

Smart Fit

Apresentação de Resultados 4T21

17.03.2022



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.



SUPERADA A MARCA DE 3 MILHÕES DE CLIENTES

Base de clientes atingiu recorde de 3 milhões em dez/21 após adição de 244 mil clientes no 4T21 e 700 mil nos 7 meses de retomada.



ACELERAÇÃO NO RITMO DE EXPANSÃO DE ACADEMIAS

Adição de 56 academias no 4T21 e 165 em 2021, totalizando uma rede de 1.065 unidades. A Companhia pretende inaugurar pelo menos 195 academias em 2022, atingindo 1.260 unidades.



EXPANSÃO DE 23% DA RECEITA LÍQUIDA VS. 3T21

Crescimento de 18% da base média de clientes de academia próprias proporcionou elevação de R\$101 milhões na receita vs. 3T21.



REDUÇÃO NOMINAL DE 3% NO CUSTO CAIXA DAS ACADEMIAS ABERTAS ATÉ 2019

Forte foco em gestão de custos durante os 2 anos de pandemia permitiu redução nominal dos custos, com destaque para pessoal e outros custos de operação da academia.



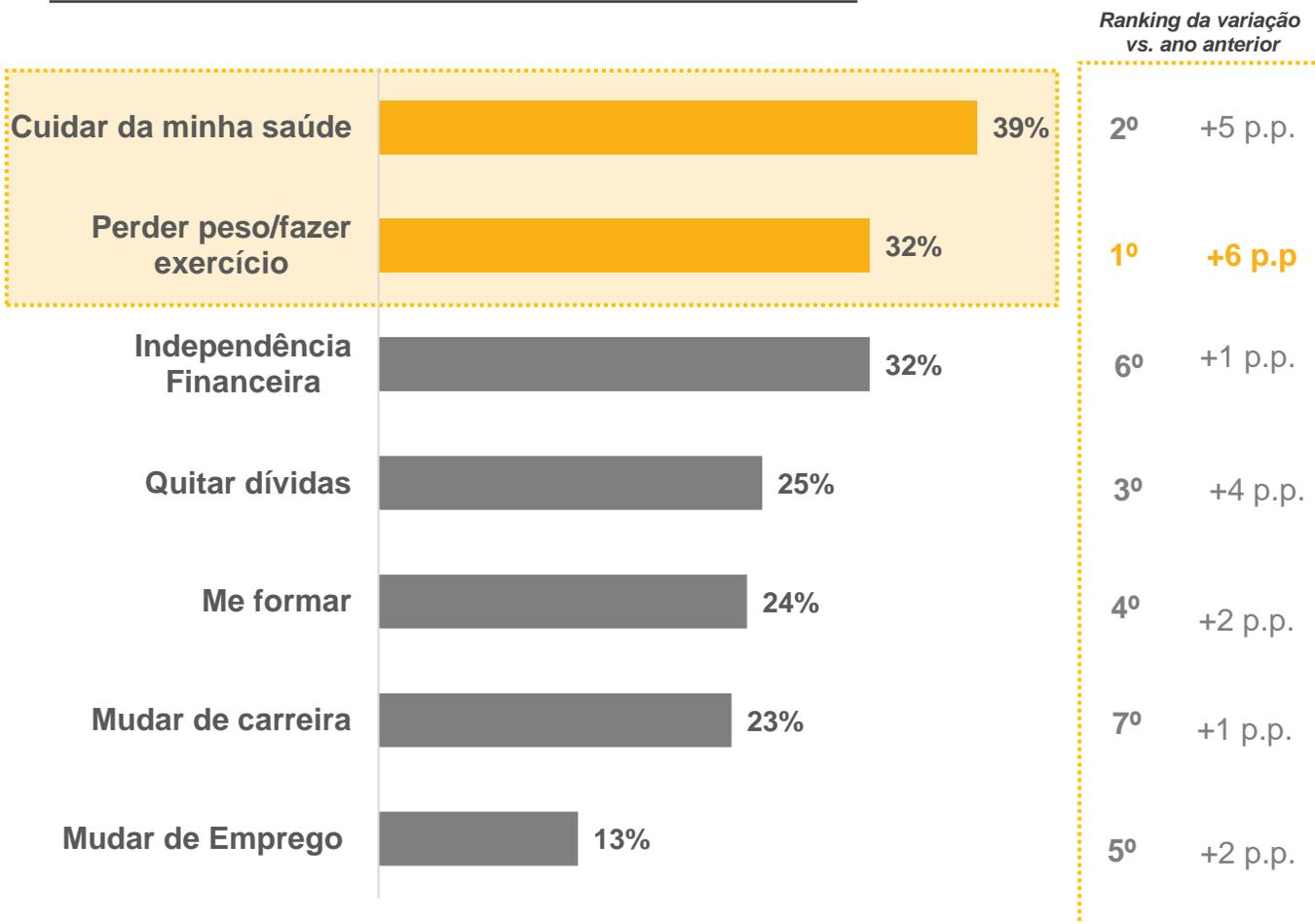
MELHORA DO EBITDA E GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL

Elevação da base de clientes e alavancagem operacional impulsionaram o EBITDA e Geração de Caixa Operacional no 4T21 para R\$36 milhões e R\$52 milhões.

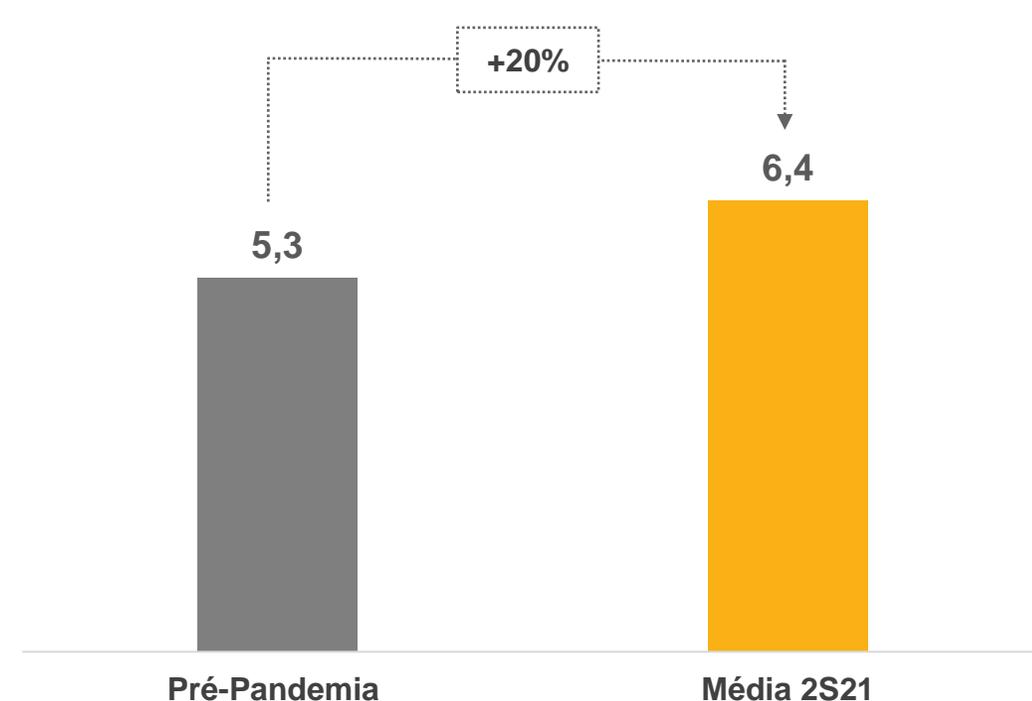
SAÚDE E ATIVIDADES FÍSICAS SÃO PRIORIDADES EM 2022 smart fit

Cuidar da saúde e prática de atividades físicas são prioridades para 2022

PRINCIPAL FOCO PARA 2022⁽¹⁾



FREQUÊNCIA MENSAL – SMART FIT⁽²⁾



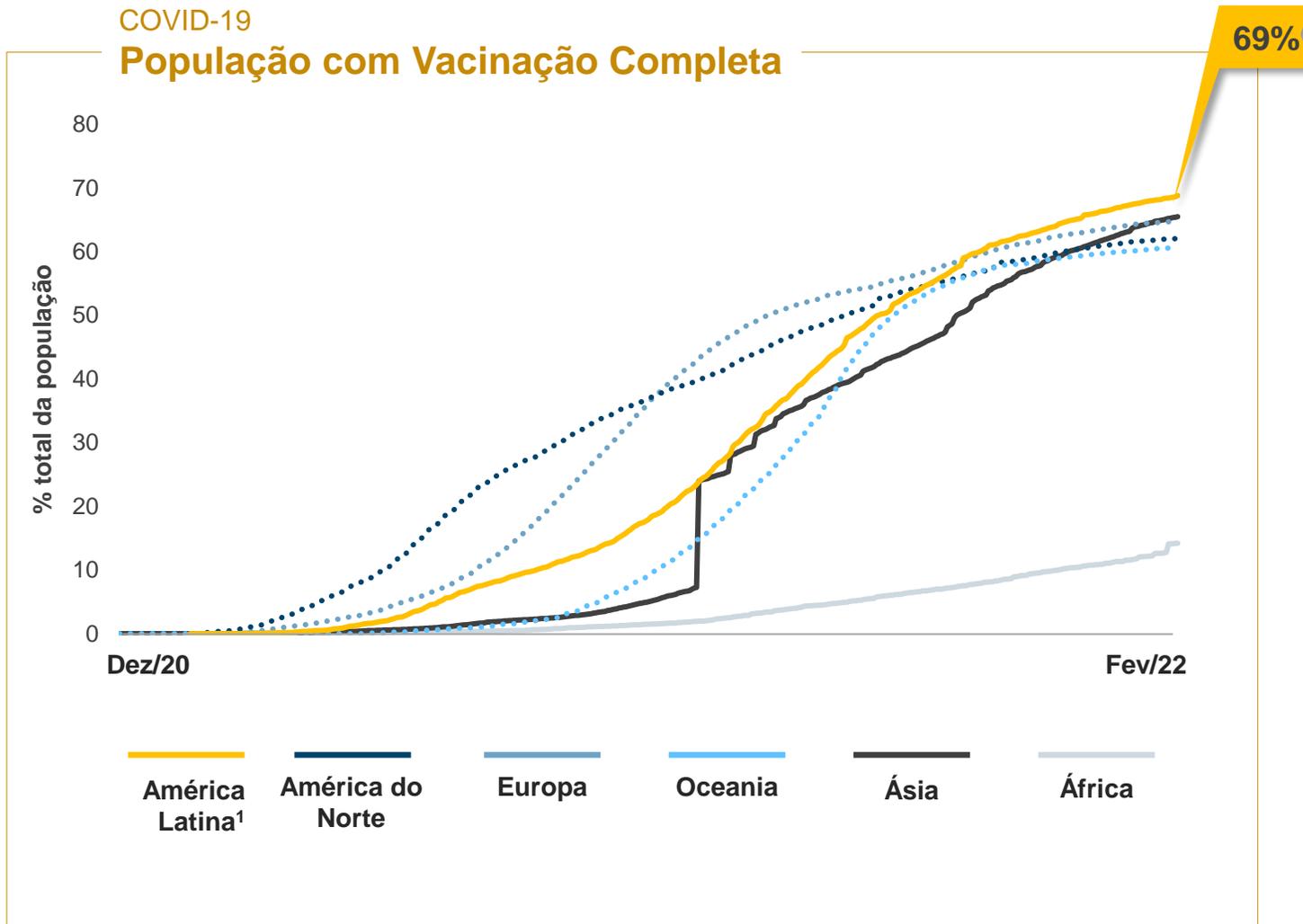
✓ Crescimento de 20% na frequência dos alunos durante a retomada

(1) Pesquisa SOV Google no Brasil sobre Retomada – Ano Novo, Vida Nova, Nov-2021

(2) Frequência em unidades existentes pré-pandemia. Pré - pandemia ref. ao período referente aos meses de mar/19 a fev/20.

VACINAÇÃO AVANÇADA NA AMÉRICA LATINA

Estudos apontam que atividades físicas intensificam a eficácia da vacina contra Covid-19



The New York Times

Exercise May Boost Your Vaccine Response

Two new studies of elite athletes found that working out amplifies the immune response to a flu shot.

By Gretchen Reynolds

PRINT EDITION Exercise May Bolster Vaccines | September 1, 2020, Page D6

veja SAÚDE

Pessoas fisicamente ativas respondem melhor à vacina contra Covid-19

Em estudo, quem mantinha ao menos 150 minutos de exercícios por semana, sem passar longos períodos parado, desenvolveu mais anticorpos contra o coronavírus

Por Karina Toledo, da Agência Fapesp* Atualizado em 19 ago. 2021, 18h17 - Publicado em 19 ago. 2021, 18h12



Atividade física intensifica resposta imunológica das vacinas contra a Covid-19

Pesquisa contou com a participação de 748 pacientes do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (USP)

Lucas Rocha, da CNN em São Paulo

06/01/2022 às 10:15

MARCA COM FORÇA NACIONAL E POTÊNCIA LOCAL

Foco na retomada de usuários

A saúde de marca voltou ao índice pré-pandemia: acima de **92%**.



EXPERIÊNCIA DIGITAL REFORÇA ENGAJAMENTO



APP proporciona experiência complementar e integrada em qualquer ponto da jornada do cliente

APP SMART FIT

PRINCIPAIS FUNCIONALIDADES



SOCIAL



TREINO



PROCESSOS

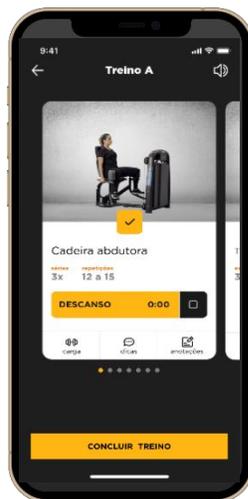


PROGRESSO



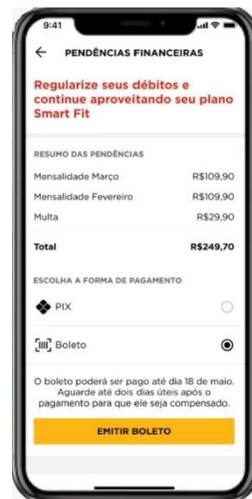
Engajamento dos clientes

Compartilhamentos geraram 368 mil visualizações via Instagram em fev/22



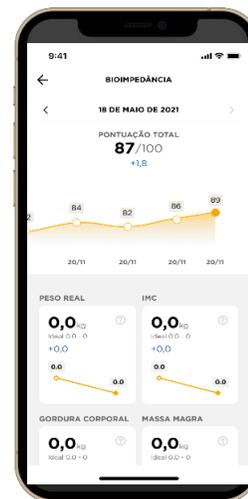
Melhorar a experiência de treino

90% das avaliações de treinos no app são "Ótimo" e "Muito bom"



Eficiência operacional

R\$2,4M em pendências financeiras pagas via PIX em fev/22



Integração das Plataformas

90 mil clientes acessando bioimpedância via app

1,4M

USUÁRIOS ÚNICOS NO APP em Fevereiro-22¹

59%

DOS ALUNOS TOTAIS REGISTRADOS NO APP¹

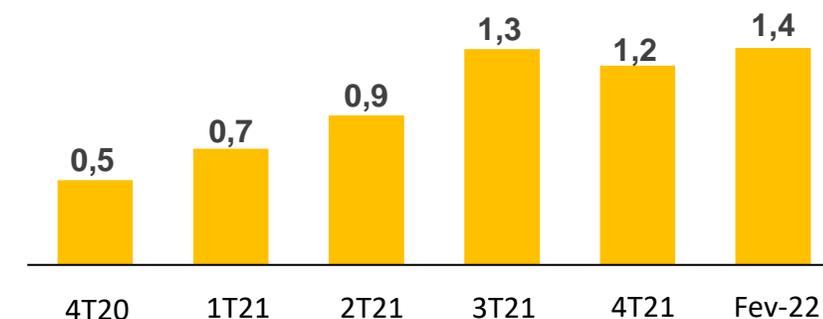


4,8



4,8

EVOLUÇÃO DE USUÁRIOS NO APP (MILHÕES)

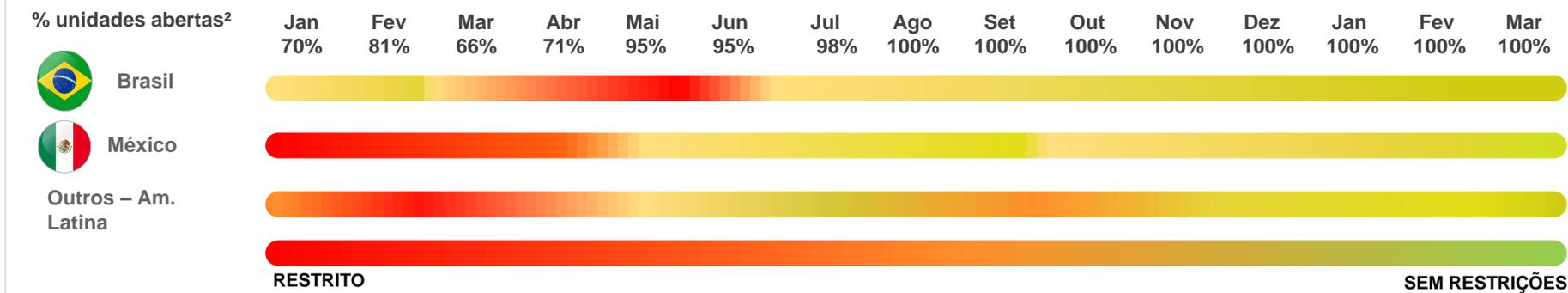


(1) Dados de fevereiro de 2022 / APP SF = Aplicativo utilizado pelos alunos para acessar seus treinos e informações personalizadas.

GRADUAL REDUÇÃO NAS RESTRIÇÕES E MELHORA DA MOBILIDADE

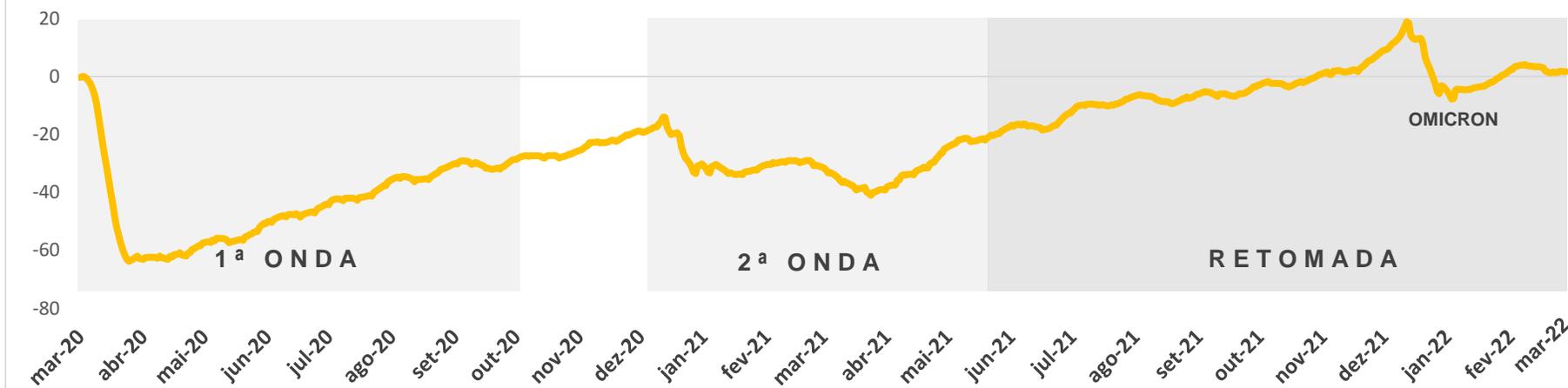
Diversas regiões veem reduzindo as restrições ao longo dos últimos meses

EVOLUÇÃO DIÁRIA DAS RESTRIÇÕES DE OPERAÇÃO

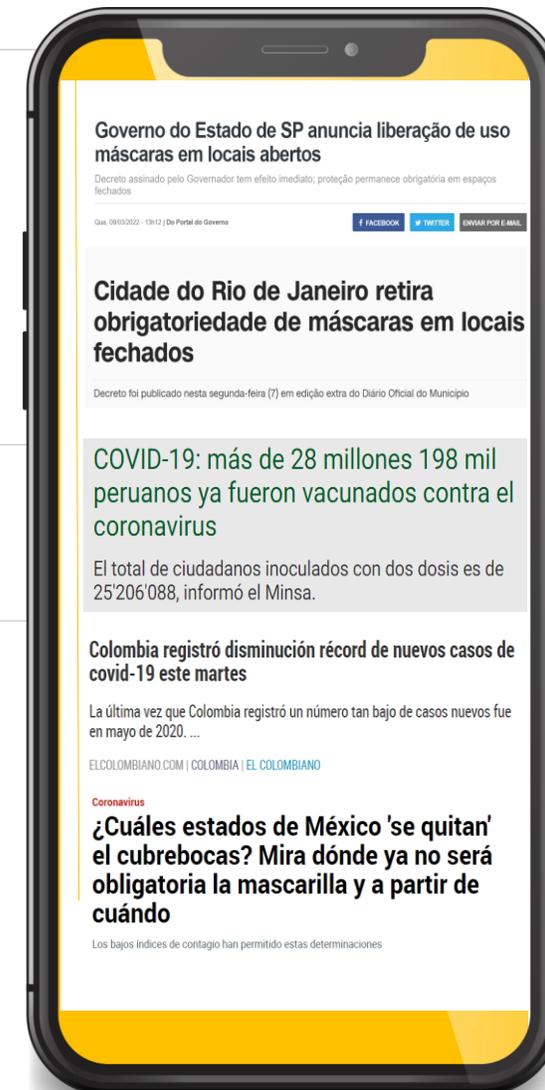


Apesar da Ômicron, em fevereiro de 2022 mobilidade retorna ao patamar pré-pandemia

ÍNDICE DE MOBILIDADE • Ponderado por presença Smart Fit Latam¹



1) Média móvel de 15 dias do Índice de Mobilidade do Google para o Varejo e Lazer, ponderado pela presença (# de alunos) nos 5 principais países que a Smart Fit tem presença.
2) Média diária



CONTÍNUA RECUPERAÇÃO DA BASE DE CLIENTES

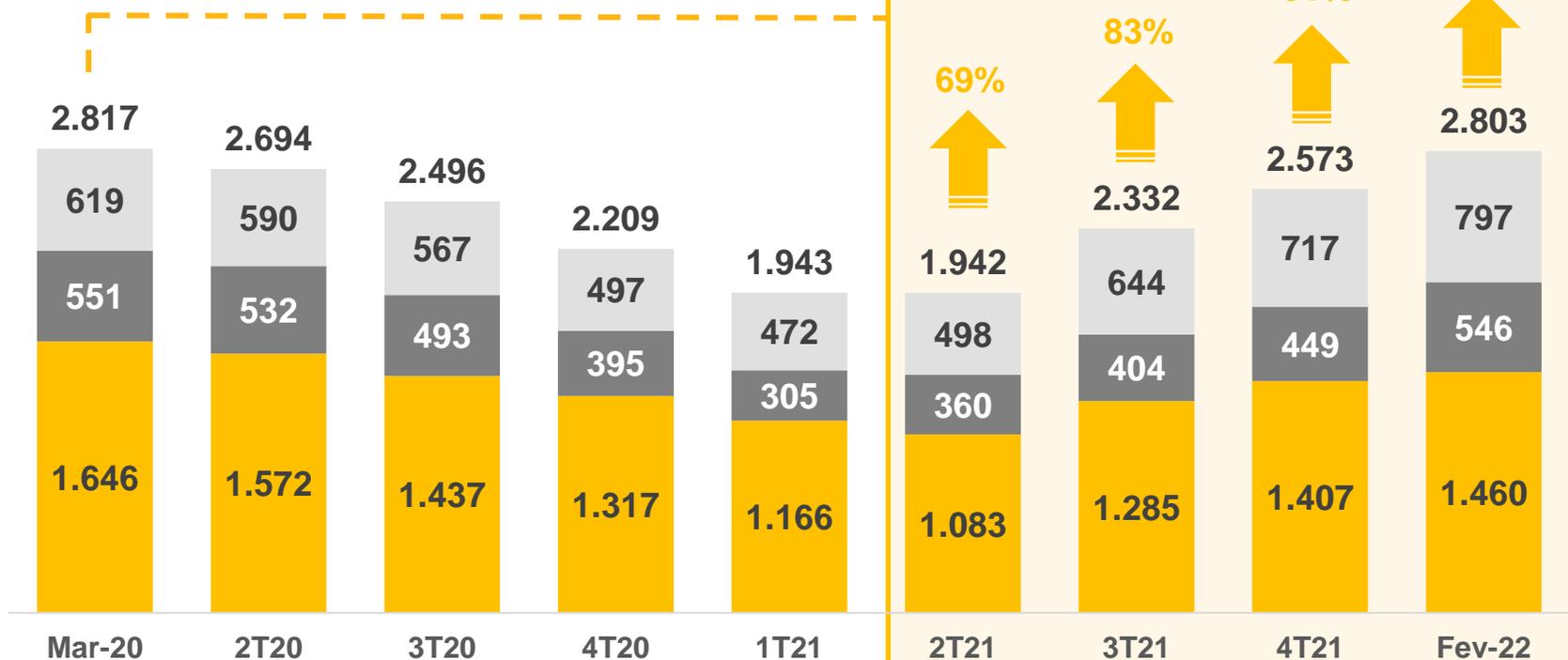
Em fevereiro de 2022, base de clientes de academias atingiu 100% do patamar pré-pandemia

Base de Clientes das Academias
(#'000 Final do Período)

Unidades existentes pré pandemia % vs Mar/20

61% 71% 76% 80%

Base total de clientes % vs Mar/20



■ Brasil ■ México ■ Outros Am. Latina

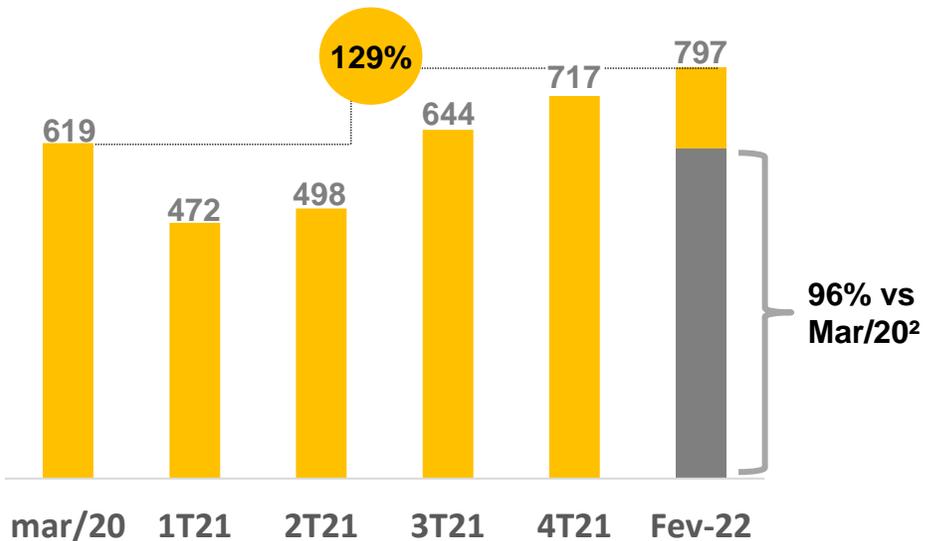
- ✓ Recuperação de 100% da base de clientes pré-pandemia
- ✓ Adição de +900 mil clientes desde o início da retomada em jun-21
- ✓ Nas unidades inauguradas pré-pandemia, recuperação de 80% da base de mar-20
- ✓ Sete dos doze países em operação em mar-20 atingiram mais de 90% da base de clientes nas academias inauguradas pré-pandemia.

OUTROS LATAM: ACELERADO ESTÁGIO DE RECUPERAÇÃO smart fit

Reduzido impacto da 2ª onda de COVID-19 permite acelerado estágio de recuperação. Em fevereiro, base de clientes atingiu 129% do patamar de março de 2020

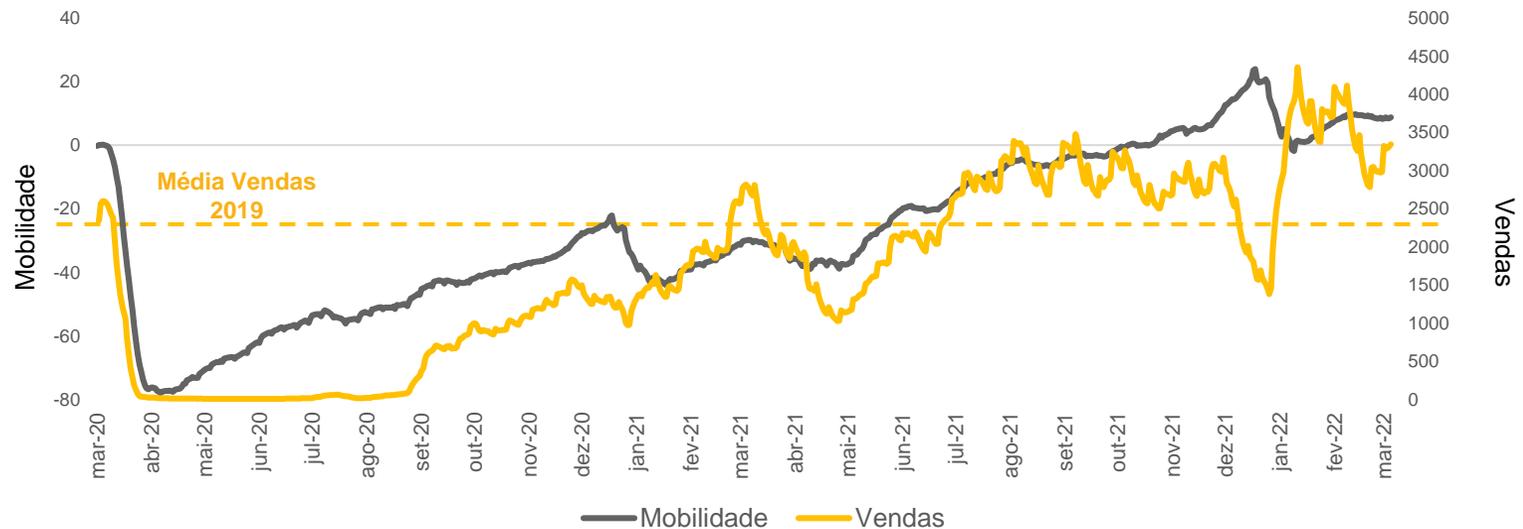
CLIENTES

(#'000 Final do Período)



Índice de Mobilidade Outros Latam versus vendas diária¹

(Varejo e Lazer, % mudança vs. pré-COVID, média móvel 15 dias)



- ✓ Menos impactada pela 2ª onda de COVID-19, a região Outros América Latina está em avançado estágio de recuperação, com pace de recuperação de 2,9% entre Jul-21 e Fev-22
- ✓ Nos primeiros dois meses de 2022, foram adicionados 80 mil clientes (+11%)
- ✓ Em fevereiro de 2022, as academias inauguradas pré-pandemia haviam recuperado 96% da base de clientes que possuíam em mar/20

1) Média móvel de 15 dias do Índice de Mobilidade do Google para o Varejo e Lazer para Outros América Latina (ponderado pelas cidades com mais unidades) e média móvel de 15 dias vendas (adição bruta de clientes) nas unidades nos países em que temos atuação
2) Considerando unidades SmartFit existentes pré-pandemia

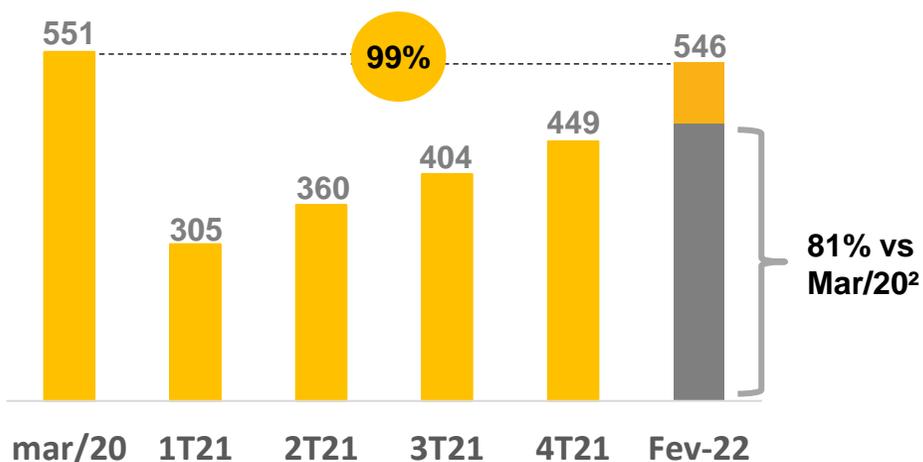
MÉXICO: RECENTE ACELERAÇÃO NAS VENDAS

Em fevereiro, base de clientes atingiu 99% do patamar de março de 2020



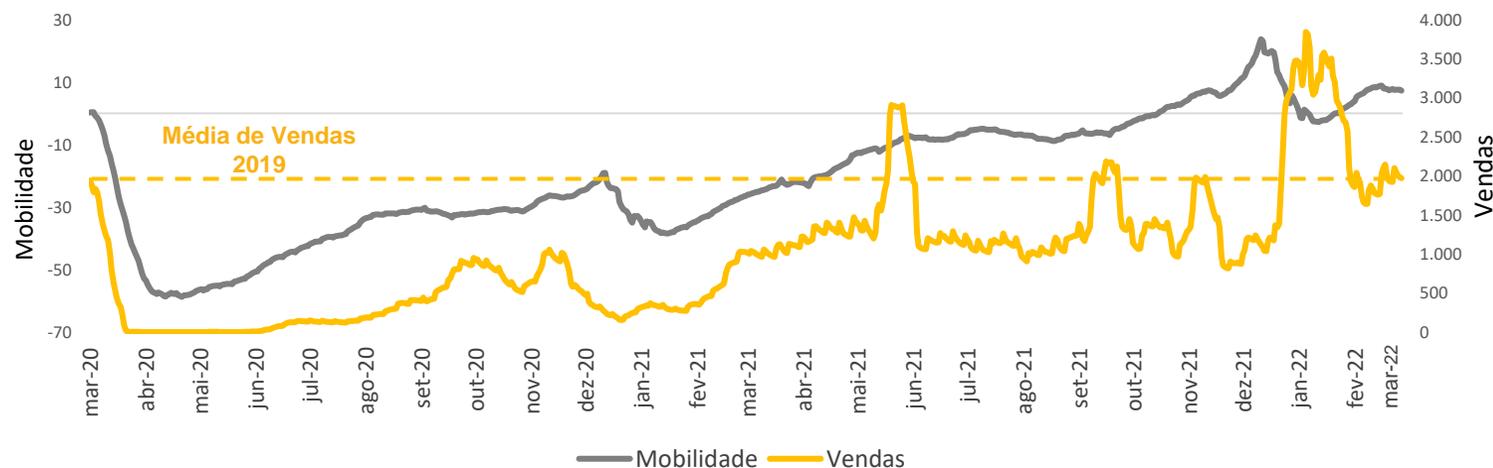
CLIENTES

(#'000 Final do Período)



Índice de Mobilidade México versus vendas diária¹

(Varejo e Lazer, % mudança vs. pré-COVID, média móvel 15 dias)



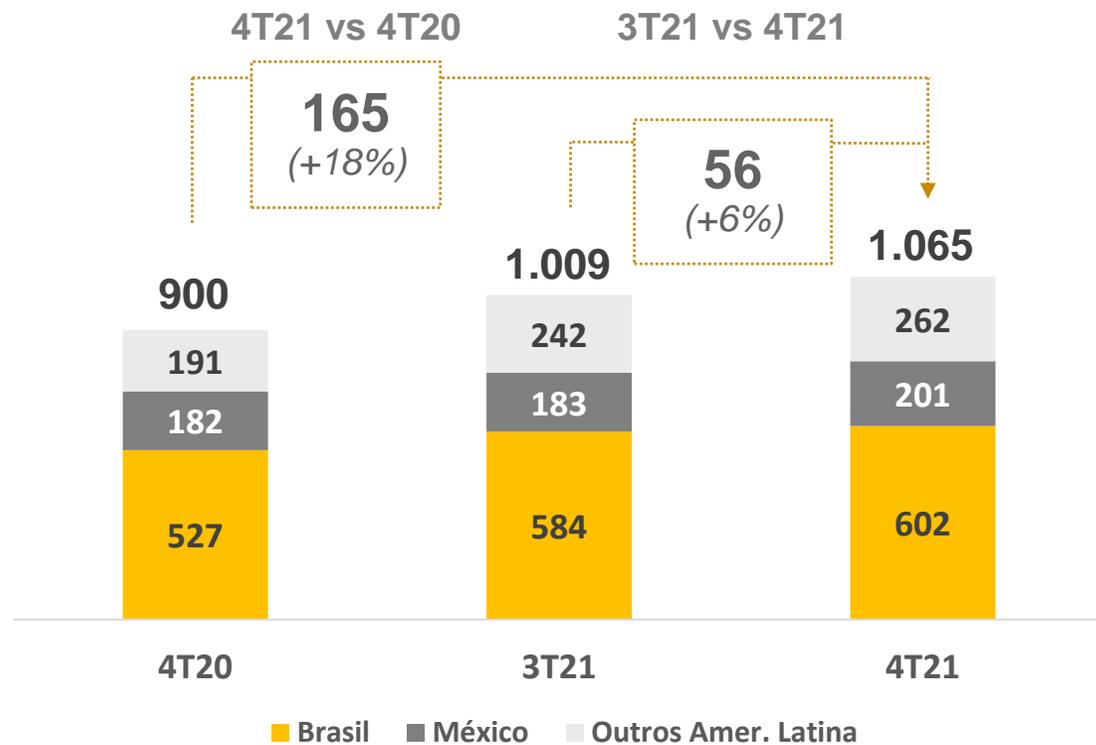
- ✓ Recuperação da mobilidade proporcionou aceleração nas vendas a partir do final de 2021, com pace de recuperação de 2,9% entre Jul-21 e Fev-22
- ✓ Apesar da ômicron, foram adicionados 97 mil clientes (+22%) nos dois primeiros meses de 2022
- ✓ Em fevereiro de 2022, as academias inauguradas pré-pandemia haviam recuperado 81% da base de clientes que possuíam em mar/20

1) Média móvel de 15 dias do Índice de Mobilidade do Google para o Varejo e Lazer para México (ponderado pelas cidades com mais unidades) e média móvel de 15 dias vendas (adição bruta de clientes) nas unidades do México
2) Considerando unidades Smart Fit existentes pré-pandemia

RETOMADA NO RITMO DE EXPANSÃO A PARTIR DO 2S21

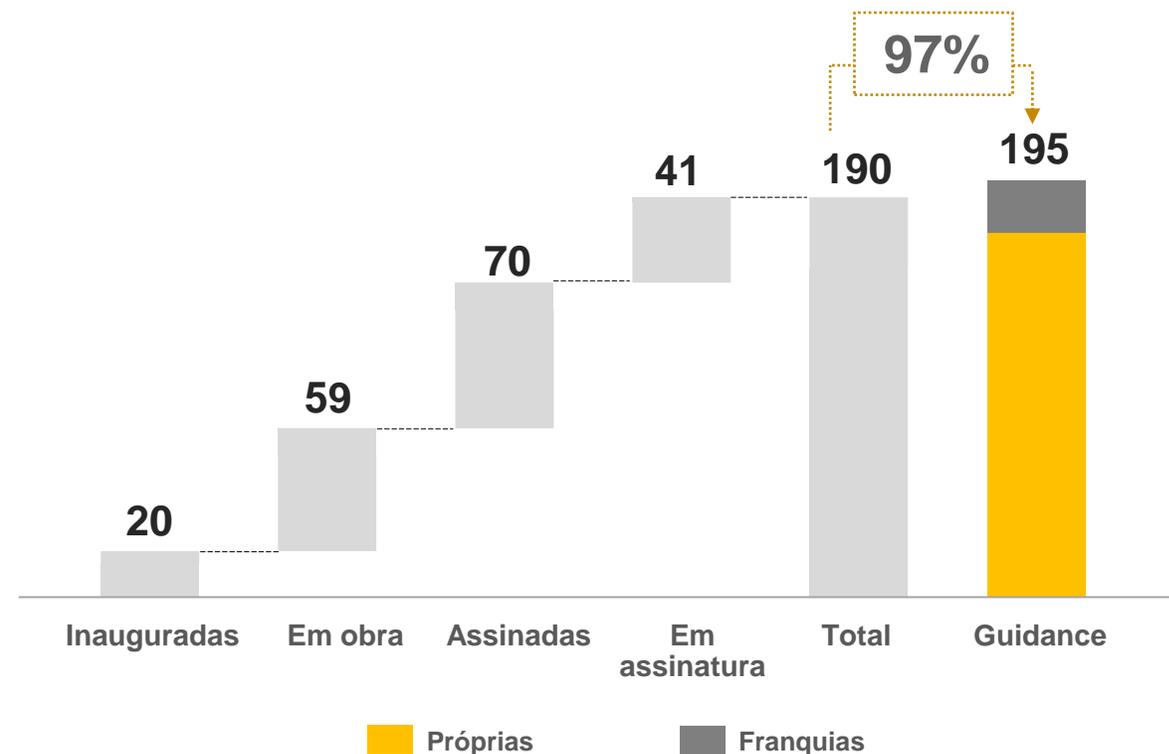
Adição de 165 academias em 2021 e guidance de pelo menos 195 aberturas em 2022

EVOLUÇÃO NÚMERO DE ACADEMIAS

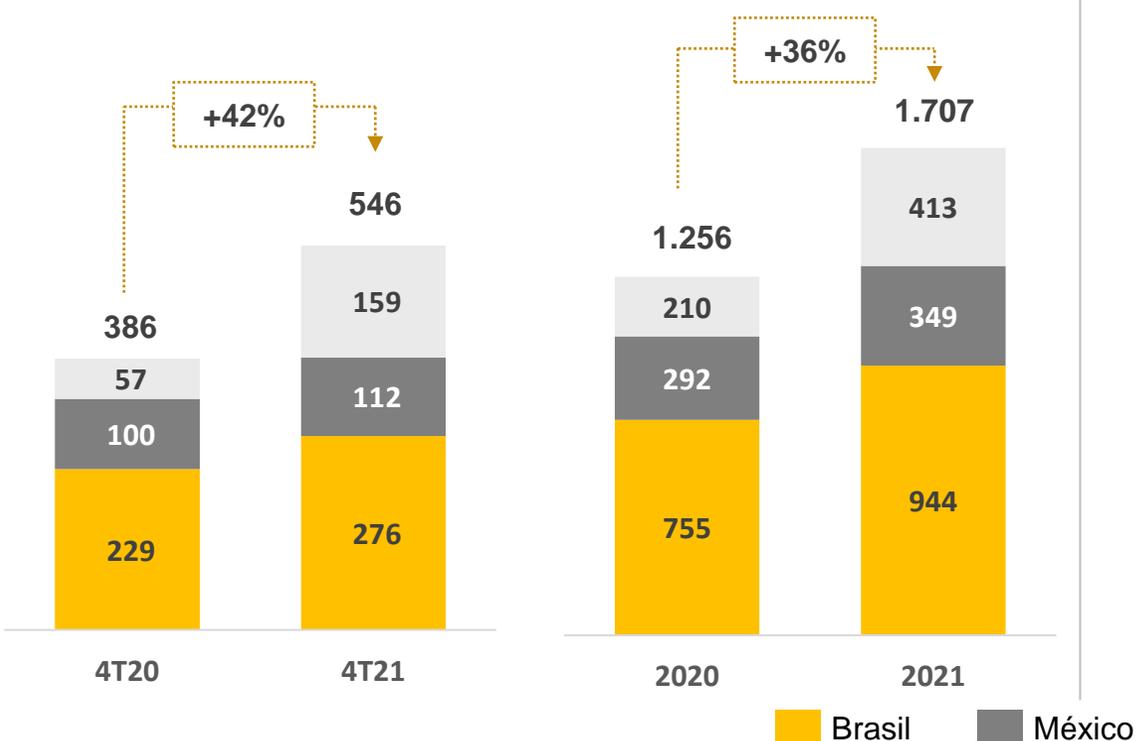


	4T20	3T21	4T21
Próprias	704	781	834
Franquias	196	228	231

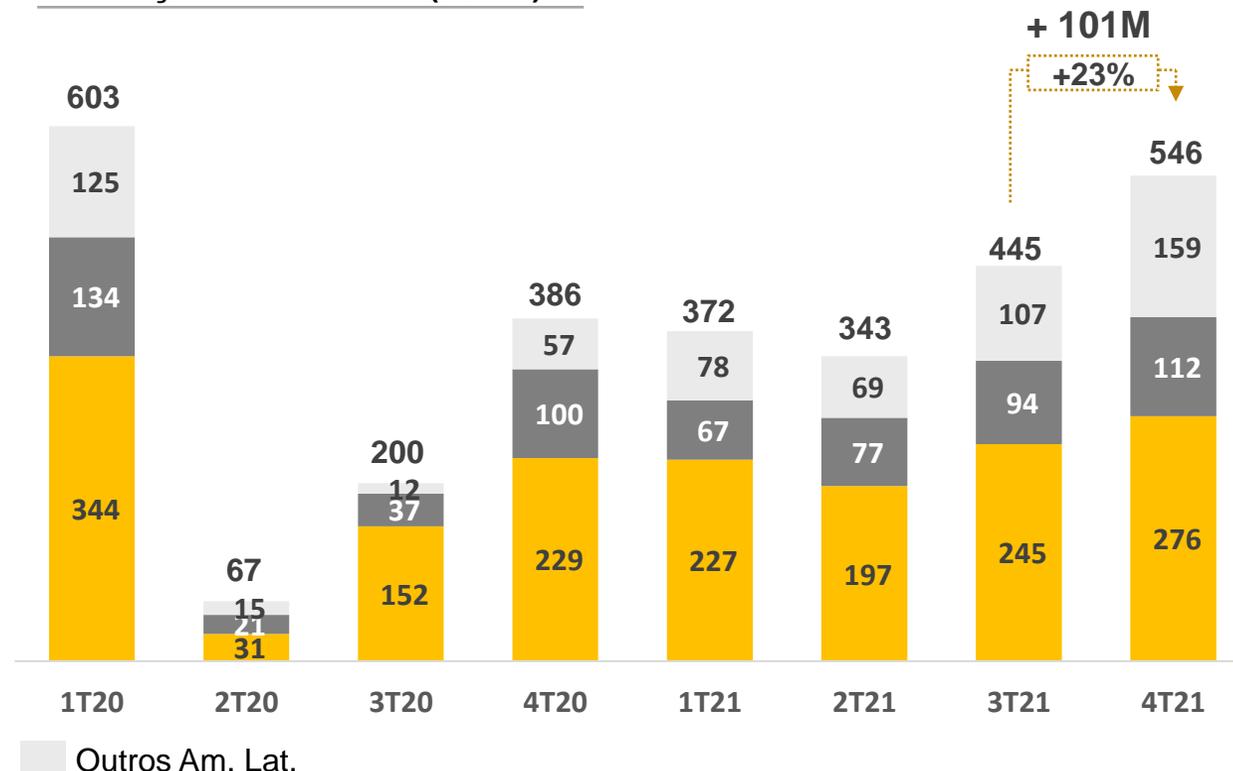
PIPELINE DE ACADEMIAS PARA 2022¹



VARIAÇÃO DA RECEITA (R\$MM)

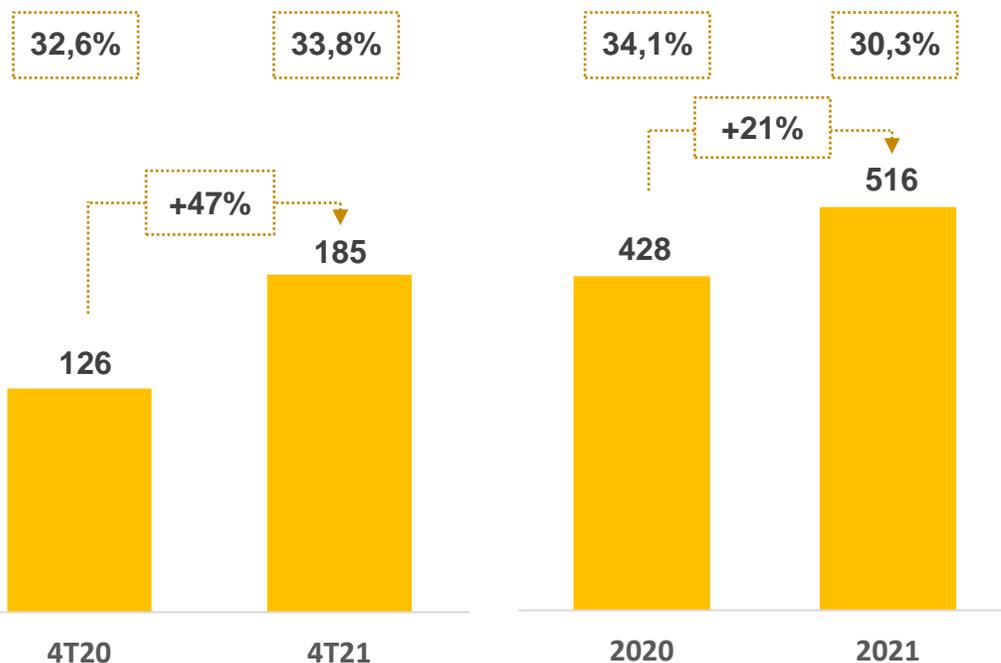


EVOLUÇÃO DA RECEITA (R\$MM)

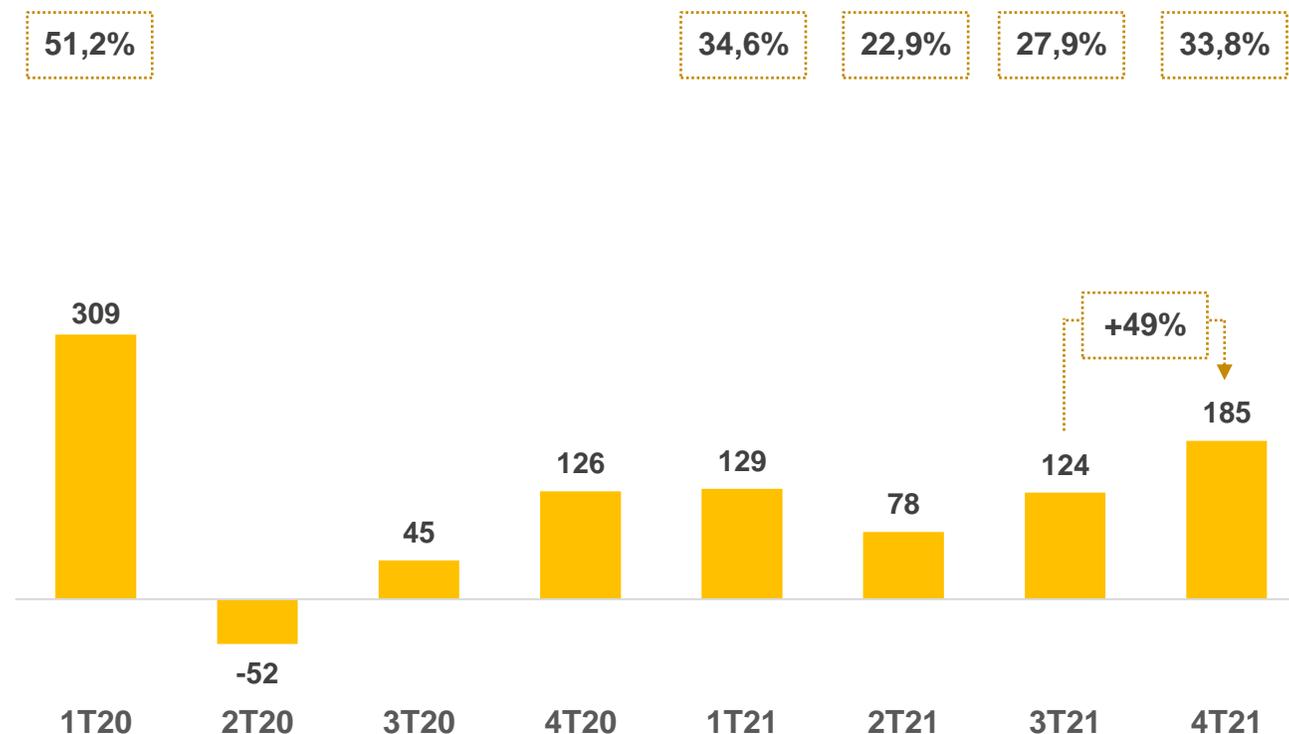


- Receita líquida cresceu 42% vs. 4T20, devido ao aumento na cobrança de mensalidades (100% das academias abertas no 4T21 vs. 88% no 4T20) e abertura de 165 academias nos últimos 12 meses, que permitiu expansão de 18% da rede de academias
- Receita líquida cresceu 23% (+R\$101M) vs. 3T21, devido à expansão de 18% na média mensal de clientes de academias próprias e da maior cobrança de mensalidades. Destaque para o crescimento da receita de 48% no 4T21 vs. 3T21 da região Outros América Latina

VARIAÇÃO DO LUCRO BRUTO (R\$MM)



EVOLUÇÃO DO LUCRO BRUTO (R\$MM)

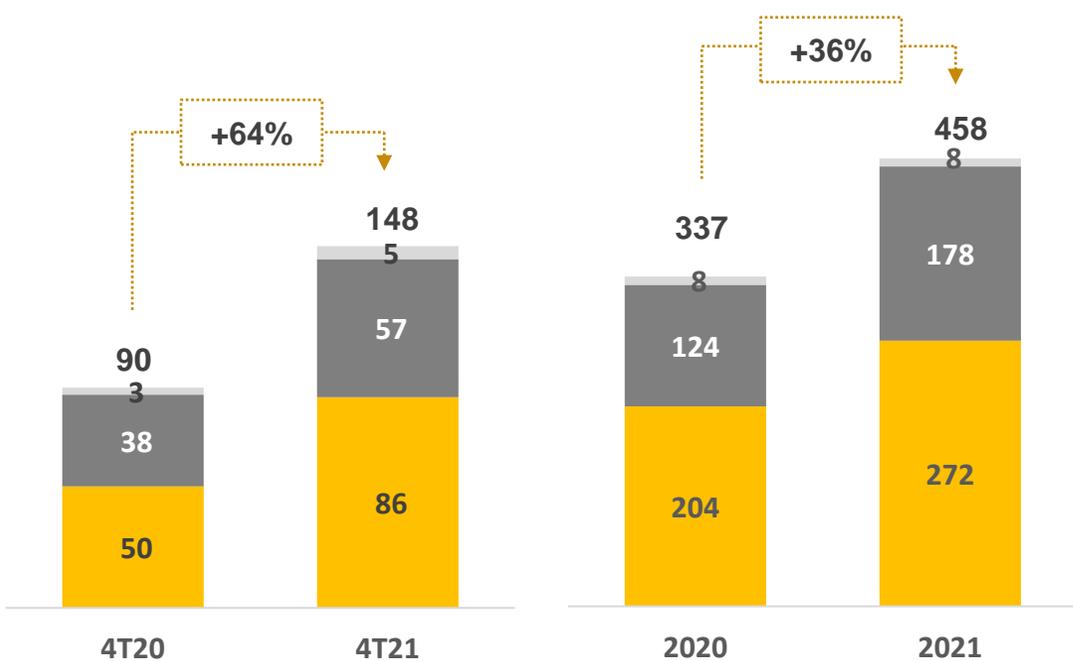


■ Lucro Bruto Caixa
 Margem Bruta Caixa

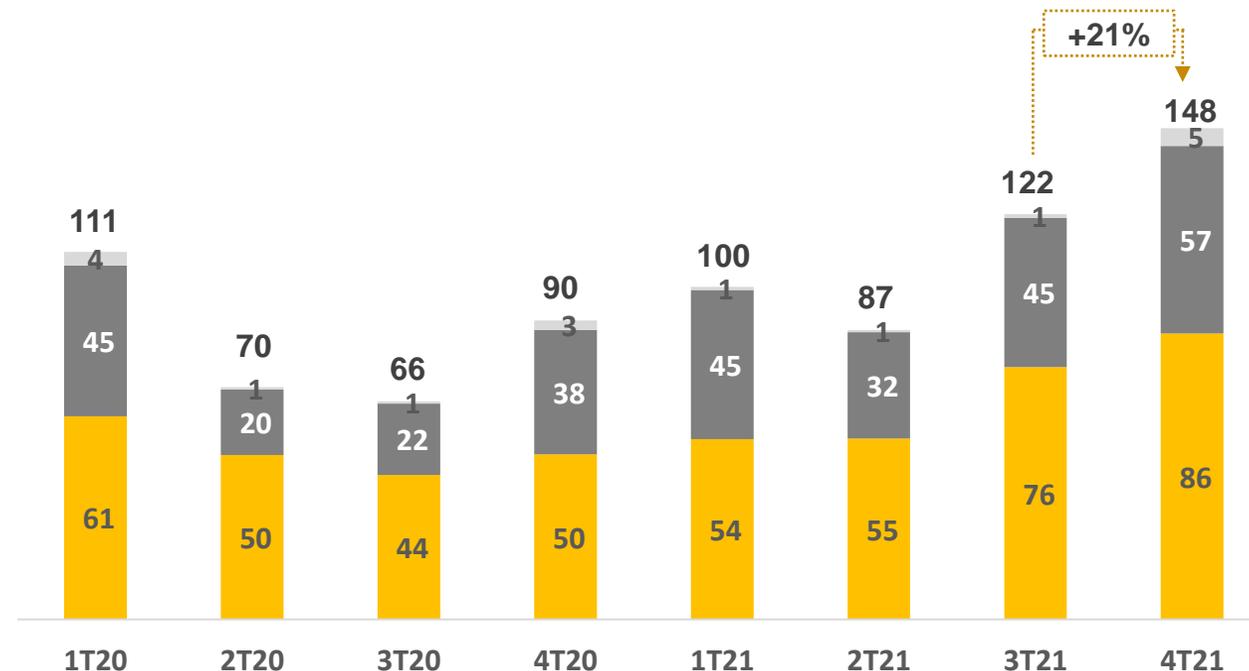
- Lucro bruto caixa cresceu 47% vs. 4T20 devido à forte recuperação de receita, diluição de custos fixos e foco na gestão de custos, com expansão de 1,2p.p. na margem bruta para 33,8%
- Lucro bruto caixa cresceu 49% vs. 3T21, com a elevação de 23% da receita líquida que proporcionou expressiva alavancagem operacional e expansão de 5,9p.p. na margem bruta caixa
- Redução nominal de 3% no custo caixa das academias abertas até 2019, com destaque para redução de 18% no custo com pessoal, de 13% nos custos de consumo, e aluguel em constante negociação¹

1- Para efeito de comparabilidade dos custos do 4T21 com os custos pré-pandemia (janeiro e fevereiro de 2020), comparamos a evolução do "Custo Caixa" das unidades abertas até 2019 nos referidos períodos

VARIAÇÃO DAS DESPESAS (R\$MM)



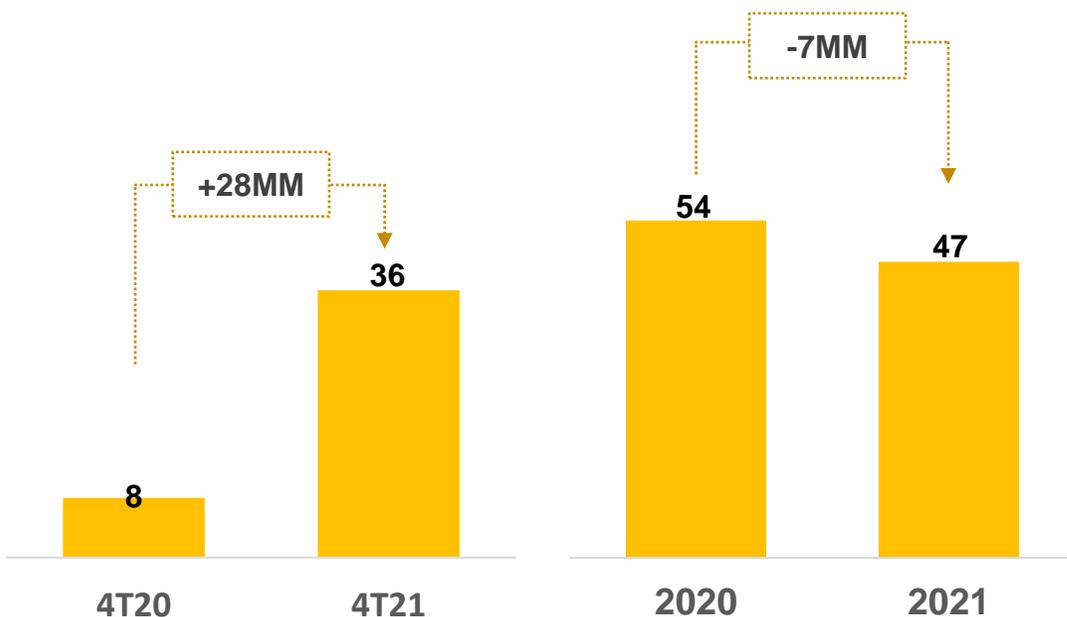
EVOLUÇÃO DAS DESPESAS (R\$MM)



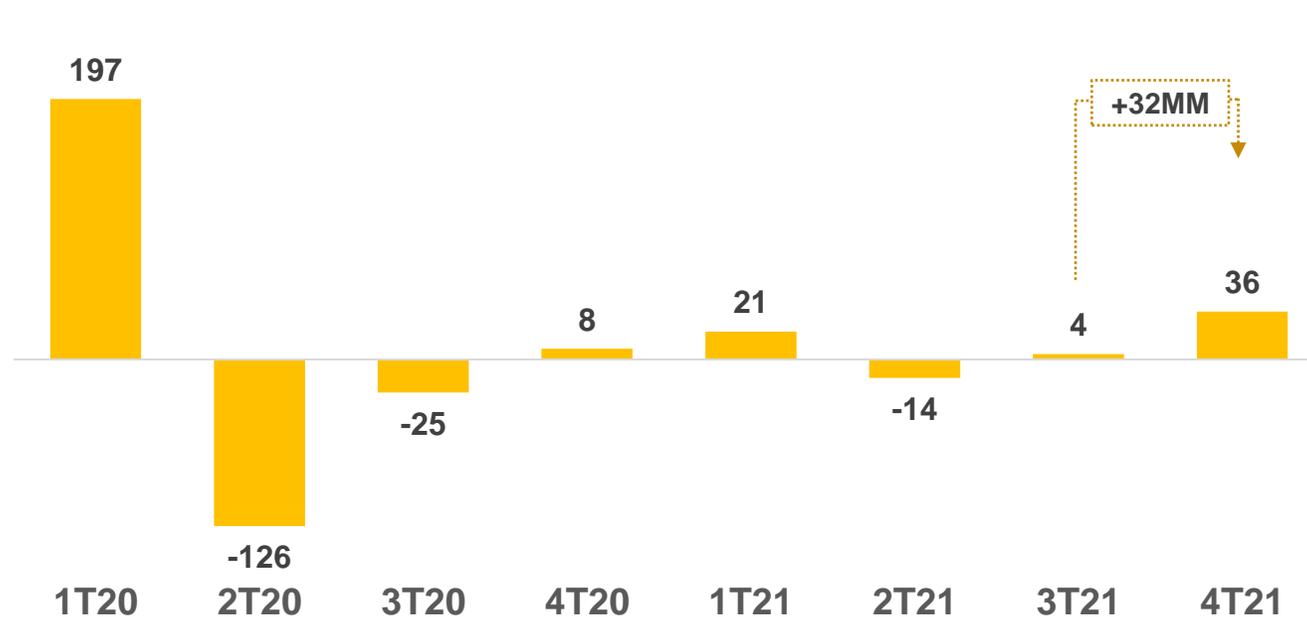
■ G&A
 ■ Vendas
 ■ Pré-Operacional

- Despesas crescem R\$58M vs. 4T20, devido à expansão das despesas para captação de clientes, à base de comparação do 4T20 impactada por uma forte contração de despesas no 4T20, e às despesas com o plano de incentivos de longo prazo
- Despesas subiram 21% vs. 3T21, com despesas com vendas estáveis em 10% da receita líquida e despesas gerais e administrativas 13% superiores, devido às despesas com novos negócios e despesas com projetos de TI
- Se comparada ao 1T20 (pré-pandemia) e excluindo as despesas com novos negócios e com o programa de incentivo de longo prazo, as despesas G&A aumentaram apenas 6% no 4T21, mesmo com a expansão de 25% na rede de academias nesse período

VARIAÇÃO DO EBITDA (R\$MM)



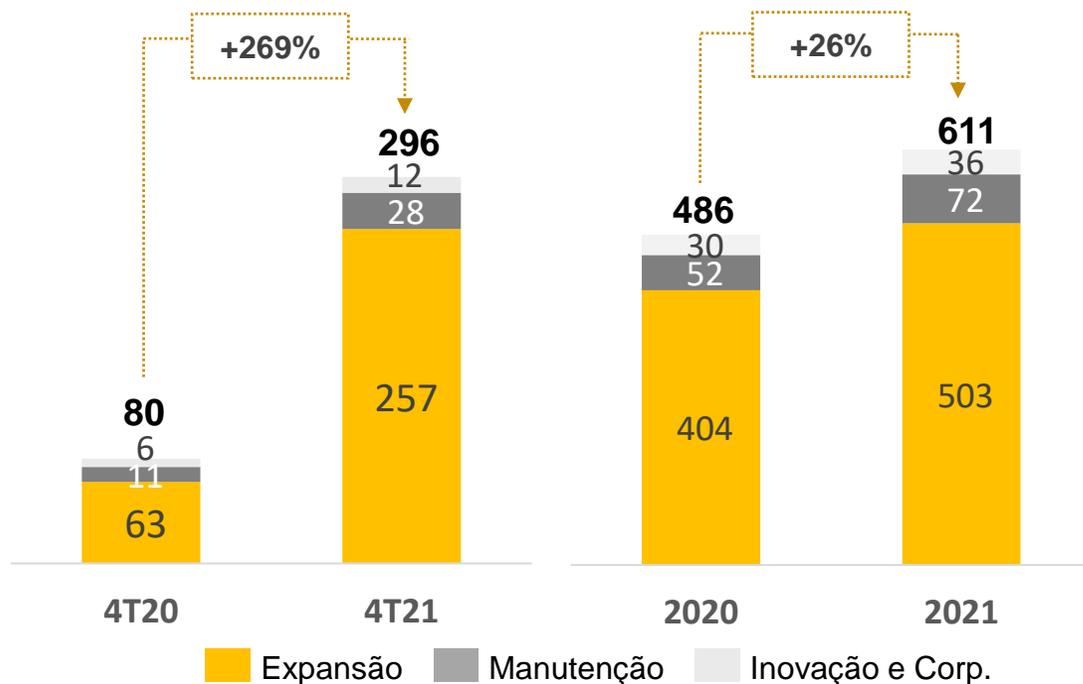
EVOLUÇÃO DO EBITDA (R\$MM)



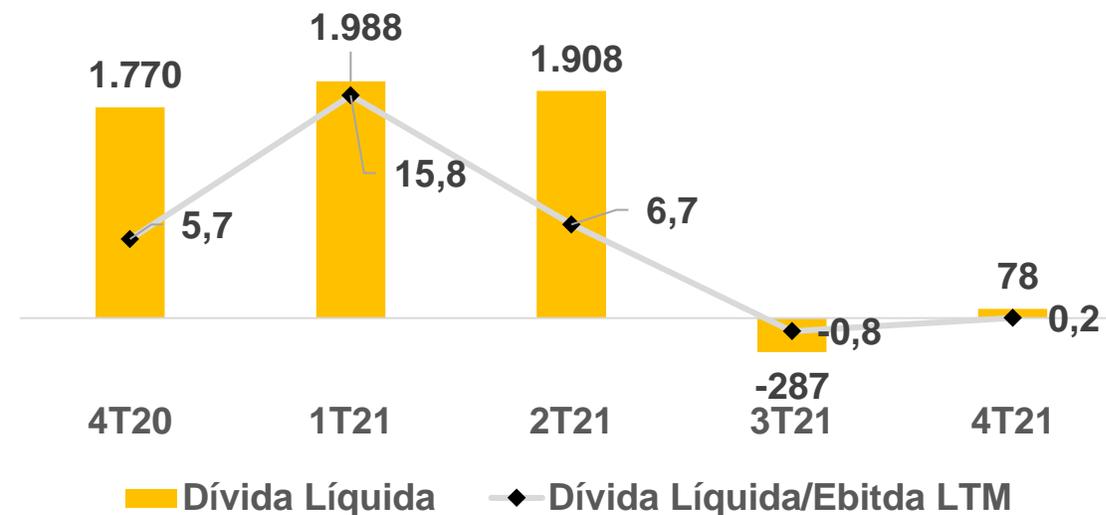
- EBITDA cresceu R\$28M vs. 4T20 para R\$36M, a melhor performance desde o início da pandemia, devido ao aumento na cobrança de mensalidades e adição de 165 unidades nos últimos 12 meses
- EBITDA cresceu R\$32M vs. 3T21, devido à forte expansão da receita líquida por dois trimestres consecutivos, o que ocasionou expressiva diluição de custos resultando na expansão de 10,9p.p. na margem bruta caixa vs. 2T21, com destaque para a região Outros América Latina

LIQUIDEZ FINANCEIRA E CAPEX

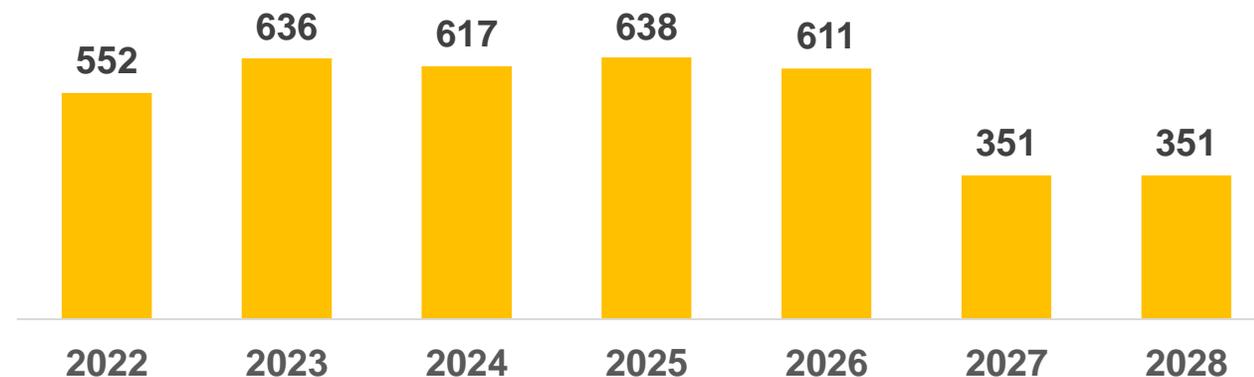
Com mais de R\$3,6 bilhões em caixa e perfil de dívida alongado, ritmo de investimentos foi acelerado



Dívida Líquida (R\$MM) e Dívida Líquida/Ebitda LTM ¹



Fluxo de Amortização da Dívida R\$MM



- Captação primária de R\$2.6Bi no IPO reforçou o caixa para R\$3,7Bi, dívida líquida de apenas R\$78M
- Captação de R\$1.060M em dez/21 (6ª emissão debentures) para amortizar a 4ª emissão contribuiu para alongar o perfil de dívida
- Capex de expansão somou R\$503M em 2021 com a retomada do ritmo de inaugurações
- Investimento em inovação, digitalização de serviços e foco na experiência do cliente totalizaram R\$36M no ano

Q&A

