

RESULTADOS 4T23



WEBINAR DE RESULTADOS

15 de março de 2024

11hrs (Brasília) / 10 hrs (Nova York)

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

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Thiago Borges - CFO e DRI

José Luís Rizzardo - RI

Matheus Nascimento - RI

contato: ri@smarfit.com

DIVULGAÇÃO DE RESULTADO 4T23

São Paulo, 14 de março – A Smart Fit (SMFT3), líder no setor fitness na América Latina em número de clientes¹ anuncia os resultados do 4T23. 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 26.

DESTAQUES DO PERÍODO

- 1.438 academias em 15 países da América Latina, com expansão recorde no período**

O 4T23 foi marcado pela abertura de 132 academias, melhor trimestre em número de inaugurações, acrescentando 215 unidades ao longo do ano, outro recorde atingido, crescimento da rede de 18% vs. dez/2022.
- Base de clientes em academias, em contínua expansão, atingindo 4,1 M, 20% acima do 4T22**

Assertivos esforços na captação e retenção de clientes e da expansão orgânica, têm contribuído com o aumento na base de clientes com incremento de 683 mil alunos nas academias no ano.
- Receita líquida de R\$1.131 M no 4T23, +33% vs. 4T22 e +4% vs. 3T23**

Receita líquida no ano de R\$4,2 bilhões, +45% vs. 2022, com crescimento em todas as regiões de atuação devido a combinação da expansão da rede de academias, incremento do ticket médio e da base de clientes.
- Margem bruta caixa das unidades maduras² de 52% e contínuo aumento do lucro bruto caixa nas unidades inauguradas desde 2021**

Margem bruta caixa da companhia de 50% no 4T23 e no ano, com destaque para a margem estável durante o ano de 52% das unidades maduras e da sólida performance das unidades recém-inauguradas em 2021 e 2022 que atingiram patamar similar ao das unidades maduras.
- EBITDA de R\$332 M e geração de caixa operacional de R\$426 M no período, R\$268 M acima do 4T22**

EBITDA de R\$1,3 bilhão em 2023, aumento de 120% vs. 2022, com maior patamar anual histórico de margem, atingindo 30,7%, +10,5p.p. vs. 2022, e com robusta geração de caixa operacional no ano de R\$1,5 bilhão.
- Lucro líquido recorrente³ de R\$209 M no 4T23, resultado recorde e crescimento de 180% vs. 4T22**

Lucro líquido recorrente totalizou R\$536 milhões, maior patamar da história, com margem líquida recorrente de 12,6% no ano.

Destaque do 4T23 ^a	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
Academias	1.438	1.223	18%	1.306	10%	1.438	1.223	18%
Clientes totais (000) ^b	4.456	3.801	17%	4.404	1%	4.456	3.801	17%
Receita Líquida (R\$ M)	1.131	853	33%	1.089	4%	4.245	2.930	45%
EBITDA Ajustado ^c (R\$ M)	332	230	45%	327	1%	1.302	591	120%
Margem EBITDA Ajustado	29,4%	26,9%	2,4 p.p.	30,0%	(0,7) p.p.	30,7%	20,2%	10,5 p.p.
Lucro Líquido (R\$ M)	686	75	817%	94	627%	1.170	(11)	–
Geração de Caixa Operacional ^d (R\$ M)	426	158	169%	314	36%	1.488	599	148%

(1) De acordo com os dados da International Health, Racquet & Sportsclub Association, divulgados em 2023, com data-base de 2022 (“IHRSA”); (2) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; (3) Exclui o efeito negativo de R\$6 M no lucro líquido no 4T23 e de R\$151 M positivo em 2023, decorrentes da aquisição e reavaliação da participação existente de 50% no Panamá. Além disso, exclui o efeito de R\$483 M no lucro líquido do 4T23 e 2023 referente ao reconhecimento do imposto diferido (a) No 1T23, a Companhia adquiriu 100% da operação do Panamá e da Costa Rica, portanto, seus resultados são consolidados nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023; (b) Inclui clientes de academias, Studios e canal digital; (c) Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2) e o ganho com a reavaliação do investimento do Panamá. Vide seção “Composição do EBITDA”; (d) Vide seção “Geração de caixa operacional”.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2023 foi marcado pela recuperação pós-pandemia da base de alunos em todos os mercados de atuação, reflexo principalmente do patamar recorde de captação de clientes em janeiro. Essa performance combinada com a capacidade da Companhia de otimizar receita e de gerir de maneira eficiente os custos, em um cenário de inflação elevada na região, resultaram na recomposição e, posteriormente, na manutenção da rentabilidade das academias maduras em níveis consistentes em todos os trimestres do ano, além do sólido *ramp-up* das novas unidades. Vale comentar que esses excelentes resultados foram obtidos em conjunto com a sustentação do NPS (*Net Promoter Score*) em patamares de excelência, que demonstra a consistência da operação nas mais diversas cidades e regiões da América Latina.

Alcançamos importantes marcos financeiros no ano de 2023, com destaque para (i) o atingimento pela primeira vez de receita líquida acima de R\$4 bilhões, reflexo da força das marcas da Smart Fit e proposta de valor única para os clientes; (ii) EBITDA de R\$1,3 bilhão, mais do que o dobro quando comparado ao ano anterior, que reflete a alta alavancagem operacional do negócio; (iii) geração de caixa operacional de R\$1,5 bilhão, patamar recorde e suficiente para financiar os investimentos do período; e (iv) lucro líquido reportado acima de R\$1 bilhão, que, dentre outros fatores, possibilitou a primeira distribuição de dividendos via JCP pós IPO em 2021.

A evolução dos resultados ao longo do ano reforça a competitividade do nosso modelo de negócio, onde oferecemos uma experiência diferenciada de alto padrão com preços acessíveis em uma rede de unidades cada vez mais capilarizada, atendendo a demanda crescente por serviços *fitness* na região. Nesse contexto, decidimos acelerar o ritmo de expansão da rede de academias, com a construção do *pipeline* no decorrer do ano, que resultou em recorde anual de 215 adições, e trimestral, com 132 no 4T23. Encerramos o ano com 1.438 academias, um crescimento de 18% em relação a 2022, e presença em 15 países na América Latina. Além da aquisição da *joint venture* das operações do Panamá e Costa Rica em janeiro de 2023, o ano marcou a entrada da Smart Fit no Uruguai. Vale comentar que expandimos presença para mais de 50 novos municípios, totalizando mais de 380 cidades da América Latina.

Acreditamos que estamos muito bem-posicionados junto aos principais desenvolvedores do setor imobiliário da América Latina para monetizar as principais oportunidades de pontos comerciais na região, reflexo dos sólidos e longevos relacionamentos que foram construídos ao longo dos últimos anos. Em um cenário com alta visibilidade de um pipeline robusto, anunciamos o *guidance* de aberturas líquidas de 240-260 unidades para 2024, que representa uma aceleração quando comparada as 215 adições em 2023. A decisão de acelerar o ritmo de expansão se ancora na consistência dos retornos obtidos pelas academias abertas nos últimos três anos somado a um extenso *know-how* no processo de abertura e operação de academias e o forte balanço financeiro da Companhia.

Em 2023, a base de clientes total continuou a trajetória de expansão, atingindo a marca de 4,5 milhões, uma adição de 655 mil clientes. Em academias, a base atingiu 4,1 milhões de alunos, sendo 20% superior vs. 2022. Tal crescimento reflete o incremento de base de alunos nas academias maduras nas diferentes regiões ao longo do ano e o forte ritmo de inauguração de unidades nos últimos anos. Começamos o ano de 2024 com a mesma tração em termos de crescimento da base de alunos, quando apresentamos mais uma sólida performance de vendas no mês de janeiro. No período, foram adicionados 322 mil alunos, o maior patamar da história da Companhia, totalizando 4,8 milhões. Em academias, a base de clientes expandiu 8% em relação ao mês anterior, encerrando o período com 4,5 milhões de alunos.

A evolução da base de clientes da Smart Fit reforça que a prática de exercícios físicos, assim como serviços para saúde e bem-estar, continua como uma das principais prioridades para as pessoas. De acordo com o estudo “As tendências que definirão o mercado global de *wellness* em 2024”, entre os consumidores americanos, 82% dos entrevistados consideram o bem-estar físico e mental uma prioridade importante ou extrema de sua vida cotidiana – patamar similar à dos consumidores do Reino Unido e da China (73% e 87%,

respectivamente). Tendências como uma maior procura por treinos de força, tanto para busca de emagrecimento e de longevidade, assim como tratamentos holísticos, com práticas de ioga e acompanhamento nutricional, estão consolidadas na rotina das pessoas. Além disso, cada vez mais a atividade física tem sido associada à melhoria da saúde mental das pessoas, servindo como uma ferramenta eficaz na gestão do stress, da ansiedade e da depressão. Nesse contexto de crescente consciência da importância da saúde e do bem-estar é esperado que mais pessoas estejam dispostas a investir mais em serviços de *fitness*. Na mesma pesquisa, 58% dos entrevistados americanos disseram que priorizam mais o *wellness* do que há um ano, reforçando o contínuo crescimento da demanda por serviços fitness.

Ao longo de 2023, seguimos avançando em estratégias de marketing por meio de ativações e campanhas para reforçar os principais atributos da marca Smart Fit, que incluem a infraestrutura de alto padrão e experiência diferenciada das nossas academias, com um ambiente ideal para treinos de musculação, e iniciativas que potencializam o sentimento de comunidade, tais como o patrocínio de corridas de rua em diferentes países da América Latina, nos conectando com os clientes por meio da prática de exercícios físicos. Acreditamos que esses fatores nos colocam em uma posição única em termos de *Brand Equity* frente aos demais *players* do setor. Potencializando a força e abrangência da marca Smart Fit na América Latina, nos tornamos recentemente a academia oficial dos Comitês Olímpicos do Brasil, da Colômbia e do Panamá. Com as parcerias e patrocínios, motivos de muito orgulho para todos os colaboradores e clientes, acreditamos que temos a oportunidade de difundir ainda mais a importância do esporte na transformação de vidas, compartilhando valores olímpicos como comprometimento e integridade, que também fazem parte da cultura da Companhia, além de apoiar todos os atletas durante o ciclo de preparação para as principais competições esportivas ao redor do mundo.

Na agenda de *Revenue Management*, vale destacar a evolução da penetração do plano “Black”, produto com precificação com abrangência nacional e que, dentre outros benefícios, permite acesso a todas as academias da rede na América Latina. Ao longo do ano, a penetração do número de clientes matriculados no plano aumentou em nove pontos percentuais, com crescimento em todas as regiões de atuação. Acreditamos que essa tendência é impulsionada pela ampliação da rede de academias, força da marca e alta satisfação com o nível de serviço prestado, além de uma comunicação mais assertiva dos atributos e benefícios do plano. O benefício de acesso a quaisquer academias da marca Smart Fit é amplamente valorizado pelos clientes e, na média, para os clientes do plano “Black” que frequentaram em um intervalo de um mês, aproximadamente 50% utilizaram esse benefício. Outro destaque de 2023 foi a introdução do plano “Fit” em praticamente todo o Brasil e início do *roll-out* no México, Peru e Chile ao longo do segundo semestre depois dos sólidos resultados alcançados com a inserção gradual do plano no Brasil desde meados de 2022. Sendo uma oferta que dá acesso a uma única academia, com permanência mínima de 12 meses, o plano “Fit” tem como objetivo a busca por um perfil de base de clientes mais longo, gerando mais engajamento e *Lifetime Value* (LTV), além de reforçar a competitividade e a acessibilidade do nosso modelo de negócio, sendo a opção com precificação local mais atrativa do nosso portfólio. O plano “Smart”, complementa as opções de planos sendo a opção com precificação local, permitindo acesso a uma academia e com flexibilidade maior em relação ao tempo de permanência.

Sobre a agenda Digital, seguimos avançando nos investimentos em iniciativas com o objetivo de melhorar a experiência do cliente e aumentar a eficiência operacional. Na parte de eficiência operacional, concluímos o projeto de unificação do ERP nos 5 principais países de atuação, gerando maior velocidade e assertividade na gestão financeira da Companhia. Esse projeto também reforça uma cultura cada vez mais *data-driven* no processo de tomada de decisão. Além disso, a funcionalidade de prescrição de treinos no aplicativo continua avançando de forma bastante acelerada, atingindo mais de 3 milhões de treinos prescritos automaticamente em 2023, sendo que mais de 1,4 milhões com o uso de inteligência artificial. Essa iniciativa permite que os alunos tenham acesso a um maior acervo de exercícios e planos de treino, e ganhem maior assertividade na busca dos seus objetivos, o que auxilia no autosserviço e contribui para uma melhor experiência do cliente.

Após uma reformulação, o Smart Fit Nutri, que ao final de 2023 era oferecido apenas no Brasil, atingiu mais de 150 mil alunos, um sólido crescimento de mais de 50% frente ao ano anterior. Em 2023, foram adicionadas mais de 140 balanças de bioimpedância em todo Brasil, com essas unidades apresentando uma penetração de 10% na base de clientes. Para 2024, o objetivo é continuar o processo de *roll-out* das balanças no Brasil, e iniciar os testes do produto em outros países.

No TotalPass, plataforma de benefícios corporativos que opera como agregador do mercado *fitness* B2B no Brasil e no México, o ano de 2023 ficará marcado pelo forte crescimento. Terminamos o período com mais de 16 mil unidades parceiras cadastradas no Brasil, o dobro quando comparado ao ano anterior, e presença em mais de mil cidades, um crescimento superior a 65% vs. 2022. No México, encerramos 2023 com mais de 4 mil unidades cadastradas, mais de 35% acima do ano anterior. Acreditamos que a proposta de valor do TotalPass junto aos RHs das empresas e aos potenciais parceiros é cada vez mais única e atrativa, reflexo da ampla, e exclusiva, rede de academias da Companhia, com a força das nossas marcas e complementariedade da oferta de modalidades, além da capilaridade da base de parceiros. A nossa expectativa é de um 2024 ainda mais promissor, com forte ritmo de crescimento, reflexo de melhorias contínuas no produto e ampliação da rede, além de maiores investimentos comerciais.

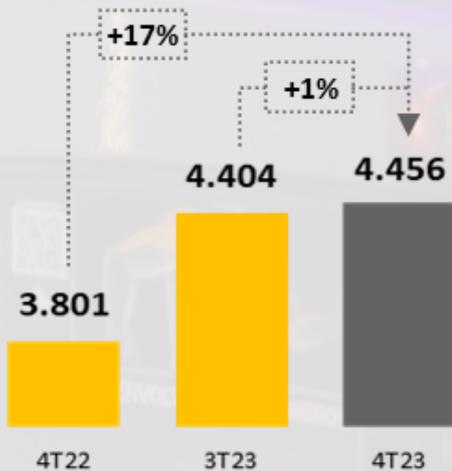
Para a Bio Ritmo, nossa marca de atuação no segmento *high-end*, o ano de 2023 foi de importantes realizações. Avançamos na otimização e padronização de processos de *backoffice* com a migração de sistemas, que contribuíram para a melhora do processo de vendas e da experiência dos clientes. Além disso, o período também ficará marcado por investimentos na inauguração de 1 unidade e na melhoria do produto em diversas unidades, além de ações de marketing, que buscam consolidar o posicionamento da marca em todos os meios de comunicação e pontos de contatos com os clientes. Essas iniciativas se refletiram em sólidos resultados financeiros, com patamar recorde de margem anual. Assim, seguimos muito confiantes com a forte aderência da nossa proposta de valor no segmento *high-end* e execução da estratégia em 2024.

Em 2023, adicionamos 8 unidades à nossa rede de studios, sendo 7 franquias, terminando o período com 21 unidades em 7 das 10 maiores capitais do país em termos populacionais. Seguimos confiantes em relação ao nosso pipeline de expansão com novos contratos, que já representa um potencial para mais do que dobrar o número de unidades em 2024. Continuamos atentos as principais tendências *fitness* ao redor do mundo para aperfeiçoar o nosso portfólio. Nesse contexto, inauguramos recentemente a primeira unidade do “One Pilates”, conceito do segmento de pilates.

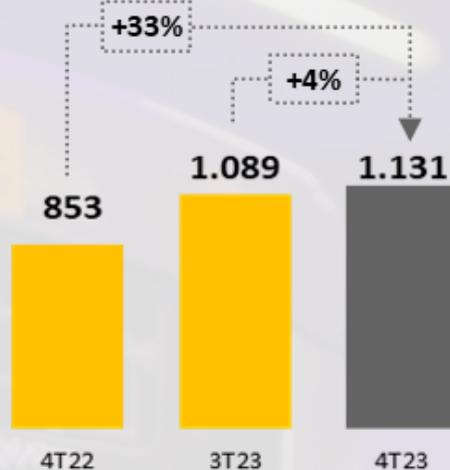
Nossa contribuição, entretanto, vai além dos serviços *fitness* prestados. A agenda de sustentabilidade da Companhia continuou em plena evolução e desenvolvimento, com importantes entregas em 2023. Concluímos a elaboração da primeira matriz de materialidade, que norteará a agenda de sustentabilidade a partir dos temas relevantes para os nossos *stakeholders*. Divulgamos nosso 1º relatório de sustentabilidade, com base na metodologia da *Global Reporting Initiative*. Em relação ao aspecto ambiental, intensificamos os esforços para aumentar a eficiência energética, a participação de energias renováveis em nossa matriz, dentre outros. Encerramos 2023 com 148 unidades no Brasil operando com projetos de energia no Mercado Livre ou de Geração Distribuída, mais do que o dobro quando comparado com 2022. Adicionalmente, a automatização do sistema de ar-condicionado, iniciada em 2022, foi ampliada para 149 unidades, totalizando 224 academias nas diferentes regiões, reduzindo o consumo em 6,1 de gWh no período.

O ano de 2023 foi muito especial para a Smart Fit. Gostaríamos de agradecer imensamente aos nossos mais de 15 mil colaboradores, que com sua dedicação e trabalho nos ajudam diariamente a democratizar o fitness de alto padrão. Aos nossos clientes, fornecedores, parceiros, acionistas e debenturistas fica o nosso muito obrigado pela confiança e parceria. Estamos muito satisfeitos com os resultados obtidos em 2023 e ainda mais entusiasmados com as perspectivas para 2024. Seguimos confiantes em relação a execução da nossa agenda estratégica para ampliar a nossa posição de liderança na América Latina.

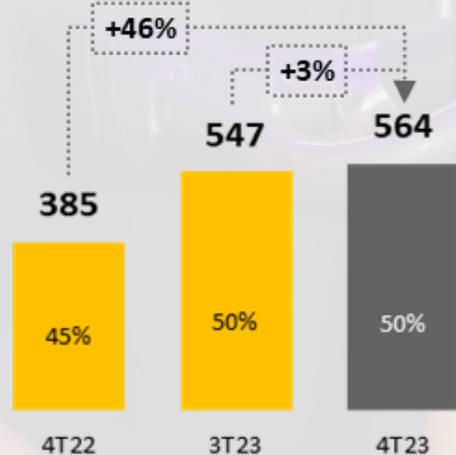
Clientes Totais (000)



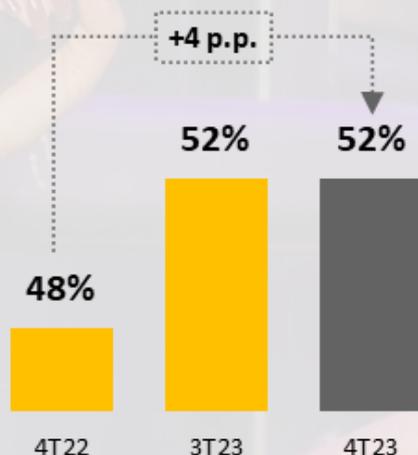
Receita Líquida (R\$ M)



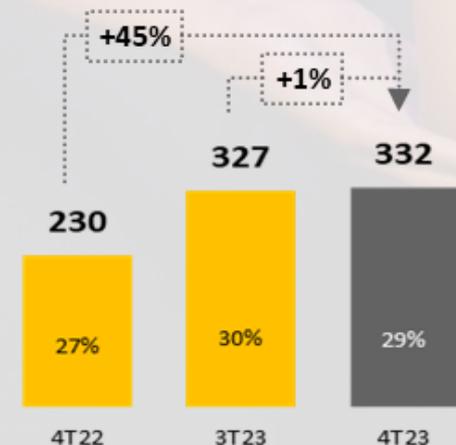
Lucro Bruto Caixa (R\$ M) e Margem (%)



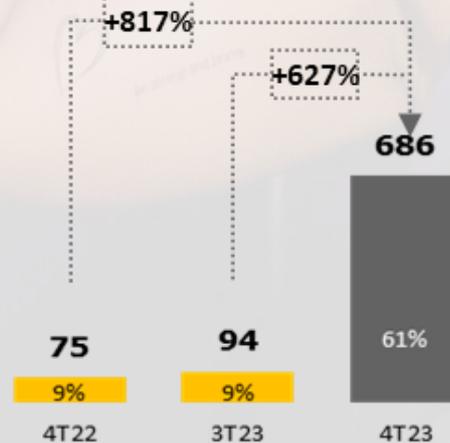
Margem Bruta (%) unidades maduras^a



EBITDA Aj.^b (R\$ M) e Margem (%)



Lucro Líquido (R\$ M) e Margem (%)



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

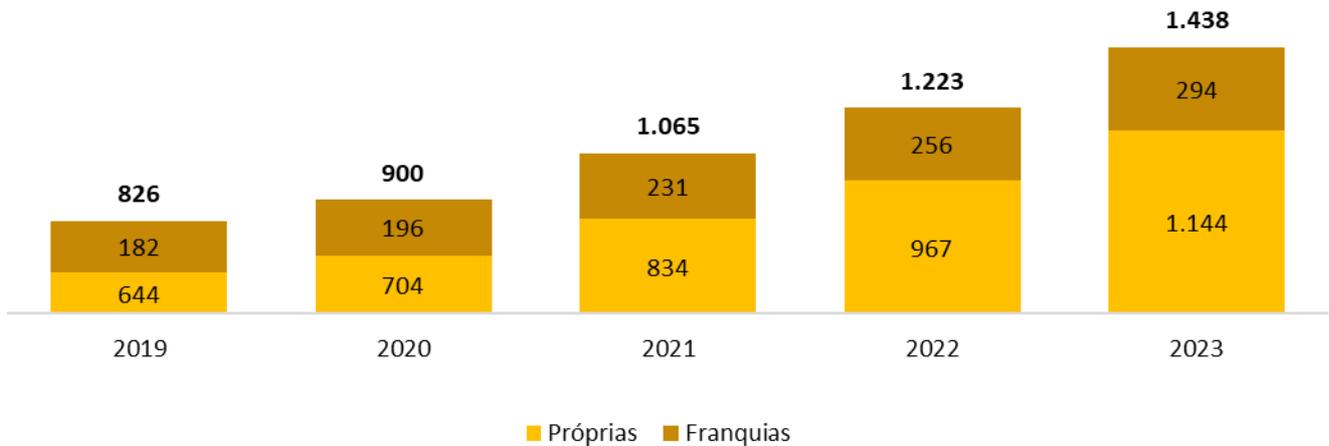
(b) "EBITDA Aj." exclui o ganho de R\$176,6 M auferido no 2T23 com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá.

PERFORMANCE OPERACIONAL

REDE DE ACADEMIAS

A Companhia encerrou o ano com 1.438 academias, com presença em 15 países na América Latina, sendo sua rede composta por 1.144 unidades próprias (80% do total) e 294 franquias. O ano de 2023, para a Companhia, também ficará marcado pelo: (i) atingimento de mais de 1.400 academias da marca Smart Fit; (ii) os patamares de mais de 700 academias no Brasil, 300 no México e 400 na região outros América Latina; e (iii) a entrada em um novo país (15º) com a inauguração das primeiras unidades no Uruguai. Nos últimos 5 anos, a rede de academias evoluiu a um sólido CAGR¹⁹⁻²³ de 15%, adicionando 612 novas unidades desde 2019.

Evolução rede de academias nos últimos 5 anos

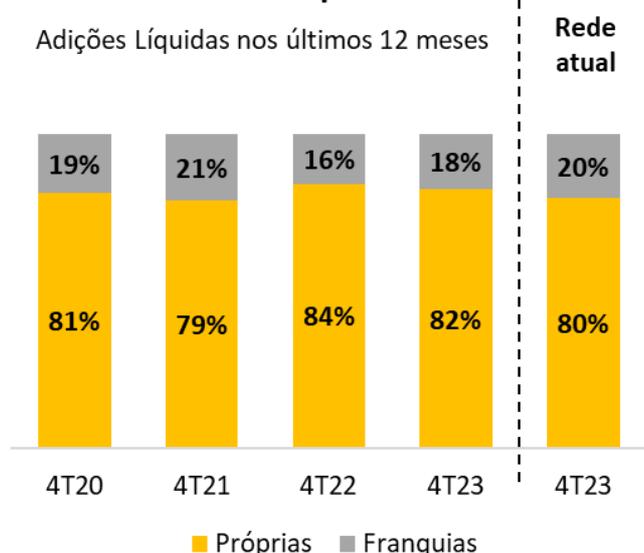


O 4T23 foi marcado pela aceleração no ritmo de abertura de academias e pelo atingimento do recorde trimestral de inauguração de unidades, com 132 adições no período. Vale destacar o mês de dezembro, quando foram adicionadas 78 academias, maior quantidade de inaugurações em um mês da história da Companhia. Todas as aberturas de academias no período foram da marca Smart Fit, com adição de 113 unidades próprias (86% das adições) e 19 franquias. Das adições do trimestre, 48 foram no Brasil, 30 no México e 54 na região Outros América Latina. Além disso, no período foram adicionados 4 studios no Brasil, encerrando o ano com 21 unidades.

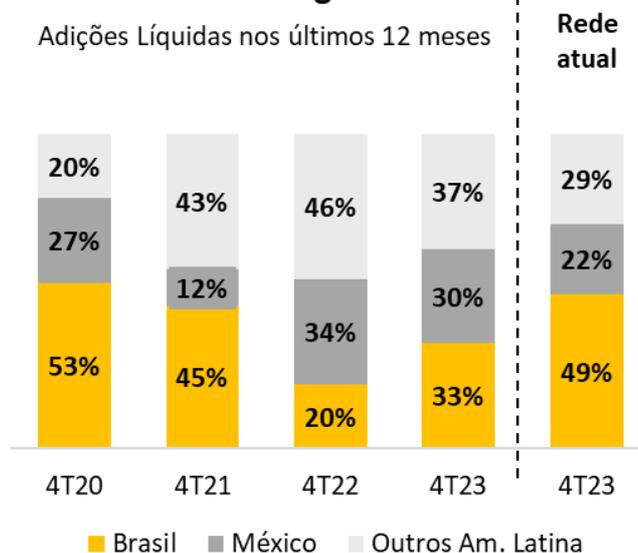
No acumulado do ano foram adicionadas 215 unidades à rede de academias, a maior adição da história da Companhia, que representa um crescimento de 18% versus 2022, reforçando a posição de liderança do Grupo Smart Fit no setor *fitness* na América Latina. Das adições do período, 177 são unidades próprias (82% das adições totais) e 38 franquias, sendo que 72 das novas academias estão localizadas no Brasil, 64 no México e 79 na região Outros América Latina, representando um crescimento de 11%, 25% e 24% versus 2022, respectivamente.

Adicionalmente, vale destacar a adição de 1 unidade Bio Ritmo localizada em São Paulo e de 8 studios no período, sendo 1 unidade própria.

Composição das academias^a por tipo



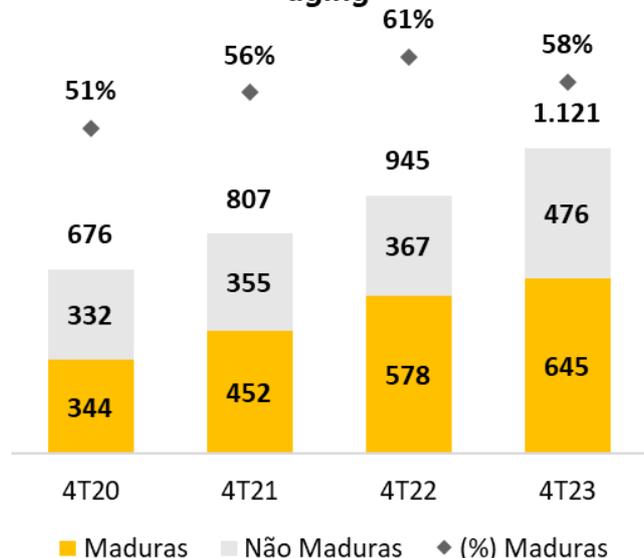
Composição das academias^a por região



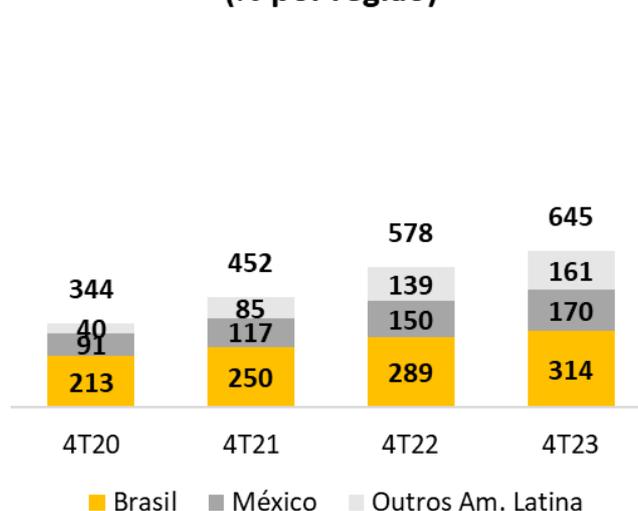
(a) Considera somente as academias do grupo (não considera Studios)

No ano de 2023 a Companhia aumentou a capilaridade da rede de academias chegando a mais de 50 novas cidades, totalizando sua presença em mais de 380 cidades da América Latina. A região Outros América Latina representou 37% das novas academias do período, com a maior parte das aberturas na Colômbia, Chile, Peru e Guatemala e aceleração nas inaugurações comparado a 2022 em diversas geografias, com destaque para Chile, Peru, Guatemala e Uruguai. No México, vale mencionar que, ao longo de 2023, a Companhia entrou em 5 novos estados, terminando o período com presença em 31 das 32 entidades federativas do país. Além disso, as adições do ano na região novamente foram concentradas fora do Distrito Federal e do Estado do México, representando mais de 90% das novas unidades versus aproximadamente 70% em 2022. No Brasil, vale destaque para a região Sudeste, concentrando 55% das novas unidades do período, seguida pela região Nordeste (26%) e Centro Oeste (13%).

Composição Smart Fit Próprias por *aging*



Composição Smart Fit Próprias Maduras (% por região)



Vale ressaltar que 645 unidades Smart Fit próprias (58% da base de unidade próprias) são maduras ao final de 2023, versus 60% em 2022, considerando a definição que uma unidade é madura quando possui pelo menos 24 meses de idade no início do ano.

Evolução da Rede de Academias

Unidades	Final de Período					Crescimento 4T23 vs.		Variação 4T23 vs.	
	4T22	1T23	2T23	3T23	4T23	3T23	4T22	3T23	4T22
Total	1.236	1.244	1.274	1.323	1.459	136	223	10%	18%
Academias	1.223	1.231	1.259	1.306	1.438	132	215	10%	18%
Por Tipo									
Próprias	967	974	994	1.031	1.144	113	177	11%	18%
Franquias	256	257	265	275	294	19	38	7%	15%
Por Marca									
Smart Fit	1.196	1.204	1.231	1.278	1.410	132	214	10%	18%
Próprias	945	952	971	1.008	1.121	113	176	11%	19%
Brasil	429	431	431	448	486	38	57	8%	13%
México	245	250	264	274	302	28	57	10%	23%
Outros Am. Latina ^a	271	271	276	286	333	47	62	16%	23%
Franquias	251	252	260	270	289	19	38	7%	15%
Brasil	179	177	181	183	193	10	14	5%	8%
México	9	10	12	14	16	2	7	14%	78%
Outros Am. Latina ^a	63	65	67	73	80	7	17	10%	27%
Bio Ritmo e O2	27	27	28	28	28	0	1	–	4%
Próprias	22	22	23	23	23	0	1	–	5%
Franquias	5	5	5	5	5	0	0	–	–
Por região									
Brasil	634	634	639	658	706	48	72	7%	11%
México	254	260	276	288	318	30	64	10%	25%
Outros Am. Latina ^a	335	337	344	360	414	54	79	15%	24%
Studios^b	13	13	15	17	21	4	8	24%	62%

(a) A região “Outros América Latina” inclui as operações próprias da Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Paraguai, Peru, Panamá e Uruguai e as franquias de El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana e Honduras; (b) Studios incluem 9 unidades próprias e 12 franquias.

BASE DE CLIENTES

No 4T23, a base de clientes total continuou a trajetória de expansão, atingindo a marca de 4,5 milhões, 17% acima do 4T22. Em academias, a base atingiu 4,1 milhões de alunos, sendo 20% superior ao 4T22, impactado positivamente pelo forte ritmo de inauguração de unidades nos últimos anos e o incremento de base de alunos nas academias maduras nas diferentes regiões no início do ano. Foram adicionados 53 mil alunos em academias no período, o que representa um crescimento de 1% com relação ao 3T23, devido a maturação das inaugurações realizadas em 2023, compensando um quarto trimestre tipicamente marcado por uma sazonalidade negativa, com retração de base de clientes nas academias maduras.

Em janeiro de 2024, foram adicionados 322 mil alunos na base total, o maior patamar da história da Companhia, totalizando 4,8 milhões. Essa sólida performance de vendas ao longo do mês de janeiro é reflexo de uma combinação entre (i) sazonalidade positiva do período, sendo janeiro o mês mais forte do ano na captação de alunos; (ii) os assertivos esforços comerciais na captação de clientes ancorados na força das marcas do grupo Smart Fit e sua proposta de valor única; e (iii) o forte ritmo de expansão da Companhia nos últimos anos e a maturação da sua rede de academias. Em academias, a base de clientes expandiu 8% em relação ao mês de dezembro de 2023, com recorde de vendas totais, encerrando o mês com 4,5 milhões de alunos. Destaque positivo para o Brasil, que ultrapassou a marca de 2,1 milhões de alunos no período e para o México que se aproxima da marca de 1 milhão de alunos.

Nas unidades maduras, vale destacar a forte performance de vendas por academia em janeiro de 2024, que representou o terceiro melhor mês da história da Companhia, sendo, inclusive, o segundo melhor mês excluindo o período de retomada após a pandemia da COVID-19. Como resultado, a base de clientes por unidade madura expandiu 4,5% quando comparada a dezembro de 2023, acima da sazonalidade histórica, com destaque positivo para Brasil e México, que cresceram 5,3% e 4,4% no período, respectivamente.

Evolução da Base de Clientes

Clientes Totais ('000)	Final de Período					Crescimento 4T23 vs.		Variação 4T23 vs.	
	4T22	1T23	2T23	3T23	4T23	3T23	4T22	3T23	4T22
Total	3.801	4.188	4.271	4.404	4.456	52	655	1%	17%
Em Academias	3.457	3.856	3.953	4.087	4.140	53	683	1%	20%
Por Tipo									
Próprias	2.705	3.026	3.103	3.208	3.267	59	561	2%	21%
Franquias	752	831	851	880	873	(6)	122	(1%)	16%
Por Marca									
Smart Fit	3.407	3.805	3.901	4.035	4.089	54	682	1%	20%
Próprias	2.663	2.982	3.059	3.164	3.224	60	561	2%	21%
Brasil	1.165	1.307	1.277	1.316	1.353	37	188	3%	16%
México	655	743	837	860	851	(9)	196	(1%)	30%
Outros Am. Latina ^a	843	932	945	988	1.020	32	177	3%	21%
Franquias	744	822	842	871	865	(6)	121	(1%)	16%
Bio Ritmo e O2	50	52	52	53	51	(2)	1	(3%)	2%
Por região									
Brasil	1.720	1.921	1.882	1.929	1.952	22	232	1%	13%
México	681	774	880	909	900	(9)	220	(1%)	32%
Outros Am. Latina ^a	1.057	1.162	1.192	1.249	1.288	39	232	3%	22%
Em Studios	4	4	4	5	5	0	1	-	21%
Em Digital^b	340	328	313	312	311	(1)	(29)	(0%)	(9%)

(a) A região "Outros América Latina" inclui as academias próprias na Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Paraguai, Peru, Panamá e Uruguai. 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.

A base de clientes no Brasil atingiu o marco de, aproximadamente, 2,0 milhões, uma adição de 22 mil clientes no trimestre, o que representa um crescimento de 13% comparado ao 4T22 e 1% superior ao 3T23. Vale ressaltar que, nos últimos 12 meses, foram adicionados 232 mil clientes no Brasil, crescimento de 13% da base de alunos, reflexo da recuperação da base de alunos das unidades Smart Fit maduras combinada com a sólida curva de maturação das academias inauguradas nos últimos 24 meses. Em janeiro de 2024, a base de clientes do Brasil ultrapassou 2,1 milhões de clientes, 8% acima do mês de dezembro de 2023 e equivalente a aproximadamente 1,0% da população brasileira. Nas unidades maduras da região, a base de clientes apresentou uma sólida performance, acima da sazonalidade histórica, com crescimento de 5,3% quando comparada a dezembro de 2023.

O México terminou o 4T23 com 900 mil clientes, crescimento de 32% em comparação ao 4T22 e uma queda de 9 mil frente ao 3T23, em função da sazonalidade histórica negativa do trimestre na região, devido principalmente à estação de inverno no hemisfério norte. No período, a média de alunos por academia foi 7% superior ao 4T22, em função da excelente adição de 220 mil clientes nos últimos 12 meses, devido a rápida e sólida maturação das 64 academias adicionadas e incremento de base de alunos nas unidades Smart Fit maduras. Em janeiro de 2024, a base de clientes no México atingiu 970 mil, equivalente a 0,8% da população mexicana e 8% acima do mês de dezembro de 2023, com destaque para o crescimento de 4,4% nas unidades maduras, acima da sazonalidade histórica.

Na região Outros América Latina, a base de clientes atingiu 1,3 milhão no 4T23, um crescimento de 22% quando comparada ao 4T22, e que representou um aumento de 39 mil clientes de academias no trimestre, ou um aumento de 3% vs. 3T23, com destaque positivo para Colômbia, Chile e Guatemala. A adição de clientes no trimestre foi positivamente impactada pelo incremento de 79 unidades nos últimos 12 meses na região. Até janeiro de 2024, a base de clientes nessa região atingiu 1,4 milhão, 7% acima do mês de dezembro de 2023 e equivalente a 0,6% da população desses países, com destaque para Colômbia e no Chile, nos quais esse percentual é superior a 1,0% da população.



A oferta de serviços digitais tem sido ampliada e aperfeiçoada desde 2020. Atualmente os principais serviços digitais incluem (i) Queima Diária, plataforma digital que oferece programas de exercícios físicos e outros conteúdos voltados para nutrição e hábitos saudáveis; (ii) Smart Fit Nutri, serviço de acompanhamento nutricional oferecido por aplicativo, com balança de bioimpedância e tele consultas com nutricionistas; e (iii) Smart Fit Coach: serviço de *personal trainer* on-line através de consultoria individualizada focada em orientar os clientes nas suas rotinas fitness, de acordo com seu objetivo, nível de condicionamento e local de treino.

Ao final do quarto trimestre de 2023, os clientes exclusivamente digitais somavam 311 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, conta com mais de 165 programas de exercícios físicos e outros conteúdos voltados para nutrição e hábitos saudáveis. Ao longo de 2023, foram lançados 19 novos programas com foco principalmente em nutrição e alimentação saudável, Pilates e ginástica localizada, reforçando o acervo de conteúdos que contém mais de 5,5 mil aulas. Ao final do 4T23, esta plataforma possuía 307 mil clientes, 148% acima do patamar de dez/19 (pré-pandemia) e estável frente ao 3T23. Vale destacar que, em 2023, o Queima Diária recebeu o prêmio de campeã do “Reclame Aqui” na categoria plataforma fitness.

O Smart Fit Nutri atingiu 158 mil assinantes ativos ao final do 4T23, o maior patamar histórico, com crescimento de 2% comparado ao trimestre anterior. A expansão do número de clientes se deve às iniciativas adotadas para proporcionar uma melhor experiência e maior engajamento, como por exemplo a contínua instalação de balanças de bioimpedâncias em mais academias no Brasil.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Principais indicadores financeiros ^{a,b} (R\$ milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita bruta	1.209,8	917,1	32%	1.164,7	4%	4.539,3	3.151,8	44%
Receita líquida	1.131,2	853,1	33%	1.089,2	4%	4.244,7	2.930,4	45%
Custo caixa dos serviços ^c	(567,0)	(467,9)	21%	(542,1)	5%	(2.116,2)	(1.707,4)	24%
Lucro bruto caixa^c	564,2	385,2	46%	547,1	3%	2.128,6	1.223,1	74%
Margem bruta caixa	49,9%	45,2%	4,7 p.p.	50,2%	(0,4) p.p.	50,1%	41,7%	8,4 p.p.
Custos pré-operacionais	(13,5)	(6,2)	119%	(9,0)	49%	(31,9)	(26,3)	21%
Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais ^c	577,6	391,3	48%	556,1	4%	2.160,5	1.249,4	73%
Margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais	51,1%	45,9%	5,2 p.p.	51,1%	0,0 p.p.	50,9%	42,6%	8,3 p.p.
SG&A ^d	(229,4)	(159,1)	44%	(218,4)	5%	(825,2)	(638,4)	29%
% Receita Líquida	20,3%	18,7%	1,6 p.p.	20,0%	0,2 p.p.	19,4%	21,8%	(2,3) p.p.
Despesas com vendas	(87,8)	(70,8)	24%	(79,3)	11%	(318,1)	(274,5)	16%
% Receita Líquida	7,8%	8,3%	(0,5) p.p.	7,3%	0,5 p.p.	7,5%	9,4%	(1,9) p.p.
Despesas gerais e administrativas	(129,7)	(85,9)	51%	(123,6)	5%	(452,0)	(333,2)	36%
% Receita Líquida	11,5%	10,1%	1,4 p.p.	11,3%	0,1 p.p.	10,6%	11,4%	(0,7) p.p.
Despesas pré-operacionais	(9,8)	(3,0)	226%	(7,6)	28%	(26,7)	(17,8)	50%
Outras (despesas) receitas	(2,1)	0,6	-	(7,9)	(73%)	(28,4)	(12,8)	121%
Reavaliação Panamá ^e	-	-	-	-	-	176,6	-	-
Equivalência patrimonial	(2,7)	3,6	-	(1,5)	79%	(1,1)	6,6	-
EBITDA^f	332,1	229,7	45%	327,2	1%	1.478,9	591,2	150%
Margem EBITDA	29,4%	26,9%	2,4 p.p.	30,0%	(0,7) p.p.	34,8%	20,2%	14,7 p.p.
EBITDA ajustado^g	332,1	229,7	45%	327,2	1%	1.302,3	591,2	120%
Margem EBITDA ajustada	29,4%	26,9%	2,4 p.p.	30,0%	(0,7) p.p.	30,7%	20,2%	10,5 p.p.
EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais^h	355,3	238,8	49%	343,9	3%	1.360,9	635,3	114%
Margem EBITDA ajustada antes dos gastos pré-operacionais	31,4%	28,0%	3,4 p.p.	31,6%	(0,2) p.p.	32,1%	21,7%	10,4 p.p.
Depreciação e amortização	(166,1)	(131,0)	27%	(163,6)	2%	(636,2)	(489,4)	30%
Resultado financeiro	(31,1)	(28,2)	10%	(44,1)	(29%)	(145,4)	(108,8)	34%
IRPJ & CSLL	551,5	4,4	12.537%	(25,1)	-	472,6	(3,7)	-
Lucro (prejuízo) líquido	686,3	74,8	817%	94,4	627%	1.169,9	(10,7)	-
Margem líquida	60,7%	8,8%	51,9 p.p.	8,7%	52,0 p.p.	27,6%	(0,4%)	27,9 p.p.

- (a) Todos os indicadores excluem efeitos do IFRS 16 em relação aos arrendamentos mercantis relacionados a aluguel das academias e escritórios; (b) No 1T23, a Companhia adquiriu 100% da operação do Panamá e da Costa Rica, portanto, seus resultados são consolidados nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023; (c) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, apresentamos o "Custo Caixa dos Serviços", que exclui os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações. "Lucro bruto caixa antes dos custos pré-operacionais" exclui também os custos pré-operacionais com aberturas de novas unidades. Veja seção "Lucro Bruto" para a memória de cálculo destas medições; (d) "Despesas com vendas" exclui despesas com aberturas de novas unidades e "Despesas gerais e administrativas" exclui depreciação e os efeitos do IFRS-16; (e) Ganho de R\$ 176,6 M auferido com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período; (f) Veja seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição; (g) "EBITDA Ajustado" exclui o ganho de R\$ 176,6 M do 2T23 auferido com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá; (h) "EBITDA ajustado antes dos custos e despesas pré-operacionais" exclui custos e despesas com aberturas de novas unidades e o ganho com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá. Veja seção "Composição do EBITDA" para a memória de cálculo desta medição.

RECEITA LÍQUIDA

A receita líquida no 4T23 totalizou R\$1.131,2 milhões, apresentando um crescimento de 33% quando comparada ao 4T22 principalmente em função da expansão de 16% na média da rede própria de academias Smart Fit, do aumento de 4% no número médio de alunos dessas unidades e do incremento de ticket médio de 6%, desconsiderando o impacto da consolidação dos resultados do Panamá e da Costa Rica. No ano a receita líquida totalizou R\$4.244,7 milhões, 45% acima do ano anterior.

Com a aquisição de 100% das operações do Panamá e Costa Rica no 1T23, a Companhia passou a consolidar o resultado das operações desses países na região de Outros América Latina, contribuindo com R\$38 milhões de receita no 4T23 e R\$145 milhões em 2023, o que contribuiu para o aumento da relevância das receitas internacionais em 2023.

O incremento do ticket médio ocorre, principalmente, em função do 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. Algumas iniciativas comerciais, como o próprio avanço da expansão da rede de academias, têm contribuído para o aumento do percentual de clientes matriculados no plano Black, que representou 67% da base de clientes de academias próprias ao término de 2023, um ganho de 2p.p. em relação ao 3T23 e 9p.p. quando comparado ao 4T22. Vale destacar que o incremento da participação de clientes matriculados no plano Black no trimestre e no ano ocorreu nas três regiões de atuação.

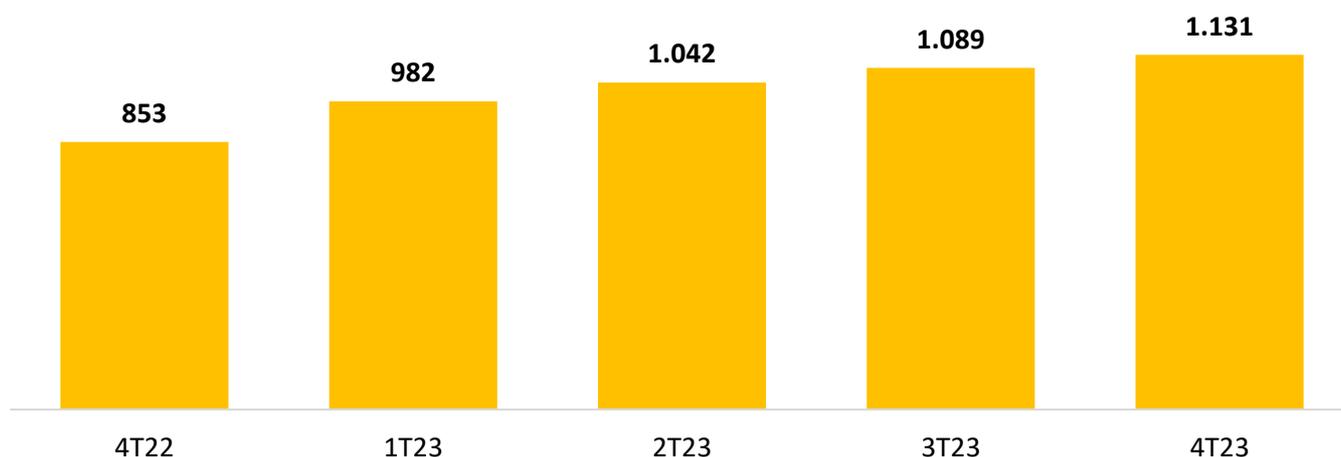
Receita Líquida por Marca e Região

Receita Líquida (R\$milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
Smart Fit	1.024,5	768,9	33%	994,5	3%	3.862,9	2.635,1	47%
Brasil	425,1	346,6	23%	413,0	3%	1.627,4	1.224,3	33%
México	266,8	197,6	35%	268,1	(0%)	1.001,8	635,1	58%
Outros Am.Latina ^a	332,6	224,8	48%	313,4	6%	1.233,7	775,6	59%
Bio Ritmo e O2	36,4	29,8	22%	35,7	2%	138,7	106,3	30%
Outras ^b	70,2	54,3	29%	59,0	19%	243,2	189,1	29%
Total	1.131,2	853,1	33%	1.089,2	4%	4.244,7	2.930,4	45%
Receita Internacional (% do total)	53%	50%	3,4 p.p.	54%	(0,4) p.p.	53%	48%	4,5 p.p.

(a) A região "Outros Am. Latina" considera somente operações próprias controladas na região (Colômbia, Chile, Peru, Argentina e Paraguai) até o 4T22. Com a aquisição de 100% da operação do Panamá e Costa Rica no 1T23, seus resultados passaram a ser consolidados nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023. A partir do 4T23, a região também inclui a operação própria controlada no Uruguai; (b) "Outras" inclui royalties recebidos de franquias no Brasil e internacionais, exceto México e Colômbia, e outras marcas operadas pela Companhia no Brasil.

Evolução da Receita líquida

(R\$ milhões)



No 4T23, a receita líquida das academias Smart Fit cresceu 3% frente ao 3T23 devido, principalmente, as aberturas de unidades próprias ao longo de 2023.

No Brasil, a receita líquida das academias Smart Fit foi de R\$425,1 milhões no 4T23, crescimento de 3% versus 3T23, reflexo da expansão da quantidade de academias. Comparado ao mesmo período do ano anterior, a receita cresceu 23%, devido principalmente ao forte crescimento de 10% da base média de academias, do incremento de 6% no ticket médio e da evolução de 5% da base de clientes por academia. Em 2023, a receita líquida totalizou R\$1.627,4 milhões, 33% acima do ano anterior.

No México, a receita líquida no trimestre foi de R\$266,8 milhões, estável quando comparada ao 3T23, pois a expansão de 7% no número médio de academias próprias compensou a sazonalidade histórica da região no trimestre, no qual as unidades maduras usualmente perdem base de alunos devido à estação de inverno. Comparado ao 4T22, a receita cresceu 35% em razão, principalmente, da expansão de 23% do número de unidades na região, do crescimento de 6% da base de clientes por academia e do aumento de 3% no ticket médio. No ano, a receita líquida foi de R\$1.001,8 milhões, um forte crescimento de 58% vs. 2022.

A receita líquida das academias Smart Fit na região Outros América Latina foi de R\$332,6 milhões, crescimento de 6% versus 3T23 devido à expansão de 10% da base média de academias próprias na região e ao ligeiro incremento do ticket médio, sendo parcialmente compensados pelo menor número médio de alunos por academia, devido a grande quantidade de novas unidades inauguradas no período. Quando comparado ao 4T22, e excluindo o efeito de R\$38 milhões da consolidação dos resultados do Panamá e Costa Rica, o crescimento da receita seria de 28% como resultado da forte expansão de 20% da quantidade média de academias próprias e franquias na região e do incremento do ticket médio de 7%, desconsiderando o impacto da consolidação dos resultados do Panamá. Em 2023, a receita líquida cresceu 59% frente ao ano anterior, totalizando R\$1.233,7 milhões.

CUSTO CAIXA DOS SERVIÇOS PRESTADOS

O custo caixa dos serviços prestados totalizou R\$567,0 milhões no 4T23, 21% superior ao 4T22 devido, sobretudo, à expansão de 16% da base média de academias próprias suportando a forte adição de 561 mil alunos nestas unidades, ao incremento de custos nas unidades em *ramp-up*, e à consolidação do resultado da operação do Panamá e Costa Rica, que representou R\$17 milhões de custo caixa no trimestre, equivalente a 4% do crescimento. No ano, o custo caixa dos serviços prestados totalizou R\$2.116,2 milhões, 24% superior ao ano anterior.

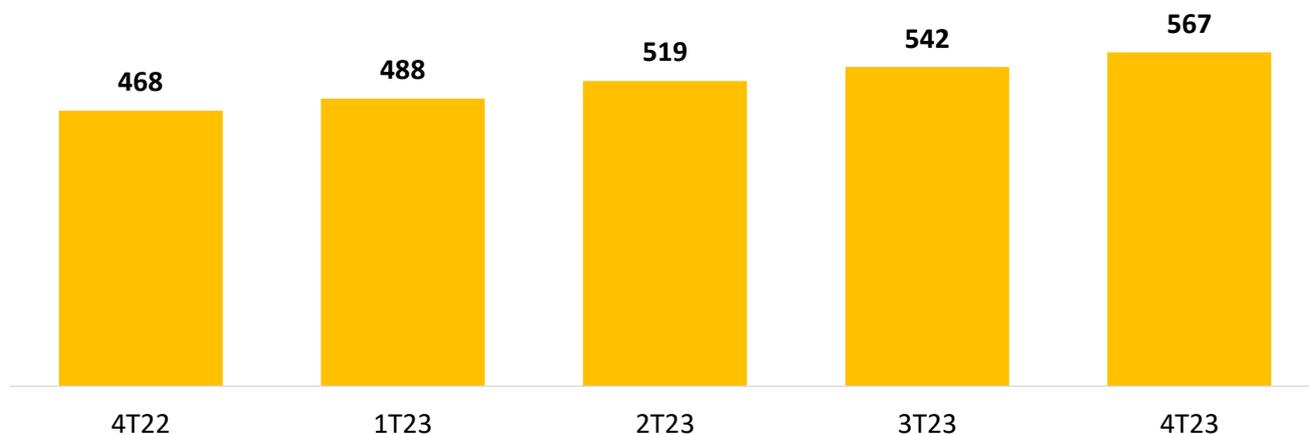
Custo Caixa dos Serviços Prestados por Natureza

Custo Caixa dos Serviços Prestados ^{a,b} (R\$ milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
Ocupação	219,1	183,0	20%	212,0	3%	838,7	682,1	23%
Pessoal	149,9	121,5	23%	140,9	6%	554,6	427,2	30%
Consumo	100,6	82,7	22%	100,5	0%	379,9	298,0	27%
Outros	97,4	80,7	21%	88,6	10%	343,0	300,0	14%
Custo Caixa dos Serviços Prestados	567,0	467,9	21%	542,1	5%	2.116,2	1.707,4	24%

(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; (b) No 1T23, a Companhia adquiriu 100% da operação do Panamá e da Costa Rica, portanto, seus resultados são consolidados nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023.

Evolução do Custo Caixa dos Serviços Prestados

(R\$ milhões)



Em comparação ao 3T23, o custo caixa do 4T23 aumentou 5%, devido ao incremento de 7% na base média de unidades próprias. Essa evolução sequencial foi ligeiramente acima do crescimento da receita líquida em função da forte expansão de unidades próprias no período, principalmente no mês de dezembro, e à dinâmica de *ramp-up* dessas novas academias, com destaque para o aumento de 6% no custo de pessoal no 4T23. Além disso, o incremento da linha “Outros” foi impactado pelos maiores gastos pré-operacionais relacionados à aceleração de abertura de unidades próprias no período.

Considerando somente as unidades maduras, os custos ficaram estáveis quando comparado ao trimestre anterior, em linha com a performance da respectiva receita. Vale ressaltar que, a companhia continua focada na gestão de custos com o objetivo de mitigar o impacto do ambiente inflacionário sobre a operação. As iniciativas de redução nos custos de pessoal, constante negociação de aluguéis, projetos de melhoria na eficiência operacional, projetos de eficiência energética e renegociação de contratos reforçam a forte disciplina em gestão de custos da companhia.

LUCRO BRUTO CAIXA

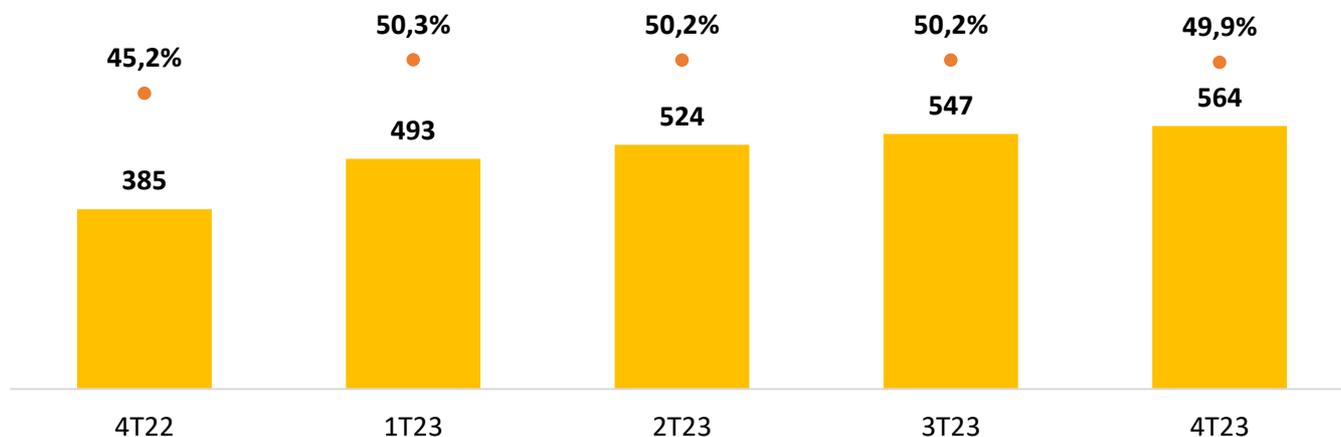
O lucro bruto caixa no 4T23 totalizou R\$564,2 milhões, aumento de 46% quando comparado ao 4T22, resultado da maturação consistente das unidades inauguradas ao longo dos últimos três anos e da recuperação de margem de unidades maduras. Além disso, a consolidação do resultado da operação do Panamá e Costa Rica representou R\$21 milhões de lucro bruto caixa no período. A margem bruta caixa atingiu 49,9% no 4T23, expansão de 4,7p.p. quando comparada ao 4T22, devido ao sólido crescimento da receita e a gestão eficiente de custos, que permitiram uma forte diluição dos custos fixos. No ano, o lucro bruto caixa totalizou R\$2.128,6 milhões, 74% acima de 2022.

Lucro Bruto Caixa ^{a,b} (R\$ milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita Líquida	1.131,2	853,1	33%	1.089,2	4%	4.244,7	2.930,4	45%
(-) Custo Caixa dos Serviços Prestados	567,0	467,9	21%	542,1	5%	2.116,2	1.707,4	24%
Lucro Bruto Caixa^c	564,2	385,2	46%	547,1	3%	2.128,6	1.223,1	74%
Margem Bruta Caixa	49,9%	45,2%	4,7 p.p.	50,2%	(0,4 p.p.)	50,1%	41,7%	8,4 p.p.
(+) Custos pré-operacionais	13,5	6,2	119%	9,0	49%	31,9	26,3	21%
Lucro Bruto Caixa Antes dos Custos Pré-Operacionais^d	577,6	391,3	48%	556,1	4%	2.160,5	1.249,4	73%
Margem Bruta Caixa Antes dos Custos Pré-Operacionais	51,1%	45,9%	5,2 p.p.	51,1%	0,0 p.p.	50,9%	42,6%	8,3 p.p.

(a) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, todos indicadores excluem os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações; (b) No 1T23, a Companhia adquiriu 100% da operação do Panamá e da Costa Rica, portanto, seus resultados são consolidados nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023; (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

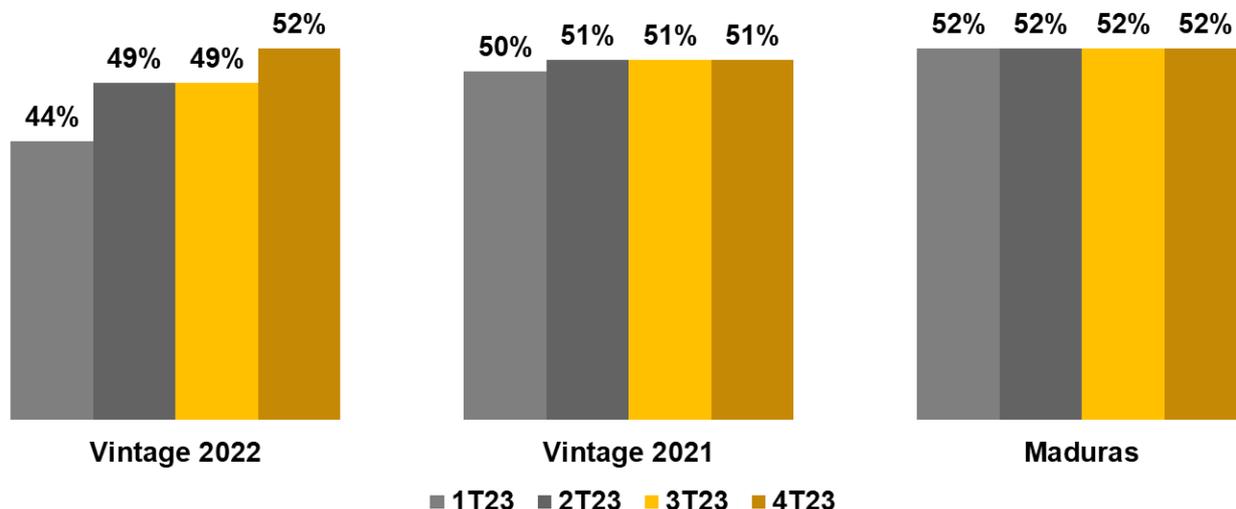
(R\$ milhões e % da receita líquida)



Se comparado ao 3T23, o lucro bruto caixa aumentou R\$17,1 milhões no 4T23, crescimento de 3%, e a margem bruta caixa apresentou uma ligeira redução de 0,4p.p., reflexo do impacto temporário da forte aceleração no nível de inaugurações de academias, com 113 novas unidades próprias, mais de três vezes acima do nível do trimestre anterior (37 adições). Vale comentar que as academias recém-inauguradas no 4T23 apresentaram margens compatíveis ao seu estágio inicial na curva de maturação. A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais, ou seja, aqueles relacionados às aberturas, foi de 51,1% no 4T23, estável vs. o trimestre anterior.

Margem Bruta por Vintage

(Smartfit próprias)



No 4T23, a margem bruta caixa das academias Smart Fit maduras permaneceu estável em 52%, devido aos intensos e assertivos esforços nos pilares de eficiência operacional, combinado com iniciativas para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia. Nesse mesmo conceito de unidades maduras, o lucro bruto por unidade anualizado do trimestre foi de R\$ 2,2 milhões, estável frente ao patamar do 3T23. As unidades inauguradas em 2021 (“Vintage 2021”), apresentaram margem bruta caixa estável de 51% no 4T23, mesmo nível do trimestre anterior. O vintage das academias inauguradas em 2022 (“Vintage 2022”) apresentou expansão de 2,5p.p. vs. o 3T23 na margem bruta caixa, atingindo 52%, um sólido incremento de 7% no lucro bruto por unidade e igualando o patamar de rentabilidade das unidades maduras com apenas um ano completo de operação. Vale ressaltar que os vintages 2021 e 2022 estão em fase de maturação pois possuem idade média inferior a 24 meses. Dessa forma, as altas margens dessas unidades nesse estágio da curva de maturação é uma combinação da inteligência de expansão e força da marca que traduzem numa forte performance de *ramp-up* de receita com custo de ocupação estruturalmente inferior ao das unidades maduras.

Vale comentar que as unidades inauguradas em 2023 (“Vintage 2023”) mantém a trajetória de maturação nos mesmos níveis históricos. As academias inauguradas em 2023 atingiram 2,5 mil alunos em fevereiro de 2024, sendo que as 132 unidades inauguradas no 4T23 continuaram a sólida trajetória de maturação, atingindo aproximadamente 2,3 mil alunos por academia.

DESPESAS COMERCIAIS E ADMINISTRATIVAS

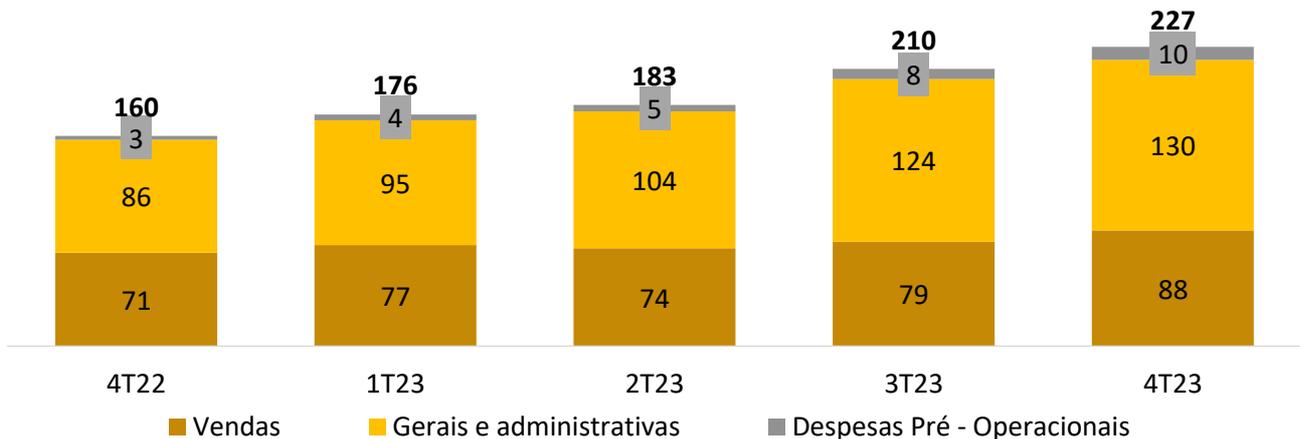
Despesas com vendas, gerais e administrativas ^{a,b,c} (R\$ milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
Despesas com Vendas	87,8	70,8	24%	79,3	11%	318,1	274,5	16%
Gerais e Administrativas	129,7	85,9	51%	123,6	5%	452,0	333,2	36%
Despesas Pré-Operacionais	9,8	3,0	226%	7,6	28%	26,7	17,8	50%
Total	227,2	159,8	42%	210,5	8%	796,8	625,6	27%

(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"; (c) No 1T23, a Companhia adquiriu 100% da operação do Panamá e da Costa Rica, portanto, seus resultados são consolidados nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023.

As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$227,2 milhões no trimestre, 42% superior ao 4T22, reflexo principalmente das maiores despesas gerais e administrativas, impactadas pelo plano de incentivo de longo prazo (ILP) com a outorga adicional de opções de ações realizada no 3T23, que representou R\$14 milhões no 4T23, e pela estruturação de novos negócios. As despesas pré-operacionais totalizaram R\$9,8 milhões, vs. R\$3,0 milhões no 4T22, em função do maior volume de academias próprias adicionadas no período. Além disso, a consolidação do resultado da operação do Panamá e Costa Rica adicionou R\$4 milhões em despesas com vendas, gerais e administrativas no 4T23. Ao desconsiderar os resultados do Panamá e Costa Rica no trimestre e o impacto contábil da outorga adicional de opções de ações relacionada ao plano de incentivo de longo prazo (ILP), o crescimento dessas despesas seria de 31% vs. 4T22. As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizariam R\$796,8 milhões em 2023, que representou 18,8% da receita líquida, uma diluição de 2,6p.p. vs. 2022 devido principalmente a maior eficiência nas despesas com vendas (-1,9p.p.).

Evolução das Despesas com Vendas, Gerais, Administrativas e Despesas Pré-Operacionais

(R\$ milhões)



Se comparado ao 3T23, as despesas com vendas, gerais e administrativas cresceram 8%, representando 20,1% da receita líquida, ou +0,8p.p. vs. o trimestre anterior. As despesas com vendas aumentaram 11% vs. 3T23, representando 7,8% da receita líquida, incremento de 0,5p.p. vs. trimestre anterior, devido ao aumento relevante no número de inaugurações de unidades no trimestre e ao maior nível de investimentos em marketing no período, contribuindo positivamente com as vendas no início de 2024. As despesas gerais e administrativas cresceram 5% vs. 3T23 em razão principalmente de R\$2 milhões gastos em serviços pontuais de assessores e consultorias para projetos estratégicos.

EBITDA

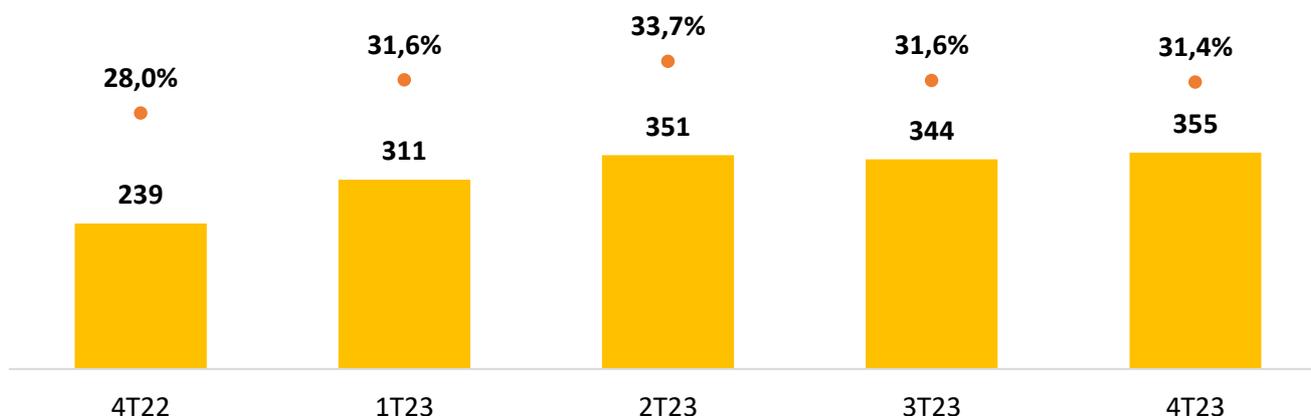
Composição do EBITDA ^{a,b} (R\$ milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
Lucro (prejuízo) líquido	686,3	74,8	817%	94,4	627%	1.169,9	(10,7)	-
(+) IR & CSLL	(551,5)	(4,4)	12.537%	25,1	-	(472,6)	3,7	-
(+) Resultado Financeiro	31,1	28,2	10%	44,1	(29%)	145,4	108,8	34%
(+) Depreciação	166,1	131,0	27%	163,6	2%	636,2	489,4	30%
EBITDA	332,1	229,7	45%	327,2	1%	1.478,9	591,2	150%
Impacto Reavaliação Panamá ^c	0,0	-	-	-	-	(176,6)	-	-
EBITDA ajustado^d	332,1	229,7	45%	327,2	1%	1.302,3	591,2	120%
<i>Mg. EBITDA ajustada</i>	<i>29,4%</i>	<i>26,9%</i>	<i>2,4 p.p.</i>	<i>30,0%</i>	<i>(0,7) p.p.</i>	<i>30,7%</i>	<i>20,2%</i>	<i>10,5 p.p.</i>
(+) Gastos pré-operacionais	23,3	9,1	154%	16,7	40%	58,6	44,1	33%
EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais	355,3	238,8	49%	343,9	3%	1.360,8	635,3	114%
<i>Mg. EBITDA aj. antes dos gastos pré-operacionais</i>	<i>31,4%</i>	<i>28,0%</i>	<i>3,4 p.p.</i>	<i>31,6%</i>	<i>(0,2) p.p.</i>	<i>32,1%</i>	<i>21,7%</i>	<i>10,4 p.p.</i>

(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) No 1T23, a Companhia adquiriu 100% da operação do Panamá e da Costa Rica, portanto, seus resultados são consolidados nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023; (c) Ganho com reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período; (d) "EBITDA Ajustado" exclui o ganho de R\$ 176,6 M auferido com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá.

O EBITDA do 4T23 foi de R\$ 332,1 milhões, forte crescimento de 45% vs. o 4T22, com margem de 29,4%, um incremento de 2,4p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior. O EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais totalizou R\$355,3 milhões, versus R\$238,8 milhões no 4T22, crescimento de 49%. Como resultado, a margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais foi de 31,4% no período, um incremento de 3,4p.p. frente ao 4T22, em razão da contínua elevação da base de clientes no período, com consequente expansão da receita e diluição de custos e despesas. A consolidação do resultado da operação do Panamá e Costa Rica representou R\$19 milhões de EBITDA no trimestre e R\$70 milhões no ano. No ano, o EBITDA antes da reavaliação do investimento totalizou R\$1.302,3 milhões, mais que o dobro do ano anterior, e margem de 30,7%, patamar anual recorde.

Evolução do EBITDA ajustado e Margem EBITDA ajustada antes dos gastos pré-operacionais

(R\$ milhões e % da receita líquida)



Se comparado ao 3T23, o EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais do 4T23 apresentou um crescimento de 3%, o que resultou em uma margem EBITDA antes dos gastos pré-operacionais estável, encerrando o trimestre em 31,4%. Desconsiderando o impacto contábil da nova outorga do ILP, a margem do EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais seria de 32,6%.

EBITDA por região

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

EBITDA ^{a,b,c} (R\$ milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
Brasil	205,9	133,3	55%	203,2	1%	788,7	371,5	112%
México	98,4	71,4	38%	96,4	2%	364,7	201,4	81%
Outros América Latina	162,3	106,7	52%	160,6	1%	630,5	357,8	76%
Despesas G&A e outras operacionais	(131,8)	(85,3)	55%	(131,5)	0%	(480,4)	(346,1)	39%
Equivalência Patrimonial	(2,7)	3,6	–	(1,5)	79%	(1,1)	6,6	–
EBITDA ajustado^d	332,1	229,7	45%	327,2	1%	1.302,3	591,2	120%
Impacto Reavaliação Panamá ^e	–	–	–	–	–	176,6	–	–
EBITDA	332,1	229,7	45%	327,2	1%	1.478,9	591,2	150%

(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) No 1T23, a Companhia adquiriu 100% da operação do Panamá e da Costa Rica, portanto, seus resultados são consolidados nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023; (c) 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; (d) EBITDA ajustado exclui o ganho com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá; (e) Ganho de R\$ 176,6M com reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período.

No Brasil, o EBITDA no 4T23 foi de R\$205,9 milhões versus R\$133,3 milhões no 4T22, aumento de 55% em razão da forte elevação na receita média por academia, diluição dos custos fixos e maior eficiência nas despesas de marketing. A margem EBITDA do trimestre da região foi de 38,9%, expansão de 7,8p.p. versus o mesmo período do ano anterior. Se comparado ao 3T23, o EBITDA do Brasil cresceu R\$2,8M, com margem inferior em 1,3p.p. devido ao impacto momentâneo das adições de unidades no trimestre e aceleração nos investimentos de marketing. Vale ressaltar que, no segmento de high-end, a marca BioRitmo apresentou o oitavo trimestre consecutivo de incremento na receita média por academia, atingindo margem bruta caixa de 43,3% no trimestre e de 39,1% no ano, maiores patamares históricos para um trimestre e para um ano, respectivamente. No ano, o EBITDA do Brasil totalizou R\$788,7 milhões, 112% acima de 2022 e representando 44% do EBITDA total das 3 regiões reportadas, 4p.p. acima do ano anterior, considerando que o Brasil foi uma das últimas regiões a recuperar seu número de alunos.

No México, o EBITDA no 4T23 foi de R\$98,4 milhões, aumento de 38% comparado ao 4T22 em razão da forte elevação da receita média por academia. Se comparado ao 3T23, o EBITDA da região foi 2% maior, positivamente impactado pela diluição das despesas de vendas. A margem EBITDA do trimestre da região foi de 36,9%, incremento de 0,9p.p. vs. o trimestre anterior. No ano, o EBITDA do México totalizou R\$364,7 milhões, 81% maior que no ano anterior e representando 21% do EBITDA total por região.

Na região Outros América Latina, o EBITDA do 4T23 foi de R\$162,3 milhões, crescimento de 52% frente ao mesmo período do ano anterior, positivamente impactado pela forte elevação da receita média por academia com diluição de custos versus o 4T22 e pela consolidação do EBITDA das operações do Panamá e Costa Rica que adicionaram R\$21 milhões de EBITDA. Se comparado ao 3T23, o EBITDA da região cresceu R\$1,6M no trimestre, com margem inferior em 2,4p.p. devido ao impacto momentâneo das adições de unidades no trimestre. No ano, o EBITDA da região totalizou R\$630,5 milhões, 76% maior que no ano anterior e representando 35% do EBITDA total por região.

LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO

Em 2023, o lucro líquido superou R\$1 bilhão, totalizando R\$1.169,9 milhões, uma melhora substancial quando comparado ao prejuízo de R\$10,7 milhões em 2022. Essa performance reflete a alavancagem operacional do negócio, com a retomada do patamar de rentabilidade das unidades maduras para níveis pré-pandemia e o sólido *ramp-up* das unidades inauguradas nos últimos 3 anos. Além disso, o resultado foi positivamente impactado por dois efeitos não-recorrentes referentes (i) ao reconhecimento do imposto diferido no valor de R\$483 milhões; e (ii) à reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica de R\$151 milhões. Desconsiderando esses dois efeitos, o lucro líquido recorrente atingiu R\$536,4 milhões em 2023, que resultou em uma margem líquida recorrente de 12,6% no período.

No 4T23, o lucro líquido foi de R\$686,3 milhões, vs. R\$74,8 milhões no mesmo período do ano anterior. O lucro líquido recorrente, excluindo os efeitos mencionados acima, totalizou R\$209,4 milhões no período, 180% superior ao montante do 4T22, devido principalmente ao crescimento de EBITDA e o pagamento de R\$266 milhões em JCP no 4T23. Se comparado ao 3T23, o lucro líquido recorrente do trimestre mais do que dobrou, principalmente em função do pagamento do JCP.

GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL

Geração de Caixa Operacional^a (R\$ milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
EBITDA Ajustado^b	332,1	229,7	45%	327,2	1%	1.302,3	591,2	120%
Itens de resultado sem impacto em caixa ^c	(7,1)	30,6	–	23,6	-	50,7	104,4	(51%)
IR/CSLL Pago	(13,8)	(2,3)	503%	(17,3)	(20%)	(48,6)	(25,4)	91%
Variação no capital de giro	114,8	(99,6)	–	(19,4)	-	183,9	(71,3)	–
Clientes	1,1	(63,0)	–	(39,8)	-	(77,0)	(76,0)	1%
Fornecedores	106,7	(3,0)	–	(32,4)	-	135,8	40,3	237%
Salários, provisões e contribuições sociais	(11,7)	(14,4)	(19%)	7,9	-	22,3	13,2	69%
Impostos ^d	18,7	(19,3)	–	45,0	(58%)	102,8	(48,8)	–
Geração de Caixa Operacional	425,9	158,4	169%	314,1	36%	1.488,3	598,9	148%

(a) No 1T23, a Companhia adquiriu 100% da operação do Panamá e da Costa Rica, portanto, consolidando seus resultados e balanço patrimonial nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023, para fins de geração de caixa o saldo considerado nas contas patrimoniais da operação Panamá, referente ao dia 01 de janeiro de 2023; (b) EBITDA ajustado exclui o ganho com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição de controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período (c) Inclui principalmente equivalência patrimonial, baixa de ativos, receita diferida e provisões; (d) Inclui impostos sobre vendas e serviços.

Em 2023, a geração de caixa operacional atingiu R\$1.488,3 milhões, 148% superior ao ano anterior, devido ao crescimento de 120% do EBITDA ajustado e a variação positiva do capital de giro de R\$183,9 milhões. A variação no capital de giro de 2023 foi positivamente impactada em (i) R\$103 milhões devido a recuperação e consumo de créditos tributários, principalmente referentes a imposto de renda retido na fonte sobre aplicações financeiras no Brasil e consumo de crédito de IGV (Imposto Geral de Vendas) em algumas regiões de atuação devido o ganho de escala das respectivas operações; e (ii) pelo aumento de 7 dias do saldo de Fornecedores devido à alta concentração de aberturas no 4T23, especialmente ao longo do mês de dezembro.

No 4T23, a geração de caixa operacional foi positiva em R\$425,9 milhões, um incremento relevante vs. R\$158,4 milhões no 4T22, devido ao crescimento de 45% do EBITDA e ao impacto positivo no capital de giro pelos motivos mencionados acima.

CAPEX

Capex ^{a,b} (R\$ milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
Capex^a	539,7	293,3	84%	325,0	66%	1.335,5	1.007,6	33%
Expansão ^b	454,8	243,6	87%	270,3	68%	1.093,4	849,6	29%
Manutenção	69,5	37,8	84%	45,3	53%	186,3	116,8	60%
Corporativo / Inovação	15,4	11,9	29%	9,4	64%	55,8	41,2	35%

(a) No 1T23, a Companhia adquiriu 100% da operação do Panamá e da Costa Rica, portanto, consolidando seus resultados e balanço patrimonial nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023; (b) Não considera investimentos em cessão de direito de uso relacionado a compra de pontos comerciais;

No 4T23, o capex totalizou R\$539,7 milhões, 84% superior comparado ao 4T22, devido principalmente ao aumento relevante do número de inaugurações de academias próprias no período (113 no 4T23 vs. 59 no 4T22). No trimestre, o capex de expansão foi de R\$454,8 milhões, um crescimento de 87% vs. o mesmo período do ano anterior. O capex de manutenção atingiu R\$69,5 milhões, 84% acima do 4T22. O capex com projetos corporativos e inovação totalizou R\$15,4 milhões no trimestre, um crescimento de 29% frente ao mesmo período do ano interior.

Em 2023, o capex foi de R\$1.335,5 milhões, que representa um crescimento de 33% vs. o ano anterior. O capex de expansão relacionado as academias da marca Smart Fit, excluindo Studios e Bio Ritmo, foi de R\$1.071 milhões, um crescimento de 27% vs. 2022, devido à forte aceleração no número de aberturas de unidades próprias em 2023. Foram abertas 180 unidades próprias da marca Smart Fit no período, desconsiderando os encerramentos de academias próprias e as aquisições de franqueados. O capex de manutenção das academias da marca Smart Fit totalizou R\$174,2 milhões em 2023, 66% superior ao ano anterior, devido ao maior nível de utilização das academias em função do fim da pandemia, representando 6,1% da receita bruta das unidades maduras, alinhado com a estratégia de oferecer uma experiência de alto padrão. Esse montante também incluiu o programa para aumentar a oferta de exercícios de força de algumas unidades, totalizando R\$37 milhões, com o objetivo de atender a mudança de hábito dos alunos. O capex com projetos corporativos e inovação totalizou R\$55,8 milhões no ano, um crescimento de 35% vs. 2022.

CAIXA E ENDIVIDAMENTO

Caixa e Endividamento^{a,b} (R\$ milhões)	4T23	3T23	2T23	1T23	4T22
Caixa e Garantias	2.613	2.767	2.677	2.772	2.923
Dívida Bruta	3.917	3.576	3.398	3.520	3.538
Por natureza:					
Empréstimos e debêntures	3.820	3.465	3.274	3.405	3.420
Passivo de arrendamento - equipamentos	97	111	124	115	118
Por vencimento:					
Curto prazo	643	843	691	678	542
Longo prazo	3.274	2.733	2.708	2.842	2.995
Dívida Líquida	1.304	809	721	748	615
Outros Passivos e Ativos ^c	197	199	187	212	356
Dívida Líquida Ajustada	1.501	1.008	908	960	971
Dívida Líquida Ajustada / EBITDA LTM ^d	0,68x	0,49x	0,48x	0,66x	0,83x

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

Ao final do 4T23, a companhia detinha sólida posição de caixa de R\$2.613 milhões e dívida bruta de R\$3.917 milhões, sendo 84% com vencimento no longo prazo. A dívida líquida ajustada era de R\$1.501 milhões, resultando em um índice de dívida líquida ajustada/EBITDA LTM, seguindo a definição das debêntures da companhia, de 0,68x, acima do nível do 3T23, devido ao maior nível de investimentos realizados na abertura de unidades no trimestre e a distribuição de juros sobre capital próprio no valor de R\$266 milhões. Vale comentar que o índice dívida líquida ajustada/EBITDA LTM excluindo os efeitos do IFRS-16 relacionados a arrendamento de imóveis ao final do 4T23 é de 1,01x vs. 0,73x no 3T23, patamar saudável e com perfil de vencimento da dívida bastante alongado.

A companhia apresenta 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 o alongamento dos vencimentos da dívida com menor custo financeiro.

No trimestre, a Companhia concluiu a 8ª emissão de debêntures no valor total de R\$600 milhões, prazo de vencimento final de 7 anos e com custo de CDI +1,95%. A captação de recursos será usada para reforço do capital de giro da Companhia e propósitos corporativos gerais. Além disso, em novembro, a Companhia efetuou o resgate antecipado da 1ª emissão de notas comerciais escriturais, no montante de R\$226 milhões.

A companhia mantém os vencimentos de empréstimos e financiamentos adequados à capacidade de geração de caixa operacional e acessa linhas de financiamento locais para suportar a expansão nos diferentes países em que opera. Ao final do 4T23, o cronograma de vencimentos da dívida bruta era composto da seguinte forma:

Prazo de Vencimento da Dívida Bruta^a	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Total
% do total	16%	14%	17%	18%	16%	11%	8%	100%
Total	643	557	653	715	618	432	300	3.917
Brasil	41	23	407	538	531	432	300	2.273
México	243	165	149	132	62	0	0	750
Outros Am. Latina ^c	360	368	98	44	24	0	0	894

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

EVENTOS SUBSEQUENTES

Em 03 de janeiro de 2024 a Companhia realizou o pagamento da 2ª parcela correspondente ao valor remanescente da aquisição da Sporty Panamá, no montante de USD33,8 milhões equivalente a R\$165,8 milhões.

DESTAQUES SUSTENTABILIDADE

A agenda de Sustentabilidade do Grupo Smart Fit seguiu em plena evolução e desenvolvimento, com importantes entregas em 2023. Concluímos a elaboração da primeira matriz de materialidade do Grupo Smart Fit, que norteará a agenda de Sustentabilidade a partir dos temas relevantes para os *stakeholders*. Em paralelo, conduzimos diversos estudos de impacto do nosso negócio e avançamos no processo de levantamento dos dados para cada um dos temas relevantes. A combinação dessas frentes de trabalho resultou na elaboração e divulgação do nosso primeiro relatório de sustentabilidade, com base na metodologia da *Global Reporting Initiative* (GRI), que compila todas as nossas principais entregas e planos de ação para os próximos anos. Ainda, realizamos o “1 mês de Sustentabilidade”, evento que ofereceu diversas lives e iniciativas que apresentaram a agenda de Sustentabilidade aos colaboradores, gerando maior engajamento interno em prol do tema e das principais iniciativas do Grupo Smart Fit.

Em relação ao aspecto ambiental, a Companhia continua intensificando os esforços para aumentar a eficiência energética, a participação de energias renováveis em nossa matriz, a destinação adequada de resíduos, dentre outros. Encerramos 2023, com 148 unidades no Brasil já operando com os projetos de energia no Mercado Livre ou de Geração Distribuída, assim como com 224 unidades com sistema de automação de ar-condicionado em funcionamento em todas as regiões (versus 75 unidades ao final de 2022), o que tem ajudado a reduzir os impactos ambientais da nossa operação, além de representar eficiência financeira com a redução do custo de energia elétrica. Ao longo de 2024, outras dezenas de projetos estarão em andamento, para que novas unidades também sejam contempladas.

No âmbito social, o grande destaque do período foi a iniciativa global promovida junto a UNICEF - Fundo das Nações Unidas para a Infância, onde recebemos o selo de “Espaço Solidário à Infância” para as nossas unidades em toda a América Latina. Assim, conseguiremos mobilizar, de forma conjunta, todos os países em que atuamos em prol do desenvolvimento social, além de ampliar as campanhas de arrecadações para atender demandas emergenciais da sociedade nas regiões onde atuamos. Nesse sentido, atingimos a marca de mais de 4,5 mil novos doadores em 2023.

Além dessa iniciativa, vale mencionar que foram realizadas mais de 200 campanhas de doações em todos os países que atuamos, que contemplaram itens como alimentos, agasalhos, brinquedos entre outros, apoiando as comunidades locais. Por meio da destinação de recursos via leis de incentivo fiscal, apoiamos trinta projetos de cunho social, cultural, educacional, de saúde e esportivo em cinco estados do Brasil com o montante de R\$2,8 milhões em 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)	4T23 Reportado	Impactos do IFRS 16	4T23 excluindo IFRS 16	4T22 Reportado	Impactos do IFRS 16	4T22 excluindo IFRS 16	2023 Reportado	Impactos do IFRS 16	2023 excluindo IFRS 16	2022 Reportado	Impactos do IFRS 16	2022 excluindo IFRS 16
Receita Líquida	1.131,2	–	1.131,2	853,1	–	853,1	4.244,7	–	4.244,7	2.930,4	–	2.930,4
Custo dos serviços	(676,0)	52,0	(728,0)	(552,1)	42,7	(594,8)	(2.533,9)	200,0	(2.733,8)	(2.018,4)	160,7	(2.179,1)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(34,5)	189,8	(224,3)	(29,8)	156,2	(186,1)	(139,3)	714,5	(853,8)	(127,6)	568,6	(696,1)
Depreciação e amortização (custo)	(298,8)	(137,8)	(161,0)	(240,4)	(113,6)	(126,9)	(1.132,2)	(514,5)	(617,6)	(879,6)	(407,9)	(471,8)
Lucro bruto	455,2	52,0	403,2	301,0	42,7	258,3	1.710,9	200,0	1.510,9	912,0	160,7	751,3
SG&A	(233,8)	0,7	(234,5)	(163,2)	0,0	(163,2)	(841,5)	2,2	(843,7)	(653,2)	2,9	(656,1)
Despesas com vendas	(87,8)	–	(87,8)	(70,8)	–	(70,8)	(318,1)	–	(318,1)	(274,5)	–	(274,5)
Gerais e administrativas	(127,3)	2,4	(129,7)	(83,7)	2,2	(85,9)	(443,1)	8,9	(452,0)	(325,4)	7,9	(333,2)
Aluguéis e outros custos de ocupação	(1,5)	2,4	(3,9)	(1,0)	2,2	(3,3)	(5,2)	8,9	(14,1)	(3,8)	7,9	(11,6)
Despesas com abertura de novas unidades	(9,8)	–	(9,8)	(3,0)	–	(3,0)	(26,7)	–	(26,7)	(17,8)	–	(17,8)
Depreciação e amortização (despesa)	(6,8)	(1,7)	(5,1)	(6,3)	(2,2)	(4,1)	(25,2)	(6,7)	(18,6)	(22,6)	(5,0)	(17,7)
Outras (despesas) receitas	(2,1)	–	(2,1)	0,6	–	0,6	(28,4)	–	(28,4)	(12,8)	–	(12,8)
Reavaliação do Panamá ^a	(0,0)	–	(0,0)	–	–	–	176,6	–	176,6	–	–	–
Equivalência patrimonial	(2,7)	0,0	(2,7)	3,6	–	3,6	(1,1)	–	(1,1)	6,6	–	6,6
Lucro (prejuízo) operacional antes do resultado financeiro	218,7	52,7	166,0	141,4	42,7	98,7	1.044,9	202,2	842,7	265,4	163,6	101,8
Resultado Financeiro	(133,5)	(102,2)	(31,3)	(94,3)	(66,1)	(28,2)	(473,3)	(327,9)	(145,4)	(347,7)	(238,9)	(108,8)
Imposto de Renda e Contribuição Social	551,5	–	551,5	4,4	–	4,4	472,6	–	472,6	(3,7)	–	(3,7)
Lucro (prejuízo) líquido	636,6	(49,7)	686,3	51,4	(23,4)	74,8	1.044,2	(125,7)	1.169,9	(86,1)	(75,3)	(10,7)

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

Lucro bruto	455,2	52,0	403,2	301,0	42,7	258,3	1.710,9	200,0	1.510,9	912,0	160,7	751,3
(-) Depreciação e amortização (custo)	298,8	137,8	161,0	240,4	113,6	126,9	1.132,2	514,5	617,6	879,6	407,9	471,8
Lucro bruto excluindo depreciação	754,0	189,8	564,2	541,4	156,2	385,2	2.843,0	714,5	2.128,5	1.791,7	568,6	1.223,1
Margem Bruta excluindo depreciação	66,7%		49,9%	63,5%		45,2%	67,0%		50,1%	61,1%		41,7%
Lucro (prejuízo) líquido	636,6	(49,7)	686,3	51,4	(23,4)	74,8	1.044,2	(125,7)	1.169,9	(86,1)	(75,3)	(10,7)
(-) IR & CSLL	(551,5)	–	(551,5)	(4,4)	–	(4,4)	(472,6)	–	(472,6)	3,7	–	3,7
(-) Resultado Financeiro	133,5	102,4	31,1	94,3	66,1	28,2	473,3	327,9	145,4	347,7	238,9	108,8
(-) Depreciação e amortização	305,6	139,4	166,1	246,8	115,8	131,0	1.157,4	521,2	636,2	902,3	412,8	489,4
EBITDA	524,2	192,1	332,1	388,1	158,5	229,7	2.202,3	723,4	1.478,9	1.167,7	576,4	591,2
Margem EBITDA	46,3%		29,4%	45,5%		26,9%	51,9%		34,8%	39,8%		20,2%

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

*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	
	2023	2022	2023	2022
Brasil, México, Colômbia, Chile, Peru, Argentina, Paraguai e Queima Diária	Consolidado	Consolidado	Consolidado	Consolidado
Panamá e Costa Rica	Consolidado	Equivalência patrimonial ^a	Consolidado	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 passaram a ser consolidados nas demonstrações financeiras da companhia a partir de 2023.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

DRE (R\$ milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
Receita Operacional Líquida	1.131,2	853,1	33%	1.089,2	4%	4.244,7	2.930,4	45%
Custo dos Serviços Prestados	(676,0)	(552,1)	22%	(652,4)	4%	(2.533,9)	(2.018,4)	26%
Lucro Bruto	455,2	301,0	51%	436,7	4%	1.710,9	912,0	88%
Receitas (despesas) operacionais								
Vendas	(97,6)	(73,8)	32%	(86,9)	12%	(344,8)	(292,3)	18%
Gerais e administrativas	(134,1)	(90,0)	49%	(127,2)	5%	(468,4)	(348,0)	35%
Equivalência patrimonial	(2,7)	3,6	–	(1,5)	79%	(1,1)	6,6	–
Outras (despesas) receitas	(2,1)	0,6	–	(7,9)	(73%)	(28,4)	(12,8)	121%
Reavaliação Panamá ^a	–	–	–	–	–	176,6	–	–
Lucro antes do resultado financeiro	218,7	141,4	55%	213,2	3%	1.044,9	265,4	294%
Resultado financeiro	(133,5)	(94,3)	42%	(126,6)	5%	(473,3)	(347,7)	36%
Lucro antes do IR/CS	85,1	47,0	81%	86,6	(2%)	571,6	(82,3)	–
Imposto de Renda e Contribuição Social	551,5	4,4	12.537%	(25,1)	–	472,6	(3,7)	–
Lucro (prejuízo) líquido	636,6	51,4	1.139%	61,6	934%	1.044,2	(86,1)	–

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

BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO (R\$ milhões)	4T23	4T22
CIRCULANTE	3.346	3.516
Caixa e equivalentes de caixa	2.613	2.923
Clientes	349	272
Instrumentos financeiros derivativos	13	8
Outros Créditos	371	313
NÃO CIRCULANTE	10.884	8.533
Imobilizado	4.045	3.132
Ativos de direito de uso	3.755	3.067
Intangível	1.913	1.412
Investimentos	41	448
Outros ativos	1.131	474
TOTAL DO ATIVO	14.230	12.050
PASSIVO (R\$ milhões)	4T23	4T22
CIRCULANTE	2.244	1.749
Empréstimos	594	488
Passivos de arrendamentos	542	450
Fornecedores	399	241
Receita diferida	206	228
Contas a Pagar	0	0
Outros passivos	502	341
NÃO CIRCULANTE	6.890	6.093
Empréstimos	3.225	2.932
Passivos de arrendamentos	3.565	2.880
Outros passivos	100	281
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	5.096	4.208
Capital social	2.970	2.970
Reservas de capital	953	2.298
Reserva legal	779	0
Prejuízos acumulados	(8)	(1.376)
Outros resultados abrangentes	374	294
Participação não controladora	27	22
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	14.230	12.050

FLUXO DE CAIXA

Demonstrativo de Fluxo de Caixa (R\$ milhões)	4T23	4T22	4T23 vs. 4T22	3T23	4T23 vs. 3T23	2023	2022	2023 vs. 2022
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS								
Resultado do Período	636,6	51,4	1139%	61,6	934%	1.044,2	(86,1)	-
Depreciações e amortizações	305,6	246,8	24%	295,7	3%	1.157,4	902,3	28%
Baixa de intangível e imobilizado	1,8	(1,5)	-	7,6	(76%)	35,4	49,8	(29%)
Juros provisionados sobre dívida e variação cambial	125,1	108,8	15%	117,6	6%	481,2	419,8	15%
Juros provisionados sobre arrendamentos	92,5	79,1	17%	88,0	5%	342,6	277,9	23%
Outros	(321,1)	(72,0)	346%	(101,5)	216%	(728,0)	(298,6)	144%
Variação no capital de giro	(248,2)	(44,3)	461%	42,6	-	(182,0)	(70,5)	158%
Caixa gerado pelas (aplicado nas) operações	592,3	368,3	61%	511,5	16%	2.150,8	1.194,7	80%
Juros pagos sobre empréstimos e debêntures	(166,3)	(133,3)	25%	(67,1)	148%	(453,0)	(361,8)	25%
Juros pagos sobre arrendamentos	(91,5)	(77,1)	19%	(87,0)	5%	(338,9)	(273,6)	24%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(13,8)	(2,3)	503%	(17,3)	(20%)	(48,6)	(25,4)	91%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades operacionais	320,7	155,5	106%	340,1	(6%)	1.310,3	533,8	145%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO								
Adições do ativo imobilizado	(534,4)	(292,7)	83%	(322,1)	66%	(1.321,6)	(1.004,6)	32%
Adições do ativo intangível	(8,0)	(5,5)	46%	(1,7)	371%	(15,2)	(17,0)	(11%)
Custos diretos iniciais de ativos de direito de uso	(7,2)	(11,6)	(38%)	(2,0)	270%	(24,9)	(18,2)	36%
Recebimento por venda de imobilizado	-	-	-	-	-	19,7	19,2	3%
Pagamento de aquisição de grupo de ativos, controlada e controlada em conjunto	(12,5)	-	-	(7,1)	75%	(105,5)	-	-
Aumento de capital em controlada e controlada em conjunto	-	-	-	-	-	-	(5,3)	-
Aplicações financeiras	19,6	(5,0)	-	103,3	(81%)	462,0	379,0	22%
Partes relacionadas e mútuos com terceiros	4,9	7,4	(34%)	(7,8)	-	(7,5)	1,0	-
Pagamento de contraprestação contingente	-	-	-	-	-	(0,5)	(1,3)	(61%)
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(537,6)	(307,3)	75%	(237,4)	126%	(993,4)	(647,3)	53%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO								
Pagamento de empréstimos e custos	(365,4)	(91,5)	299%	(130,6)	180%	(802,6)	(942,5)	(15%)
Captação de empréstimos	770,2	461,3	67%	255,2	202%	1.099,5	819,4	34%
Pagamento de arrendamento	(122,6)	(104,0)	18%	(125,4)	(2%)	(490,2)	(391,4)	25%
Aumento de capital - controladores	-	(11,8)	-	-	-	-	-	-
Outros	(266,9)	5,6	-	-	-	(278,6)	(13,8)	1926%
Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento	15,3	259,7	(94%)	(0,9)	-	(471,8)	(528,2)	(11%)
AUMENTO (REDUÇÃO) DO SALDO DE CAIXA E EQUIV.								
Saldo inicial	-	-	-	-	-	1.251,4	1.957,8	(36%)
Saldo final	(210,9)	122,8	-	109,7	-	1.103,4	1.251,4	(12%)
Variação cambial sobre caixa e equivalentes de caixa	(9,2)	14,9	-	7,9	-	6,9	(64,7)	-