



## Resultados 4T24

### Webinar de Resultados

14 de março de 2025

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

Teleconferência em português com  
tradução simultânea em inglês

[Clique Aqui](#)

smart **fit**

## DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T24

São Paulo, 13 de março de 2025 – A Smart Fit (SMFT3), líder no setor *fitness* na América Latina em número de clientes e academias<sup>1</sup> anuncia os resultados do 4T24. Para permitir melhor análise, os resultados são apresentados sem o efeito do IFRS-16/CPC 06 (R2). Os efeitos da adoção do IFRS-16/CPC 06 (R2) sobre o resultado são detalhados a partir da página 32.

### DESTAQUES DO PERÍODO

- **Recorde de 305 academias adicionadas em 2024, representando uma forte aceleração de 42% frente ao ritmo de expansão em 2023, totalizando 1.743 unidades em 15 países da América Latina**

*Sólido crescimento anual de 21% da rede de academias, com expansão recorde nas três regiões de atuação e com adição histórica de 152 unidades no 4T24.*
- **Base de alunos total atingiu a impressionante marca de 5,2 M no 4T24, sendo 4,8 M de clientes em academias, crescimento de 17% vs. 4T23**

*Adição de 699 mil alunos em academias no acumulado do ano de 2024, refletindo a expansão da rede de unidades e os esforços assertivos na captação e retenção de clientes.*
- **Receita líquida superou R\$1,5 BI no 4T24, com forte crescimento de 36% vs. 4T23 e 8% vs. 3T24**

*Receita líquida de R\$5,6 bilhões em 2024, crescimento de 31% vs. 2023, devido a combinação da expansão da base média de alunos em academias próprias e o incremento do ticket médio.*
- **Margem bruta caixa de 50,1% no 4T24, combinando expansão da rede de academias recorde com sólida rentabilidade**

*Margem bruta caixa das academias maduras<sup>2</sup> constante em 52% e maturação das unidades inauguradas nos últimos anos consistente com o histórico.*
- **EBITDA recorde de R\$487 M no 4T24, expressivo crescimento de 47% vs. 4T23, com geração de caixa operacional de R\$462 M, representando uma conversão de 95%**

*Margem de 31,6% no 4T24, uma expansão de 2,3p.p. vs. 4T23. EBITDA de R\$1,8 bilhão em 2024, com margem recorde anual e alta conversão em caixa operacional de 89%.*
- **Lucro líquido recorrente<sup>3</sup> de R\$197 M no 4T24, com margem líquida recorrente de 12,8%**

*No ano, lucro líquido recorrente totalizou R\$578 milhões, crescimento de 8% vs. 2023.*

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

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

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

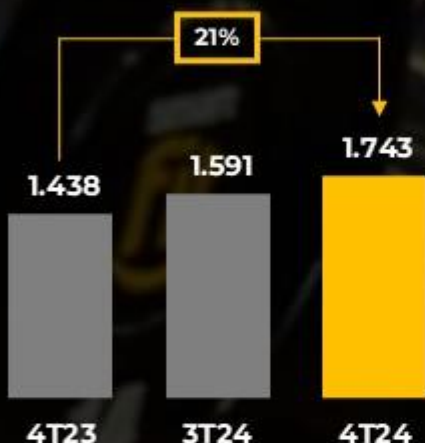
Em 2024, seguimos com a expansão da nossa rede de studios, marcada pela aquisição da Velocity, que trouxe complementaridade ao portfólio de produtos e modalidades do segmento, além de agregar *expertise* na operação de redes de franquias, potencializando a expansão das demais marcas e o *cross-selling*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

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

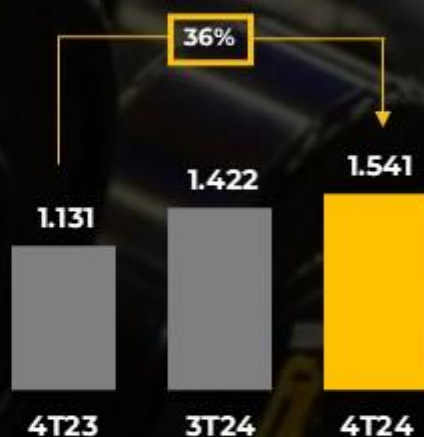
A Companhia seguiu avançando na agenda de sustentabilidade, com importantes entregas em 2024. No pilar ambiental, expandimos o uso de energia renovável para 220 academias (+49% vs. 4T23) e ampliamos a automação do ar-condicionado e o monitoramento do consumo de água. No social, fortalecemos parcerias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

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

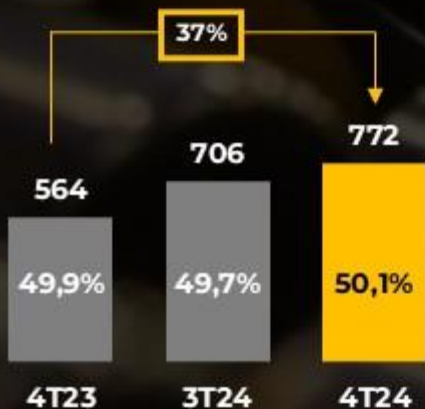
### Academias



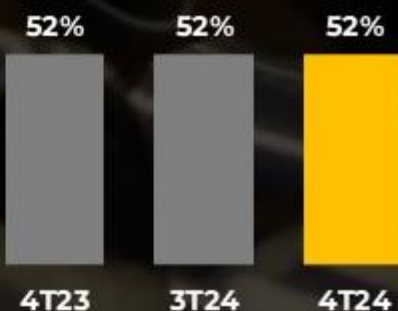
### Receita Líquida (R\$ M)



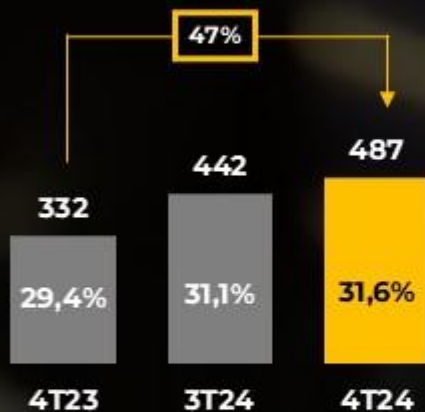
### Lucro Bruto Caixa e Margem (a) (R\$ M)



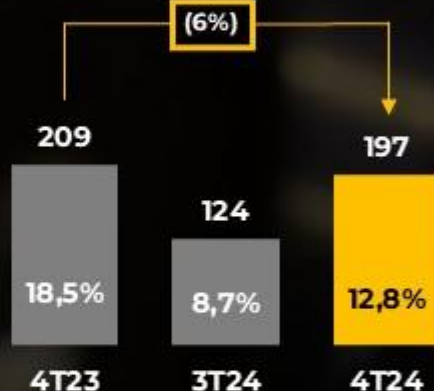
### Margem Bruta Maduras (b) (%)



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



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



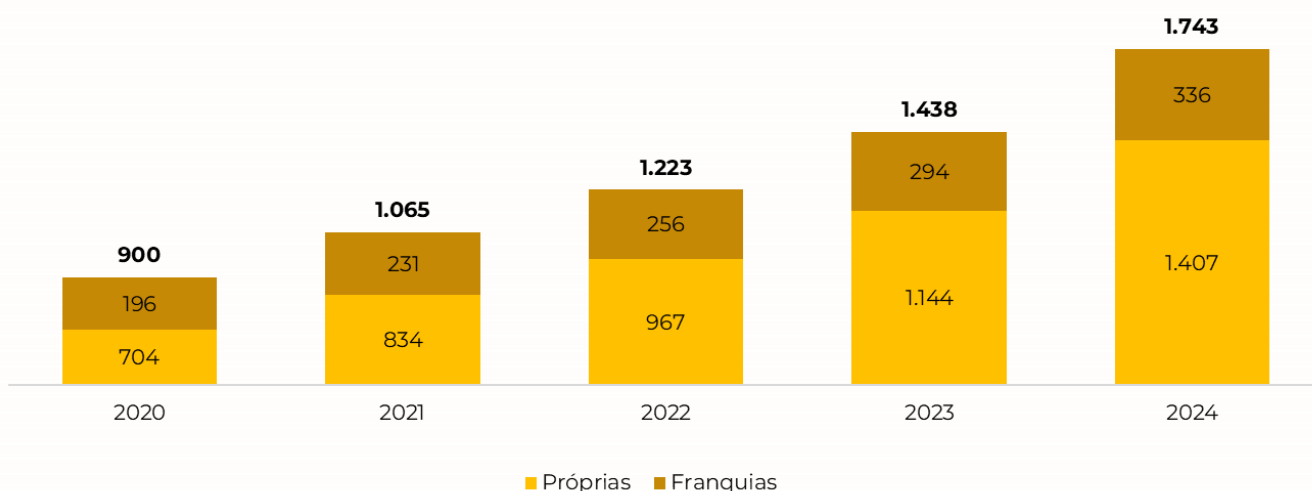
(a) Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2), vide seções "Lucro Bruto Caixa" e "Composição do EBITDA";  
(b) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; e (c)  
Exclui os efeitos do IFRS 16/CPC06 (R2) e efeitos não recorrentes, vide seção "Lucro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

# PERFORMANCE OPERACIONAL

## REDE DE ACADEMIAS

A Companhia encerrou o ano de 2024 com 1.743 academias em 15 países, um crescimento da rede de 21% quando comparado ao mesmo período do ano anterior, reforçando a sua posição de liderança no segmento *fitness* na América Latina. Ao final do período, a rede de academias era composta por 1.407 unidades próprias (81% do total) e 336 franquias. Foram adicionadas 305 unidades no ano, a maior adição de academias da história da Companhia, um incremento de 42% em relação a expansão de 215 unidades registrada em 2023, com aceleração do número de academias adicionadas em 12 dos 15 países de atuação. Vale ressaltar que, desde 2020, a rede de academias apresentou um sólido CAGR<sup>20-24</sup> de 18%, adicionando 843 novas unidades nesse período.

Evolução rede de academias dos últimos 5 anos



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

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

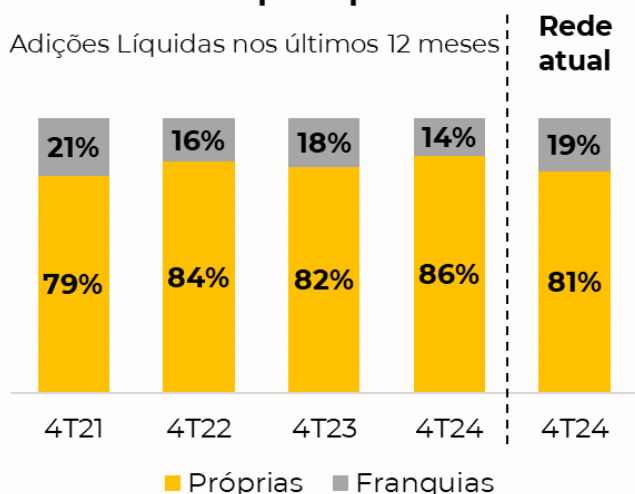
O 4T24 foi marcado pela aceleração no ritmo de abertura de academias e pela maior expansão trimestral da história, com 152 adições no período – destaque para outro recorde atingido no mês de dezembro, quando foram adicionadas 104 unidades – sendo que 150 são da marca Smart Fit e 2 unidades da Bio Ritmo.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

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

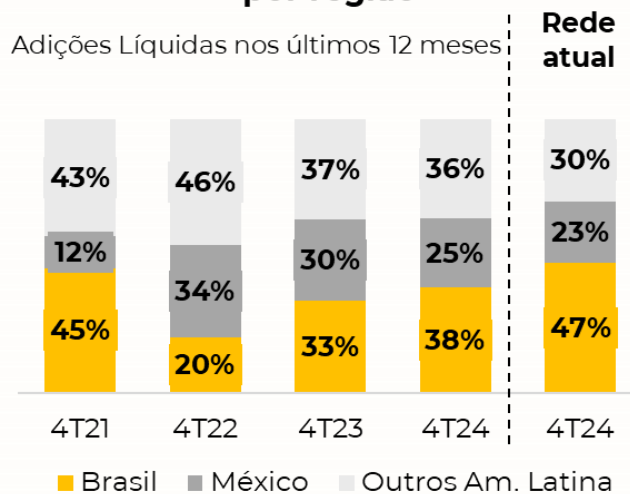
Para a Bio Ritmo, nossa marca no segmento *high-end*, aceleramos o ritmo de expansão com três novas unidades, versus adição de 1 em 2023, incluindo a primeira academia da marca fora do Brasil, no Panamá. Com isso, encerramos 2024 com um total de 30 unidades da marca, sendo 24 próprias.

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

### Composição das academias<sup>(a)</sup> por tipo

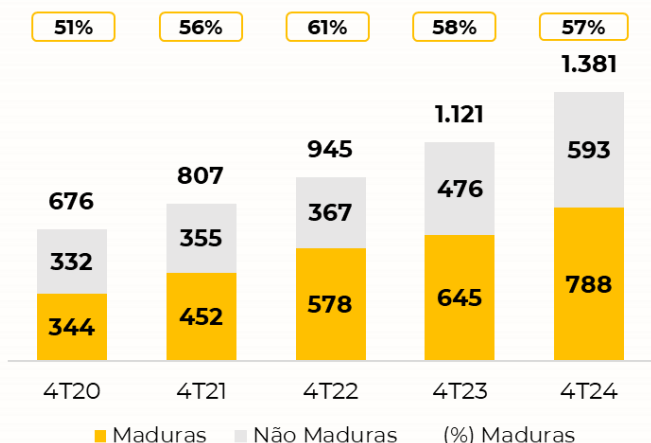


### Composição das academias<sup>(a)</sup> por região

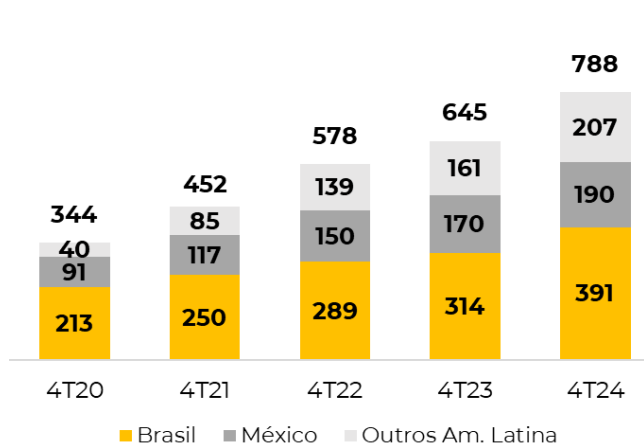


(a) Considera somente as academias da Companhia (não considera Studios).

### Composição Academias Smart Fit Próprias por *aging*



### Composição Academias Smart Fit Próprias Maduras<sup>(b)</sup> por região



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



## EVOLUÇÃO DA REDE DE ACADEMIAS

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

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

## BASE DE CLIENTES

No 4T24, a base de clientes total atingiu 5,2 milhões, um crescimento de 17% em relação ao 4T23. O número de alunos em academias totalizou 4,8 milhões, um incremento de 17% na comparação com o mesmo período do ano anterior com a adição de 699 mil alunos em academias, sendo a maior adição de clientes da história da Companhia, excluindo o período de retomada da pandemia. Esse resultado reflete principalmente a forte expansão da Companhia nos últimos trimestres e a sólida maturação da sua rede de academias. Em relação ao 3T24, a base de clientes em academias se manteve estável, com a adição de 13 mil alunos no período, devido a maturação das inaugurações realizadas em 2023 e 2024, que ajudaram a compensar um quarto trimestre que é tipicamente marcado por uma sazonalidade negativa com retração de base de clientes em unidades maduras.

Em janeiro/2025, foram adicionados 295 mil alunos, totalizando 5,5 milhões de clientes em 15 países da América Latina (+15% em comparação com janeiro/2024). Essa sólida performance de vendas ao longo de janeiro/2025 é explicada pela combinação de (i) forte ritmo de expansão da rede de academias nos últimos anos e a maturação das unidades; (ii) sazonalidade positiva do período; e (iii) assertivos esforços comerciais e inteligência de *pricing* na captação de clientes, ancorados na força das marcas do Grupo Smart Fit e sua proposta de valor única. Em academias, a base de clientes atingiu, pela primeira vez na história, o patamar de 5,1 milhões, 6% superior versus 4T24 e 15% frente ao mesmo período do ano anterior, com recorde de vendas totais. Destaque positivo para a região de Outros América Latina, que ultrapassou a marca de 1,7 milhões de alunos no período (+5% vs. dezembro/2024 e +24% vs. janeiro/2024).

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

## EVOLUÇÃO DA BASE DE CLIENTES

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

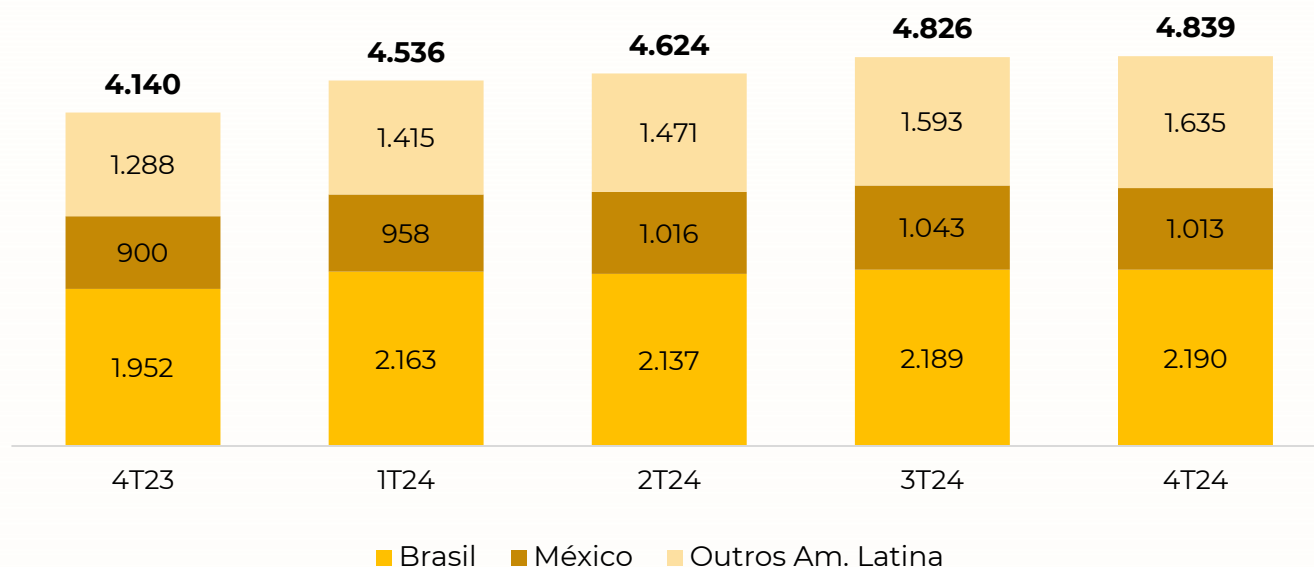
(a) A região "Outros América Latina" inclui as academias próprias na Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai. Para franquias, inclui El Salvador, Equador, Guatemala, República Dominicana e Honduras; (b) "Bio Ritmo e outras" inclui as operações da Bio Ritmo, O2 e da Nation;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

No Brasil a base de clientes em academias totalizou 2,2 milhões no 4T24, um crescimento de 12% quando comparada ao 4T23, o que representa 1,0% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país. Nesse período foram adicionados 238 mil clientes, devido a sólida curva de maturação das 117 unidades inauguradas nos últimos 12 meses. Frente ao 3T24, a base de clientes se manteve estável devido principalmente ao sólido *ramp-up* das academias inauguradas nos últimos 18 meses, que compensou a sazonalidade nas unidades maduras no período.

O México encerrou o 4T24 com 1,0 milhão de alunos, o que representa 0,8% da população matriculada em uma das academias da Companhia no país, um crescimento de 13% em relação ao 4T23. No trimestre, a base apresentou uma retração de 30 mil alunos, 3% abaixo vs. o 3T24, reflexo da sazonalidade do período nas unidades maduras na região.

Na região Outros América Latina, a base de clientes atingiu 1,6 milhão no 4T24, um crescimento de 27% quando comparada ao 4T23. No trimestre, foram adicionados 42 mil alunos, crescimento de 3% vs. o 3T24, positivamente impactado pela adição de 111 unidades na região nos últimos 12 meses.

## Clientes em academias no final do período



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

Atualmente os principais serviços digitais incluem:

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

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

# DESEMPENHO FINANCEIRO

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

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

## RECEITA LÍQUIDA

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

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

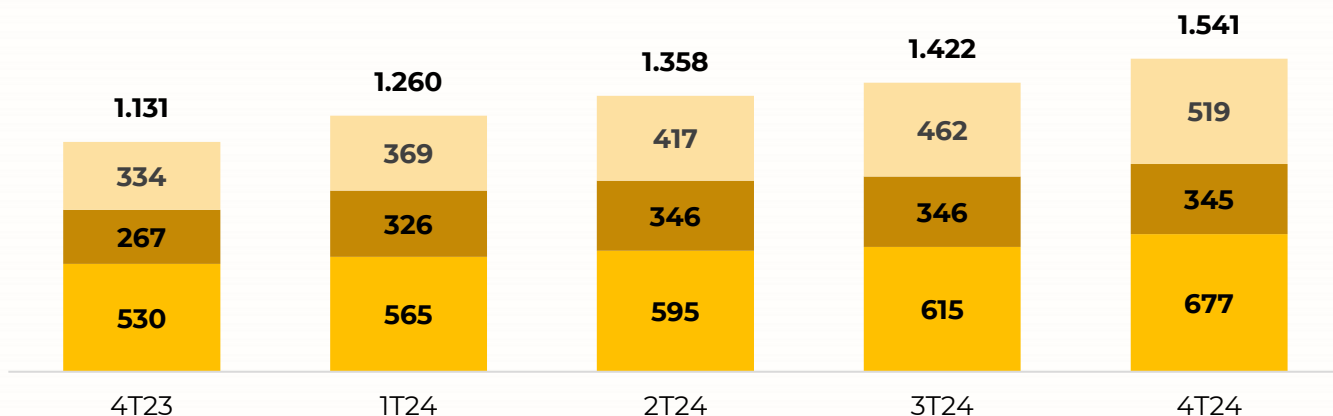
### Receita Líquida por Marca e Região

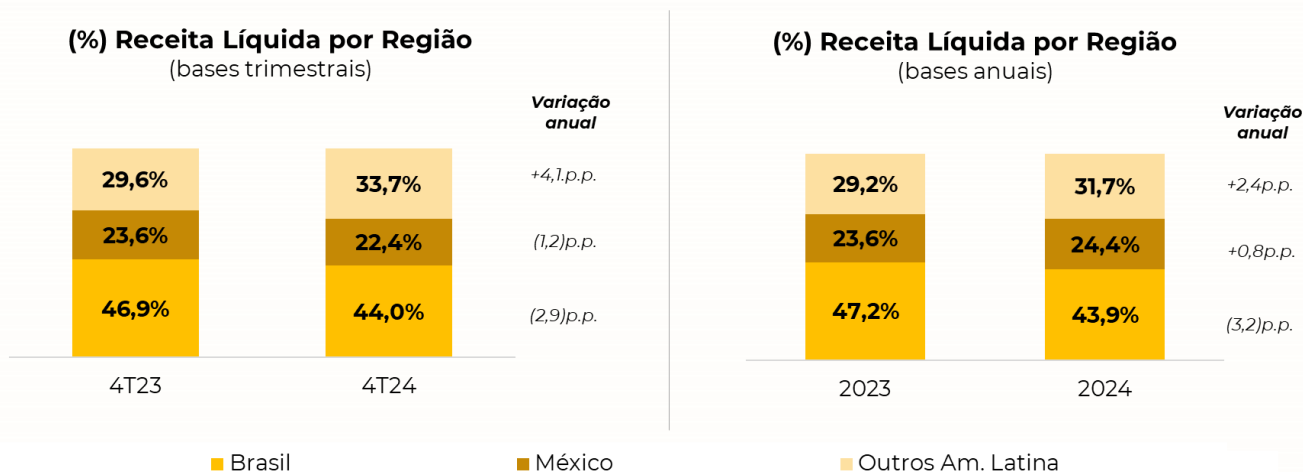
Receita Líquida (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Smart Fit	1.385,4	1.024,5	35%	1.308,8	6%	5.095,7	3.862,9	32%
Brasil	524,0	425,1	23%	503,7	4%	1.974,6	1.627,4	21%
México	344,5	266,8	29%	345,5	(0%)	1.362,2	1.001,8	36%
Outros Am. Latina <sup>a</sup>	516,9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

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

### Evolução Receita Líquida Total e por Região

R\$ milhões





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

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

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

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

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

## CUSTO CAIXA DOS SERVIÇOS PRESTADOS

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

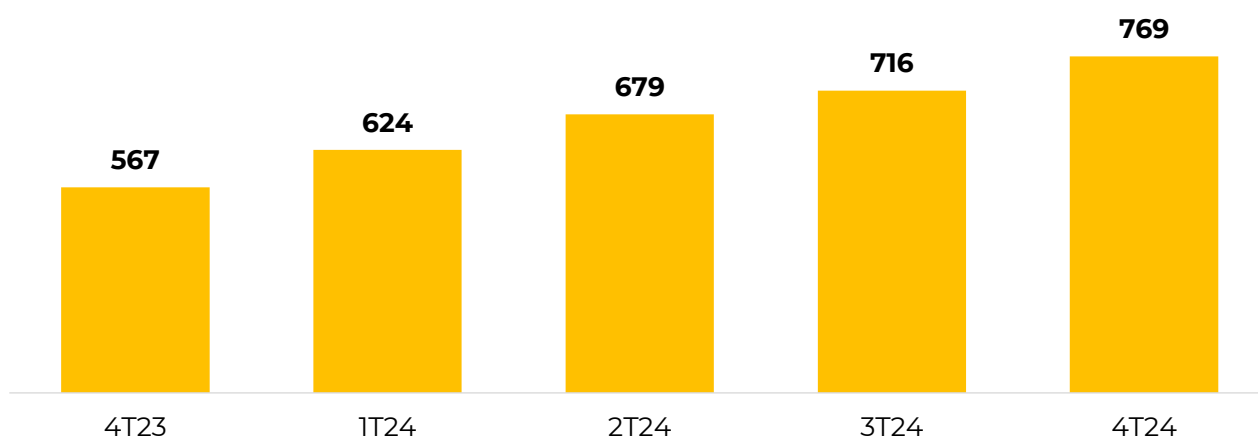
### Custo Caixa dos Serviços Prestados por Natureza

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

### Evolução do Custo Caixa dos Serviços Prestados

(R\$ milhões)



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

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



## LUCRO BRUTO CAIXA

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

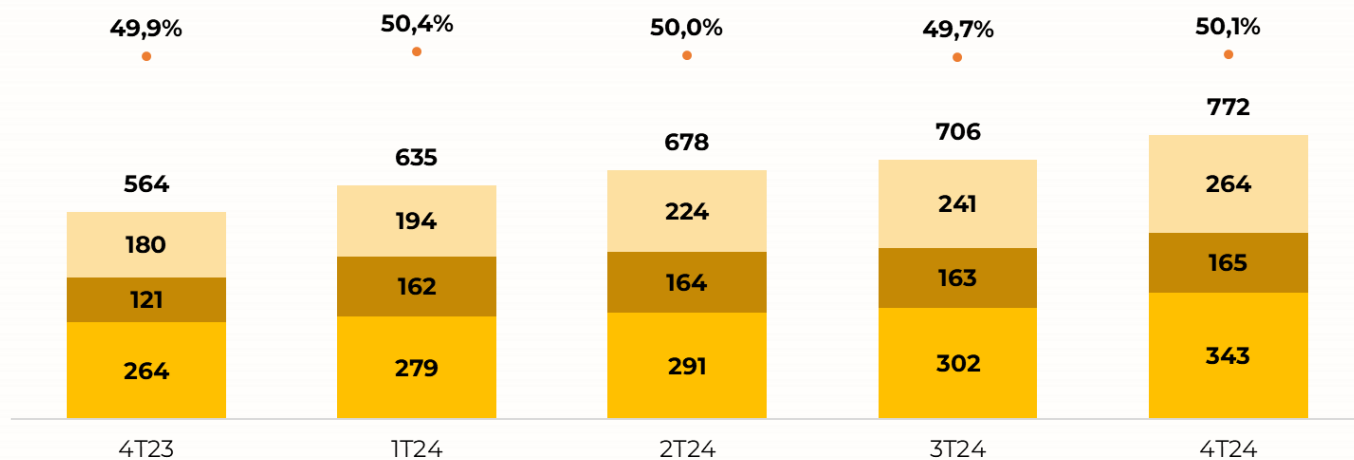
A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais, ou seja, aqueles relacionados às aberturas, foi de 51,5% no 4T24, um aumento de 0,4p.p. quando comparada ao mesmo período do ano anterior. Essa expansão de margem reflete a alavancagem operacional do negócio resultante da combinação entre o contínuo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

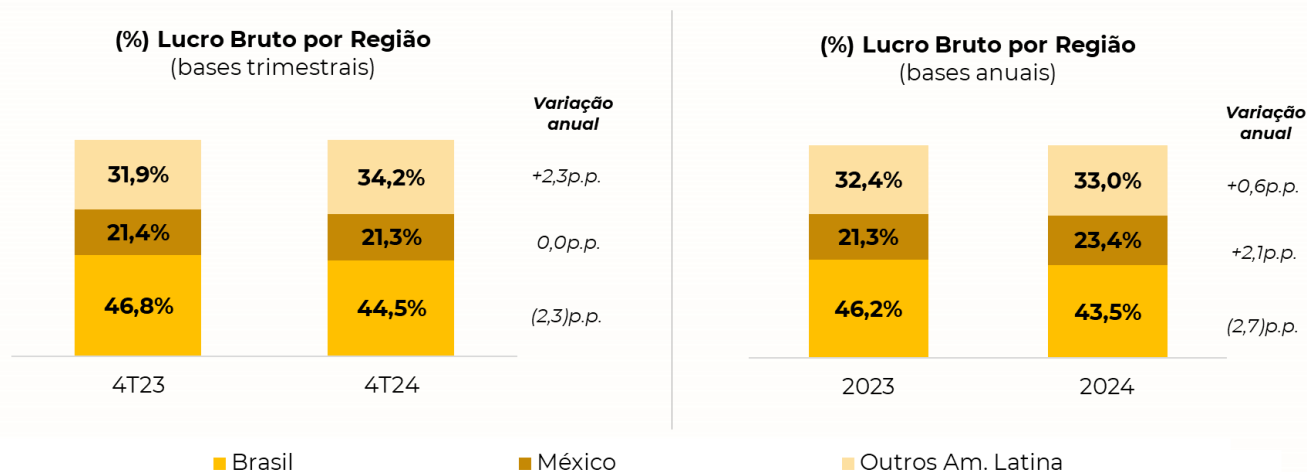
<b>Lucro Bruto Caixa<sup>a</sup></b> (R\$ milhões)	<b>4T24</b>	<b>4T23</b>	<b>4T24 vs. 4T23</b>	<b>3T24</b>	<b>4T24 vs. 3T24</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>	<b>2024 vs. 2023</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>1.540,6</b>	<b>1.131,2</b>	<b>36%</b>	<b>1.422,1</b>	<b>8%</b>	<b>5.580,3</b>	<b>4.244,7</b>	<b>31%</b>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

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

### Evolução Lucro Bruto Caixa (por Região)

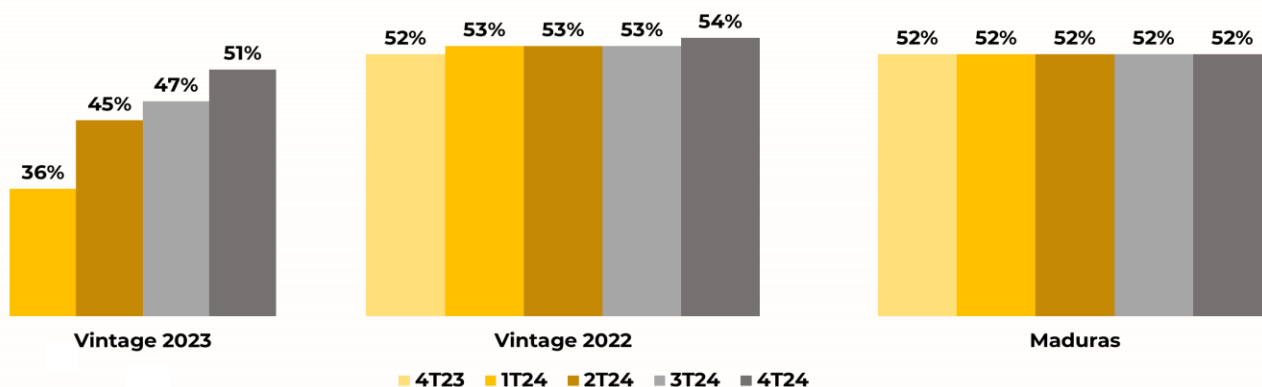
R\$ milhões | % Margem Bruta





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

## Margem Bruta por Vintage (Smart Fit próprias)



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

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

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

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

## EBITDA por região

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

EBITDA <sup>a,b</sup> (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
Brasil	276,6	205,9	34%	241,6	14%	973,5	788,7	23%
México	134,9	98,4	37%	133,8	1%	540,9	364,7	48%
Outros América Latina	234,3	162,3	44%	215,9	9%	826,7	630,5	31%
Despesas G&A e outras operacionais	(159,7)	(131,8)	21%	(150,5)	6%	(579,9)	(480,4)	21%
Equivalência Patrimonial	1,0	(2,7)	-	1,4	(30%)	0,8	(1,1)	-
<b>EBITDA ajustado<sup>c</sup></b>	<b>487,1</b>	<b>332,1</b>	<b>47%</b>	<b>442,3</b>	<b>10%</b>	<b>1.762,1</b>	<b>1.302,3</b>	<b>35%</b>
Impacto Reavaliação Panamá <sup>d</sup>	-	-	-	-	-	-	176,6	-
<b>EBITDA</b>	<b>487,1</b>	<b>332,1</b>	<b>47%</b>	<b>442,3</b>	<b>10%</b>	<b>1.762,1</b>	<b>1.478,9</b>	<b>19%</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 por região considera o lucro bruto caixa deduzido das despesas com vendas. As despesas gerais e administrativas (G&A) e outras despesas operacionais serão analisadas de forma consolidada pois suportam a operação de toda a companhia; (c) EBITDA ajustado exclui o ganho de R\$176,6 M no 2T23 com a reavaliação da participação de 50% no Panamá; (d) Ganho de R\$ 176,6M no 2T23 com reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido à aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período.

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

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

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

## DESPESAS COMERCIAIS E ADMINISTRATIVAS

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

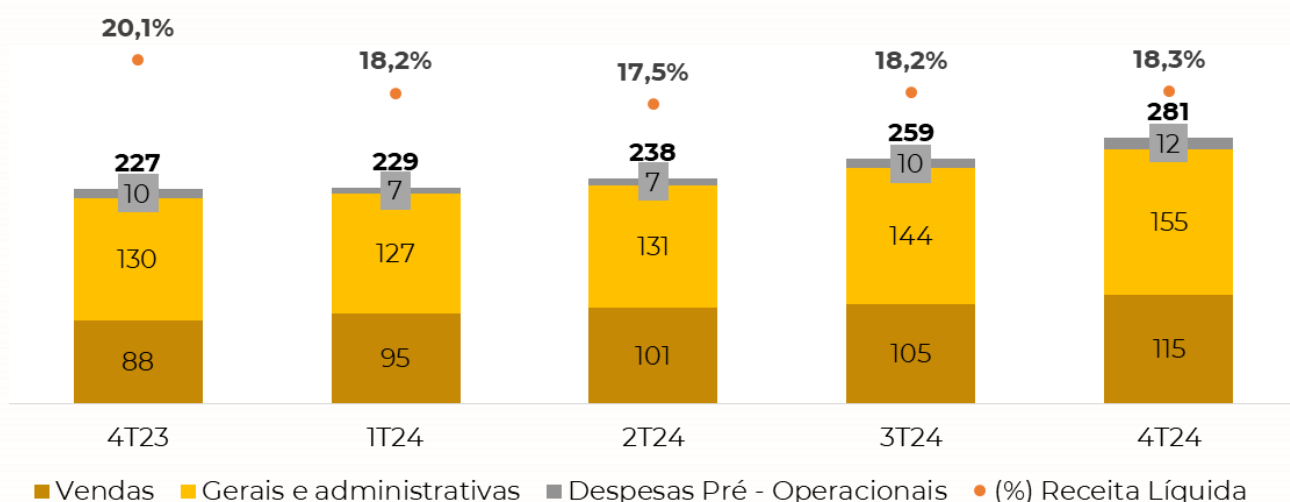
As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$281,2 milhões no trimestre, 24% superior ao 4T23, representando 18,3% da receita líquida, diluição de 1,8p.p. em comparação a 20,1% no mesmo período do ano anterior.

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

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

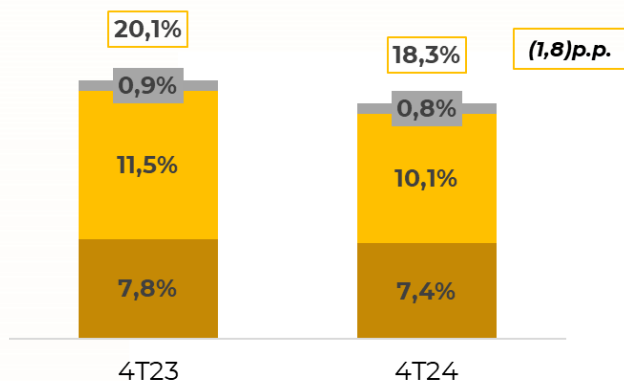
Por fim, as despesas pré-operacionais totalizaram R\$11,6 milhões no 4T24, vs. R\$9,8 milhões no mesmo período do ano anterior, em função do maior volume de aberturas de academias próprias nos últimos meses.

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



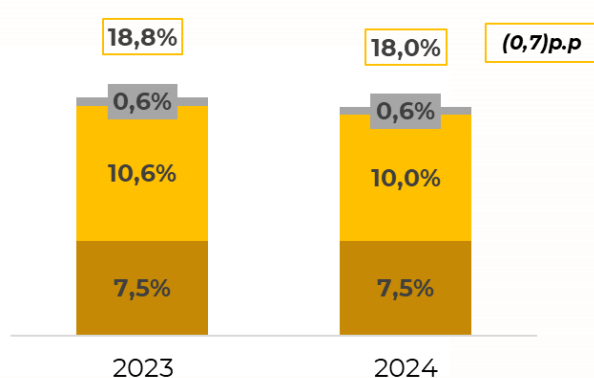
### Despesas comerciais e administrativas

(%) Receita Líquida | Bases trimestrais



### Despesas comerciais e administrativas

(%) Receita Líquida | Bases anuais



■ Vendas ■ Gerais e administrativas ■ Despesas Pré - Operacionais

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

## EBITDA

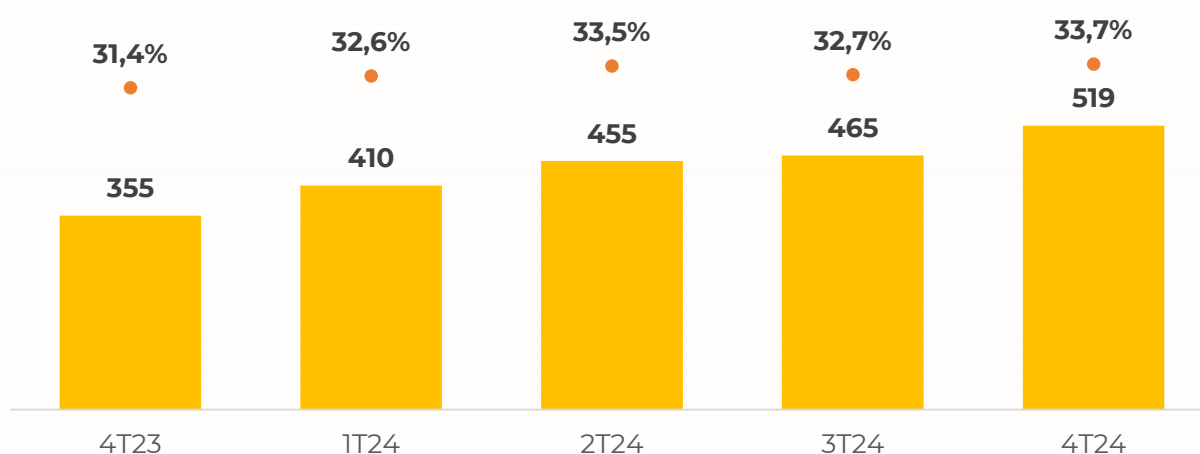
Composição do EBITDA <sup>a</sup> (R\$ milhões)	4T24	4T23	4T24 vs. 4T23	3T24	4T24 vs. 3T24	2024	2023	2024 vs. 2023
<b>Lucro (prejuízo) líquido</b>	<b>196,5</b>	<b>686,3</b>	<b>(71%)</b>	<b>118,3</b>	<b>66%</b>	<b>539,4</b>	<b>1.169,9</b>	<b>(54%)</b>
(+) IR & CSLL	(11,9)	(551,5)	(98%)	44,0	-	91,0	(472,6)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

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

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

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

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



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

## LUCRO LÍQUIDO

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

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

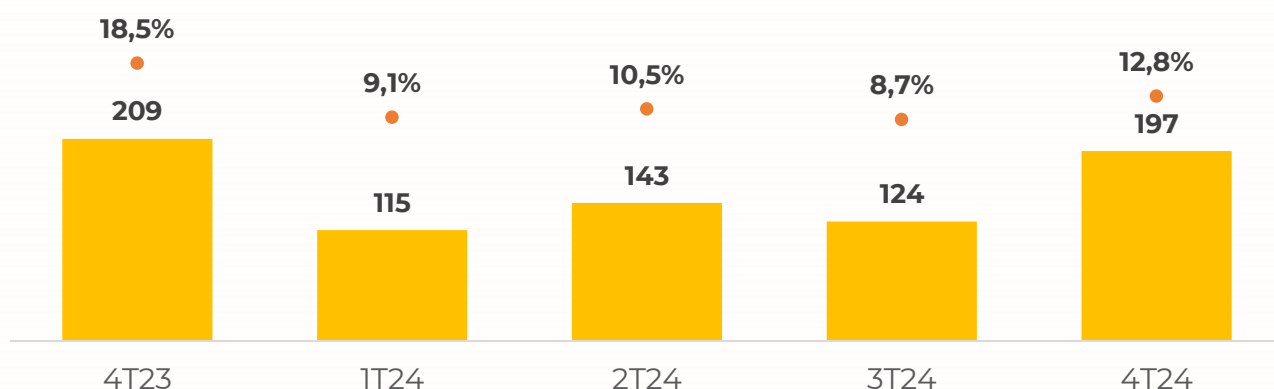
Em 2024, o lucro líquido recorrente atingiu R\$578,4 milhões, representando um crescimento de 8% em relação a 2023 e resultando em uma margem líquida de 10,4%. Essa forte performance reflete, principalmente, a alavancagem operacional do negócio, impulsionada pela rentabilidade consistente das unidades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

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

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

### Evolução do Lucro Líquido Recorrente e Margem Líquida Recorrente

(R\$ milhões e % da receita líquida)





## GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL

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

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

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

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

## CAPEX

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

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

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

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

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

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

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

## CAIXA E ENDIVIDAMENTO

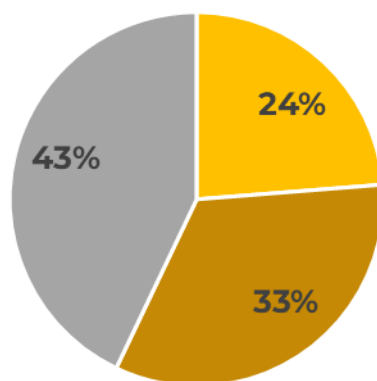
Caixa e Endividamento <sup>a,b</sup> (R\$ milhões)	4T23	1T24	2T24	3T24	4T24
Caixa e aplicações financeiras	2.613	2.337	2.815	2.967	2.947
Dívida Bruta	3.917	4.163	4.870	5.212	5.945
Por natureza:					
Empréstimos e debêntures	3.820	4.075	4.794	5.176	5.915
Passivo de arrendamento - equipamentos	97	89	76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

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

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

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

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



■ Brasil ■ México ■ Outros Am. Latina

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

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

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

## EVENTOS SUBSEQUENTES

### Aumento de Capital Privado

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

## DESTAQUES SUSTENTABILIDADE

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

### Ambiental

No pilar ambiental, destacamos a ampliação da base de academias que operam com energia renovável, seja por meio do Mercado Livre ou da Geração Distribuída, totalizando 220 unidades no 4T24, um crescimento de 49% comparado ao 4T23, o que representa 40% das academias próprias no Brasil, frente aos 30% registrados no mesmo período do ano anterior. Além disso, seguimos avançando com o projeto de automação de ar-condicionado, implementando-o em mais 107 unidades e encerrando o 4T24 com 331 unidades operando sob esse sistema, incremento de 48% vs. 4T23, distribuídas entre Brasil, México e Colômbia, com 229, 88 e 14 academias operando com o sistema, respectivamente. Já na gestão de água, expandimos a implementação do sistema de telemetria para monitoramento online do consumo de água para 366 unidades no Brasil, permitindo um controle mais eficiente e ágil do consumo de água, evitando identificar com rapidez eventuais desperdícios, vazamentos e cobranças indevidas. Essa iniciativa gerou uma economia de aproximadamente R\$70 mil reais mensais, o equivalente a redução de 1.294m<sup>3</sup> no consumo de água por mês.

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

### Social

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

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

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

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

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

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

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

## Governança

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

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

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

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

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

### IMPACTO DA ADOÇÃO DO IFRS 16

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

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



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

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

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

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

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

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

## APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

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

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

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

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

(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

<b>ATIVO (R\$ milhões)</b>	<b>4T24</b>	<b>4T23</b>
<b>CIRCULANTE</b>	<b>4.112</b>	<b>3.346</b>
Caixa e equivalentes de caixa	2.947	2.613
Clientes	554	349
Instrumentos financeiros derivativos	7	13
Outros Créditos	604	371
<b>NÃO CIRCULANTE</b>	<b>14.238</b>	<b>10.884</b>
Imobilizado	5.537	4.045
Ativos de direito de uso	4.934	3.755
Intangível	2.395	1.913
Investimentos	55	41
Outros ativos	1.316	1.131
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>18.350</b>	<b>14.230</b>
<b>PASSIVO (R\$ milhões)</b>	<b>4T24</b>	<b>4T23</b>
<b>CIRCULANTE</b>	<b>2.792</b>	<b>2.244</b>
Empréstimos	760	594
Passivos de arrendamentos	650	542
Fornecedores	442	399
Receita diferida	216	206
Outros passivos	724	502
<b>NÃO CIRCULANTE</b>	<b>10.087</b>	<b>6.890</b>
Empréstimos	5.155	3.225
Passivos de arrendamentos	4.751	3.565
Outros passivos	181	100
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>5.472</b>	<b>5.096</b>
Capital social	2.970	2.970
Reservas de capital	848	953
Reserva legal	74	771
Reserva de lucros	825	0
Outros resultados abrangentes	739	374
Participação não controladora	16	27
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>18.350</b>	<b>14.230</b>

## FLUXO DE CAIXA

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



# Relações com Investidores

**André Pezeta** | CFO

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

**Matheus Nascimento** | Gerente de RI

**Juliana Pallot** | Coordenadora de RI

**Larissa Cristovão** | Analista de RI

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

**smart fit**