

APRESENTAÇÃO  
DE **RESULTADOS**  
**2T24**



BIORITMO



TOTALPASS



ONE





*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, e informações sobre o potencial do mercado de atuação da Companhia, 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.*



# DESTAQUES 2T24

- **RECORDE DE 270 ACADEMIAS ADICIONADAS NOS ÚLTIMOS 12 MESES**, ATINGINDO 1.529 UNIDADES NO 2T24 (+21% VS. 2T23). SEGUIMOS CONFIANTES EM RELAÇÃO AO *GUIDANCE* DE ABERTURAS DE 240-260 ACADEMIAS EM 2024
- BASE DE ALUNOS EM ACADEMIAS DE **4,6 M NO 2T24**, **CRESCIMENTO DE 17%** VS. 2T23 E DE **+2%** VS. 1T24
- **EXPRESSIVO CRESCIMENTO DE 30% DA RECEITA LÍQUIDA VS. 2T23**, ATINGINDO R\$1,4 BI NO 2T24 **(+8% VS. 1T24)**
- **SÓLIDA MARGEM BRUTA CAIXA DE 50,0%** NO 2T24, COM MARGEM BRUTA DAS ACADEMIAS MADURAS<sup>1</sup> ESTÁVEL EM **52%** PELO 6º TRIMESTRE CONSECUTIVO
- **EBITDA AJUSTADO<sup>2</sup> RECORDE DE R\$437 M NO 2T24 (+29% VS. 2T23 E +11% VS. 1T24)**, COM **FORTE GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL DE R\$473 M**, UMA **CONVERSÃO DE 108%**
- **LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE<sup>3</sup> DE R\$143 M NO 2T24**, CRESCIMENTO DE **+24%** VS. 1T24



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

(2) Desconsidera ganho de R\$ 176,6 M auferido no 2T23 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

(3) Exclui o impacto referente à reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica e despesas financeiras não-recorrentes no 2T24 de R\$22,1 milhões após IR/CSLL, referentes ao pré-pagamento da 6ª emissão de debêntures



# HISTÓRICO COMPROVADO DE SUCESSO



28 anos de história do Grupo Smart Fit e 3 anos do IPO com conquistas importantes nos últimos anos



**CONSOLIDAÇÃO DA POSIÇÃO DE LIDERANÇA NA REGIÃO COM PRESENÇA EM 15 PAÍSES**



**ULTRAPASSAMOS A MARCA DE 1.500 ACADEMIAS SMART FIT**



**ENCERRAMOS O 2T24 COM 4,9 MILHÕES DE CLIENTES TOTAIS**



**EBITDA AJUSTADO<sup>1</sup> RECORDE DE R\$ 1,5 BILHÃO NOS ÚLTIMOS DOZE MESES, COM ALTA CONVERSÃO EM CAIXA OPERACIONAL DE 99%**



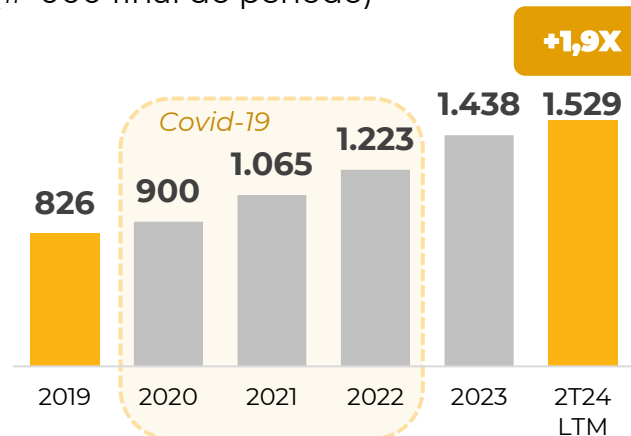
**ATINGIMOS A ROBUSTA GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL DE 1,5 BILHÃO NO LTM E PASSAMOS A REMUNERAR OS ACIONISTAS**



**ELEVAÇÃO DO RATING DA COMPANHIA PARA AA+(BRA) PELA AGÊNCIA DE RATING**

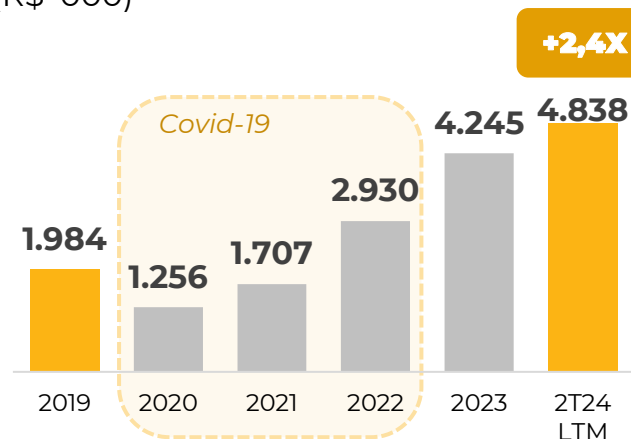
## BASE DE ACADEMIAS

(# '000 final do período)



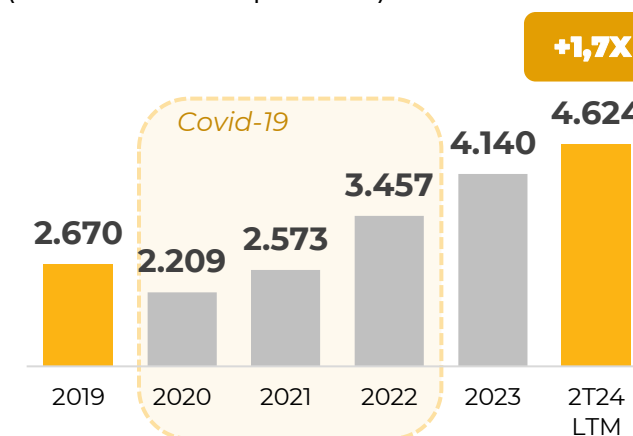
## RECEITA LÍQUIDA

(R\$ '000)



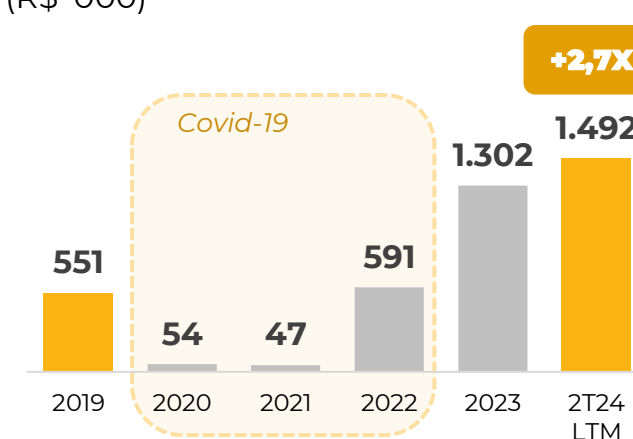
## BASE DE CLIENTES EM ACADEMIA

(# '000 final do período)



## EBITDA AJUSTADO<sup>1</sup>

(R\$ '000)



(1) Desconsidera ganho de R\$ 176,6 M auferido no 2T23 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



### AVANÇOS NAS INICIATIVAS DE ENERGIA RENOVÁVEL E FORTALECIMENTO DO PILAR AMBIENTAL



**192 UNIDADES**

**+ 44 vs. 4T23 (+30%)**

**Operando mercado livre ou geração distribuída no Brasil**

38% da base de academias próprias no Brasil (vs. 30% no 4T23), com redução dos custos por kWh utilizado



Extensão das parcerias de energia renovável para **ampliar o fornecimento de energia limpa para todas as marcas do grupo**



**273 UNIDADES**

**+ 49 vs. 4T23 (+22%)**

**Com sistema de automação de ar condicionado**

Sendo 195 unidades no Brasil, 66 no México e 12 na Colômbia, com maior eficiência energética

#### NOVIDADES ★



**Estruturação do processo de gestão de água**

Acompanhamento online do consumo de água em 217 unidades - monitoramento detalhado e ágil de possíveis vazamentos, cobranças indevidas e unidades com alto consumo



**Segunda edição do “Por um Mundo + Sustentável”**

Programa de conscientização dos colaboradores sobre temas acerca da agenda ESG do grupo. Esta edição teve o tema de Mudanças Climáticas



# DESTAQUES ESG 1º SEMESTRE DE 2024 (2/2)

## Iniciativas do pilar social e gestão de pessoas



### Academias como “Espaços Solidários à Infância” em colaboração com o UNICEF

#### Campanha de arrecadação para apoio as vítimas das enchentes no RS

+ de 13 mil itens doados e apoio psicológico aos colaboradores do Rio Grande do Sul (RS)

### “ESPAÇOS SOLIDÁRIOS A INFÂNCIA” COLABORAÇÃO COM O UNICEF



“Grupo Smart Fit contribuiu com 52% das arrecadações face a face do UNICEF no Brasil”

### APOIO AS VÍTIMAS DAS ENCHENTES NO RIO GRANDE DO SUL



+50 pontos de arrecadação em academias no território nacional



### O QUE VEM POR AÍ !

#### Relatório de sustentabilidade 2023

#### Avanços na jornada climática

Mapeamento dos gases de efeito estufa nas unidades do Brasil

### DESTAQUES EM GESTÃO DE PESSOAS

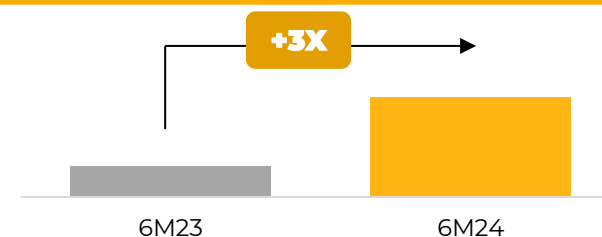
Realização do programa *Power Skills*, programa de desenvolvimento para líderes e colaboradores do Brasil com foco nos pilares socioemocional, gestão de pessoas e inovação

Participação de 137 colaboradores nas novas turmas de **MBA e pós-graduação** destinados aos profissionais de educação física

Nova rodada da **pesquisa de clima da companhia**, com alta adesão dos colaboradores no Brasil

**Universidade corporativa** atingiu mais de 280 mil acessos dos colaboradores no Brasil e LATAM no 1S24

### UNIVERSIDADE CORPORATIVA +3X MAIS ACESSOS NO 1S24



### Apoio às vítimas do incêndio na região de Valparaíso no Chile

Parceria com veículo local para coleta e entrega de doações às vítimas do incêndio

### Apoio ao “Programa de Inclusión Best Buddies” no Chile

Fundação que desenvolve pessoas com deficiência por meio de programas de inclusão laboral, social e de liderança



### Evento “SmartTruck” no México

Ação para incentivar prática de atividade física à comunidade local

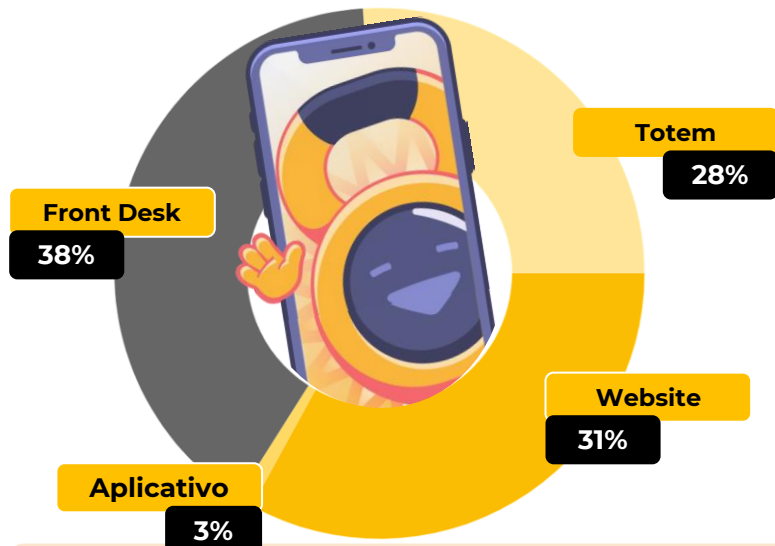


# 62% DAS VENDAS VIA CANAIS DIGITAIS

Representatividade dos canais digitais continua em crescimento

## Mix de vendas por canais

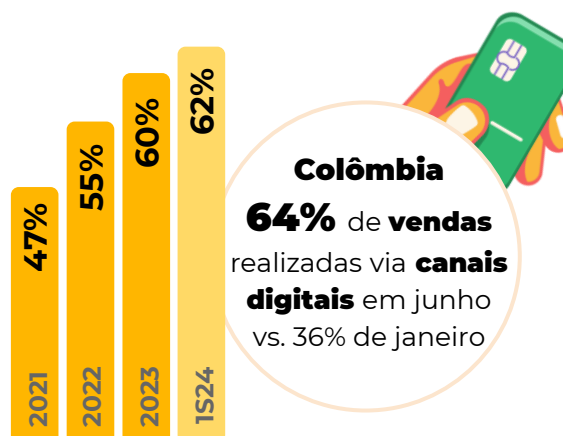
% de vendas por canal em 1S24



Em Junho/24, o aplicativo representou 6% das vendas no Brasil e 4% no México

## Penetração dos canais digitais nas vendas

% canais digitais no total de vendas



## Transações digitais

% das operações financeiras e operacionais feitas via canais digitais



## ENTREGAS



### Canal de parcerias

### Cupons e benefícios exclusivos para alunos

Alunos, no Brasil, agora têm acesso exclusivo a cupons de desconto diretamente no espaço do cliente

## O QUE VEM POR AÍ!



### Convidado Black e acesso TotalPass via aplicativo

### Mais facilidade para o aluno e menos filas no totem

Alunos com plano Black no Brasil podem liberar acessos para seus convidados via app sem passar pelo totem



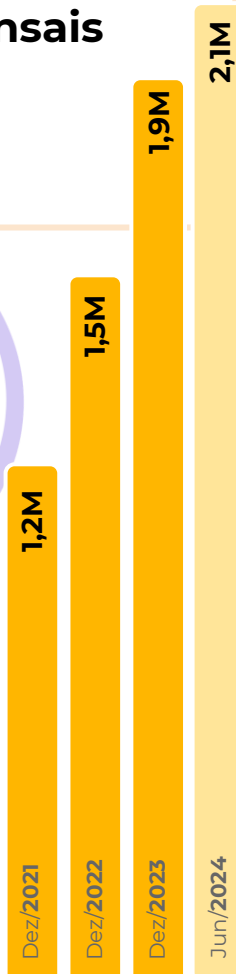
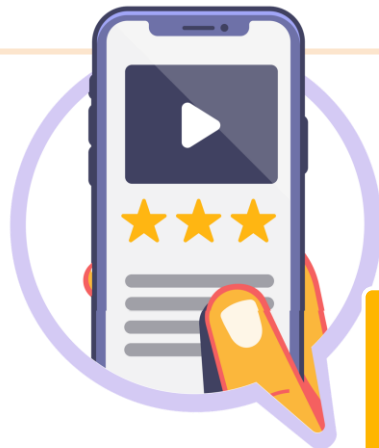
# 2,1 MILHÕES DE USUÁRIOS DIGITAIS ATIVOS MENSAIS

3,6 milhões de treinos prescritos automaticamente após a matrícula e anamnese no 1S24

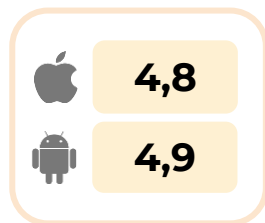
## Usuários ativos mensais

(1S24)

# 2,1M



avaliação do aplicativo nas lojas



(junho/2024)

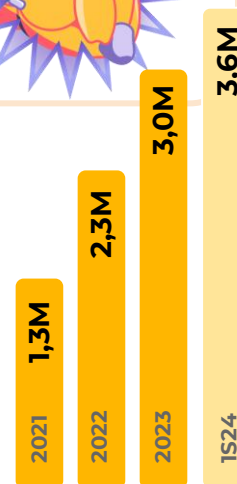
## Treinos prescritos automaticamente

(1S24)

# 3,6M



Ao responder anamnese, alunos recebem na hora e automaticamente um treino adequado às suas necessidades



**75%** dos alunos que treinam utilizam app todos os meses

### O QUE VEM POR AÍ !

**Personal Trainer**  
Marketplace de profissionais

## Retrospectiva fitness mensal

Engajamento orgânico nas redes sociais (mai/jun)

**452 mil** retrospectivas acessadas pelos alunos

**78 mil** compartilhamentos em redes sociais



**Área Free App**  
Disponibilizar app para não alunos



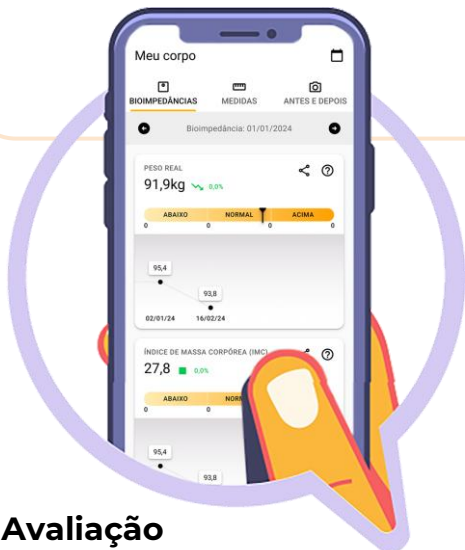


# UPDATE SMART FIT NUTRI E SMART FIT COACH

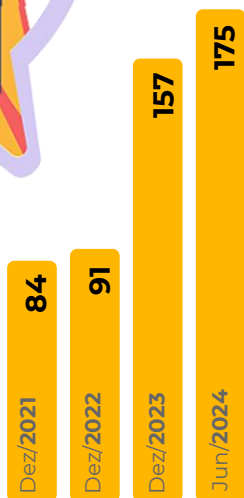
## 175 mil assinantes de Smart Fit Nutri em jun/24

### Smart Fit Nutri

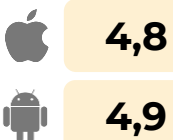
## Usuários 175 mil



Brasil (000')



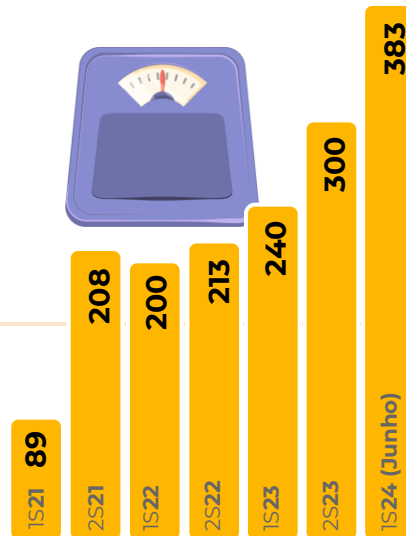
### Avaliação do aplicativo nas lojas:



(junho/2024)

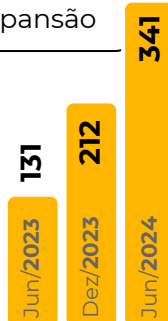
## 1,7M

Exames de bioimpedâncias realizados desde 2020



Exames de bioimpedâncias por semestre, Brasil (000')

Base de totens instalados mais que dobrou YoY e seguimos em expansão



## 341

Totens de bioimpedância

COBERTURA JUN/24

48% das academias Smart Fit no Brasil

### PÓS CONSULTA<sup>2</sup>

4,99 ★

### NPS JUN/24

87

### Smart Fit Coach

## Consultas online com profissionais especializados para definição de objetivos e criação de rotina personalizada

Não é necessário o aluno ter acesso à academia para ser cliente do produto



Planos anuais de **R\$ 39,90/mês**



Operação em **5 países**  
Brasil, Chile, México, Colômbia e Peru

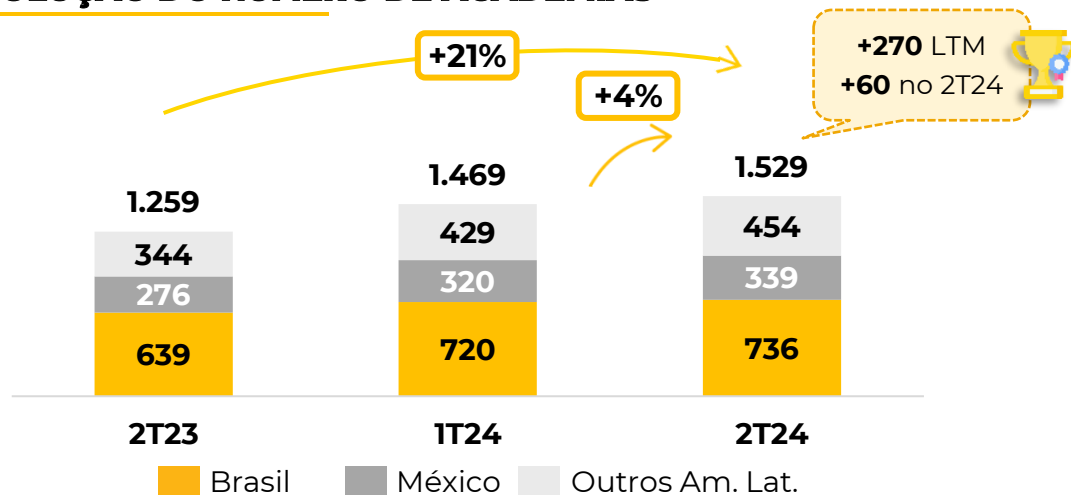
(1) Dados referentes a Brasil  
(2) Avaliação em escala de 0 a 5, sendo 5 a melhor nota



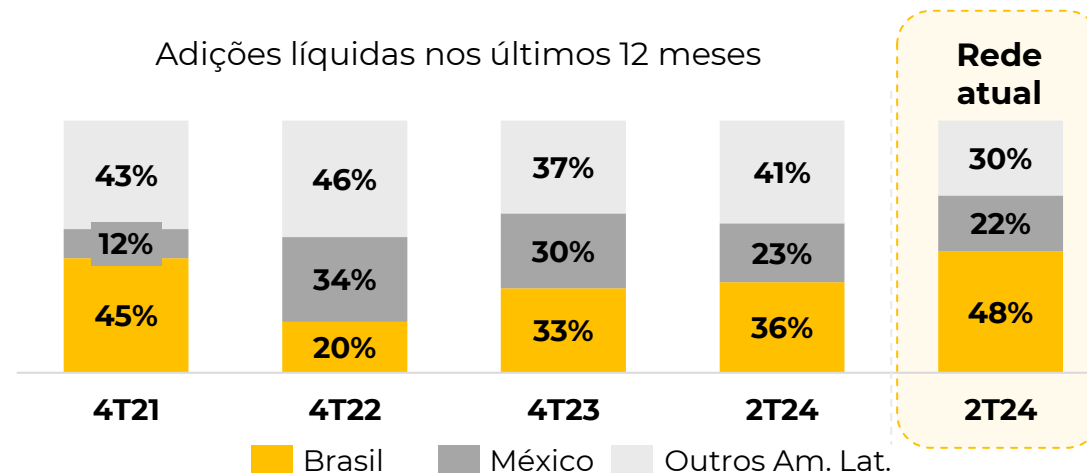
# EXPANSÃO DA REDE DE ACADEMIAS

Adição recorde de 270 academias no LTM, superando a impressionante marca de 1.500 academias

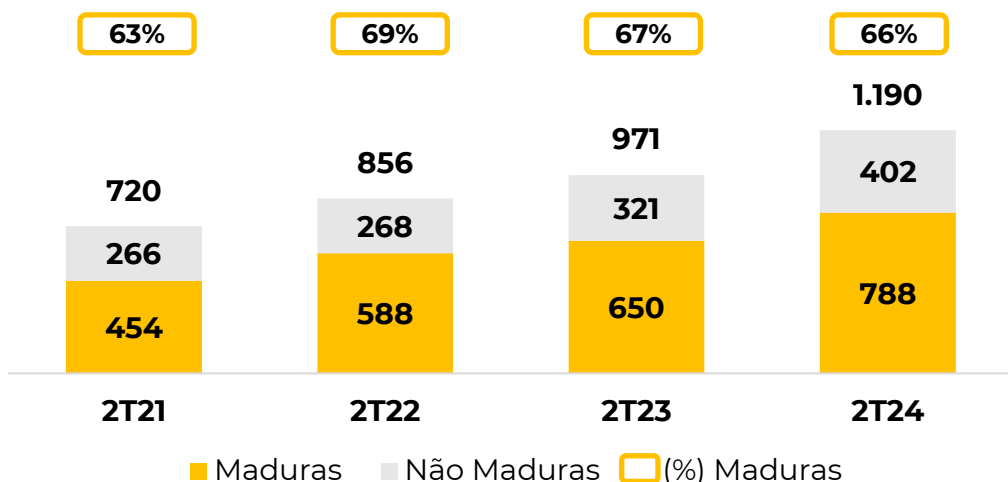
## EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE ACADEMIAS<sup>1</sup>



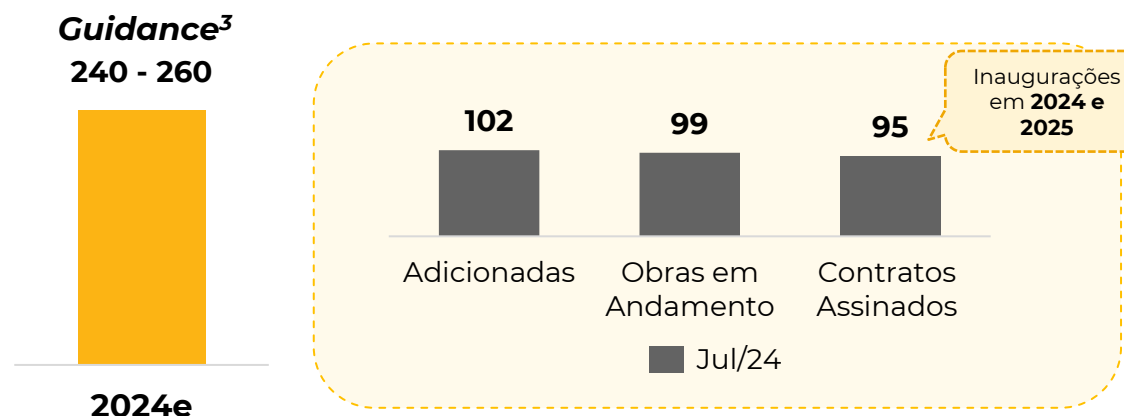
## COMPOSIÇÃO DA REDE DE ACADEMIAS POR REGIÃO



## EVOLUÇÃO ACADEMIAS PRÓPRIAS SMART FIT POR AGING<sup>2</sup>



## PIPELINE DE EXPANSÃO



(1) Considera todas as academias da Companhia (não considera Studios); (2) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses de idade no início do ano calendário; (3) Conforme guidance divulgado ao mercado em fevereiro de 2024

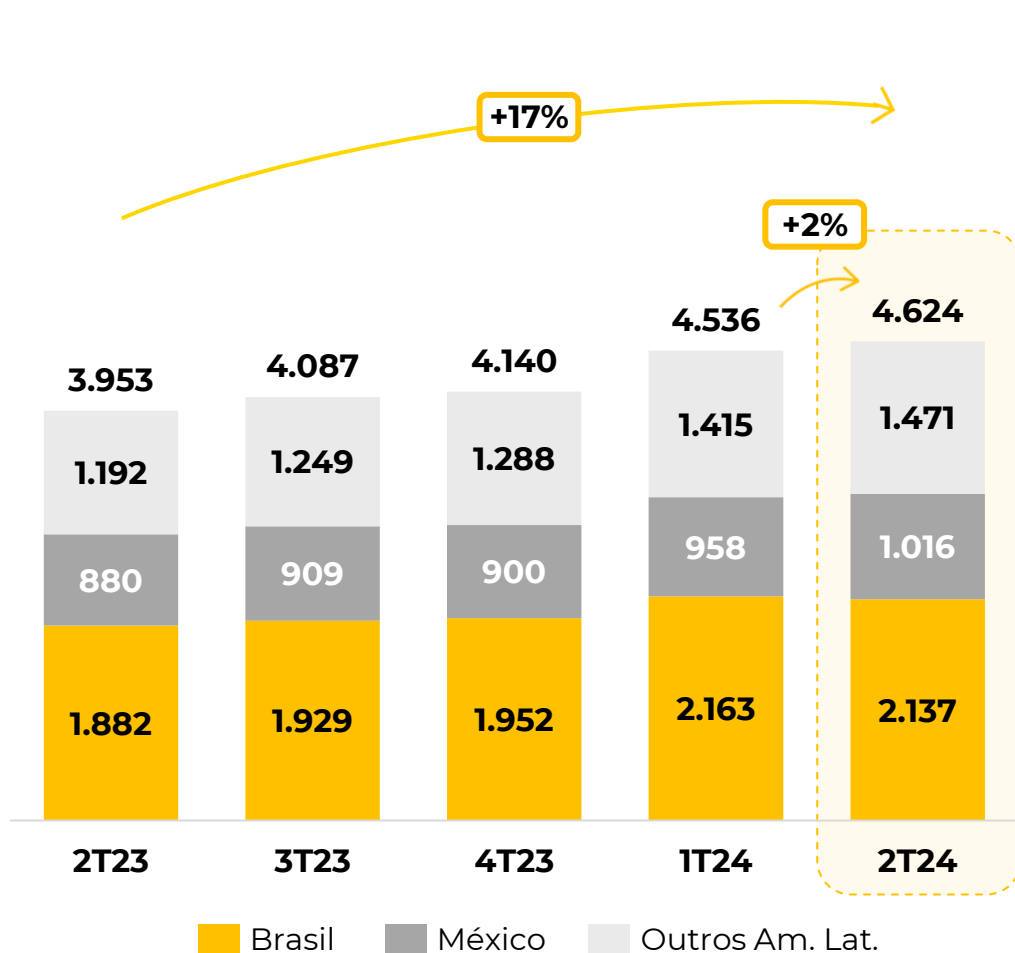


# CONTÍNUO CRESCIMENTO DE CLIENTES E RECEITA

No 2T24, a base de clientes em academias atingiu 4,6 M (+17% vs. 2T23), com a adição de 484 mil alunos no acumulado de 2024

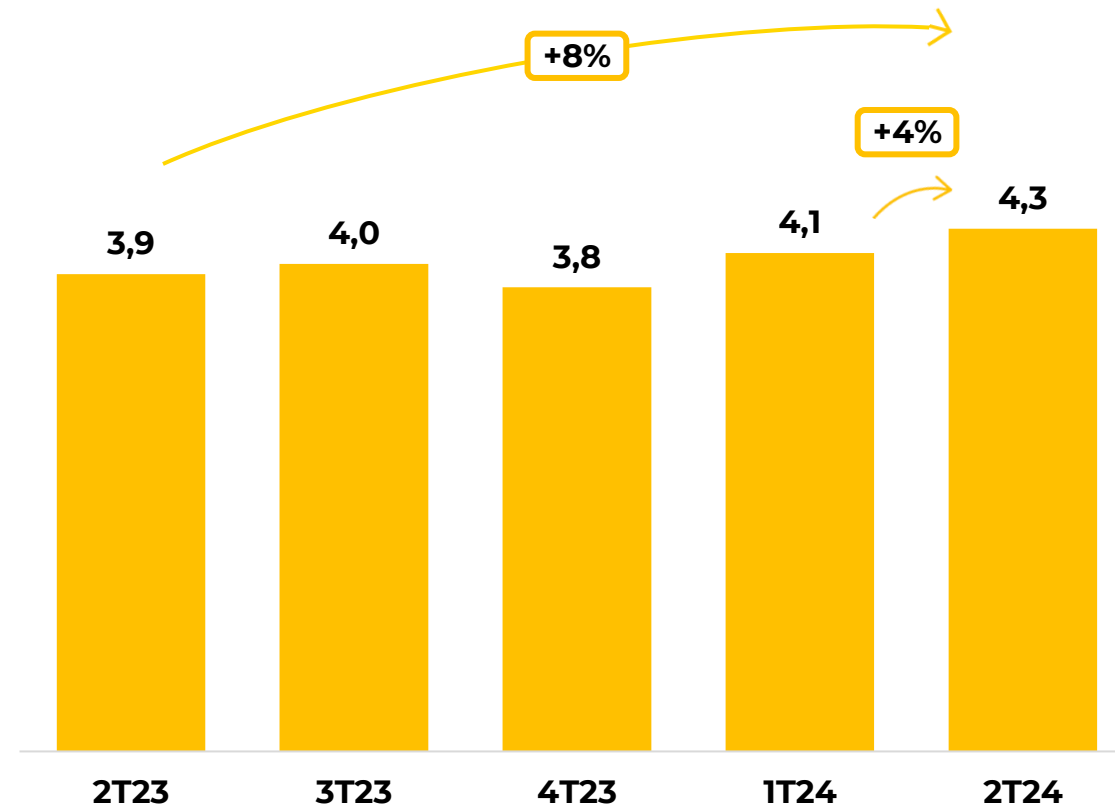
## BASE DE CLIENTES EM ACADEMIAS

(# '000 final do período)



## RECEITA LÍQUIDA MÉDIA POR SMART FIT PRÓPRIA (ANUALIZADA)

(R\$ M)



No 2T24, a receita média anualizada por academia própria cresceu 8% vs. 2T23 devido ao **aumento no número médio de alunos e incremento de ticket médio**

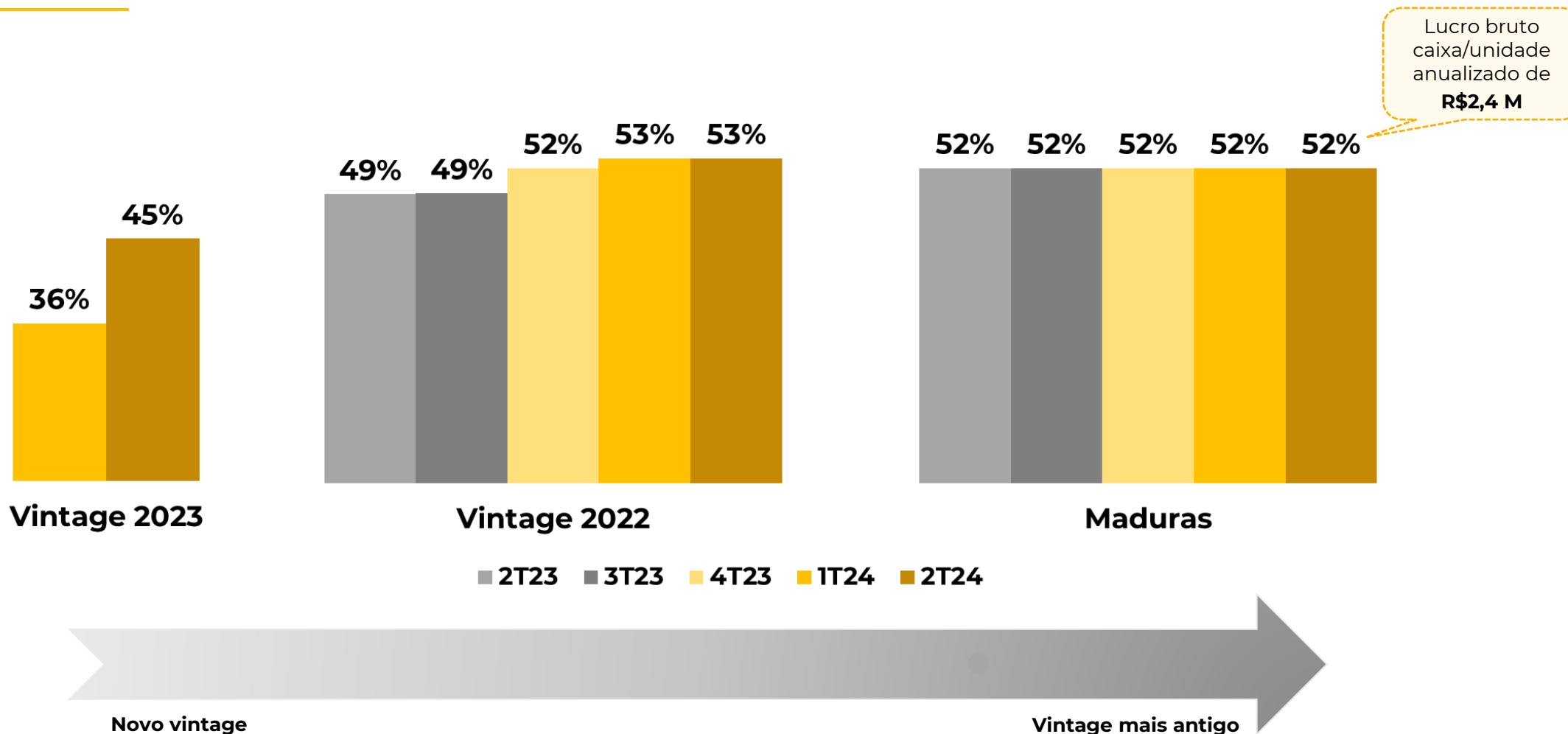


# MARGEM BRUTA ACADEMIAS MADURAS ESTÁVEL EM 52%



6º trimestre consecutivo de margem das academias maduras<sup>1</sup> em 52%, e maturação das unidades inauguradas nos últimos anos consistente com o histórico

## MARGEM BRUTA POR VINTAGE<sup>1</sup>

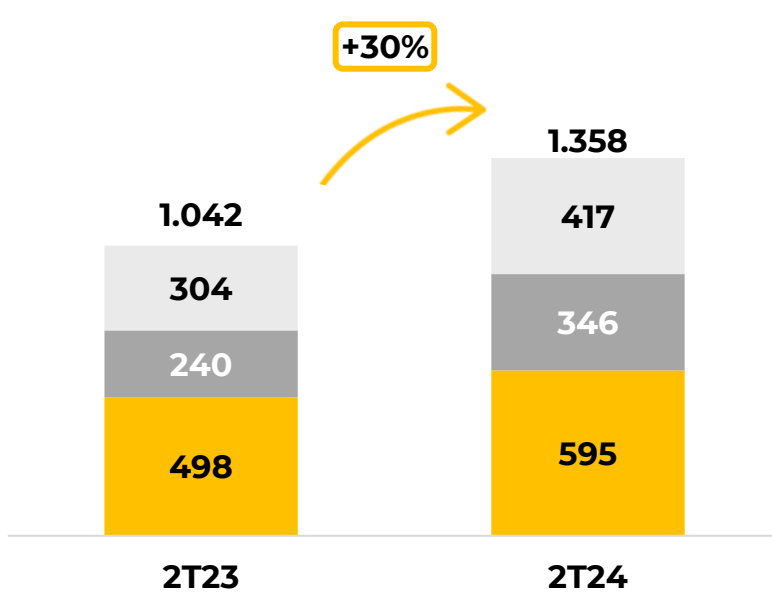


(1) Unidade é considerada madura quando possui, ao menos, 24 meses no início do ano calendário. Considerando apenas unidades próprias da marca Smart Fit



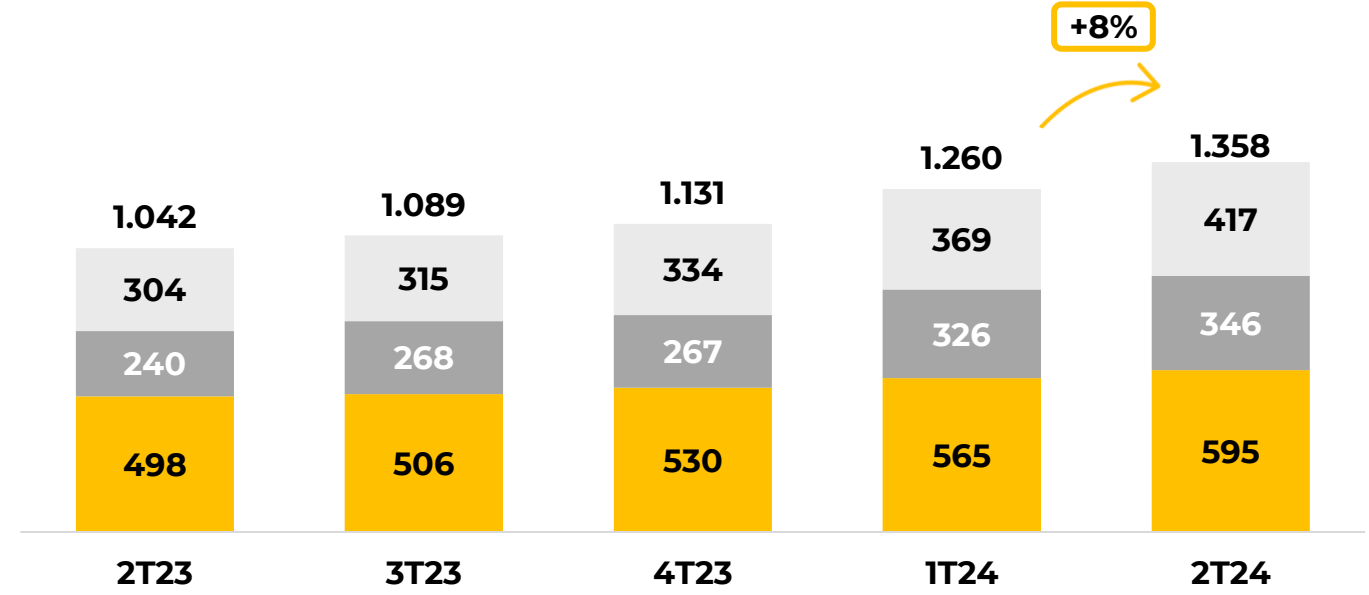
## VARIAÇÃO RECEITA LÍQUIDA

(R\$M)



## EVOLUÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA

(R\$M)



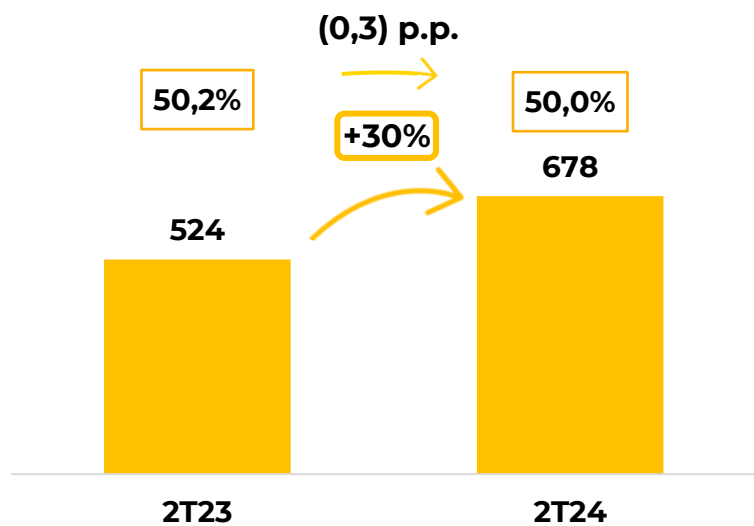
Brasil México Outros Am. Lat.

- Receita líquida de **R\$1.358 M** no 2T24, **+30% vs. 2T23**, em função principalmente do aumento de 19% da base média de alunos em academias próprias Smart Fit, reflexo da sólida expansão de 21% da rede média de academias próprias e da maturação dessas unidades
- O forte crescimento da receita também é explicado pelo **incremento de 11% do ticket médio** frente ao 2T23, com aumento em todas as regiões, reflexo dos assertivos esforços comerciais para otimizar, de forma sustentável, a receita por academia
- Nos últimos 12 meses, a receita líquida totalizou **R\$4,8 BI**



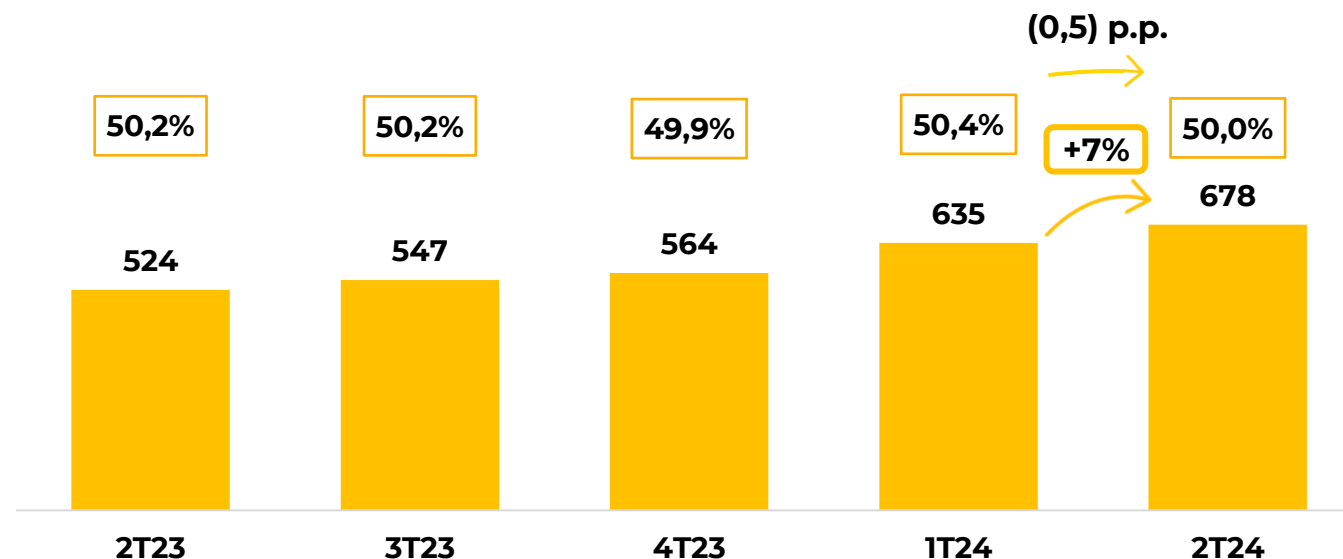
## VARIAÇÃO DO LUCRO BRUTO CAIXA<sup>1</sup>

(R\$M)



## EVOLUÇÃO DO LUCRO BRUTO CAIXA

(R\$M)



Lucro Bruto
  % Receita Líquida

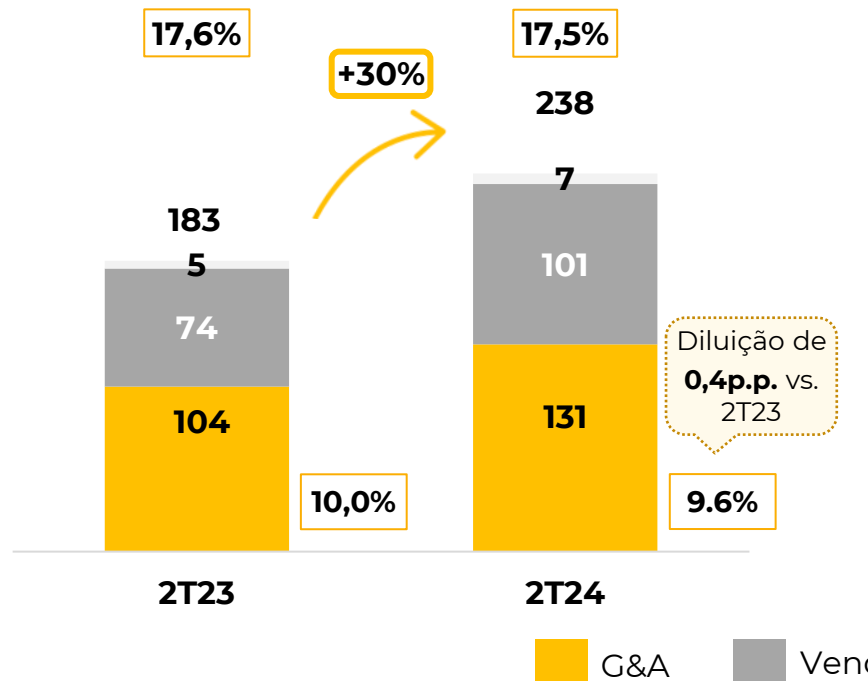
- Lucro bruto caixa atingiu **R\$678 M** no 2T24, **+30% vs. 2T23**, com margem bruta caixa de **50,0%**, 0,3p.p. inferior versus o 2T23, devido ao incremento de custos das unidades em *ramp-up* e ao aumento dos gastos com abertura de novas academias. Nos últimos 12 meses, o lucro bruto caixa totalizou **R\$2,4 BI**, resultando em margem bruta caixa de **50,1%**
- A margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais foi de **50,8%** no 2T24, estável versus o 2T23. Nos últimos 12 meses, a margem bruta caixa antes dos custos pré-operacionais foi de **51,0%**

(1) Para melhor análise de desempenho de nossas operações, todos indicadores excluem os efeitos do IFRS-16, depreciações e amortizações



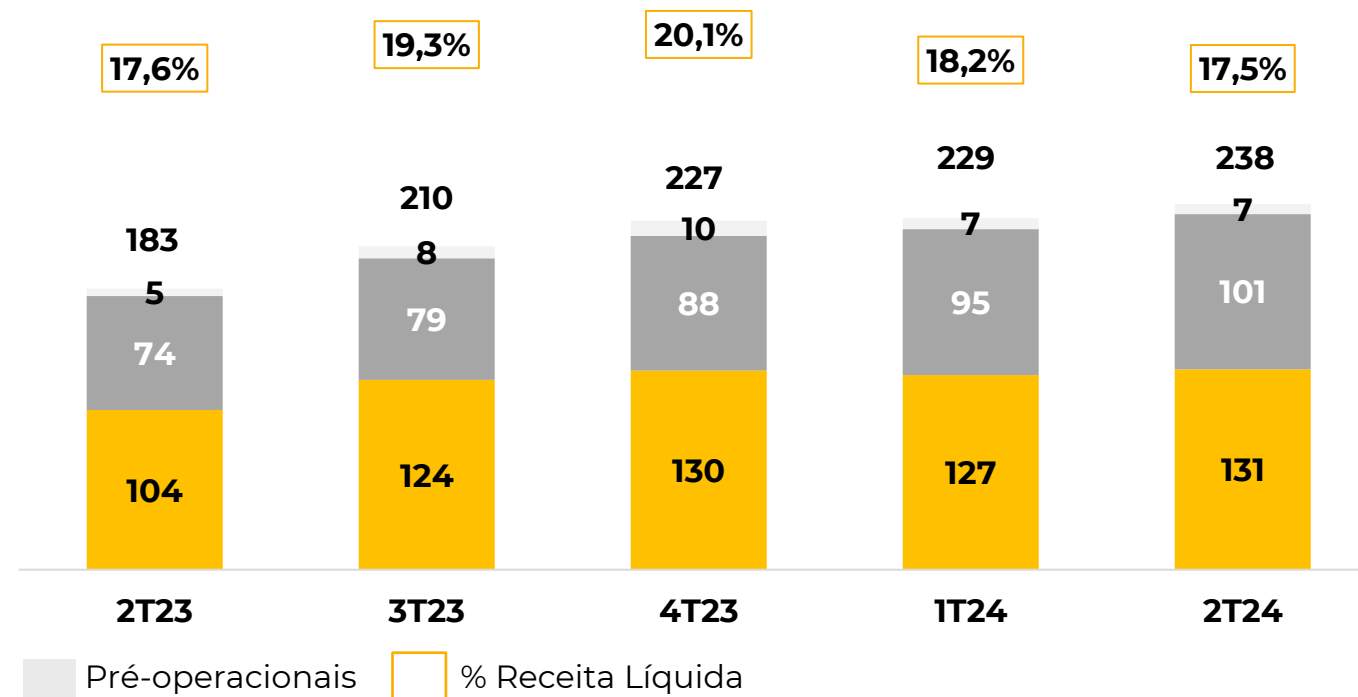
## VARIAÇÃO DAS DESPESAS

(R\$M)



## EVOLUÇÃO DAS DESPESAS

(R\$M)

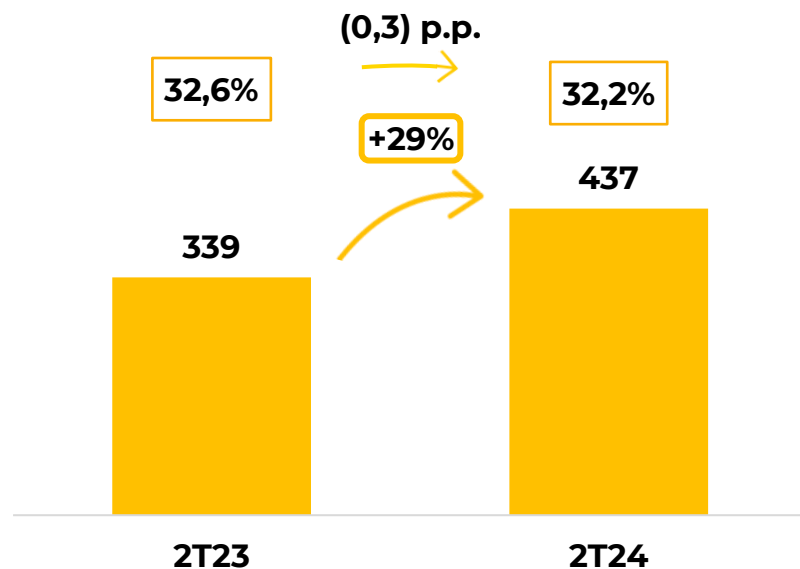


- As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram **R\$238 M** no 2T24, **+30% vs. 2T23**, resultado principalmente do aumento das despesas com vendas, **+36% vs. 2T23**, reflexo da forte expansão da rede de academias
- As despesas gerais e administrativas totalizaram **R\$131 M** no 2T24, +26% vs. 2T23, representando **9,6% da receita líquida** do período, uma **diluição de 0,4p.p.** frente ao 2T23
- Frente ao 1T24, as despesas com vendas, gerais e administrativas cresceram 4%, que representa **redução de 0,6p.p. como % da receita líquida no 2T24**, principalmente reflexo da **diluição de 0,4p.p. no G&A** no trimestre



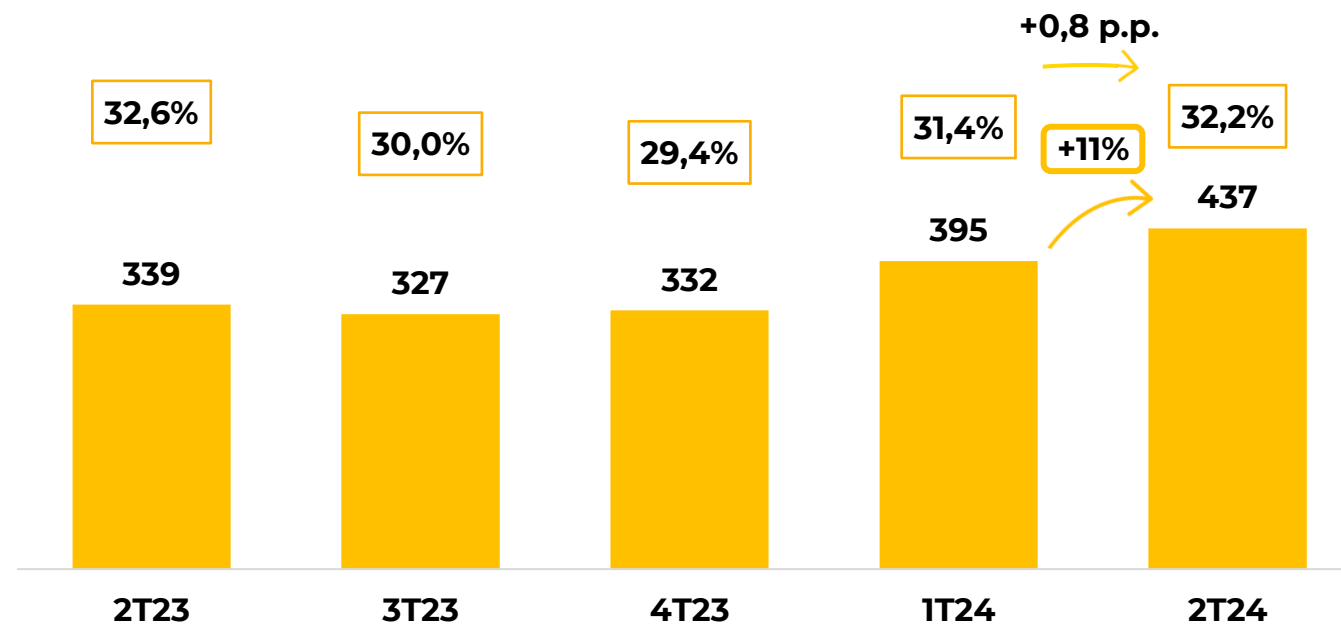
## VARIAÇÃO DO EBITDA AJUSTADO<sup>1</sup>

(R\$M)



## EVOLUÇÃO DO EBITDA AJUSTADO<sup>1</sup>

(R\$M)



■ EBITDA ajustado □ % Receita Líquida

- EBITDA ajustado<sup>1</sup> totalizou **R\$437 M** no 2T24, maior nível histórico para um trimestre, apresentando um robusto crescimento de **+29% vs. 2T23 e +11% vs. 1T24**, com margem de **32,2%** no 2T24 (-0,3p.p. vs. 2T23)
- Nos últimos 12 meses, o EBITDA ajustado atingiu **patamar recorde** de **R\$1,5 bilhão**, com margem de 30,8%
- O EBITDA ajustado antes dos gastos pré-operacionais totalizou **R\$455 M** no 2T24 crescimento de **+30%** frente ao 2T23, com margem de **33,5%** (-0,2p.p. vs. 2T23)

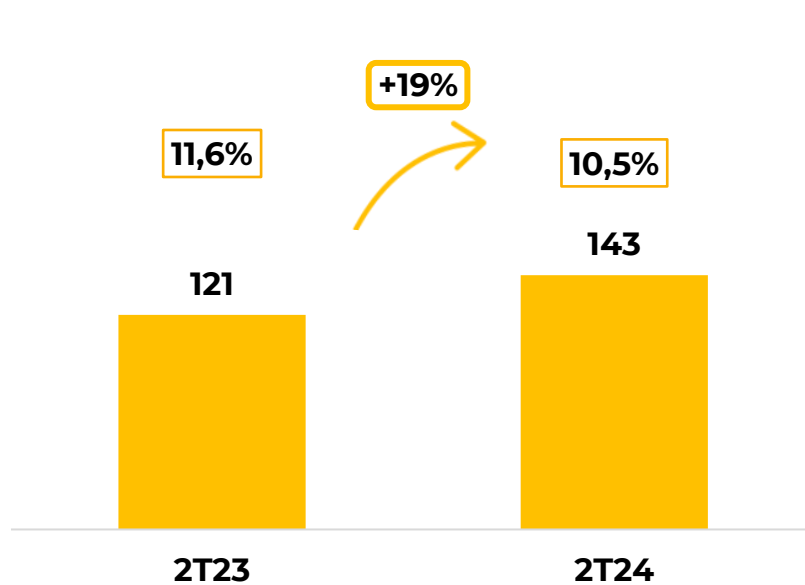
(1) Exclui o efeito positivo de R\$176,6 M auferido no 2T23 com a reavaliação da participação existente de 50% no Panamá, devido a aquisição do controle dessa operação, feita de acordo com as normas contábeis vigentes no período





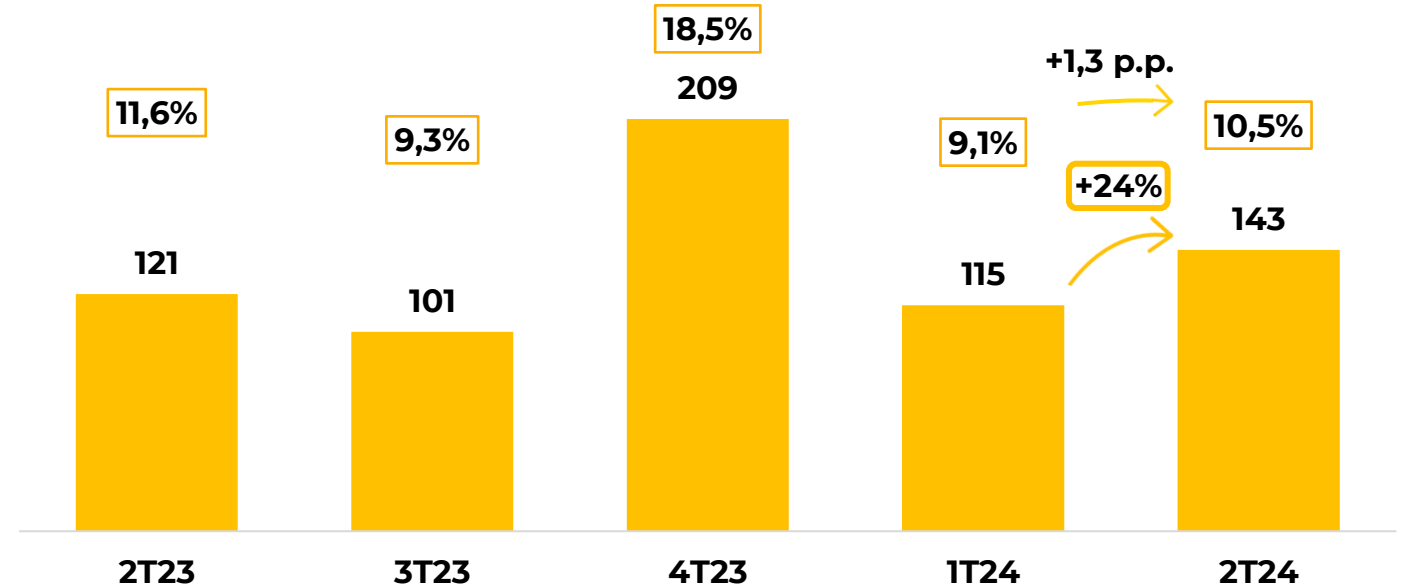
## VARIAÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE<sup>1</sup>

(R\$M)



## EVOLUÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE<sup>1</sup>

(R\$M)



■ Lucro Líquido Recorrente    □ Margem Líquida Recorrente

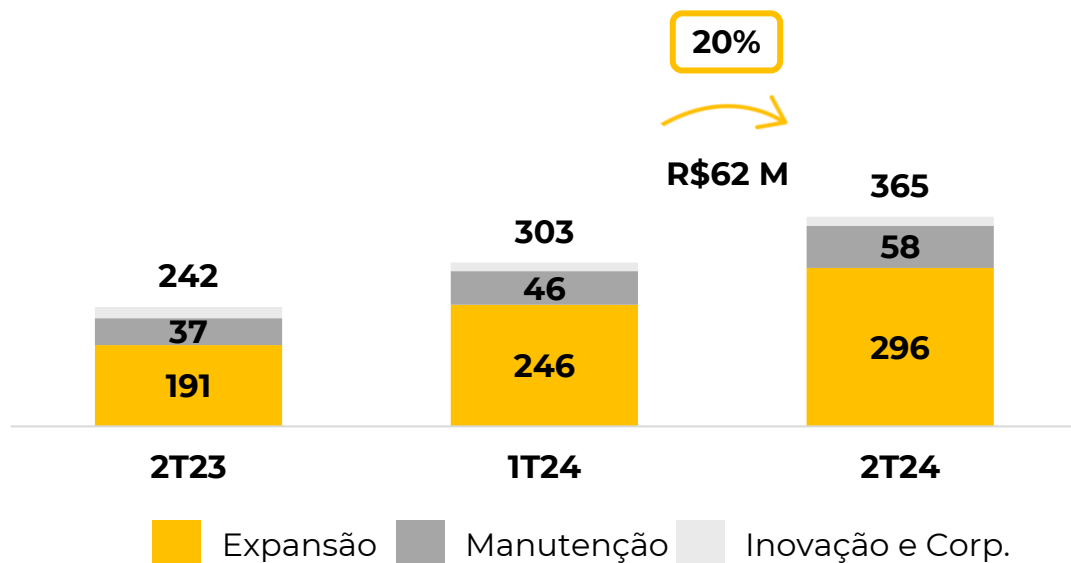
- Lucro líquido recorrente<sup>1</sup> foi de **R\$143 M** no 2T24, **+19%** de crescimento vs. 2T23 e **10,5%** de margem líquida, reflexo principalmente da alavancagem operacional do negócio, parcialmente compensada pelo aumento da depreciação, amortização e despesas financeiras, resultado momentâneo da aceleração dos investimentos realizados pela Companhia
- Frente ao 1T24, o lucro líquido recorrente cresceu **+24%** em função do crescimento do EBITDA ajustado e menor alíquota de imposto de renda e contribuição social, positivamente impactada pelo JCP declarado no 2T24
- Nos últimos 12 meses, o lucro líquido recorrente atingiu **R\$568 M**, resultando em uma margem líquida recorrente de **11,7%**

(1) Exclui os impactos não recorrentes referentes à (i) reavaliação da participação nas operações do Panamá e Costa Rica; e (ii) despesas financeiras não-recorrentes no 2T24 de R\$22,1 milhões após IR/CSLL relacionadas ao pré-pagamento da 6ª emissão de debêntures

Sólida posição de caixa de R\$2,8 bilhões e perfil de dívida alongado

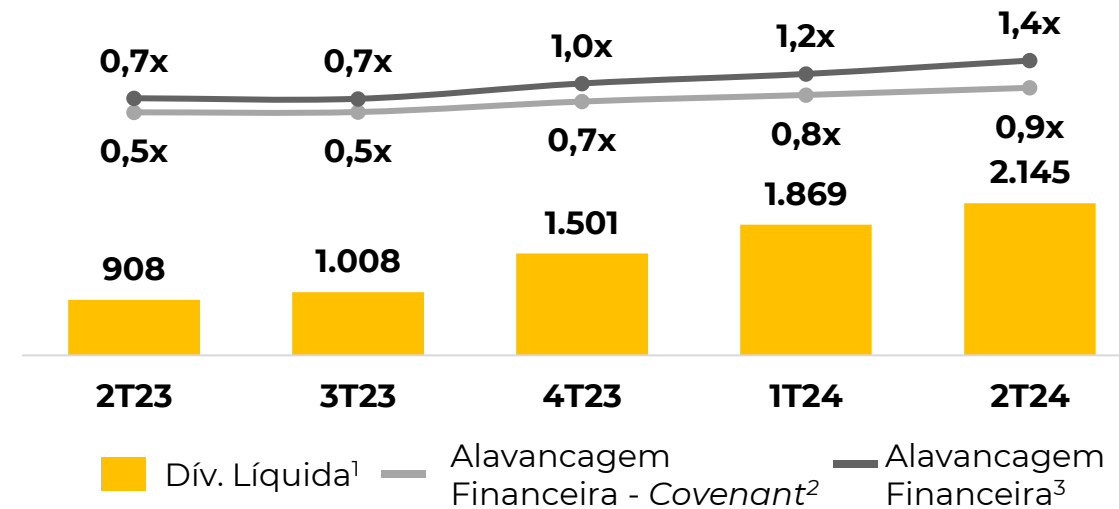
## CAPEX

(R\$M)



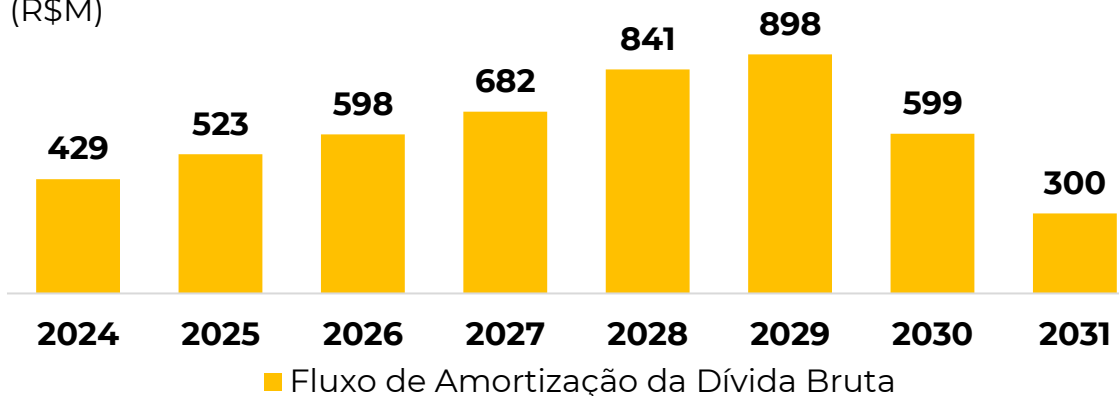
- Capex de **R\$365 M** no 2T24, refletindo principalmente o aumento dos investimentos na expansão do parque de academias
- Nos últimos 12 meses, o **capex de manutenção** das academias da marca Smart Fit atingiu **R\$200 M**, representando **6,0%** da receita bruta das unidades maduras, alinhado com a estratégia de oferecer uma experiência de alto padrão
- Índice de alavancagem financeira em **1,4x** vs. 1,2x no 1T24. Em julho/24, foi realizada a 10ª emissão de debêntures de R\$450 M

## DÍVIDA LÍQUIDA<sup>1</sup> (R\$M) E ALAVANCAGEM FINANCEIRA<sup>2,3</sup>



## FLUXO DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA BRUTA<sup>4</sup>

(R\$M)



(1) "Dívida Líquida" utiliza a definição das debêntures da Companhia. Para mais detalhes, [vide escritura das debêntures](#);  
 (2) Indicador "Alavancagem Financeira - Covenant" considera o indicador "Dívida Líquida Ajustada" dividido pelo "EBITDA LTM", utilizando a definição de dívida líquida e EBITDA das debêntures da Companhia;  
 (3) Indicador "Alavancagem Financeira" considera o indicador "Dívida Líquida Ajustada", utilizando a definição das debêntures da Companhia, e o indicador "EBITDA LTM", desconsiderando os efeitos do IFRS16 em relação aos arrendamentos mercantis referentes a aluguel das academias e escritórios;  
 (4) "Dívida Bruta" considera empréstimos, financiamentos e arrendamento operacional (excluindo arrendamento de imóveis) com instituições financeiras, de curto e longo prazo ao final do 2T24.

## 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.



# 2024 EARNINGS PRESENTATION



BIORITMO



TOTALPASS



ONE





*This presentation contains forward-looking statements related to the Company that reflect the current view and/or estimates of the Company and its Management regarding its future performance, businesses, and events. Forward-looking statements include, but are not limited to, any statement that contains forecasts, estimates, and projections about future results, performance, or objectives, as well as terms such as "we believe", "we anticipate", "we expect", "we estimate", "we forecast" and other similar expressions. These forward-looking statements are subject to risks, uncertainties, and future events. We caution investors that diverse factors may cause actual results to differ significantly from these plans, objectives, expectations, projections, and intentions expressed in this presentation. Under no circumstances will the Company, its subsidiaries, directors, executive officers, agents, or employees be liable to third parties (including investors) for any investment decision taken based on information and statements in this presentation, or for any damage caused by such decision, related to or specifically based on such information or statements. Information about competitive position, including market forecasts throughout this presentation, and information on the market potential in which the Company operates, was obtained through internal research, market surveys, information available in the public domain, and business publications. This presentation and its contents are the property of the Company and cannot be partially or totally reproduced or circulated without prior written consent from the Company.*



# HIGHLIGHTS 2Q24

- **RECORD OF 270 CLUBS ADDED IN THE LAST 12 MONTHS**, TOTALING 1,529 UNITS IN 2Q24 (+21% VS. 2Q23). WE REMAIN CONFIDENT ABOUT THE GUIDANCE OF OPENING 240 TO 260 CLUBS IN 2024
- MEMBER BASE IN CLUBS OF **4.6 MILLION IN 2Q24, GROWTH OF 17%** VS. 2Q23 AND **+2%** VS. 1Q24
- **ROBUST GROWTH OF 30% IN NET REVENUE VS. 2Q23**, REACHING R\$1.4 BILLION IN 2Q24 (**+8% VS. 1Q24**)
- **SOLID CASH GROSS MARGIN AT 50.0%** IN 2Q24, WITH GROSS MARGIN OF MATURE CLUBS<sup>1</sup> STABLE AT **52%** FOR THE 6<sup>TH</sup> STRAIGHT QUARTER
- **RECORD ADJUSTED EBITDA<sup>2</sup>** OF R\$437 MILLION IN 2Q24, (**+29% VS. 2Q23 AND +11% VS. 1Q24**) WITH STRONG OPERATING CASH FLOW OF R\$473 MILLION, CONVERSION OF 108%
- **RECURRING NET INCOME<sup>3</sup> OF R\$143 MILLION IN 2Q24**, +24% VS. 1Q24



(1) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year;

(2) (e) Excludes gain of R\$176.6 million in 2Q23 from the revaluation of the existing 50% stake in Panama due to the acquisition of control of this operation, in accordance with accounting standards in effect in the period;

(3) Excludes the impact related to the revaluation of the stake in the Panama and Costa Rica operations and non-recurring financial expenses in 2Q24 of R\$22.1 million after IR/CSLL, related to the prepayment of the 6th issue of debentures.



# SUCCESSFUL AND SOLID TRACK RECORD

28 years of operations of the Company and 3 years of IPO with encouraging milestones in the last years



**CONSOLIDATION OF LEADERSHIP IN THE REGION WITH OPERATIONS IN 15 COUNTRIES**



**WE HAVE SURPASSED THE MARK OF 1,500 SMART FIT CLUBS**



**WE ENDED 2Q24 WITH 4.9 MILLION TOTAL MEMBERS**



**RECORD ADJUSTED EBITDA OF R\$1.5 BILLION IN THE LAST 12 MONTHS, WITH HIGH CONVERSION TO OPERATING CASH FLOW OF 99%**



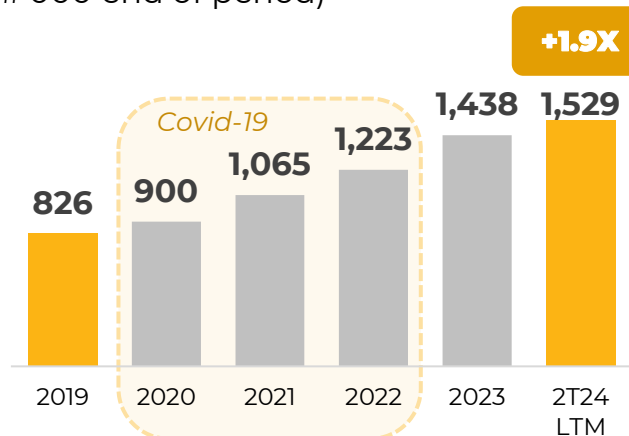
**ROBUST OPERATING CASH FLOW GENERATION OF 1.5 BILLION IN THE LAST 12 MONTHS, AND WE STARTED TO PAY DIVIDENDS TO SHAREHOLDERS**



**UPGRADE OF COMPANY'S RATING TO AA+(BRA) BY RATING AGENCY**

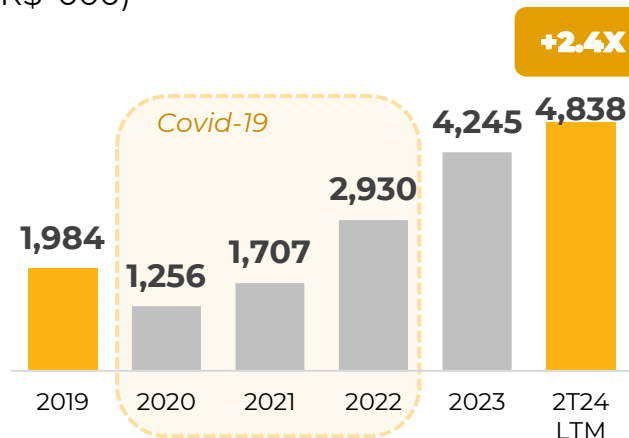
## CLUB NETWORK

(#'000 end of period)



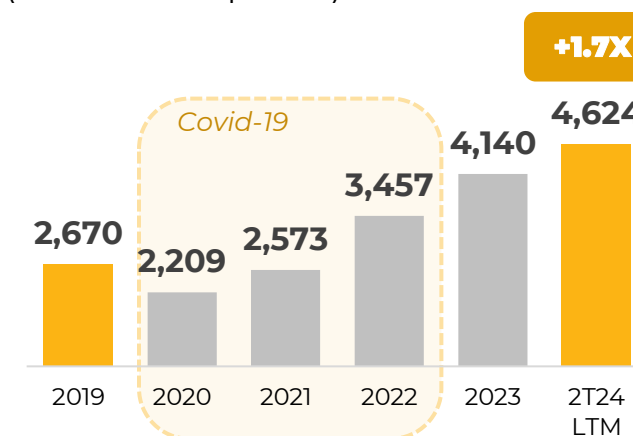
## NET REVENUE

(R\$ '000)



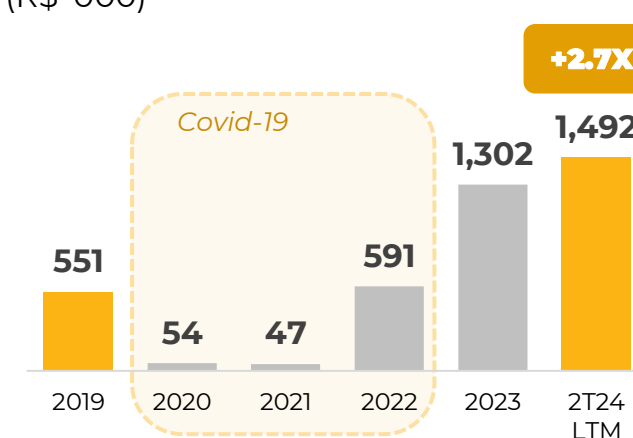
## MEMBER BASE IN CLUBS

(#'000 end of period)



## ADJUSTED EBITDA<sup>1</sup>

(R\$ '000)



(1) Excludes the gain of R\$176.6 million in 2Q23 obtained from the revaluation of the existing 50% stake in Panama, due to the acquisition of this operation control, made in accordance with the accounting standards in force in the period;



### ADVANCES IN RENEWABLE ENERGY INITIATIVES AND STRENGTHENING OF THE ENVIRONMENTAL PILLAR



**192 UNITS**  
**+44 vs. 4Q23 (+30%)**

**Operating free market or distributed generation in Brazil**

38% of own clubs in Brazil (vs. 30% in 4Q23), with a reduction in costs per kWh used



Extension of renewable energy partnerships to **expand the supply of clean energy for all brands of the group**



**273 UNITS**  
**+49 vs. 4Q23 (+22%)**

**With an air conditioning automation system**

With 195 units in Brazil, 66 in Mexico, and 12 in Colombia, with greater energy efficiency

#### NEWS ★



#### **Structuring of the water management process**

Online monitoring of water consumption in 217 units - detailed and agile monitoring of possible leaks, incorrect charges, and units with high consumption



#### **The 2<sup>nd</sup> edition of "For a more Sustainable World"**

Employee awareness program on topics related to the group's ESG agenda. The theme of this edition was climate change





# ESG HIGHLIGHTS IN THE FIRST HALF OF 2024 (2/2)

Initiatives on social and people management pillar



## Clubs working as "Solidarity Space for Childhood" in partnership with UNICEF

### Collection campaign to support flood victims in RS

+13,000 items donated and psychological support to employees in Rio Grande do Sul (RS)

## "SOLIDARITY SPACES FOR CHILDHOOD" PARTNERSHIP WITH UNICEF

"Smart Fit Group accounted for 52% of UNICEF's in-person collections in Brazil"

## SUPPORT FOR FLOOD VICTIMS IN RIO GRANDE DO SUL



+50 collection points in clubs nationwide



## Support for the victims of the fire in the Valparaíso region of Chile

Partnership with a local vehicle for collecting and delivering donations to the victims of the fire.

## Support for the "Programa de Inclusión Best Buddies" in Chile

Conducted by foundation that develops people with disabilities through work, social, and leadership inclusion programs



## "Smart Truck" event in Mexico

Action to encourage physical activity in the local community



## WHAT'S NEXT!

### 2023 Sustainability Report

### Advances in the climate journey

Mapping of greenhouse gas emissions in units in Brazil

## PEOPLE MANAGEMENT HIGHLIGHTS

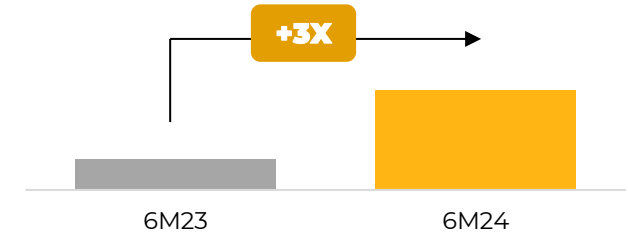
Execution of the **Power Skills Program**, a development program for leaders and employees in Brazil with a focus on the **socio-emotional skills, people management, and innovation pillars**

Participation of 137 employees in the new **MBA and post-graduation groups for physical education professionals**

A new round of the **company's climate survey**, with high participation from employees in Brazil

**Corporate university** registered over 280 thousand accesses by employees in Brazil and LATAM in 1H24

## CORPORATE UNIVERSITY +3X MORE ACCESSES IN 1H24



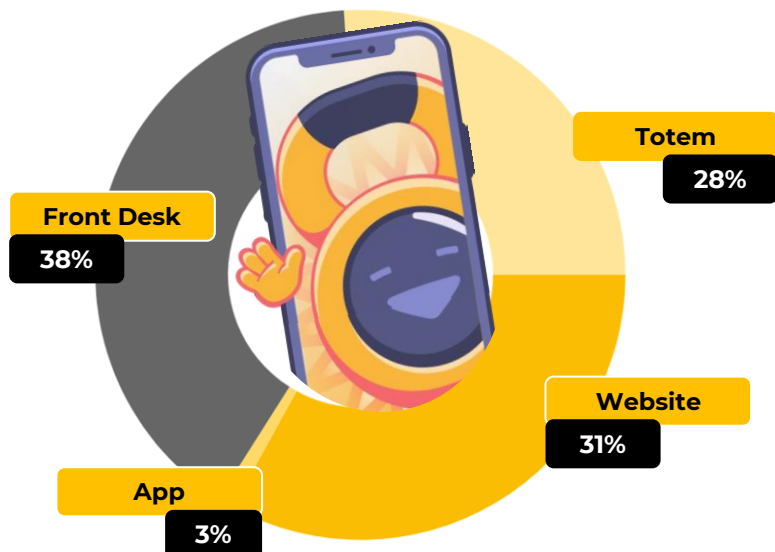


# 62% OF SALES VIA DIGITAL CHANNELS

The share of digital channels continues to grow

## Sales mix by channels

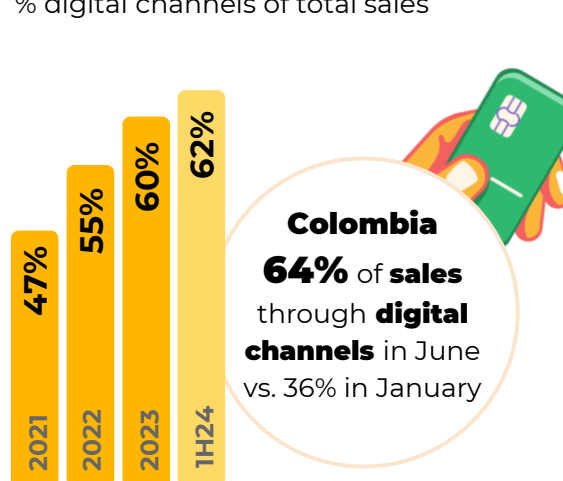
% of sales by channel in 1H24



In June/24, the app accounted for 6% of sales in Brazil and 4% in Mexico

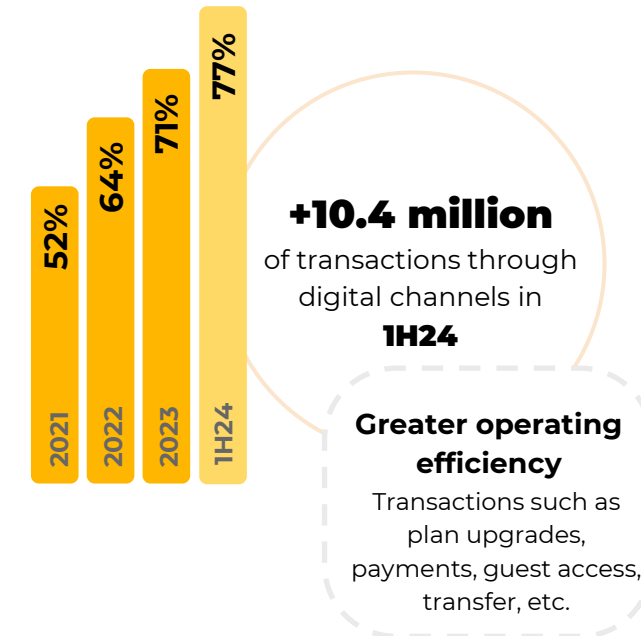
## Share of digital channels of sales

% digital channels of total sales



## Digital transactions

% of financial and operational transactions conducted through digital channels



### INITIATIVES



#### Partnership channel

#### Exclusive coupons and benefits for members

Members in Brazil now have exclusive access to discount coupons directly in the member area

### WHAT'S NEXT!



#### Black Card members' guests and TotalPass access via the app More convenience for members and fewer lines at the totem

Members with Black card members in Brazil can grant access to their guests via app without using the totem



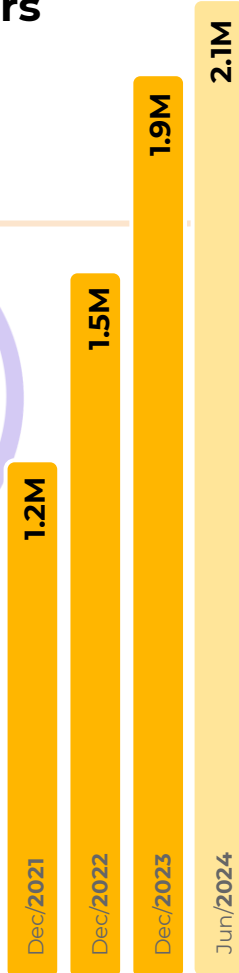
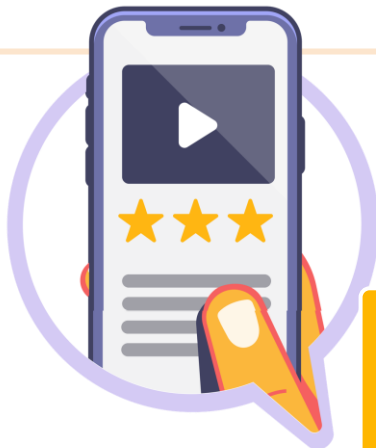
# 2.1 MILLION MONTHLY ACTIVE DIGITAL USERS

3.6 million workouts automatically prescribed in 1H24, after enrollment and anamnesis

## Monthly Active Users

(1H24)

# 2.1M



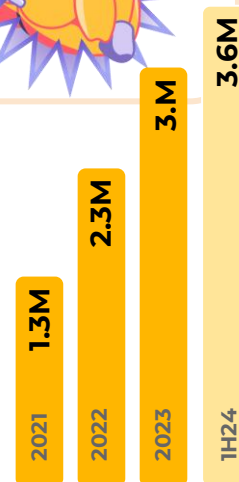
## Automatically Prescribed Workouts

(1H24)

# 3.6M



After answering the anamnesis, members automatically receive the training tailored to their needs



**75%** of the members who train use the app every month

## Monthly Fitness Retrospective

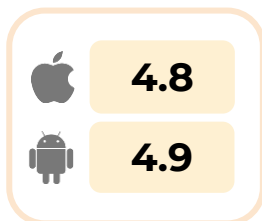
Organic engagement on social networks (May/June)



**452K** retrospectives accessed by the members

**78K** shares on social networks

App review in stores



(June/2024)

### WHAT'S NEXT!

**Personal Trainer**  
Marketplace of professionals

**Free App Area**  
Make the app available for non-members

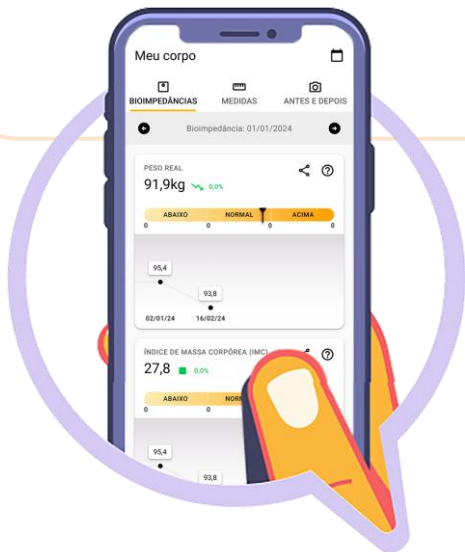


# UPDATES ON SMART FIT NUTRI AND SMART FIT COACH

## 175 thousand Smart Fit Nutri subscribers in Jun/24

### Smart Fit Nutri

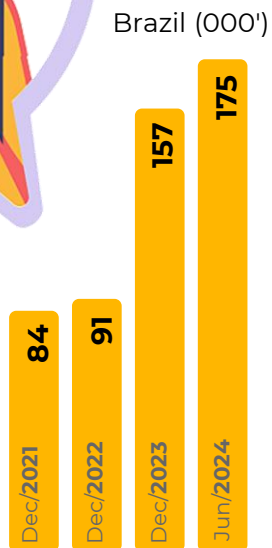
Users  
**175K**



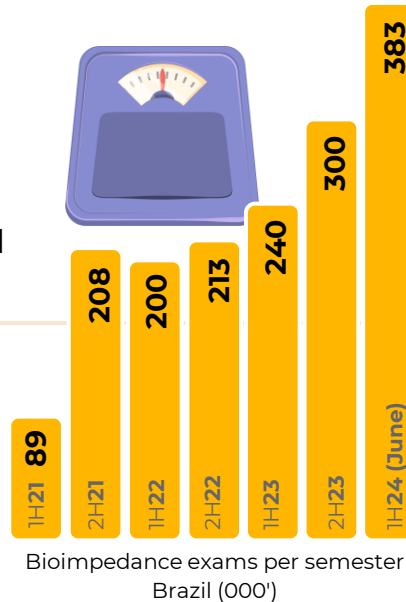
App review  
in stores:

4.8  
4.9

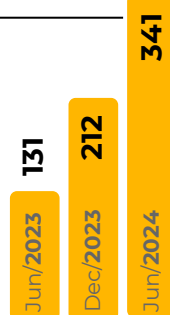
(June/2024)



**1.7 million**  
Bioimpedance  
analyses performed  
since 2020



Number of  
installed totems  
more than doubled  
YoY, and we are  
still expanding



**341**  
Bioimpedance  
totems

**JUN/24  
COVERAGE**

**48%**  
of Smart Fit  
units in Brazil

REVIEW<sup>2</sup>

**4.99 ★**

NPS JUN/24

**87**

### Smart Fit Coach

Online consultations with  
specialized professionals to  
define goals and create a  
personalized healthy routine  
The member does not need to have  
access to the club to be a customer  
of the product



Annual plans from  
**R\$39.90/month**



Operation in **5 countries**  
Brazil, Chile, Mexico, Colombia,  
and Peru

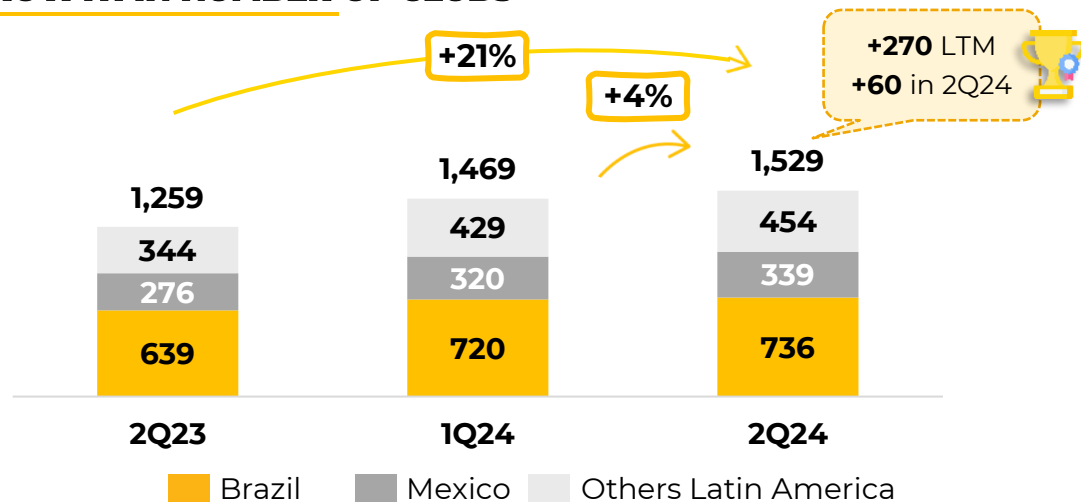
(1) Data for Brazil  
(2) Rating on a scale of 0 to 5



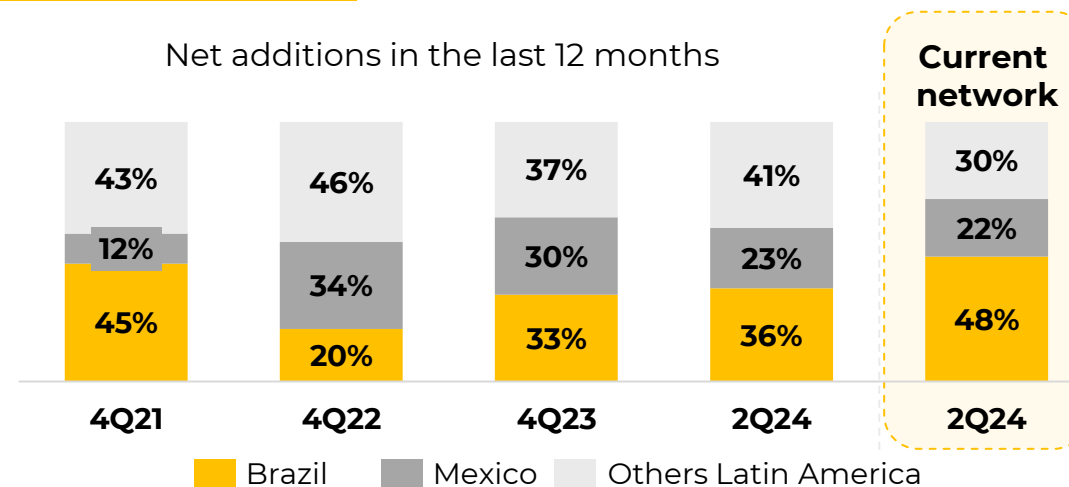
# EVOLUTION OF CLUB NETWORK

Record of 270 clubs added LTM, surpassing the impressive mark of 1,500 clubs

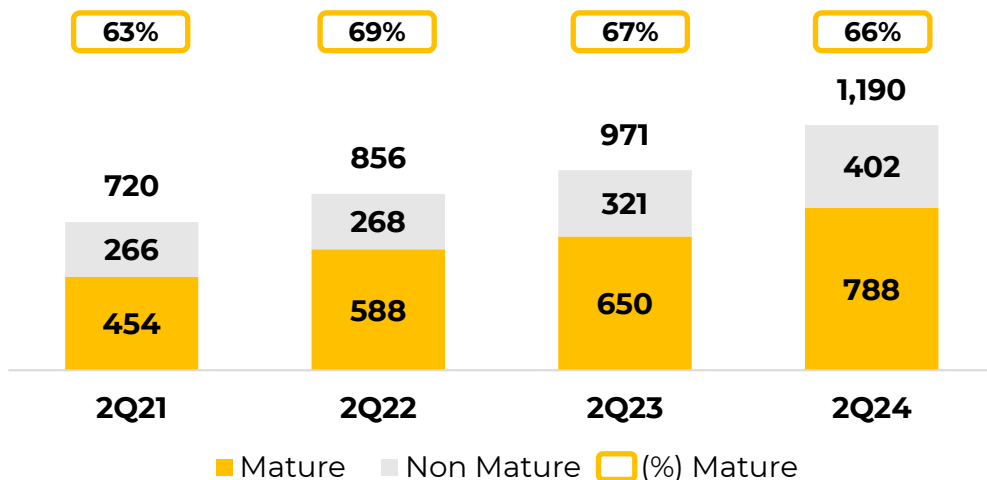
## GROWTH IN NUMBER OF CLUBS<sup>1</sup>



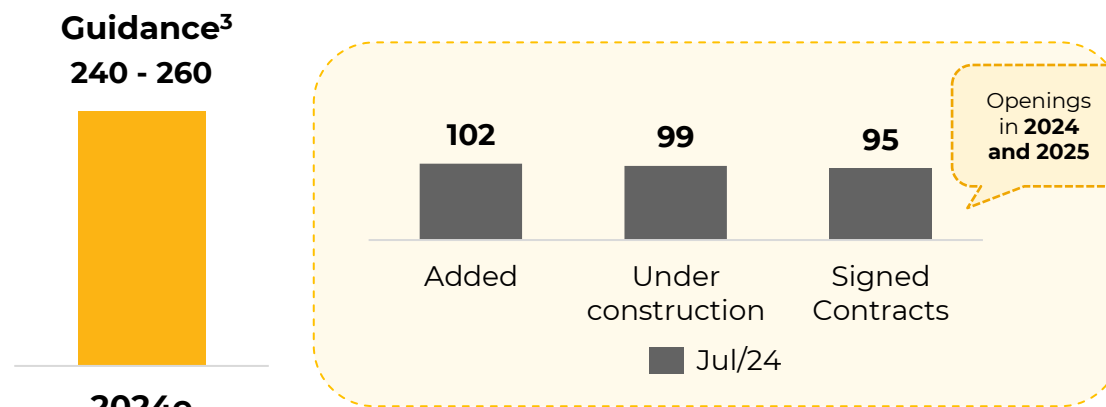
## BREAKDOWN OF CLUB NETWORK BY REGION



## EVOLUTION OF SMART FIT OWN CLUB NETWORK BY AGING<sup>2</sup>



## NETWORK EXPANSION PIPELINE



(1) Considers all the Company's clubs (does not consider Studios); (2) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year; (3) According to the guidance released to the market in February 2024.

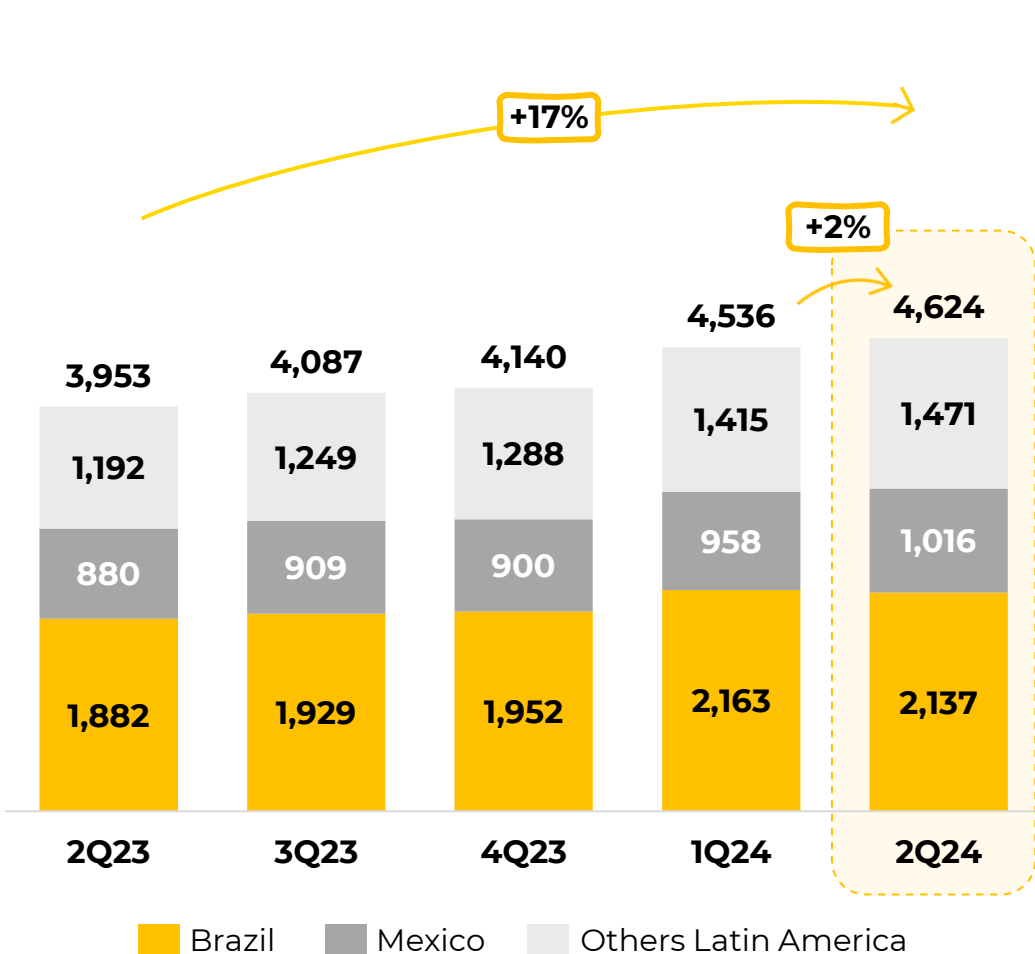


# CONTINUOUS INCREASE IN MEMBERS AND REVENUE

In 2Q24, the member base in clubs came to 4.6 million (+17% vs. 2Q23), with the addition of 484 thousand members in the first half of 2024

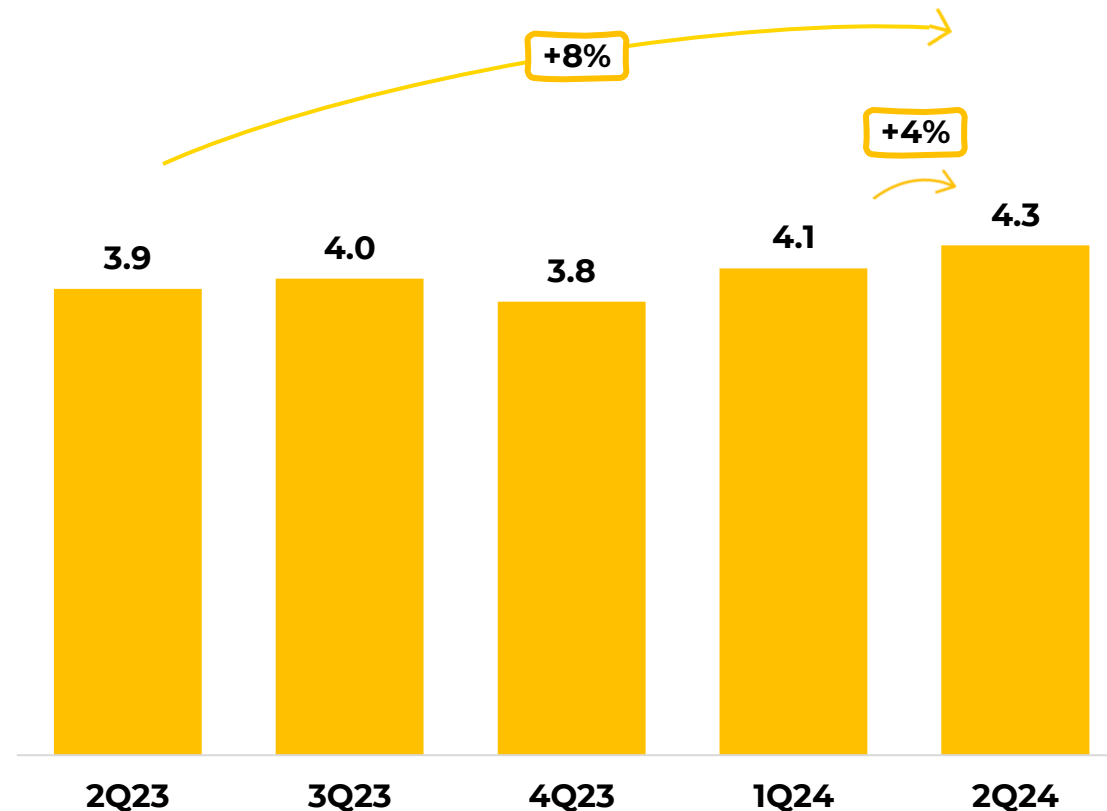
## MEMBER BASE IN CLUBS

(#'000 end of period)



## AVERAGE NET REVENUE PER SMART FIT OWN CLUB (ANNUALIZED)

(R\$ million)



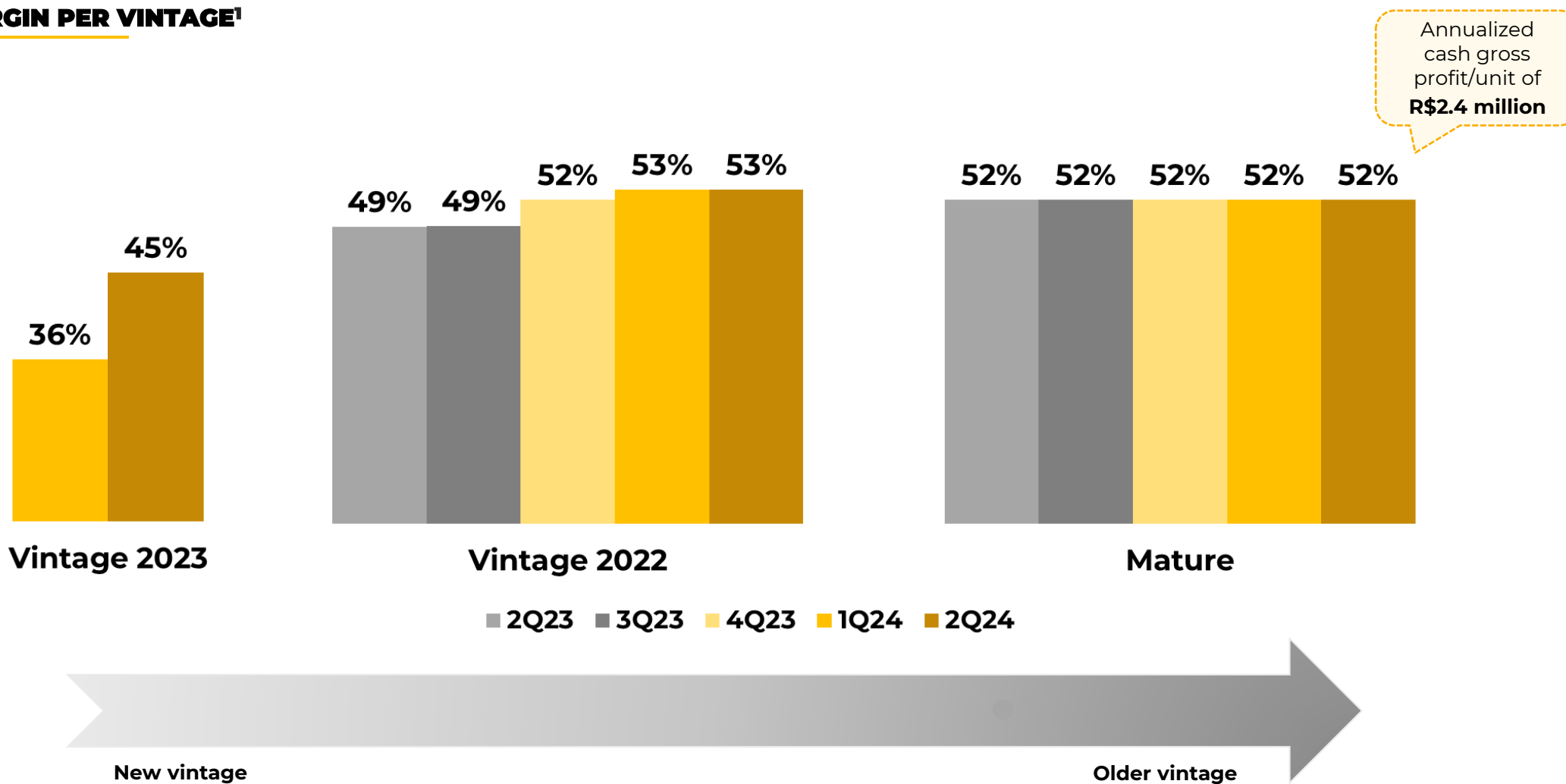
In 2Q24, annualized average revenue per own club grew 8% vs. 2Q23 due to the **increase in the average number of members and the increase in average ticket**



# GROSS MARGIN OF MATURE CLUBS STABLE AT 52%

6<sup>th</sup> consecutive quarter with cash gross margin of mature<sup>1</sup> clubs at 52%, and maturation of units opened in recent years consistent with historical data

## GROSS MARGIN PER VINTAGE<sup>1</sup>

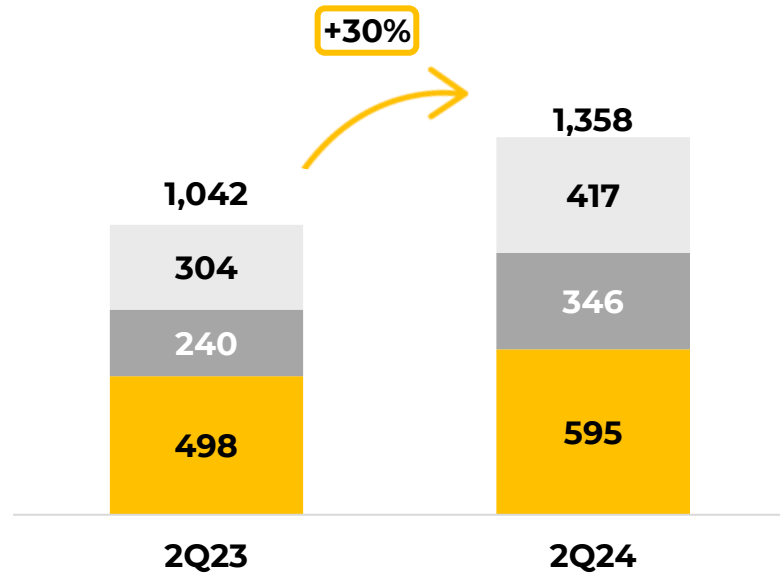


(1) A unit is considered mature when it has been operating for at least 24 months at the start of the calendar year.; Considering only own Smart Fit units.



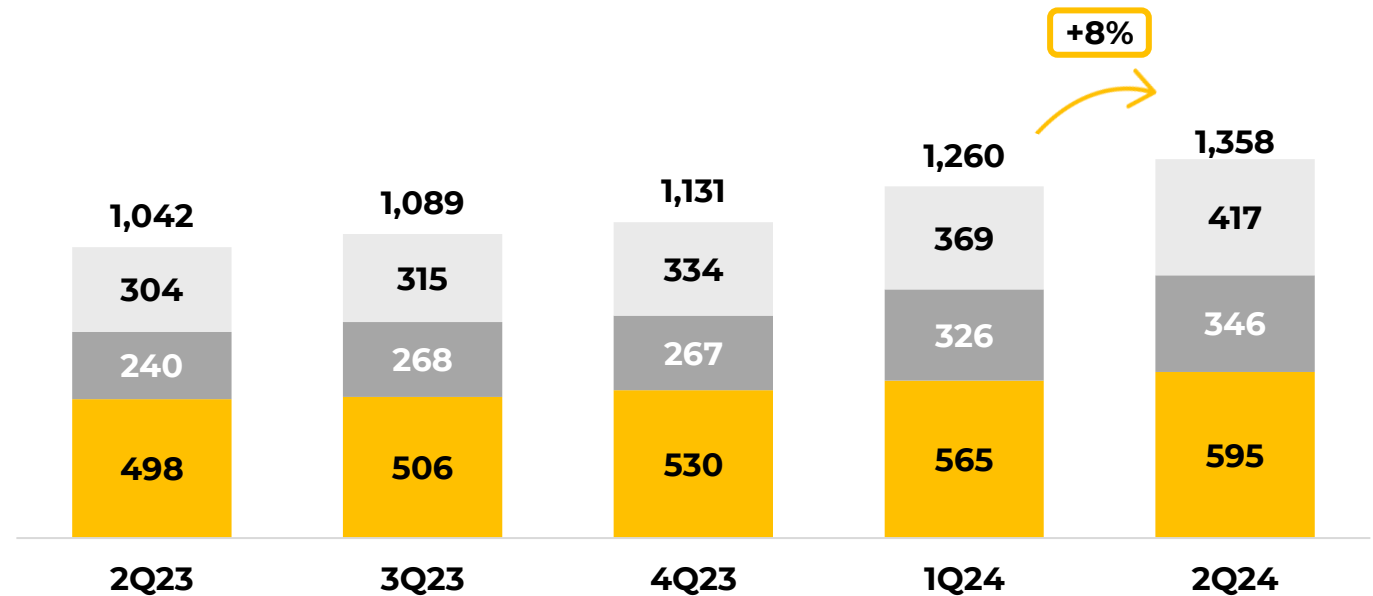
## VARIATION IN NET REVENUE

(R\$ million)



## EVOLUTION OF NET REVENUE

(R\$ million)



■ Brazil 
 ■ Mexico 
 ■ Others Latin America

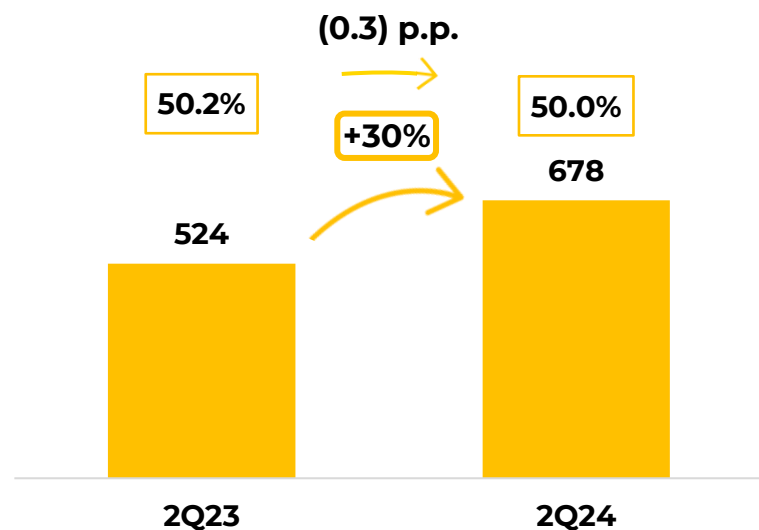
- Net revenue of **R\$1.358 million** in 2Q24, **+30% vs. 2Q23**, mainly due to the 19% increase in the average member base in Smart Fit's own clubs, reflecting the solid 21% expansion of the average own club network and the maturation of these units
- The strong revenue growth is also explained by the **11% increase in the average ticket** compared to 2Q23, with growth in all regions, reflecting the thriving commercial and operational efforts to optimize revenues per club in a sustainable manner
- In the last 12 months, net revenue totaled **R\$4.8 billion**





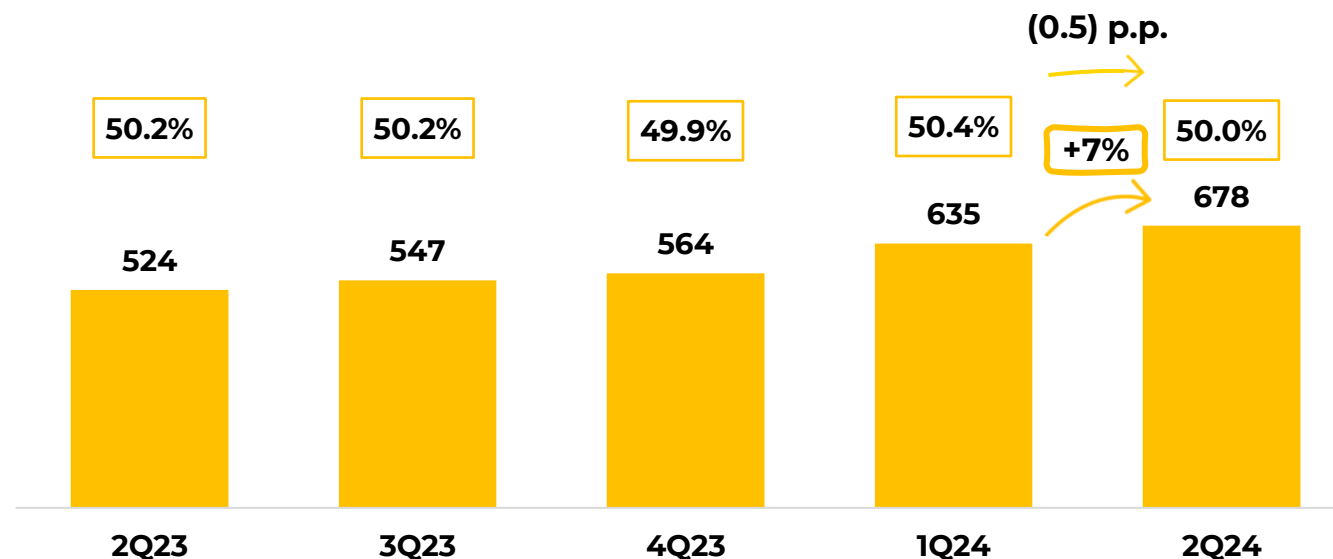
## VARIATION IN CASH GROSS PROFIT<sup>(1)</sup>

(R\$ million)



## EVOLUTION OF CASH GROSS PROFIT

(R\$ million)



Gross Profit

% Net Revenue

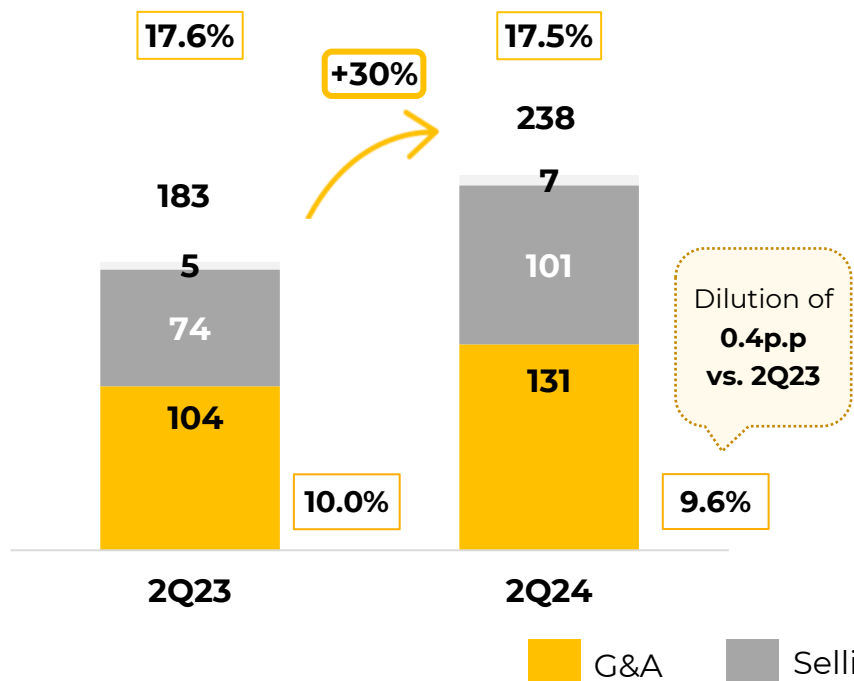
- Cash gross profit reached **R\$678 million** in 2Q24, **+30% vs. 2Q23**, with a cash gross margin of **50.0%**, decreasing 0.3p.p. versus 2Q23, due to the increase in costs of units in the ramp-up process and the higher expenses related to the opening of new clubs. In the last 12 months, cash gross profit totaled **R\$2.4 billion**, resulting in cash gross margin of **50.1%**
- Cash gross margin before pre-operating costs was **50.8%** in 2Q24, stable compared to 2Q23. In the last 12 months, the cash gross margin before pre-operating costs was **51.0%**

(1) For a better analysis of our operational performance, all indicators exclude the effects of IFRS 16, depreciation, and amortization



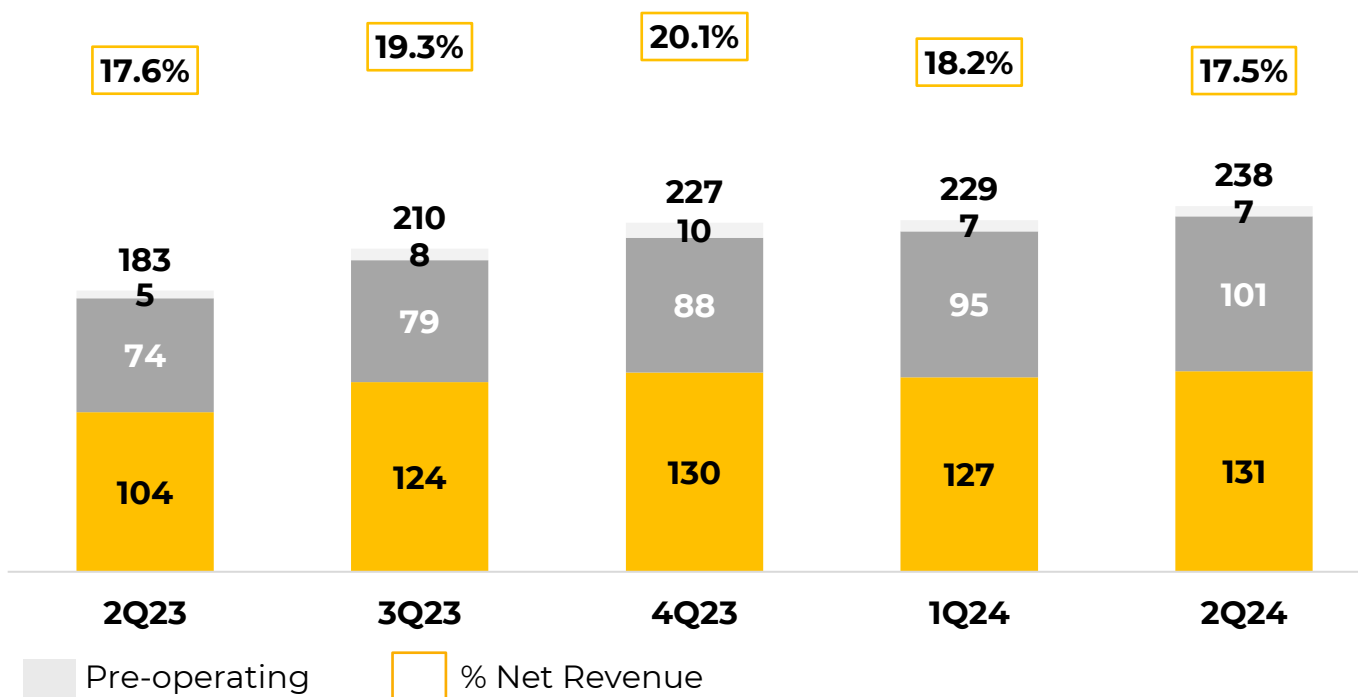
## VARIATION IN EXPENSES

(R\$ million)



## EVOLUTION OF EXPENSES

(R\$ million)

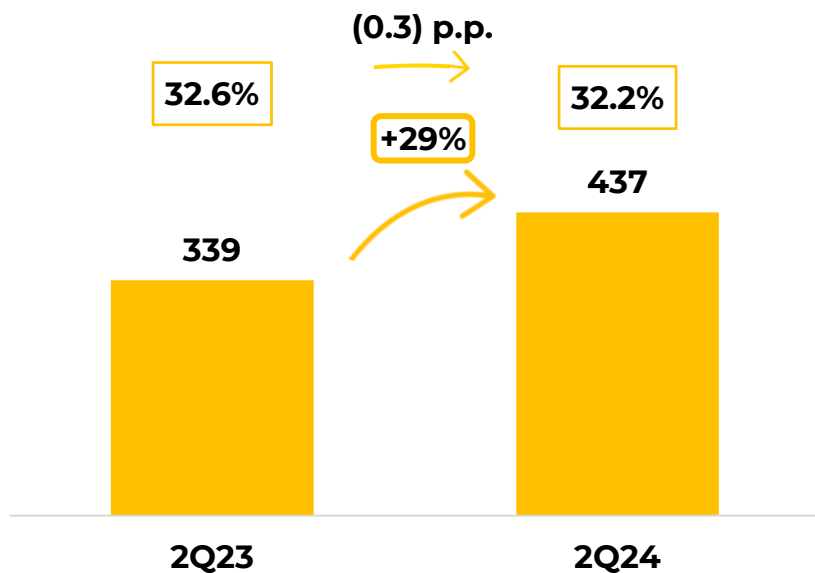


- Selling, general, and administrative expenses totaled **R\$238 million** in 2Q24, **+30% vs. 2Q23**, mainly reflecting the increase in selling expenses, **+36% vs. 2Q23**, due to the strong expansion of the club network
- General and administrative expenses totaled **R\$131 million** in 2Q24, **+26% vs. 2Q23**, representing **9.6% of net revenue** for the period, a **dilution of 0.4p.p.** compared to 2Q23
- Compared to 1Q24, SG&A expenses increased by 4%, resulting in a **0.6p.p. reduction as a % of net revenue in the quarter**, mainly reflecting the **dilution of 0.4p.p.** in G&A at the period



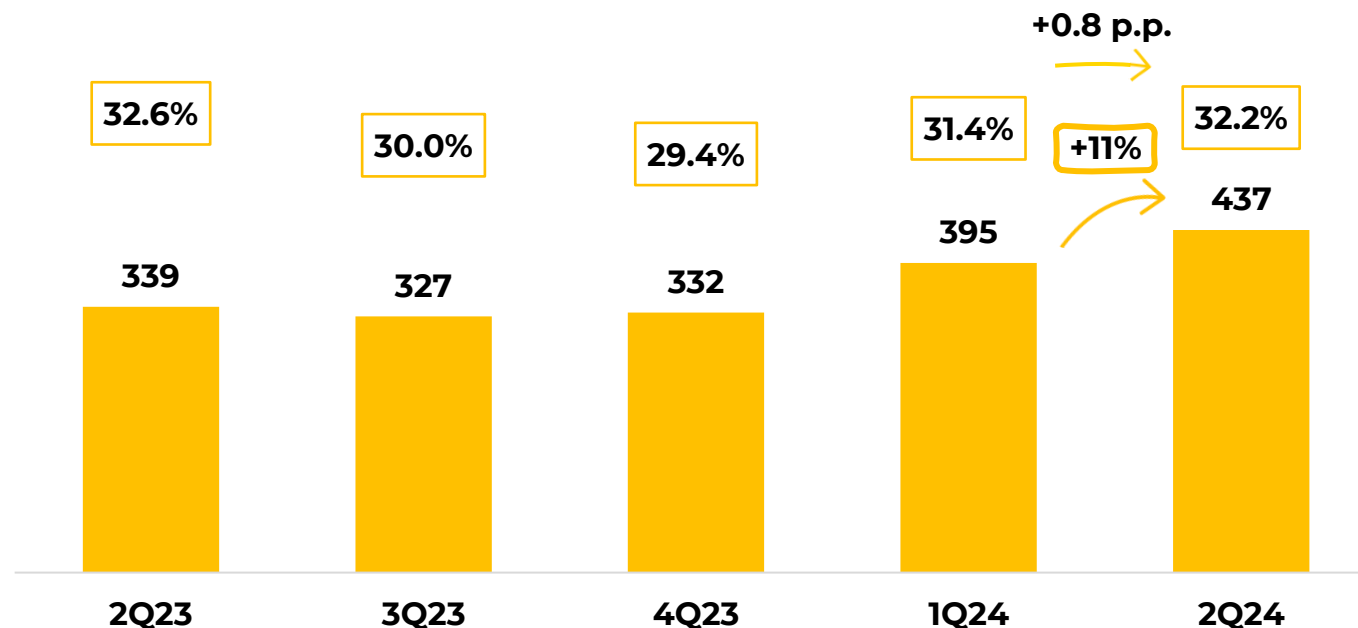
## VARIATION IN ADJUSTED EBITDA<sup>1</sup>

(R\$ million)



## EVOLUTION OF ADJUSTED EBITDA<sup>1</sup>

(R\$ million)



Adjusted EBITDA
  % Net Revenue

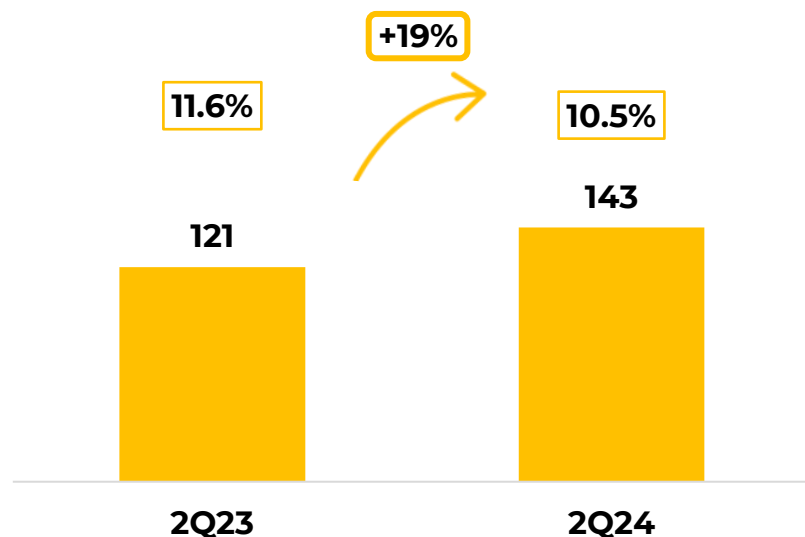
- Adjusted EBITDA<sup>1</sup> came to **R\$437 million** in 2Q24, the highest historical level for a quarter, showing robust growth of **+29% vs. 2Q23 and +11% vs. 1Q24**, with a margin of **32.2%** in 2Q24 (-0.3 p.p. vs. 2Q23)
- In the last 12 months, adjusted EBITDA reached a **record level of R\$1.5 billion**, with a margin of 30.8%
- Adjusted EBITDA before pre-operating expenses totaled **R\$455 million** in 2Q24, growth of **+30%** vs. 2Q23, with a margin of **33.5%** (-0.2p.p. vs. 2Q23)

(1) Excludes the positive effect of R\$176.6 million in 2Q23 from the revaluation of existing 50% stake in Panama due to the acquisition of control of this operation, in accordance with accounting standards in effect in the period.



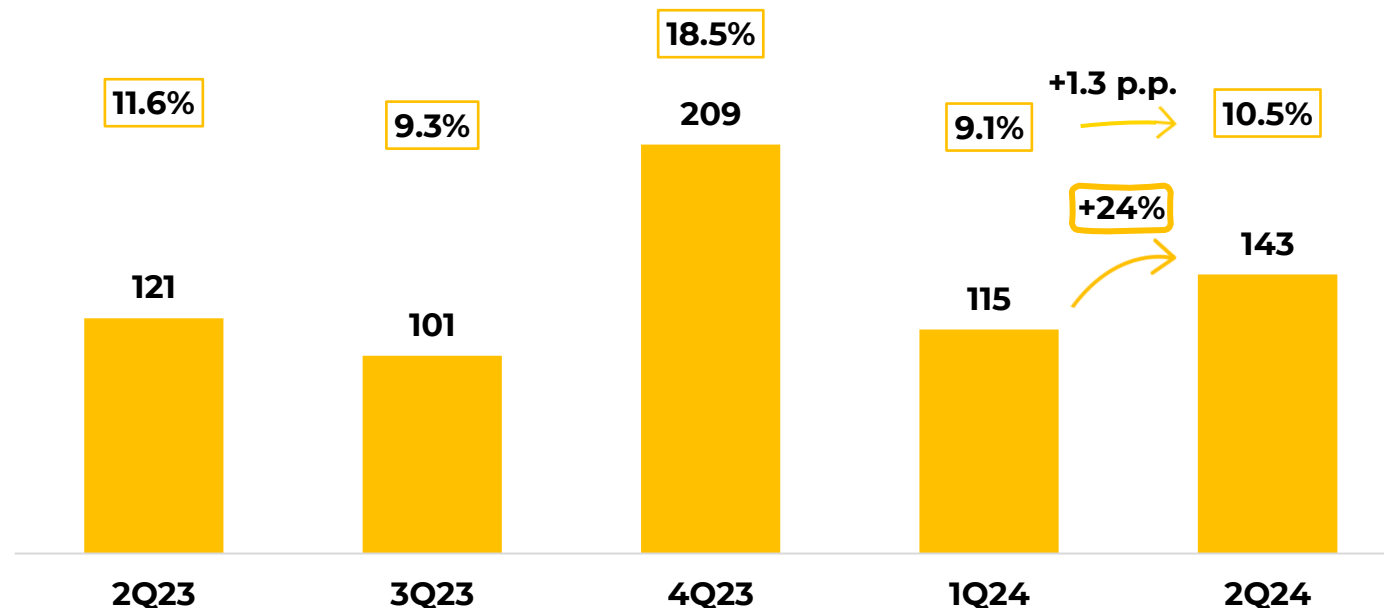
## VARIATION IN RECURRING NET INCOME<sup>1</sup>

(R\$ million)



## EVOLUTION OF RECURRING NET INCOME<sup>1</sup>

(R\$ million)



■ Recurring Net Income    □ Recurring Net Margin

- Recurring net income was **R\$143 million** in 2Q24, **+19%** vs. 2Q23, and a net margin of **10.5%**, mainly reflecting the operating leverage of the business, partially offset by the increase in depreciation, amortization, and financial expenses, a temporary effect of the acceleration of investments made by the Company.
- Compared to 1Q24, recurring net income grew by **+24%** due to the increase in adjusted EBITDA and the lower income tax and social contribution rate, positively impacted by the interest on equity declared in the quarter.
- In the last 12 months, recurring net income came to **R\$568 million**, resulting in a recurring net margin of **11.7%**

(1) "Recurring Net Profit (Loss)" excludes the impact related to the revaluation of the stake in the Panama and Costa Rica, and non-recurring financial expenses in 2Q24 of R\$22.1 million after IR/CSLL related to the prepayment of the 6th issue of debentures.

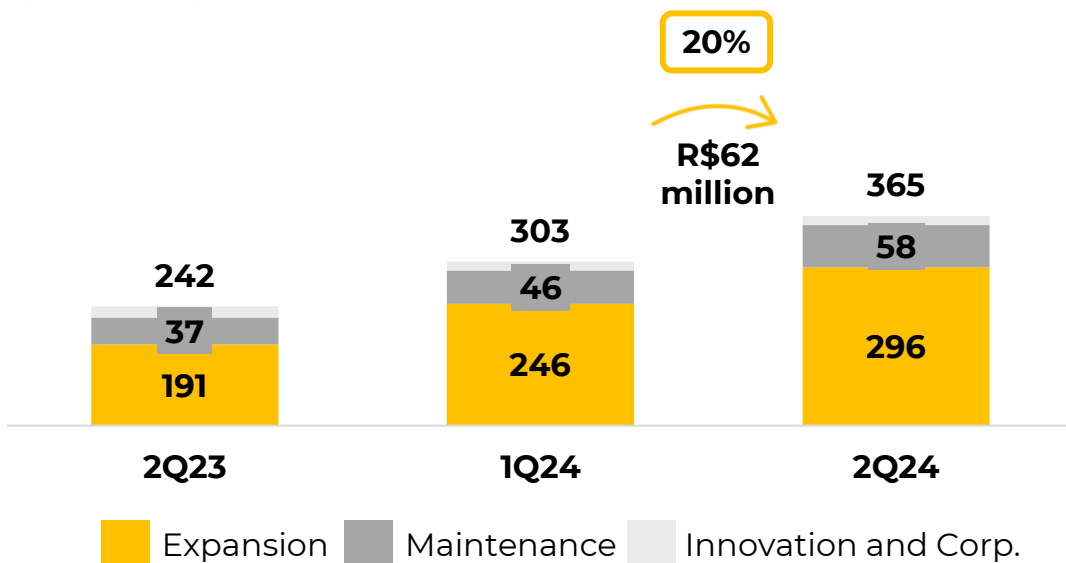


# FINANCIAL LIQUIDITY AND CAPEX

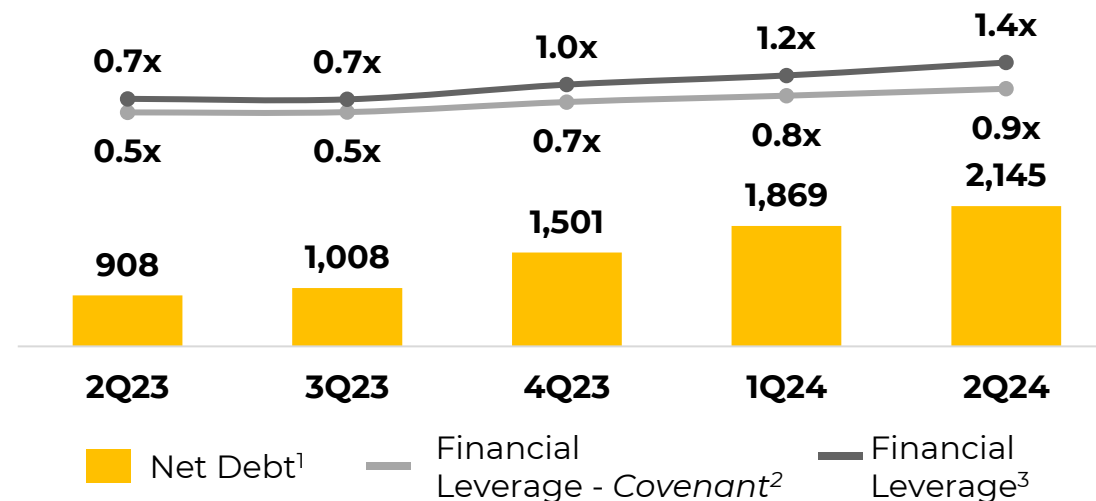
Robust cash position of R\$2.8 billion and lengthy debt profile

## CAPEX

(R\$ million)

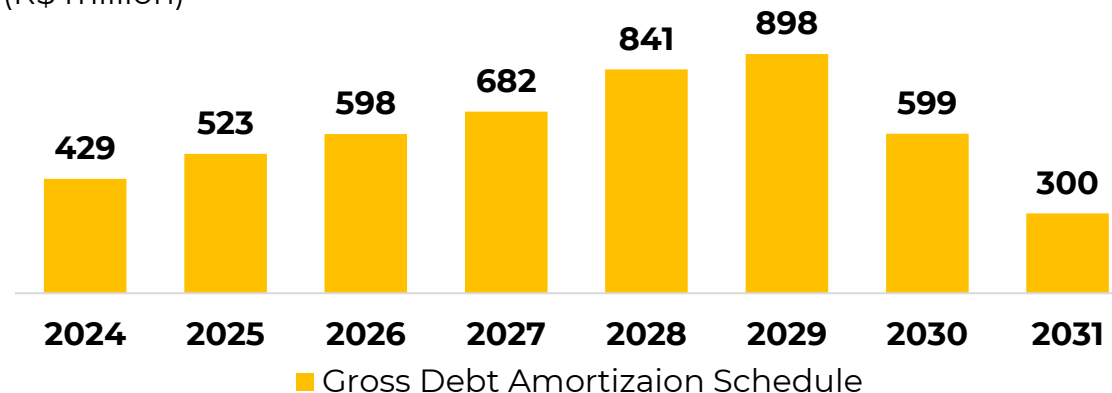


## NET DEBT<sup>1</sup> (R\$ MILLION) AND FINANCIAL LEVERAGE<sup>2,3</sup>



## GROSS DEBT REPAYMENT FLOW<sup>4</sup>

(R\$ million)



- Capex of **R\$365 million** in 2Q24, mainly reflecting the increase in investments in the expansion of the club network
- In the last 12 meses, the **maintenance capex** of Smart Fit clubs came to **R\$200 million**, representing **6.0%** of the gross revenue of mature units, which is in line with the strategy of offering a high standard experience
- Financial leverage ratio at **1.4x** vs. 1.2x in 1Q24. In July/24, the company carried out the 10th issue of debentures of R\$450 million

(1) "Net Debt" uses the definition of the Company's debentures. For more information, see the indenture (Portuguese only);

(2) The "Financial Leverage - Covenant" indicator is the "Adjusted Net Debt" divided by "EBITDA LTM" using the definition of net debt and EBITDA of the company's debentures;

(3) The "Financial Leverage" indicator considers the "Adjusted Net Debt" indicator, using the definition of the company's debentures, and the "EBITDA LTM" indicator, excluding the effects of IFRS16 regarding commercial leases related to the rent of clubs and offices;

(4) "Gross debt" considers short- and long-term loans, financing, and operating leases (excluding property leases) with financial institutions at the end of 2Q24.

## Instructions:

- To ask questions, click on the **Q&A** icon at the bottom of the screen.
- A request will appear on the screen to activate your microphone. Activate your microphone to ask questions.
- Please ask your questions all at once.

