,9	(39%)	17,8	8,1	120%
<b>Total</b>	<b>159,8</b>	<b>148,3</b>	<b>8%</b>	<b>149,2</b>	<b>7%</b>	<b>625,6</b>	<b>457,7</b>	<b>37%</b>

(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\$159,8 milhões no 4T22, 8% superior ao 4T21, devido as maiores despesas com vendas para buscar maior captação de clientes, parte delas atreladas ao crescente número de unidades da companhia. As despesas gerais e administrativas permaneceram em linha quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

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



Se comparado ao 3T22, as despesas com vendas, gerais e administrativas cresceram 7%, representando 18,7% da receita líquida, diluição de 0,7p.p. no trimestre. As despesas com vendas aumentaram 15% vs. 3T22, representando 8,3% da receita líquida no trimestre devido à reaceleração nos investimentos em marketing no período e contribuindo positivamente com as vendas no início de 2023. As despesas gerais e administrativas cresceram 4% vs. 3T22, devido principalmente às despesas com novos negócios, representando 10,1% da receita líquida no trimestre, com diluição de 0,7p.p. no período dado a contínua recuperação da receita nas academias maduras e maturação das novas unidades.

**EBITDA**

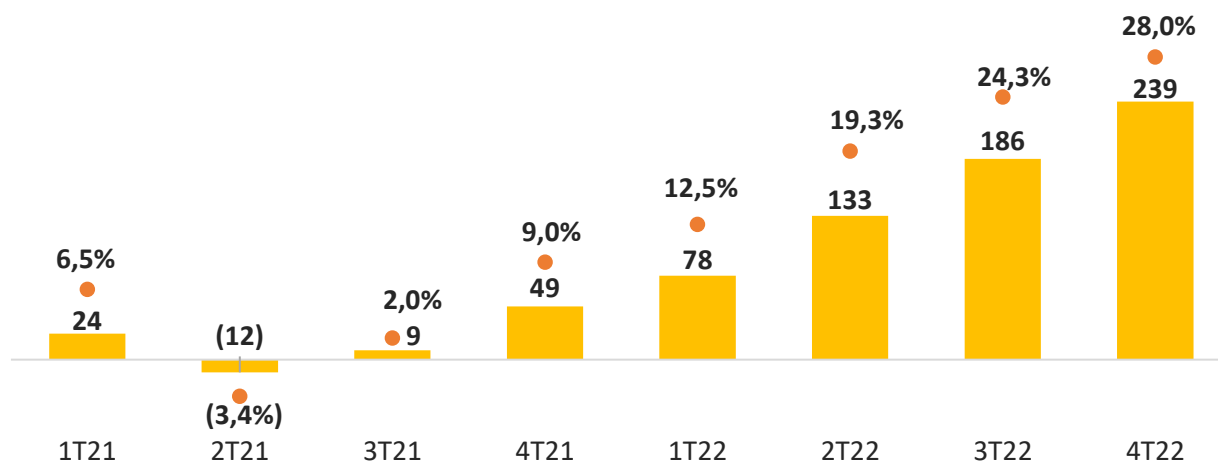
Composição do EBITDA <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T22	4T21	4T22 vs.4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs.2021
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>74,8</b>	<b>(110,2)</b>	<b>(168%)</b>	<b>29,9</b>	<b>150%</b>	<b>(10,7)</b>	<b>(557,5)</b>	<b>(98%)</b>
(+) IR & CSLL	(4,4)	(11,4)	(62%)	5,7	(176%)	3,7	(21,8)	(117%)
(+) Resultado Financeiro	28,2	32,7	(14%)	11,9	136%	108,8	178,1	(39%)
(+) Depreciação	131,0	124,8	5%	126,2	4%	489,4	448,4	9%
<b>EBITDA</b>	<b>229,7</b>	<b>36,0</b>	<b>539%</b>	<b>173,8</b>	<b>32%</b>	<b>591,2</b>	<b>47,2</b>	<b>1.152%</b>
Margem EBITDA	26,9%	6,6%	20,3p.p.	22,7%	4,2p.p.	20,2%	2,8%	17,4p.p.
(+) Gastos pré-operacionais	(9,1)	(13,2)	(31%)	(12,1)	(25%)	(44,1)	(22,9)	93%
<b>EBITDA antes dos Gastos Pré-Operacionais</b>	<b>238,8</b>	<b>49,2</b>	<b>386%</b>	<b>185,9</b>	<b>28%</b>	<b>635,3</b>	<b>70,1</b>	<b>806%</b>
Mg. EBITDA antes dos Gastos Pré-Operacionais	28,0%	9,0%	19,0p.p.	24,3%	3,7p.p.	21,7%	4,1%	17,6p.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.

O 4T22 foi o sexto trimestre consecutivo de forte elevação do EBITDA, evidenciando a alta alavancagem operacional do negócio. O EBITDA antes dos gastos pré-operacionais totalizou R\$238,8 milhões, versus R\$49,2 milhões no 4T21, em razão da contínua elevação da base de clientes no período de recuperação da pandemia, com consequente expansão da receita e diluição de custos e despesas.

**Evolução do EBITDA e Margem EBITDA antes dos Gastos Pré-Operacionais**

(R\$ milhões e % da receita líquida)



Se comparado ao 3T22, o EBITDA antes dos gastos pré-operacionais do 4T22 apresentou crescimento de R\$52,9 milhões, aumento de 28%, impactado positivamente pela elevação de 11% da receita com consequente diluição de custos e despesas, o que proporcionou consecutiva elevação de 3.7p.p. na margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais, encerrando o trimestre com margem EBITDA de 28,0%.

**EBITDA por região**

Com a finalidade de permitir uma melhor análise da performance e contribuição de cada região para o EBITDA consolidado da Companhia, a partir do 3T21 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 serão analisadas de forma consolidada, pois suportam a operação de toda a Companhia.

EBITDA <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T22	4T21	4T22 vs.4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs.2021
Brasil <sup>b</sup>	133,3	19,1	599%	110,4	21%	371,5	106,6	249%
México <sup>b</sup>	71,4	34,2	109%	53,8	33%	201,4	81,1	148%
Outros América Latina <sup>b</sup>	106,7	69,5	53%	97,8	9%	357,8	142,6	151%
Despesas G&A e outras operacionais	(85,3)	(85,6)	(0%)	(88,1)	(3%)	(346,1)	(268,1)	29%
Equivalência Patrimonial	3,6	(1,3)	(383%)	(0,2)	(2.291%)	6,6	(15,0)	(144%)
<b>EBITDA</b>	<b>229,7</b>	<b>36,0</b>	<b>539%</b>	<b>173,8</b>	<b>32%</b>	<b>591,2</b>	<b>47,2</b>	<b>1.152%</b>

(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 das Regiões 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.

No Brasil, o EBITDA no 4T22 foi de R\$133,3 milhões, comparado a um EBITDA de R\$19,1 milhões no 4T21, aumento de R\$114,2 milhões em razão da elevação da receita média por academia ainda impactada negativamente pelo Covid-19 no 4T21. Se comparado ao 3T22, o EBITDA do Brasil aumentou 21%, devido à elevação de 9% na receita da região, dado o aumento no número médio de clientes por academia e no ticket médio, com diluição de custos como percentual da receita líquida.

No México, o EBITDA cresceu R\$37,2 milhões se comparado ao 4T21, totalizando R\$71,4 milhões, pois o resultado do 4T21 ainda foi significativamente impactado pelos fechamentos das academias durante a pandemia. Se comparado ao 3T22, o EBITDA do México cresceu 33%, devido ao crescimento de 18% da receita na região, expansão da margem bruta e diluição das despesas com vendas.

Na região Outros América Latina, o EBITDA do 4T22 foi de R\$106,7 milhões, 9% de crescimento comparado ao terceiro trimestre, e com margem EBITDA de 47% vs. 44% no 4T21. Este resultado foi positivamente impactado pelo fim das restrições e completo estágio de recuperação da base de clientes, que proporcionaram expressiva elevação da receita e diluição de custos versus ao mesmo período do ano anterior.

## LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO

No 4T22 a companhia registrou o segundo trimestre consecutivo de lucro líquido, atingindo lucro líquido de R\$74,8 milhões e 8,8% de margem líquida, revertendo o prejuízo de R\$ 110,2 milhões do 4T21, devido principalmente ao aumento de R\$193,7 milhões do EBITDA. Se comparado ao 3T22, o lucro líquido do período teve um crescimento de R\$45,0 milhões principalmente em função da melhora de R\$55,9 milhões do EBITDA.

## GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL

Geração de Caixa Operacional (R\$ milhões)	4T22	4T21	4T22 vs.4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs.2021
<b>EBITDA</b>	<b>229,7</b>	<b>36,0</b>	<b>539%</b>	<b>173,8</b>	<b>32%</b>	<b>591,2</b>	<b>47,2</b>	<b>1152%</b>
Itens de resultado sem impacto em caixa <sup>a</sup>	30,6	36,1	(15%)	(27,9)	n/a	104,4	102,6	2%
IR/CSLL Pago	(2,3)	(17,5)	(87%)	(6,5)	(65%)	(25,4)	(19,1)	33%
<b>Varição no capital de giro</b>	<b>(99,6)</b>	<b>(3,1)</b>	<b>3082%</b>	<b>29,4</b>	<b>n/a</b>	<b>(71,3)</b>	<b>(16,2)</b>	<b>339%</b>
Clientes	(63,0)	8,7	n/a	(23,3)	171%	(76,0)	(41,6)	83%
Fornecedores	(3,0)	2,0	n/a	49,2	n/a	40,3	31,1	30%
Salários, provisões e contribuições sociais	(14,4)	(15,7)	(8%)	9,6	n/a	13,2	14,8	(11%)
Impostos <sup>b</sup>	(19,3)	1,8	n/a	(6,1)	217%	(48,8)	(20,6)	137%
<b>Geração de Caixa Operacional</b>	<b>158,4</b>	<b>51,4</b>	<b>208%</b>	<b>168,9</b>	<b>(6%)</b>	<b>598,9</b>	<b>114,5</b>	<b>423%</b>

(a) Inclui principalmente equivalência patrimonial, baixa de ativos, receita diferida e provisões, (b) Inclui impostos sobre vendas e serviços.



No 4T22, a geração de caixa operacional foi positiva em R\$158,4 milhões, superior à performance do 4T21, devido ao contínuo crescimento da receita advinda da recuperação da base de clientes e incremento do ticket médio. Esses fatores, combinados com o controle de custos e despesas da companhia, contribuíram para elevação de R\$193,7 milhões no EBITDA do 4T22 versus 4T21, impactando positivamente a geração de caixa operacional. Se comparado ao 3T22, a geração de caixa operacional reduziu 6%, impactado negativamente pelo maior consumo de capital de giro no período. No ano, a geração de caixa operacional da companhia totalizou R\$598,9 milhões, um incremento de R\$ 484,4 milhões quando comparado ao ano anterior.

## CAPEX

Capex (R\$ milhões)	4T22	4T21	4T22 vs.4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs.2021
<b>Capex</b>	<b>293,3</b>	<b>296,4</b>	<b>(1%)</b>	<b>220,4</b>	<b>33%</b>	<b>1.007,6</b>	<b>611,3</b>	<b>65%</b>
Expansão <sup>a</sup>	243,6	256,6	(5%)	179,2	36%	849,6	503,2	69%
Manutenção	37,8	27,7	37%	30,3	25%	116,8	71,9	62%
Corporativo / Inovação	11,9	12,2	(2%)	11,0	9%	41,2	36,2	14%

(a) Não considera R\$ 8,1 milhões no 1T21 de capex de expansão adiantado para unidades da SmartExp Escola de Ginástica e Dança, que era uma subsidiária de controle compartilhado com investidores externos. Esta subsidiária foi incorporada pela Companhia no 4T21.

No 4T22, o capex foi de R\$293,3 milhões, mesmo patamar do 4T21, devido aos investimentos em expansão e manutenção. No trimestre, o capex de expansão totalizou R\$243,6 milhões, 5% inferior se comparado ao mesmo trimestre do ano anterior. O capex de manutenção totalizou R\$37,8 milhões, 37% acima do 4T21, devido à maior utilização das academias, representando 5,6% da receita bruta das unidades maduras no período. O capex com projetos corporativos e inovação totalizou R\$11,9 milhões no 4T22, versus R\$12,2 milhões no 4T21.

Se comparado ao 3T22, o capex aumentou em R\$72,9 milhões ou 33%, com crescimento principalmente em expansão. Dado o maior ritmo de aberturas do período o capex de expansão apresentou crescimento de 36% versus o trimestre anterior.

Em 2022, o capex totalizou R\$1.007,6 milhão, 65% maior que no ano anterior, sendo o capex de expansão de academias foi de R\$843 milhões, 68% superior ao de 2021, devido ao maior número de aberturas de unidades próprias. No ano, foram abertas 145 unidades próprias, desconsiderando as 10 unidades inauguradas das subsidiárias do Panamá e Costa Rica e considerando os encerramentos de academias próprias no período. O capex de expansão do ano foi impactado por um efeito de mix geográfico, dado que as regiões México e Outros América Latina representaram 76% das aberturas vs. 45% em 2021, ocasionando um maior capex médio por unidade no período, mas em moeda local o investimento por unidade tem se mantido relativamente estável com target de retorno similar em todas as regiões.

**CAIXA E ENDIVIDAMENTO**

<b>Caixa e Endividamento</b> (R\$ milhões)	<b>4T22</b>	<b>3T22</b>	<b>2T22</b>	<b>1T22</b>	<b>4T21</b>
Caixa e Garantias	2.923	2.711	2.764	3.461	3.677
Endividamento Financeiro	3.538	3.205	3.144	3.639	3.755
Por natureza:					
Empréstimos e debêntures	3.420	3.074	3.018	3.506	3.590
Passivo de arrendamento - equipamentos	118	131	126	134	165
Por vencimento:					
Curto prazo	542	514	463	537	552
Longo prazo	2.995	2.691	2.681	3.103	3.203
Dívida Líquida	615	495	381	178	78
Dívida Líquida/EBITDA LTM	0,83x	0,58x	0,62x	0,33x	0,18x

(a) “Dívida Bruta” inclui o passivo de arrendamento operacional de equipamentos; (b) “Dívida líquida” considera empréstimos, financiamentos e arrendamento operacional (excluindo arrendamento de imóveis) com instituições financeiras, de curto e longo prazo, menos caixa e garantias; (c) o indicador “Dívida Líquida/EBITDA LTM” utiliza a definição de dívida líquida e EBITDA das debêntures da Companhia.

Ao final do 4T22, a Smart Fit detinha sólida posição de caixa de R\$2.923 milhões e dívida bruta de R\$3.538 milhões, sendo 85% com vencimento no longo prazo. A dívida líquida ao final do trimestre era de R\$615 milhões, o que resultou em um índice de dívida líquida/EBITDA LTM de 0,83x, acima do nível do 3T22, devido ao saldo de aquisição a pagar pelo exercício da opção de venda pelos acionistas da Sporty Panamá da participação na *Joint Venture* da operação do Panamá e Costa Rica. A companhia continua com robusta liquidez financeira consequente da captação de R\$2,6 bilhões na oferta pública primária de ações e das captações de empréstimos com gradual melhora nos termos nos últimos 12 meses, que proporcionaram a elevação da posição de caixa e alongamento dos vencimentos da dívida.

Em novembro de 2022, a Companhia concluiu a 7ª emissão de debentures no valor total de R\$400 milhões, que estão vinculadas a certificados de recebíveis imobiliários (CRI), prazo de vencimento final de 7 anos, sendo uma série de R\$ 362 milhões com custo de CDI +1,50% e a segunda série de R\$ 38 milhões com custo de IPCA + 7,37%. A captação de recursos será usada para o pagamento de investimentos e despesas imobiliárias já divulgados e a serem divulgados, de acordo com a estratégia de expansão orgânica da Companhia.

A companhia busca adequar os vencimentos de empréstimos e financiamentos à capacidade de geração de caixa operacional e acessar linhas de financiamento locais para suportar a expansão orgânica nos diferentes países em que opera. Ao final do 4T22, o cronograma de vencimentos do endividamento era composto da seguinte forma:

<b>Prazo de Vencimento da Dívida Bruta<sup>a</sup></b>	<b>2023<sup>b</sup></b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>	<b>2029</b>	<b>Total</b>
% do total	15%	23%	16%	13%	15%	14%	4%	<b>100%</b>
Total	542	830	570	453	528	482	132	<b>3.538</b>
Brasil	106	306	151	359	490	482	132	<b>2.025</b>
México	200	180	97	45	29	0	0	<b>552</b>
Outros Am. Latina <sup>c</sup>	237	344	322	49	9	0	0	<b>961</b>

(a) “Dívida Bruta” é definido como empréstimos, financiamentos e leasing de equipamentos com instituições financeiras, de curto e longo prazo; (b) compreende os vencimentos dos trimestres remanescentes até o final do ano; (c) “Outros Am. Latina” inclui endividamento financeiro no Chile, Colômbia e Peru.

## EVENTOS SUBSEQUENTES

### Aquisição da Sporty Panama S.A. (“Sporty”)

Conforme informado em fato relevante divulgado aos seus acionistas e ao mercado em geral, o acionista da *joint-venture* Sporty, companhia de capital fechado que opera academias Smart Fit no Panamá e na Costa Rica, exerceu a opção de venda da totalidade das ações de sua titularidade que possuía na Sporty. Com a conclusão do exercício, a Companhia, que já era titular de 50% das ações passou a deter 100% das ações desde 1 de janeiro de 2023.

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

### IMPACTO DA ADOÇÃO DO IFRS 16

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

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



Demonstração de Resultados (R\$ milhões)	4T22 Reportado	Impactos do IFRS 16	4T22 excluindo IFRS 16	4T21 Reportado	Impactos do IFRS 16	4T21 excluindo IFRS 16	2022 Reportado	Impactos do IFRS 16	2022 excluindo IFRS 16	2021 Reportado	Impactos do IFRS 16	2021 excluindo IFRS 16
Receita Líquida	853,1		853,1	546,4		546,4	2.930,4	-	2.930,4	1.706,9	-	1.706,9
Custo dos serviços	(552,1)	42,7	(594,8)	(460,7)	23,0	(483,7)	(2.018,4)	160,7	(2.179,1)	(1.593,0)	39,7	(1.632,7)
Aluguéis	(29,8)	156,2	(186,1)	(36,2)	117,0	(153,2)	(127,6)	568,6	(696,1)	(132,7)	378,1	(510,9)
Depreciação e amortização (custo)	(240,4)	(113,6)	(126,9)	(216,1)	(94,0)	(122,1)	(879,6)	(407,9)	(471,8)	(780,7)	(338,4)	(442,3)
Lucro bruto	301,0	42,7	258,3	85,7	23,0	62,7	912,0	160,7	751,3	113,8	39,7	74,1
SG&A	(163,2)	0,0	(163,2)	(149,7)	0,6	(150,3)	(653,2)	2,9	(656,1)	(458,4)	1,9	(460,3)
Despesas com vendas	(70,8)	-	(70,8)	(56,7)	-	(56,7)	(274,5)	-	(274,5)	(178,0)	-	(178,0)
Gerais e administrativas	(83,7)	2,2	(85,9)	(84,6)	1,7	(86,3)	(325,4)	7,9	(333,2)	(265,4)	6,2	(271,6)
Aluguéis	(2,0)	3,8	(5,8)	1,2	3,0	(1,9)	(3,8)	7,9	(11,6)	(2,2)	6,2	(8,4)
Depreciação e amortização (despesa)	(6,3)	(2,2)	(4,1)	(3,9)	(1,1)	(2,8)	(22,6)	(5,0)	(17,7)	(10,4)	(4,3)	(6,2)
Outras (despesas) receitas	0,6	-	0,6	0,7	-	0,7	(12,8)	-	(12,8)	3,5	-	3,5
Equivalência patrimonial	3,6	-	3,6	(1,3)	-	(1,3)	6,6	-	6,6	(15,0)	-	(15,0)
Lucro (prejuízo) operacional antes do resultado financeiro	141,4	42,7	98,7	(65,3)	23,6	(88,9)	265,4	163,6	101,8	(359,5)	41,7	(401,2)
Resultado Financeiro	(94,3)	(66,1)	(28,2)	(80,4)	(47,7)	(32,7)	(347,7)	(238,9)	(108,8)	(295,2)	(117,1)	(178,1)
Imposto de Renda e Contribuição Social	4,4	-	4,4	11,4	-	11,4	(3,7)	-	(3,7)	21,8	-	21,8
Lucro (prejuízo) líquido	51,4	(23,4)	74,8	(134,3)	(24,1)	(110,2)	(86,1)	(75,3)	(10,7)	(633,0)	(75,5)	(557,5)

#### Impactos do IFRS-16 na composição do Lucro Bruto excluindo depreciação e amortização e do EBITDA

Lucro bruto	301,0	42,7	258,3	85,7	23,0	62,7	912,0	160,7	751,3	113,8	39,7	74,1
(-) Depreciação e amortização (custo)	240,4	113,6	126,9	216,1	94,0	122,1	879,6	407,9	471,8	780,7	338,4	442,3
Lucro bruto excluindo depreciação	541,4	156,2	385,2	301,8	117,0	184,8	1791,7	568,6	1223,1	894,5	378,1	516,4
<i>Margem Bruta excluindo depreciação</i>	<i>63,5%</i>		<i>45,2%</i>	<i>55,2%</i>		<i>33,8%</i>	<i>61,1%</i>	<i>0,0%</i>	<i>41,7%</i>	<i>52,4%</i>		<i>30,3%</i>
Lucro (prejuízo) líquido	51,4	(23,4)	74,8	(134,3)	(24,1)	(110,2)	(86,1)	(75,3)	(10,7)	(633,0)	(75,5)	(557,5)
(-) IR & CSLL	(4,4)	-	(4,4)	(11,4)	-	(11,4)	3,7	-	3,7	(21,8)	-	(21,8)
(-) Resultado Financeiro	94,3	66,1	28,2	80,4	47,7	32,7	347,7	238,9	108,8	295,2	117,1	178,1
(-) Depreciação e amortização	246,8	115,8	131,0	219,9	95,1	124,8	902,3	412,8	489,4	791,1	342,7	448,4
EBITDA	388,1	158,5	229,7	154,7	118,7	36,0	1167,7	576,4	591,2	431,6	384,3	47,2
<i>Margem EBITDA</i>	<i>45,5%</i>		<i>26,9%</i>	<i>28,3%</i>		<i>6,6%</i>	<i>39,8%</i>		<i>20,2%</i>	<i>25,3%</i>		<i>2,8%</i>

\*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 e Paraguai 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	
	4T22	4T21	4T22	4T21
Brasil, México, Colômbia, Chile, Peru, Argentina, Paraguai e Queima Diária	Consolidado	Consolidado	Consolidado	Consolidado
Panamá e Costa Rica	Equivalência patrimonial <sup>a</sup>	Equivalência patrimonial <sup>a</sup>	Investimento	Investimento
República Dominicana, El Salvador, Equador, Guatemala e Honduras	Royalties pelo uso da marca	Royalties pelo uso da marca	n/a	n/a

a) No 1T20, a Companhia adquiriu o controle compartilhado da operação do Panamá, passando a ter controle compartilhado com sócios locais, e seus resultados passaram a ser incluídos via equivalência patrimonial. No 1T23, a Companhia adquiriu 100% da operação do Panamá e da Costa Rica, portanto, seus resultados passarão a ser consolidados nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023.

**DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO**

<b>DRE</b> (R\$ milhões)	<b>4T22</b>	<b>4T21</b>	<b>4T22 vs.4T21</b>	<b>3T22</b>	<b>4T22 vs. 3T22</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2022 vs.2021</b>
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>853,1</b>	<b>546,4</b>	<b>56%</b>	<b>766,3</b>	<b>11%</b>	<b>2.930,4</b>	<b>1.706,9</b>	<b>72%</b>
Custo dos Serviços Prestados	(552,1)	(460,7)	20%	(517,3)	7%	(2.018,4)	(1.593,0)	27%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>301,0</b>	<b>85,7</b>	<b>251%</b>	<b>249,0</b>	<b>21%</b>	<b>912,0</b>	<b>113,8</b>	<b>701%</b>
Receitas (despesas) operacionais								
Vendas	(73,8)	(62,0)	19%	(66,3)	11%	(292,3)	(186,1)	57%
Gerais e administrativas	(90,0)	(88,5)	2%	(85,7)	5%	(348,0)	(275,8)	26%
Equivalência patrimonial	3,6	(1,3)	(383%)	(0,2)	(2.293%)	6,6	(15,0)	(144%)
Outras (despesas) receitas	0,6	0,7	(14%)	(5,2)	(112%)	(12,8)	3,5	(462%)
<b>Lucro antes do resultado financeiro</b>	<b>141,4</b>	<b>(65,3)</b>	<b>(317%)</b>	<b>91,7</b>	<b>54%</b>	<b>265,4</b>	<b>(359,5)</b>	<b>(174%)</b>
Resultado financeiro	(94,3)	(80,4)	17%	(76,9)	23%	(347,7)	(295,2)	18%
<b>Lucro antes do IR/CS</b>	<b>47,0</b>	<b>(145,7)</b>	<b>(132%)</b>	<b>14,7</b>	<b>219%</b>	<b>(82,3)</b>	<b>(654,8)</b>	<b>(87%)</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	4,4	11,4	(62%)	(5,7)	(176%)	(3,7)	21,8	(117%)
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>51,4</b>	<b>(134,3)</b>	<b>(138%)</b>	<b>9,0</b>	<b>471%</b>	<b>(86,1)</b>	<b>(633,0)</b>	<b>(86%)</b>

**BALANÇO PATRIMONIAL**

<b>ATIVO (R\$ milhões)</b>	<b>4T22</b>	<b>4T21</b>
<b>CIRCULANTE</b>	<b>3.516</b>	<b>4.170</b>
Caixa e equivalentes de caixa	2.923	3.720
Clientes	272	196
Instrumentos financeiros derivativos	8	0
Outros Créditos	313	255
<b>NÃO CIRCULANTE</b>	<b>8.533</b>	<b>7.485</b>
Imobilizado	3.132	2.697
Ativos de direito de uso	3.067	2.810
Intangível	1.412	1.520
Investimentos	448	127
Outros ativos	474	330
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>12.050</b>	<b>11.654</b>
<b>PASSIVO (R\$ milhões)</b>	<b>4T22</b>	<b>4T21</b>
<b>CIRCULANTE</b>	<b>1.749</b>	<b>1.429</b>
Empréstimos	488	489
Passivos de arrendamentos	450	390
Fornecedores	241	201
Receita diferida	228	181
Imposto corrente a pagar	36	7
Outros passivos	305	162
<b>NÃO CIRCULANTE</b>	<b>6.093</b>	<b>5.796</b>
Empréstimos	2.932	3.102
Passivos de arrendamentos	2.880	2.631
Outros passivos	281	63
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>4.208</b>	<b>4.429</b>
Capital social	2.970	2.970
Reservas de capital	2.298	2.286
Prejuízos acumulados	(1.376)	(1.286)
Outros resultados abrangentes	294	427
Participação não controladora	22	33
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>12.050</b>	<b>11.654</b>

**FLUXO DE CAIXA**

Demonstrativo de Fluxo de Caixa (R\$ milhões)	4T22	4T21	4T22 vs. 4T21	3T22	4T22 vs. 3T22	2022	2021	2022 vs. 2021
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>								
Resultado do Período	51,4	(134,3)	(138%)	9,0	471%	(86,1)	(633,0)	(86%)
Depreciações e amortizações	246,8	219,9	12%	233,3	6%	902,3	791,1	14%
Baixa de intangível e imobilizado	(1,5)	15,6	(110%)	15,6	(110%)	49,8	23,6	111%
Juros provisionados sobre dívida e variação cambial	108,8	78,5	39%	98,1	11%	419,8	223,5	88%
Juros provisionados sobre arrendamentos	79,1	64,4	23%	70,5	12%	277,9	248,7	12%
Outros	(72,0)	(45,1)	n/a	(132,7)	(46%)	(298,6)	(115,3)	159%
Variação no capital de giro	(44,3)	(7,1)	526%	13,1	(438%)	(70,5)	(96,0)	(27%)
<b>Caixa gerado pelas (aplicado nas) operações</b>	<b>368,3</b>	<b>192,0</b>	<b>92%</b>	<b>306,9</b>	<b>20%</b>	<b>1.194,7</b>	<b>442,5</b>	<b>170%</b>
Juros pagos sobre empréstimos e debêntures	(133,3)	(96,7)	38%	(46,4)	187%	(361,8)	(187,4)	93%
Juros pagos sobre arrendamentos	(77,1)	(57,3)	35%	(70,4)	10%	(273,6)	(202,5)	35%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(2,3)	(17,5)	(87%)	(6,5)	(65%)	(25,4)	(19,1)	33%
<b>Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades operacionais</b>	<b>155,5</b>	<b>20,5</b>	<b>658%</b>	<b>183,6</b>	<b>(15%)</b>	<b>533,8</b>	<b>33,5</b>	<b>n/a</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>								
Adições do ativo imobilizado	(292,7)	(294,9)	(1%)	(219,6)	33%	(1.004,6)	(475,9)	111%
Adições do ativo intangível	(5,5)	(2,0)	169%	3,2	(273%)	(17,0)	(5,9)	187%
Custos diretos iniciais de ativos de direito de uso	(11,6)	(21,8)	n/a	(6,6)	n/a	(18,2)	(21,8)	n/a
Recebimento por venda de imobilizado	0,0	0,0	n/a	0,0	n/a	19,2	0,0	n/a
Pagamento de aquisição de grupo de ativos, controlada e controlada em conjunto	0,0	0,0	n/a	0,0	n/a	0,0	(215,8)	(100%)
Aumento de capital em controlada e controlada em conjunto	0,0	(4,2)	(100%)	0,0	n/a	(5,3)	(15,9)	(67%)
Aplicações financeiras	(5,0)	(75,9)	(93%)	116,0	(104%)	379,0	(1.612,1)	(124%)
Partes relacionadas e mútuos com terceiros	7,4	(4,6)	n/a	(4,1)	(281%)	1,0	(0,9)	n/a
Pagamento de contraprestação contingente	0,0	0,0	n/a	(1,3)	n/a	(1,3)	0,0	n/a
<b>Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento</b>	<b>(307,3)</b>	<b>(403,4)</b>	<b>(24%)</b>	<b>(112,5)</b>	<b>173%</b>	<b>(647,3)</b>	<b>(2.348,3)</b>	<b>(72%)</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>								
Pagamento de empréstimos e custos	(91,5)	(697,7)	(87%)	(123,1)	(26%)	(942,5)	(974,7)	(3%)
Captação de empréstimos	461,3	1.374,7	(66%)	135,2	241%	819,4	1.930,4	(58%)
Pagamento de arrendamento	(104,0)	(85,2)	22%	(96,6)	8%	(391,4)	(286,3)	37%
Aumento de capital - controladores	(11,8)	0,0	n/a	11,8	(200%)	0,0	2.596,7	n/a
Outros	5,6	(6,7)	n/a	(14,1)	(140%)	(13,8)	(6,7)	n/a
<b>Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento</b>	<b>259,7</b>	<b>585,0</b>	<b>(56%)</b>	<b>(86,8)</b>	<b>(399%)</b>	<b>(528,2)</b>	<b>3.259,3</b>	<b>n/a</b>
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DO SALDO DE CAIXA E EQUIV.</b>								
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DO SALDO DE CAIXA E EQUIV.</b>	<b>107,9</b>	<b>202,1</b>	<b>(47%)</b>	<b>3,5</b>	<b>2991%</b>	<b>(641,7)</b>	<b>944,6</b>	<b>n/a</b>
Saldo inicial	1.128,6	1.760,2	(36%)	1.149,6	(2%)	1.957,8	1.019,6	92%
Saldo final	1.251,4	1.957,8	(36%)	1.128,6	11%	1.251,4	1.957,8	(36%)
Variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	14,9	(4,5)	n/a	(24,5)	(161%)	(64,7)	(6,4)	913%