

Smart Fit

Apresentação de Resultados 2T23

10.08.2023



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



BASE DE CLIENTES EM CONTÍNUA EXPANSÃO, ATINGINDO 4,3 MILHÕES, +24% VS. 2T22

Incremento de 97 mil alunos em academias no trimestre devido aos assertivos esforços na captação, retenção de clientes e expansão



RECEITA LÍQUIDA ULTRAPASSA A MARCA DE R\$1 BILHÃO E TOTALIZA R\$1.042 M, +6% VS. 1T23

Incremento da receita em todas as regiões de atuação devido ao crescimento de 6% na média de alunos por unidade própria Smart Fit



MARGEM BRUTA CAIXA DE 52% NAS ACADEMIAS MADURAS¹ E EXPANSÃO DE MARGEM NOS VINTAGES 2021/2022

Margem bruta da companhia de 50,2%, com destaque para a performance das unidades inauguradas em 22, atingindo 49% de margem



MARGEM EBITDA DE 33%, SEGUNDO MAIOR PATAMAR HISTÓRICO DE MARGEM

EBITDA de R\$339 M (+12% vs. 1T23), com expansão de 1,6p.p. na margem vs. trimestre anterior e geração de caixa de R\$380 M no tri



LUCRO LÍQUIDO² DE R\$121 MILHÕES NO TRIMESTRE, INCREMENTO DE 14% VERSUS 1T23

Contínua melhora da rentabilidade contribuiu para o quarto trimestre consecutivo de lucro líquido, com margem líquida² de 11,6%

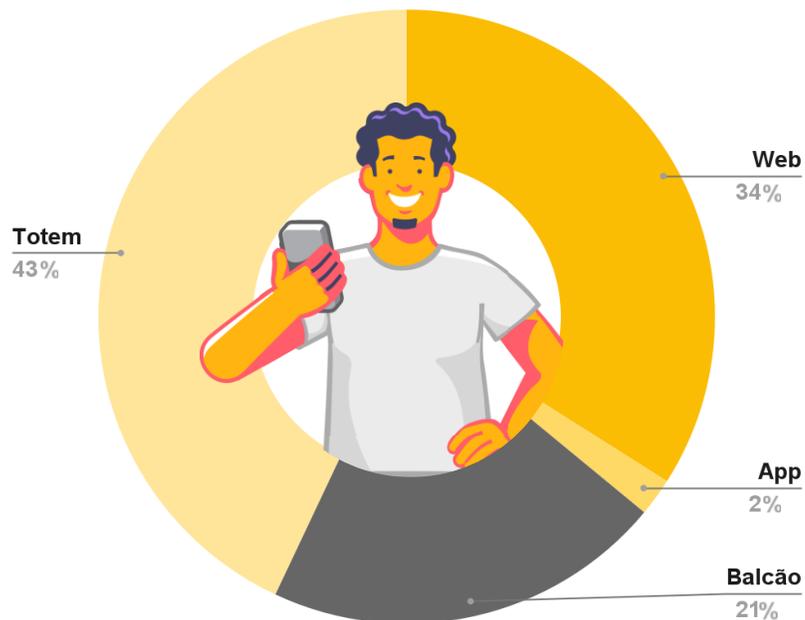
(1) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses no início do ano calendário

(2) Exclui o efeito positivo de R\$163 M no lucro líquido da reavaliação do Panamá

79% DAS VENDAS ATRAVÉS DE CANAIS DIGITAIS

Mix de canais Brasil

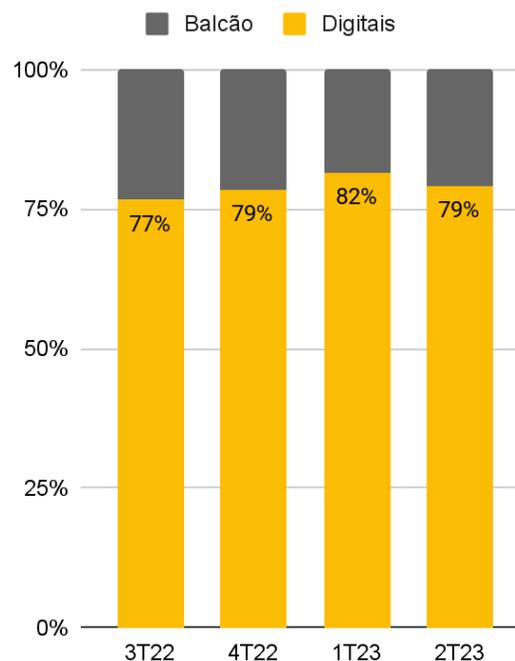
% de vendas por canal no 2T23



88% das vendas web são via dispositivos móveis

Penetração Canais Digitais Brasil

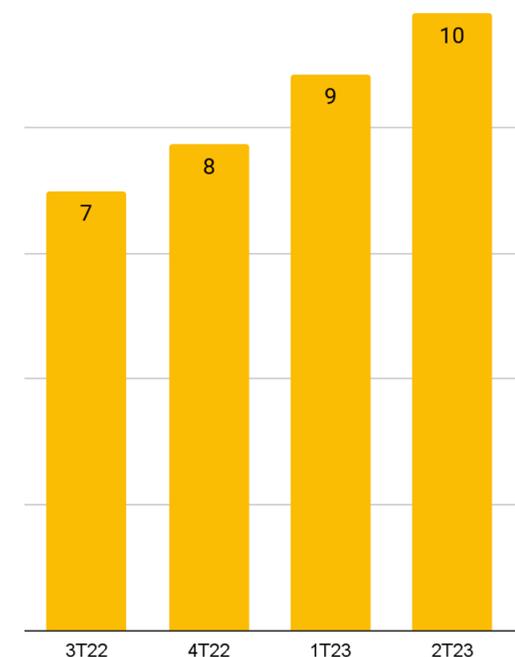
% de vendas digitais vs. físicas (balcão)



79% das vendas 2T23 são através de canais digitais

Downloads Acumulados App¹

Total de downloads cumulativos - Android & iOS (milhões)



+1 milhão de novos downloads por tri

(1) Considera todos os países

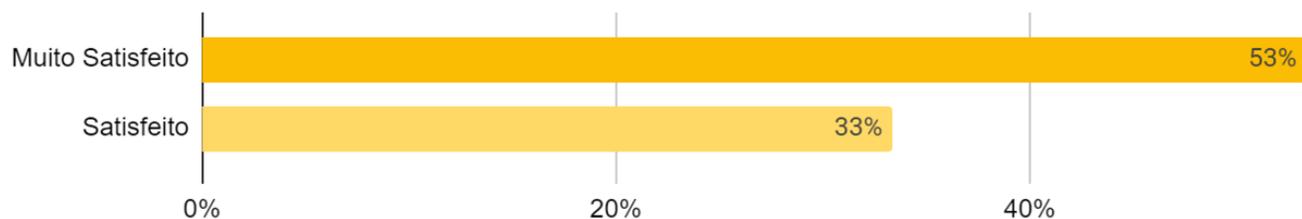
ALTA SATISFAÇÃO DO ALUNO COM TREINO COM IA

A inteligência nos treinos veio para ficar: **61%** dos novos alunos estão com **Treino prescritos com uso de Inteligência Artificial.**

Ao responder anamnese, alunos recebem treino adequado às suas necessidades atuais, automaticamente

Índice de Satisfação

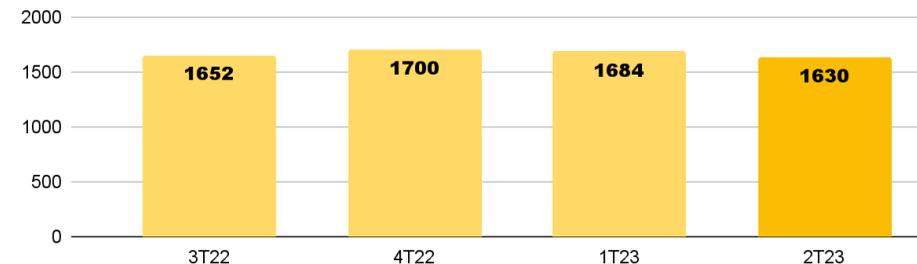
% de avaliação dos alunos sobre os treinos no 2T23



86% dos alunos satisfeitos ou muito satisfeitos com o treino prescrito

Usuários App

Usuários Ativos no App - Brasil (x1000)



1,6 mi

Usuários Ativos Mensais no app Smart Fit

(500k LatAm)



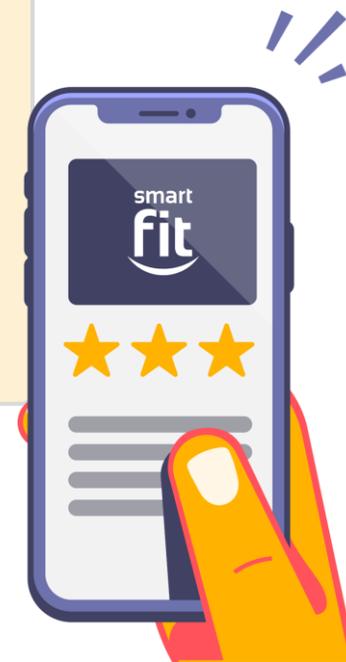
4,8



4,8



Expansão do App na América Latina: +20% de usuários no trimestre

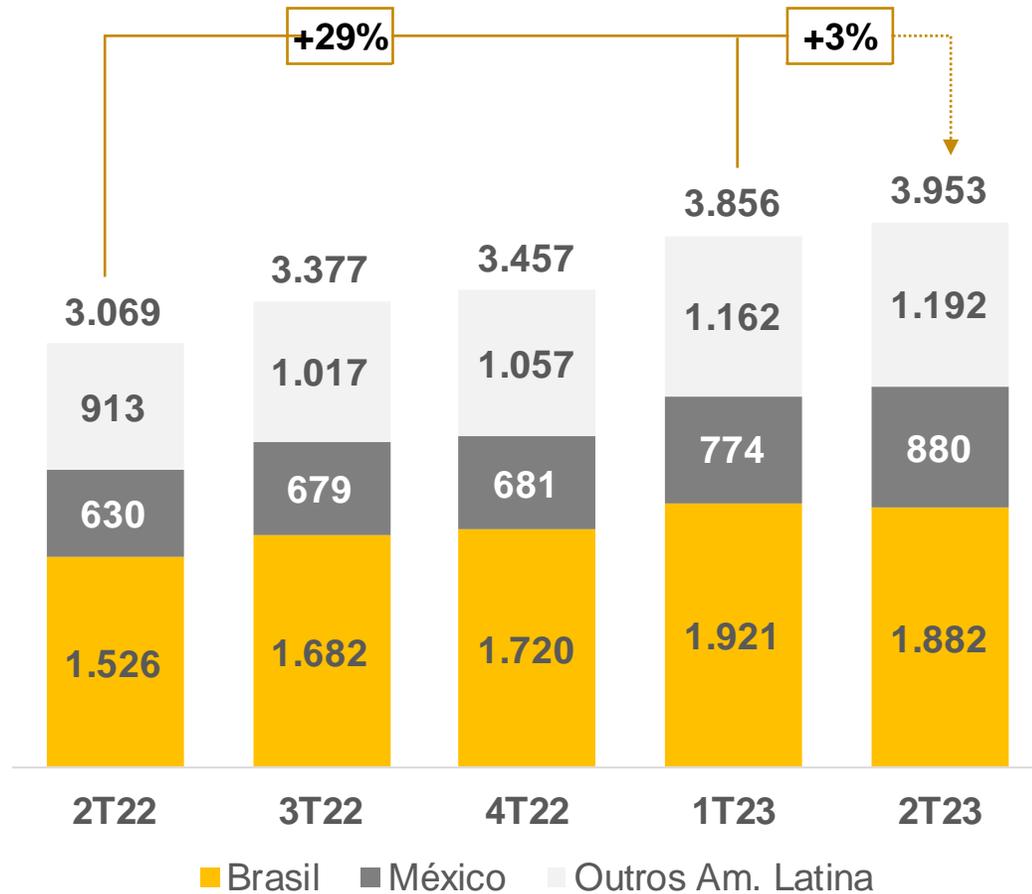


CONTÍNUO CRESCIMENTO DE CLIENTES E RECEITA

No 2T23, a base de clientes em academias atingiu 4,0M (+29% vs. 2T22), com adição de 97 mil alunos e incremento de receita por academia em todas as regiões

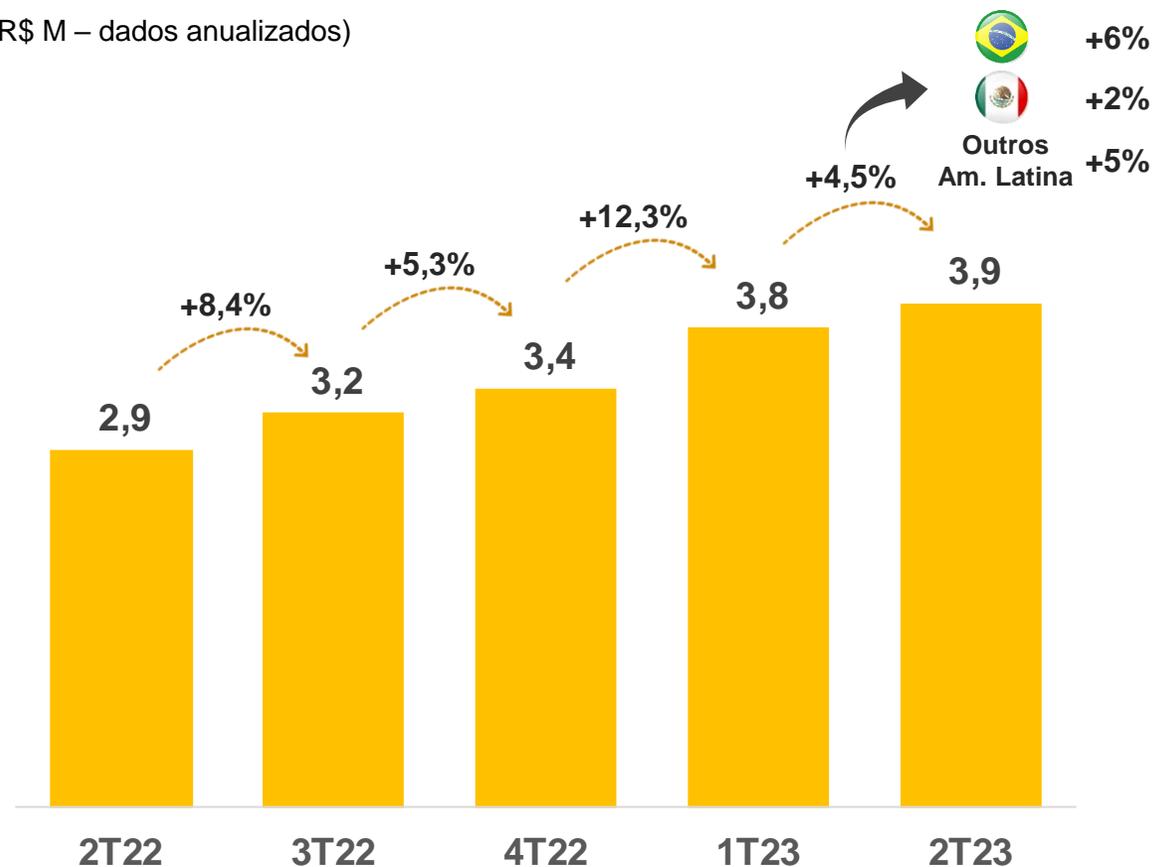
BASE DE CLIENTES DAS ACADEMIAS

(#'000 final do período)



RECEITA MÉDIA POR ACADEMIA SMART FIT PRÓPRIA

(R\$ M – dados anualizados)

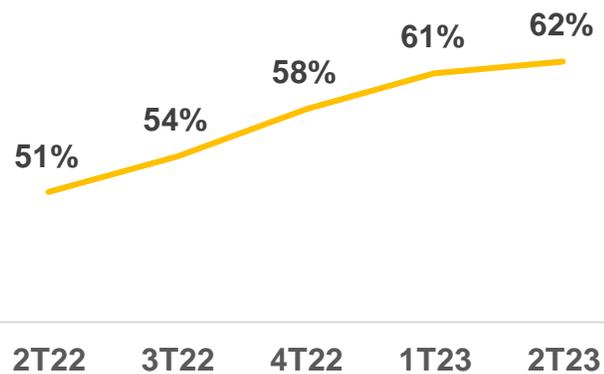


FOCO EM EFICIÊNCIA E NA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Trabalho contínuo visando aumento da rentabilidade, incremento de receita e eficiência operacional, sempre garantindo à melhor experiência ao cliente

Otimização de Receita

(% alunos plano black¹)



Maior penetração de alunos plano black contribui para aumento do ticket médio, melhora da rentabilidade e proposta de valor ao cliente

Disciplina de Custos



Vintage 2021 e 2022 com **aluguel menor** que nas unidades maduras



Digitalização de processos e rotinas operacionais



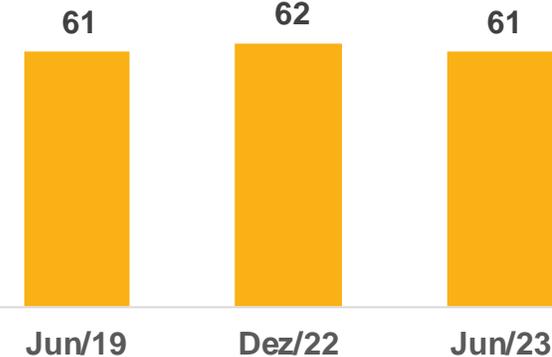
Revisão de contratos com fornecedores



Projetos de **eficiência energética** (automação, geração distribuída, etc.)

Satisfação do Cliente

(NPS – Net Promoter Score)



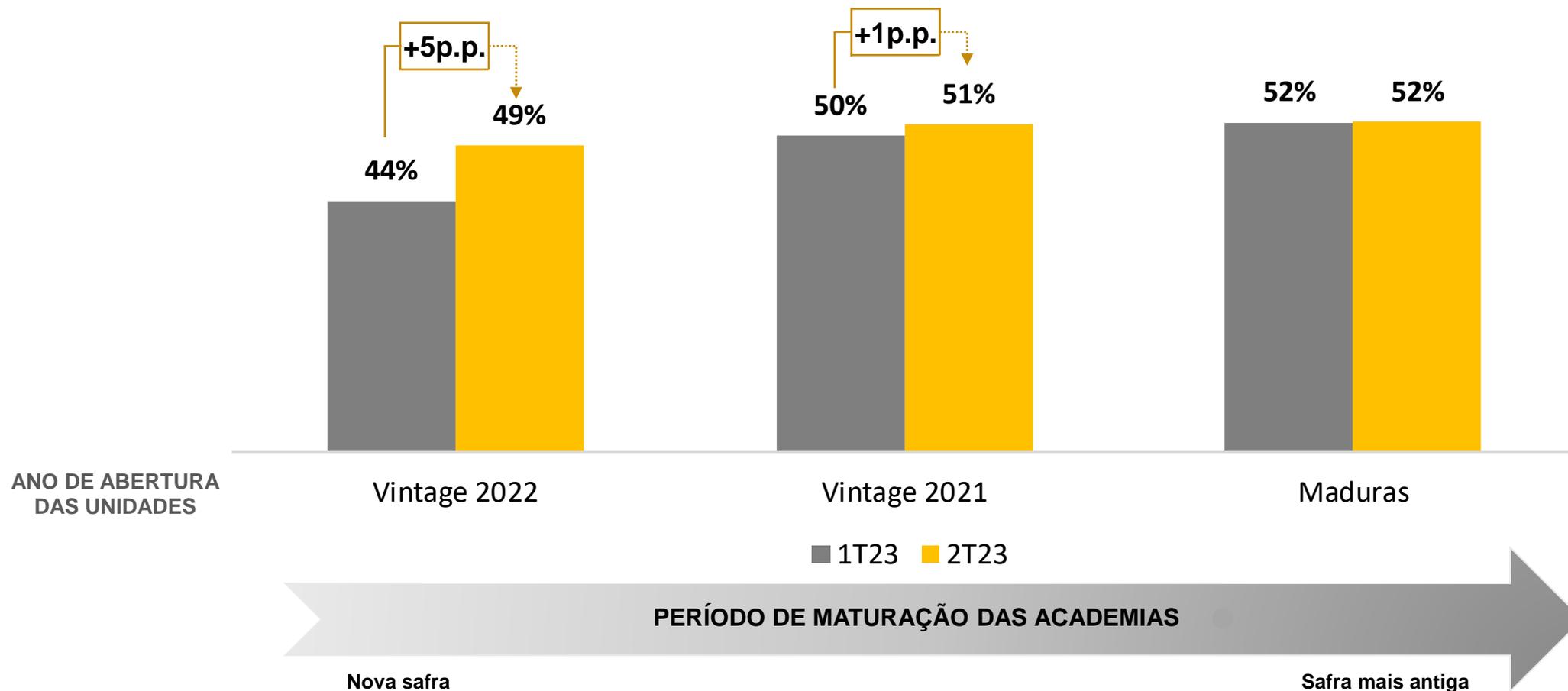
NPS em linha com níveis históricos e satisfação do cliente como o principal KPI

(1) Considera apenas academias Smart Fit próprias

MARGEM BRUTA NOS DIFERENTES VINTAGES

Unidades maduras com margem bruta de 52% e forte expansão de margens nas unidades inauguradas desde 2021

Margem Bruta por vintage^{1,2}



(1) Considerando apenas unidades próprias da marca Smart Fit

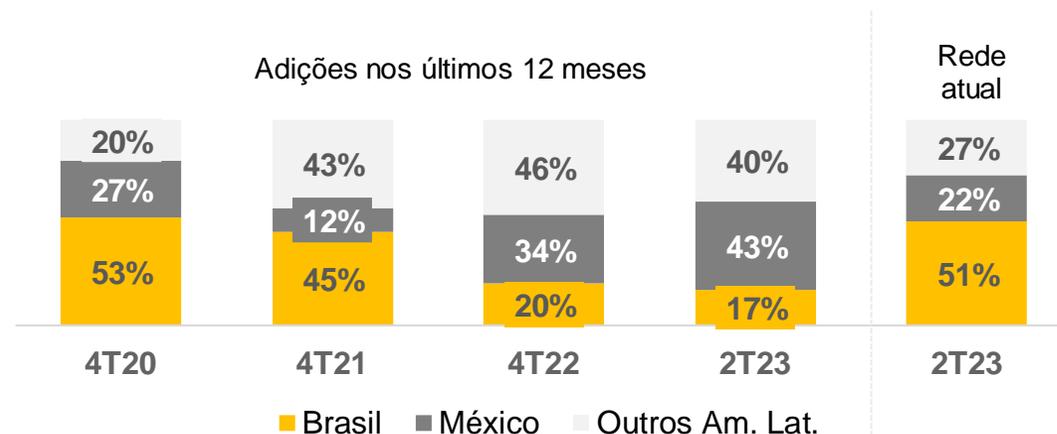
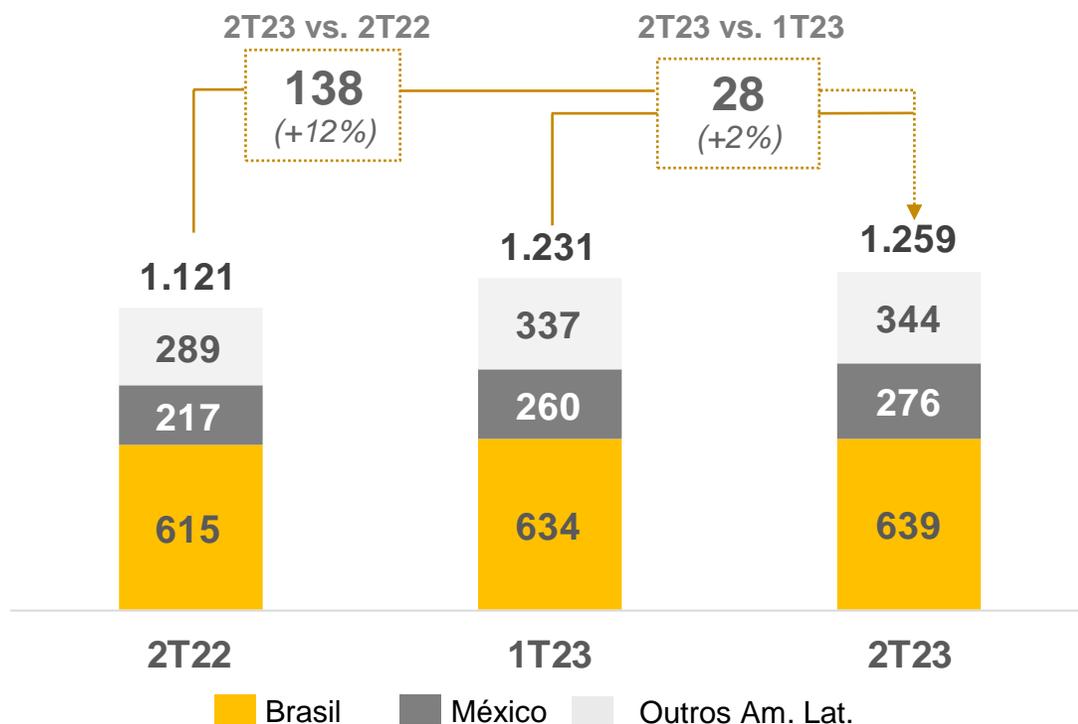
(2) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses no início do ano calendário

EXPANSÃO 2T23

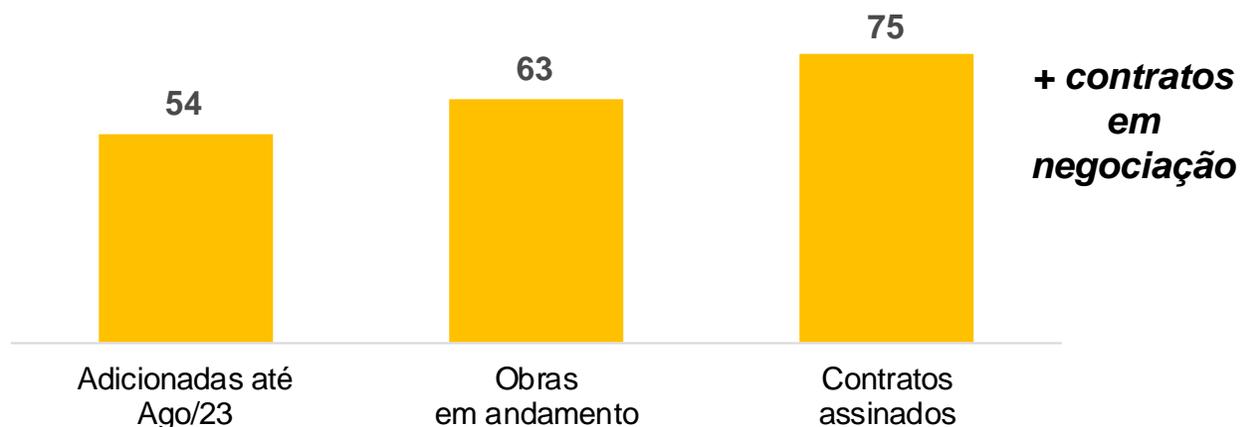
Adição de 138 academias nos últimos 12 meses, atingindo 1.259 unidades, +12% vs. 2T22. Sólido pipeline de academias e evolução na distribuição geográfica favorável ao crescimento da margem

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE ACADEMIAS¹

COMPOSIÇÃO DA REDE DE ACADEMIAS POR REGIÃO (% de academias¹)



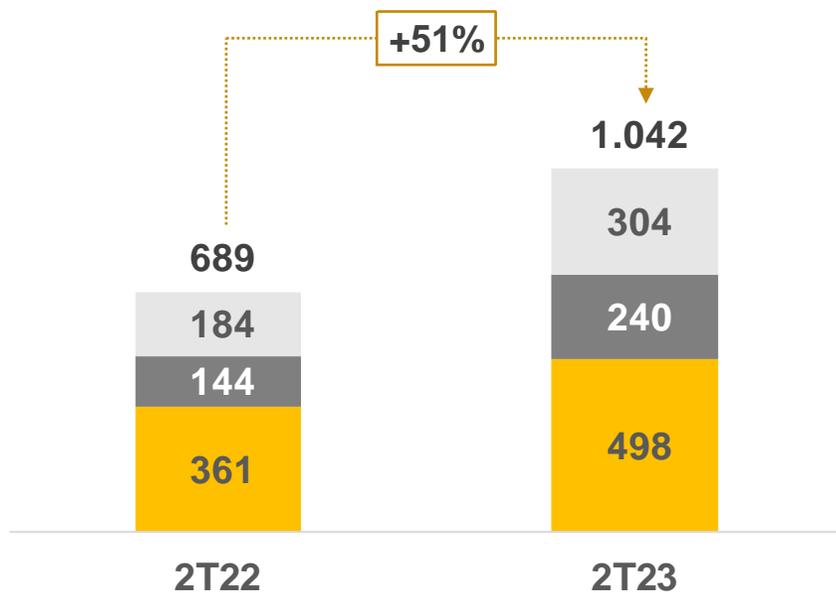
PIPELINE DE ABERTURAS



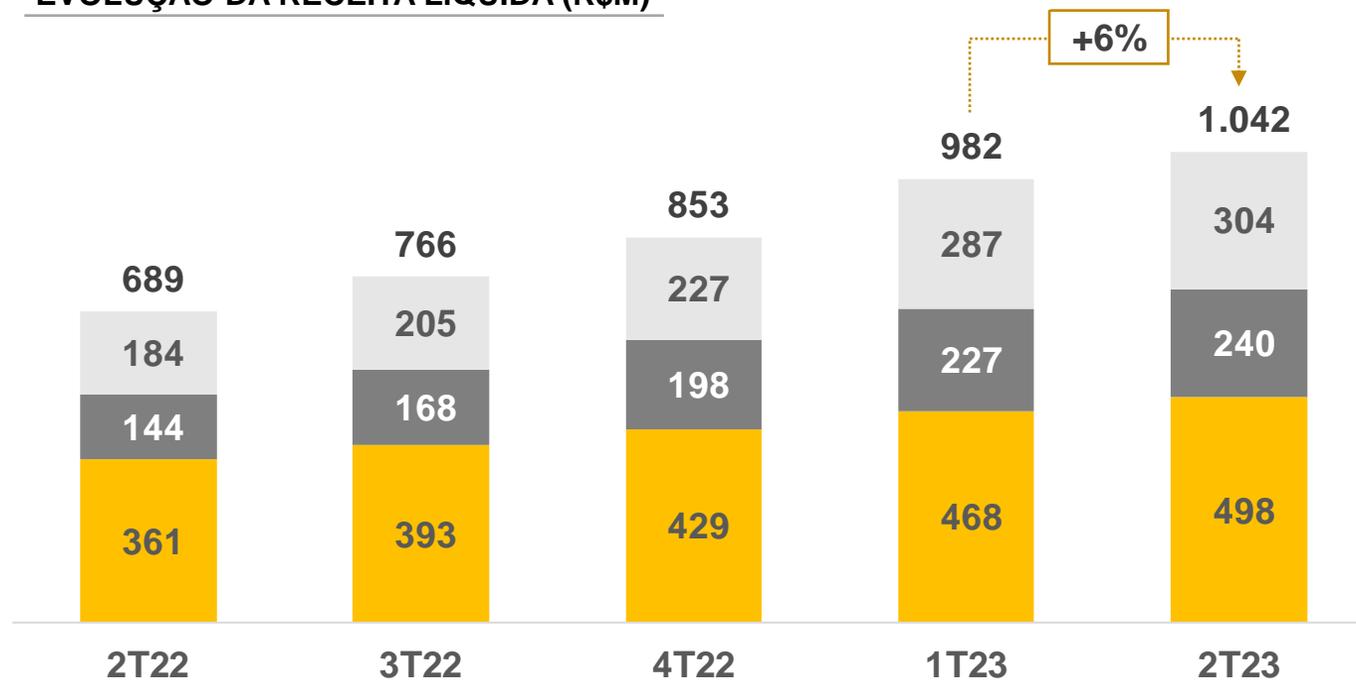
SF Próprias ²	2T22	1T23	2T23
Maduras	588	651	650
Não-Maduras	268	301	321

(1) Considera todas as academias do grupo (não considera studios)
 (2) Considera apenas academias próprias da marca Smart Fit

VARIAÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA (R\$M)



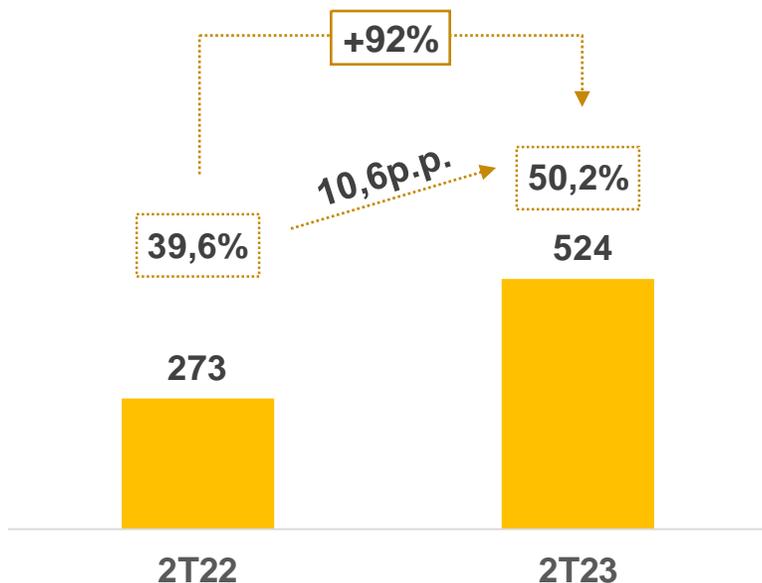
EVOLUÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA (R\$M)



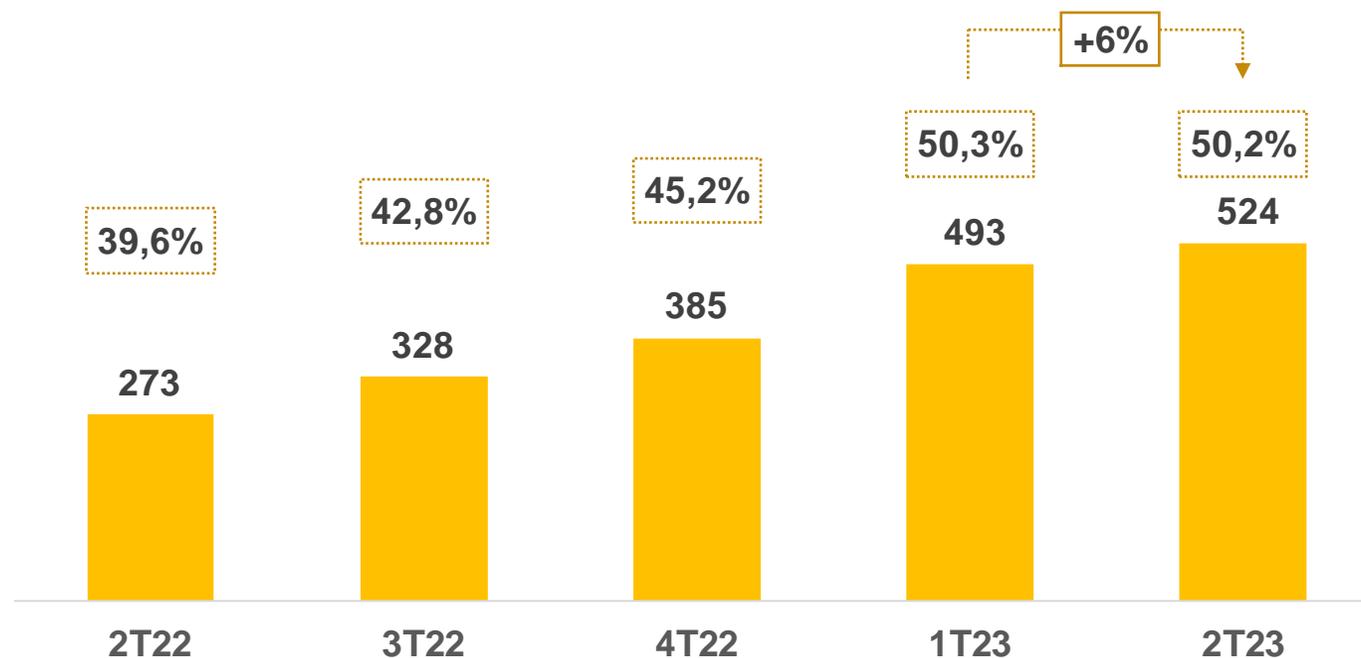
■ Brasil
 ■ México
 ■ Outros Am. Lat.

- Receita líquida de R\$1.042 milhões no 2T23, +51% vs. 2T22, em razão do aumento de 16% no número médio de alunos em academias próprias, do incremento de 16% no ticket médio dessas unidades e expansão de 13% na média da rede própria de academias
- A receita líquida aumentou 6% comparado ao 1T23, com incremento em todas as regiões, resultado do crescimento de 6% na média de alunos por unidade própria

VARIAÇÃO DO LUCRO BRUTO CAIXA (R\$M)



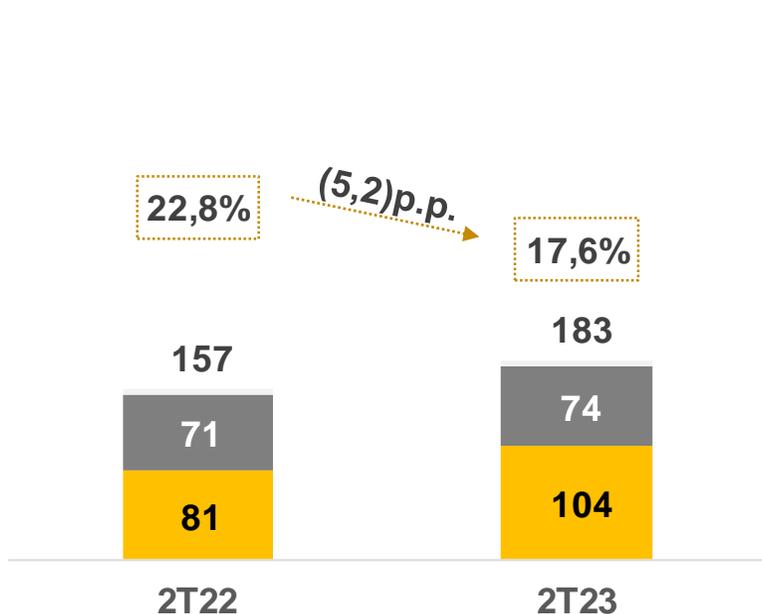
EVOLUÇÃO DO LUCRO BRUTO CAIXA (R\$M)



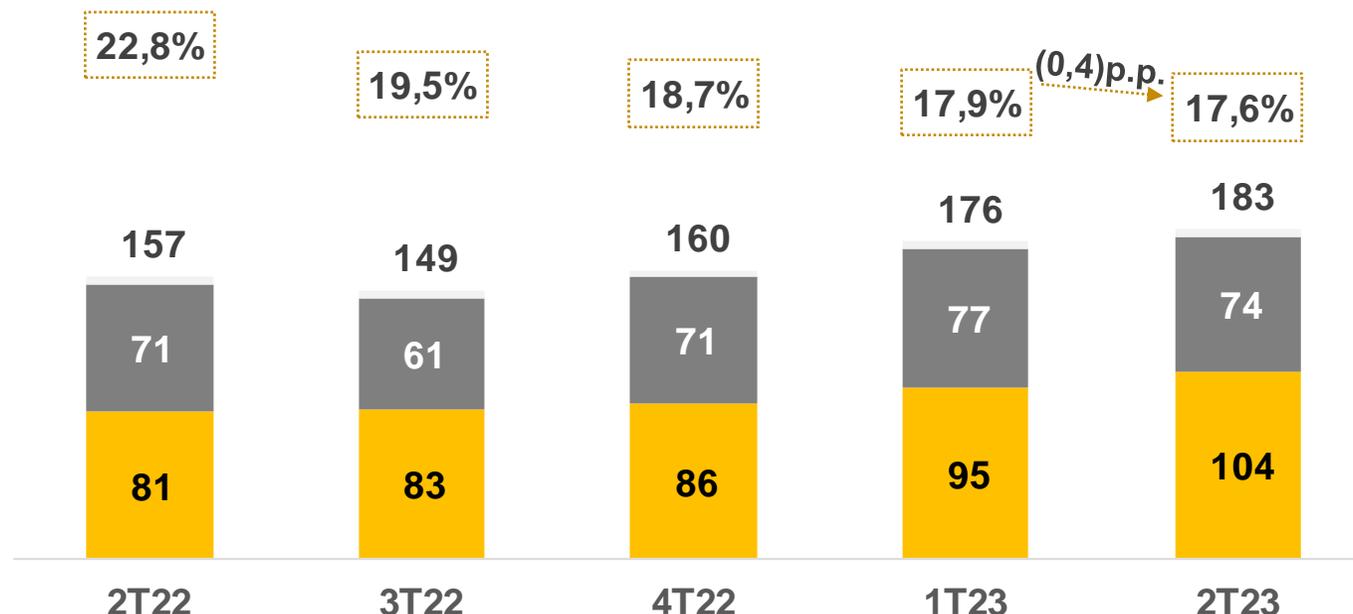
■ Lucro Bruto Caixa □ Margem Bruta Caixa

- Lucro bruto caixa atingiu R\$524 milhões no 2T23, crescimento de R\$251 milhões vs. 2T22, com margem bruta caixa de 50,2%, expansão de 10,6p.p. vs. 2T22
- Em relação ao 1T23, o lucro bruto caixa expandiu 6%, com margem praticamente estável em 50,2%, e expansão de rentabilidade nas regiões Brasil e Outros América Latina, que expandiram 0,9p.p. e 1,0p.p. respectivamente

VARIAÇÃO DAS DESPESAS (R\$M)



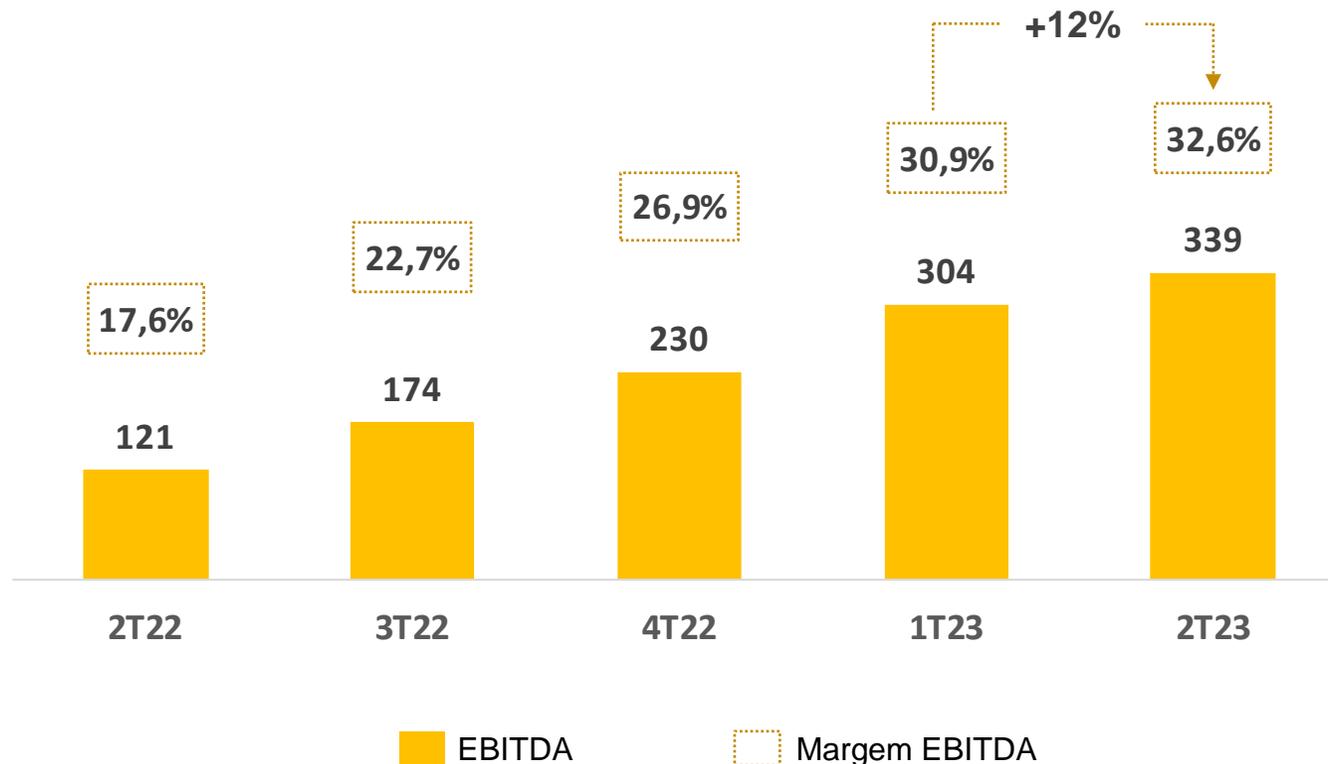
EVOLUÇÃO DAS DESPESAS (R\$M)



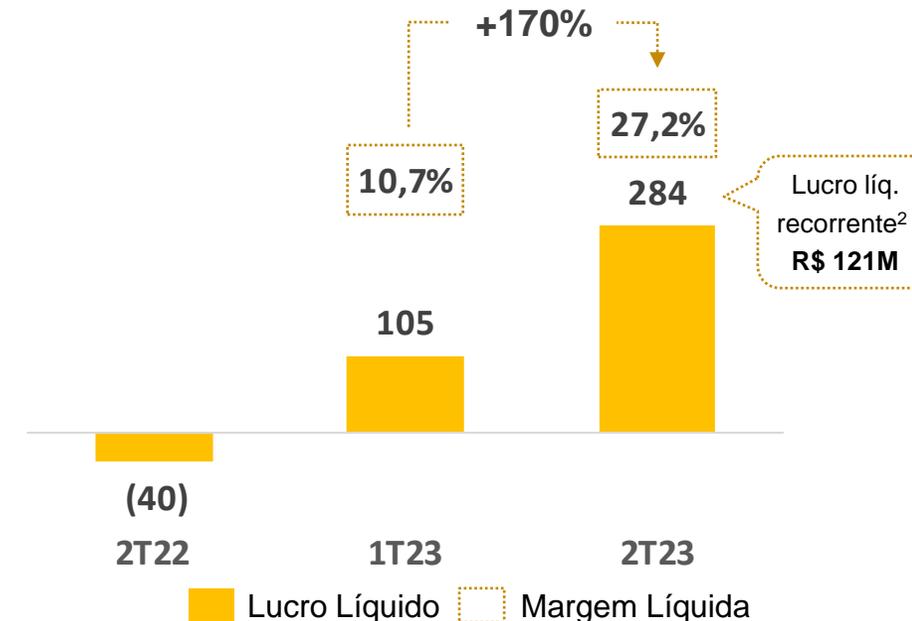
■ G&A
 ■ Vendas
 ■ Pré-operacionais
 % Receita Líquida

- As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$183 milhões no 2T23, +17% vs. 2T22, devido às maiores despesas gerais e administrativas, elevação das despesas pré-operacionais, incremento nas despesas com vendas para buscar maior captação de clientes, parte delas atreladas ao crescente número de unidades e a consolidação do resultado da operação do Panamá e Costa Rica
- Comparado ao 1T23, as despesas cresceram 4% e representaram 17,6% da receita líquida, diluição de 0,4p.p., em função da diluição das despesas com vendas

EVOLUÇÃO DO EBITDA¹ (R\$M)



EVOLUÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO (R\$M)



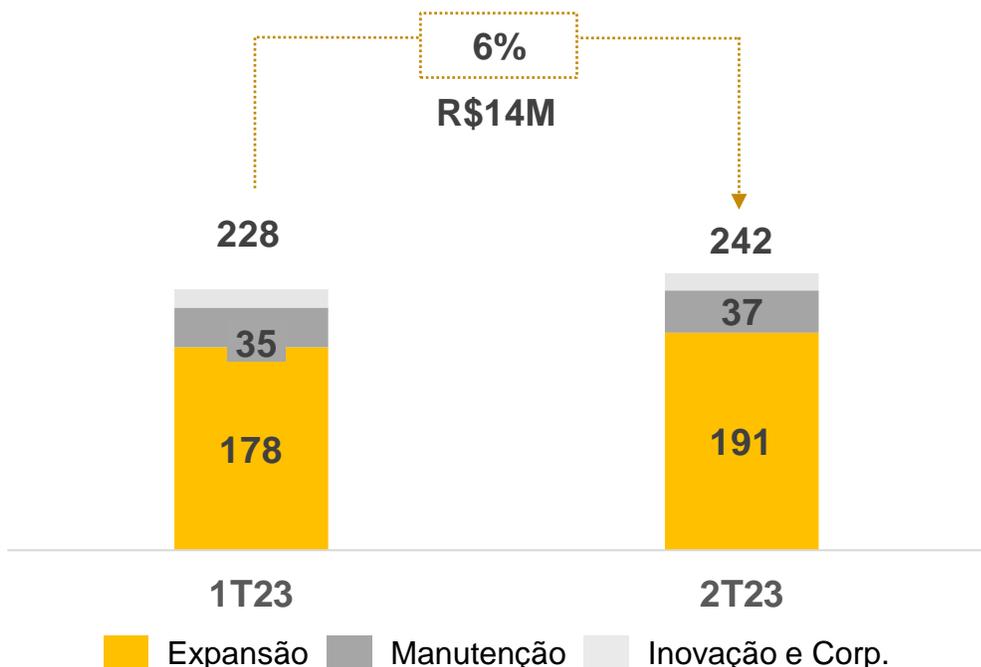
- EBITDA¹ atingiu R\$339 milhões no 2T23, crescimento de R\$ 218 milhões vs. 2T22, sendo o 8º trimestre consecutivo de crescimento e expansão de margem, com ganho de 14,9p.p. nos últimos 12 meses
- Em comparação ao 1T23, o EBITDA¹ aumentou R\$36 milhões (+12%), expansão de 1,6p.p. na margem
- Quarto trimestre consecutivo de lucro líquido, atingindo R\$284 milhões, o maior lucro líquido da história. O lucro líquido recorrente² totalizou R\$121 milhões, crescimento de 14% vs. 1T23

(1) Exclui o ganho de R\$ 176,6 M auferido no 2T23 com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá; (2) Exclui o efeito positivo de R\$163 M no lucro líquido da reavaliação do Panamá

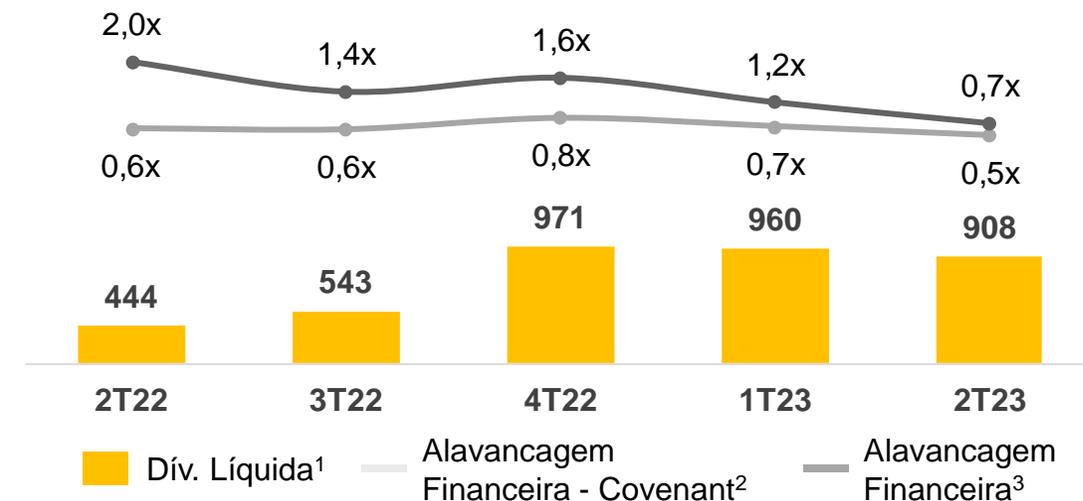
LIQUIDEZ FINANCEIRA E CAPEX

Sólida posição de caixa de R\$2,7 bilhões e perfil de dívida alongado

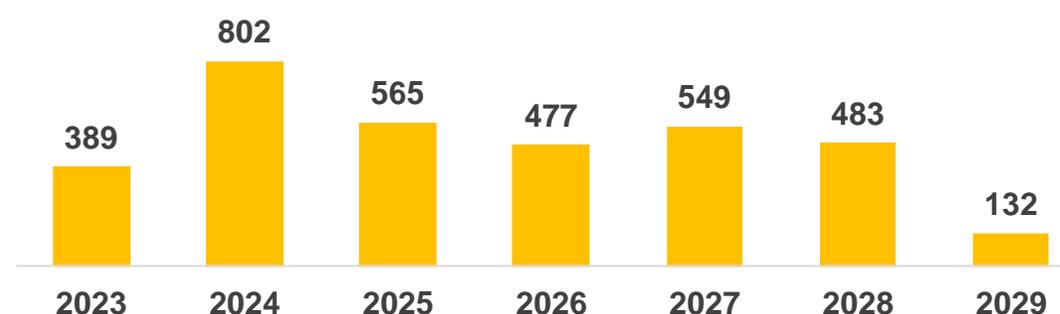
CAPEX (R\$M)



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



FLUXO DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA BRUTA⁴ (R\$M)



- Capex totalizou R\$242 M no 2T23, 6% acima do 1T23
- No 2T23, o capex de expansão totalizou R\$191M, devido a construção das unidades inauguradas nesse tri e obras futuras
- Capex de manutenção totalizou R\$36,5 milhões, representando 5,1% da receita bruta das unidades maduras no período
- Índice de alavancagem financeira em 0,5x (vs. 0,7x no 1T23), devido a combinação da queda da dívida líquida com o aumento do EBITDA LTM

(1) 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; (2) Indicador "Alavancagem Financeira - Covenant" utiliza a definição de dívida líquida e EBITDA das debêntures da Companhia. Para mais detalhes, [vide escritura das debêntures](#); (3) "Alavancagem Financeira" desconsidera todos os efeitos IFRS-16; (4) "Dívida Bruta" considera empréstimos, financiamentos e arrendamento operacional (excluindo arrendamento de imóveis) com instituições financeiras, de curto e longo prazo

DESTAQUES ESG 1º SEMESTRE DE 2023

Iniciativas em conexão com a democratização do fitness de alto padrão



122 unidades em projetos de energia gerada a partir de fontes renováveis.

122% vs. 2T22



Início de ações sociais em benefício do



+ de 500 unidades, em 12 países



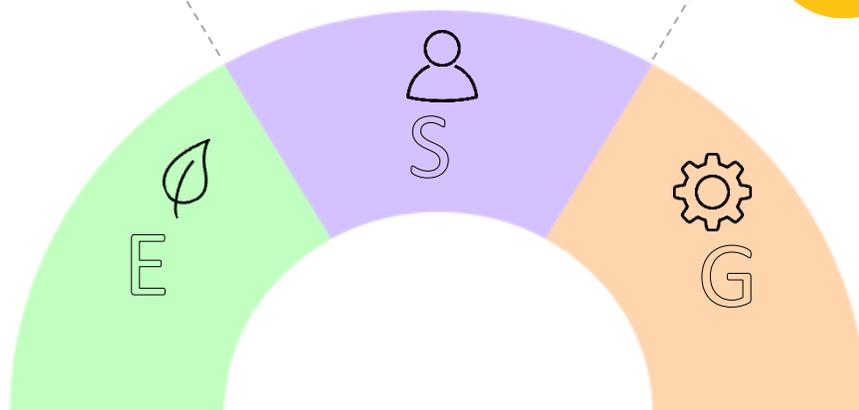
Campanha de arrecadação para apoio as vítimas das chuvas no Litoral de SP

+ de 5 mil itens doados

Matriz de Materialidade

Definição dos temas que serão priorizados pela Companhia em sua Agenda ESG

Priorização dos ODS



No semestre, a Companhia promoveu diversos eventos e campanhas de conscientização, inclusive a celebração do Dia Mundial do Meio Ambiente, com o lançamento da iniciativa “Por Um Mundo + Sustentável”, que contou com lançamento de campanhas sobre os aspectos ambientais, sociais e de governança relativos a Companhia.

Q&A

Instruções:

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

