

BK BRASIL

RESULTADOS DO 2T20



POPeYes



MESMO COM RETOMADA CONSISTENTE AO LONGO DOS ÚLTIMOS 3 MESES E SIGNIFICATIVA REDUÇÃO DE CUSTOS FIXOS, LIMITAÇÕES OPERACIONAIS LEVAM A UMA QUEDA DE 56,7% EM VENDAS *VERSUS* O 2T19.

Barueri, 06 de agosto de 2020 – O BK Brasil Operação e Assessoria a Restaurantes S.A. (B3: BKBR3), máster-franqueado da Burger King Corporation e Popeyes Louisiana Kitchen para o Brasil, anuncia hoje seus resultados do segundo trimestre de 2020. As informações trimestrais consolidadas da Companhia são apresentadas de acordo com o padrão contábil internacional – IFRS (*International Financial Reporting Standards*) emitido pelo IASB (*International Accounting Standards Board*) e com as práticas contábeis adotadas no Brasil. Os dados não financeiros e não contábeis não foram auditados pelos auditores independentes.

DESTAQUES

Divulgação de Resultados 2T20

Teleconferência e Webcast

7 de agosto de 2020 - 6ª feira

Em português com tradução simultânea para o inglês

Horário: 11h (BRT);
10h (US ET)

Dados para conexão: Do Brasil:

+55 11 4210-1803 ou
+55 11 3181-8565

De outros Países:

+1 412 717 9627 ou
+1 844 204 8942
(Toll Free)

Código: BK Brasil

Relações com Investidores:

Clayton Malheiros

Gabriel Guimarães
+55 11 2397-0369

Caroline Luccarini
+55 11 2397-0368

Jaqueline Furrier
+55 11 2397-0368

- **Receita operacional líquida** de R\$292,7 milhões no 2T20, representando uma queda de 56,7% *versus* 2T19;
- **Vendas comparáveis nos mesmos restaurantes** de -13,5% no 2T20;
- **Receita dos canais digitais (*Delivery*, *Totem* e *BK Express*)** cresce de R\$33,8 milhões para R\$107,1 milhões, +216,8%, atingindo 36,9% da receita no 2T20;
- **EBITDA ajustado** de R\$-92,0 milhões no 2T20; **Mg. EBITDA** de -31,4%;
- **Prejuízo líquido** de R\$186,7 milhões no 2T20;
- **Contratação de linhas de crédito** no valor total de **R\$250 milhões**;
- **Total de 868 restaurantes da marca Burger King e 41 restaurantes Popeyes** ao final do 2T20, com fechamento líquido de 4 lojas (1 abertura e 5 fechamentos).

Desempenho 1S20 x 1S19:

- **Receita operacional líquida** de R\$941,8 milhões no 1S20, representando uma queda de 29,8% *versus* 1S19;
- **Vendas comparáveis nos mesmos restaurantes** de -5,8% no 1S20;
- **EBITDA ajustado** de R\$-78,2 milhões no 1S20; **Mg. EBITDA** de -8,3%;
- **Prejuízo líquido** de R\$242,4 milhões no 1S20.

DESTAQUES FINANCEIROS - R\$ MILHÕES (CONSOLIDADO)	2T20	2T19	VAR.	1S20	1S19	VAR.
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	292,7	675,9	-56,7%	941,8	1.341,2	-29,8%
EBITDA AJUSTADO	(92,0)	95,1	-196,7%	(78,2)	179,2	-143,6%
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	-31,4%	14,1%	-4550bps	-8,3%	13,4%	-2170bps
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO	(186,7)	(0,6)	31016,7%	(242,4)	1,8	-13566,7%
DÍVIDA BRUTA	932,8	150,2	521,0%	932,8	150,2	521,0%
DÍVIDA LÍQUIDA (CAIXA LÍQUIDO)	353,2	(114,0)	-409,8%	353,2	(114,0)	-409,8%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.551,0	1.764,9	-12,1%	1.551,0	1.764,9	-12,1%

DESTAQUES OPERACIONAIS	2T20	2T19	VAR.	1S20	1S19	VAR.
# TOTAL DE RESTAURANTES	909	817	92	909	817	92
RESTAURANTES PRÓPRIOS						
# RESTAURANTES PRÓPRIOS INÍCIO DO PERÍODO	714	642	72	714	639	75
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES BURGER KING®	1	6	(5)	1	10	(9)
FECHAMENTOS RESTAURANTES BURGER KING®	(3)	(2)	(1)	(3)	(6)	3
AQUISIÇÕES / REPASSES DE RESTAURANTES BURGER KING®	-	-	-	-	-	-
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES POPEYES®	-	6	(6)	-	9	(9)
# RESTAURANTES PRÓPRIOS FIM DO PERÍODO	712	652	60	712	652	60
RESTAURANTES FRANQUEADOS						
# RESTAURANTES FRANQUEADOS INÍCIO DO PERÍODO	199	161	38	198	162	36
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES BURGER KING®	-	4	(4)	2	5	(3)
FECHAMENTOS RESTAURANTES BURGER KING®	(2)	-	(2)	(3)	(2)	(1)
AQUISIÇÕES / REPASSES DE RESTAURANTES BURGER KING®	-	-	-	-	-	-
# RESTAURANTES FRANQUEADOS FIM DO PERÍODO	197	165	32	197	165	32
CRESCIMENTO DE VENDAS COMPARÁVEIS MESMOS RESTAURANTES (SSS)	-13,5%	12,7%	-2620bps	-5,8%	10,1%	-1590bps

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Há aproximadamente 5 meses, com a eclosão de uma pandemia global, nos deparamos com o momento mais desafiador da nossa recente história. Uma crise sem precedentes, que impactou toda a população global e, consequentemente, nossos negócios.

Desde o começo dessa difícil jornada, definimos algumas prioridades, que estiveram no centro de todas as nossas decisões e nos ajudaram a navegar, durante esses últimos meses.

Por se tratar de uma crise de saúde pública, nosso maior foco nesse período foi a **proteção dos nossos colaboradores e clientes**. Para isso, conforme já anunciado ao público, todos os nossos salões foram fechados a partir de 23/03 e permaneceram assim até que entidades locais entendessem que a situação já estava melhor controlada, permitindo a flexibilização, com diferentes implicações práticas em cada região do país. Em nossos restaurantes, além do reforço dos já rigorosos procedimentos de higiene, criamos um restrito protocolo em casos de contaminação de algum colaborador. Nesses casos, automaticamente fechamos a unidade e o restante da equipe vai para testagem e quarentena. O restaurante passa por um processo de descontaminação que após finalizado, designamos uma nova equipe para operar aquela unidade. Distribuímos álcool em gel para nossos clientes e colaboradores e máscaras para o nosso time em todas as unidades, assim como termômetros para a medição de temperatura. Por fim, como adaptação para a retomada, instalamos placas de acrílico e adotamos medidas de distanciamento para que pudéssemos garantir a experiência mais segura possível para nossos clientes. **Reforçando nossa visão de longo prazo e nos preparando para uma retomada consistente, utilizamos os recursos disponíveis**, mesmo com mais de 60% dos restaurantes fechados, para manter o maior número de empregos possível. Com a aplicação da MP-936, suspendemos 9 mil contratos de trabalho, que, ao fim de junho, já estavam majoritariamente reativados. Para os nossos colaboradores que representam nossas icônicas marcas na linha de frente dos nossos negócios, atendendo nossos milhares de clientes, todos os dias, criamos um reconhecimento especial e distribuímos R\$6,3 milhões em uma iniciativa que carrega em seu nome, a sua importância: criamos o “Cheque Herói” a título de agradecimento e reconhecimento a todos os nossos funcionários, nesse importante momento cumprindo nosso importante papel de servir a comunidade durante a pandemia.

Em nosso escritório central, além das medidas já anunciadas de redução de salários e adequação de jornada, que variou de 25% a 50%, em todos os cargos, seguimos ao longo do segundo trimestre trabalhando em nossas casas. Continuamos entendendo, monitorando e suportando nosso time, para que o retorno possa ser de forma segura e eficiente.

Com todas as iniciativas implementadas em prol de protegermos nossos colaboradores e clientes, pudemos avançar para a **proteção do nosso negócio**.

Desde o início dessa pandemia, em virtude das incertezas em relação a possível duração dessa crise, tomamos medidas relevantes para a **proteção do caixa e da nossa liquidez**. A excelente posição com a qual entramos em 2020, nos permitiu ter espaço de manobras e rapidamente anunciamos captações adicionais de R\$170 milhões no primeiro trimestre e, na sequência, acessamos mais R\$250 milhões no segundo trimestre, para que pudéssemos ter a tranquilidade necessária, do ponto de vista de caixa, para tomarmos as melhores decisões para o nosso negócio, olhando não apenas o curto prazo, mas, principalmente, pensando em como poderíamos sair dessa situação mais fortes. Além disso, revisamos a nossa estratégia de investimentos e expansão, mantendo nosso foco nos mais de 900 restaurantes das duas marcas do nosso *portfólio*.

Com mais de 60% dos restaurantes fechados no começo do trimestre, sobretudo nossas operações *food court*, canalizamos nossos esforços para **capturar vendas através de outros canais**. Com diversas iniciativas, principalmente em *Delivery* e *Drive Thru*, que passaram a representar juntos aproximadamente 80% das vendas da Companhia no segundo trimestre, conseguimos avançar de uma primeira semana de abril com cerca de 30% da venda relativa ao período pré pandemia, para próximo de 55% ao fim de junho. Essa tendência continua em forte aceleração com a retomada das nossas operações, que fecharam o trimestre com 75% de disponibilidade e hoje, caminham para próximo de 90% dos nossos restaurantes reabertos. O crescimento de cerca de 100% no canal *Drive Thru*, derivado de uma mudança no consumo, uma estratégia de crescimento de *ticket* médio (+30%) com ofertas família e evolução na maturidade operacional, mostraram a resiliência desse modelo de loja que, apesar do cenário ainda existente de restrições, já apresenta SSS positivo no mês de julho. Nosso canal de *Delivery*, através dos novos agregadores e expansão da cobertura, cresceu mais de 200% *versus* o período anterior à pandemia. A oportunidade ainda está à frente, pois mesmo com todo este crescimento do *Delivery*, hoje apenas 50% da nossa cadeia de restaurantes trabalha com este canal. Essa forte performance ajudou a Companhia a saltar de uma **venda de canais digitais** (*Delivery*; *BK Express* e *Totem*) de R\$33,8 milhões no segundo trimestre de 2019, para mais de R\$107 milhões no segundo trimestre de 2020. Não temos dúvida da aceleração que esses canais tiveram no nosso negócio e já começamos a observar forte volume residual, mesmo com a recuperação das nossas vendas no balcão, na medida em que os restaurantes são reabertos e as medidas restritivas são flexibilizadas, principalmente nos shoppings. Por isso, aceleramos iniciativas que estavam planejadas para o futuro, como o *Delivery* próprio, que já está em operação, e um piloto de *Ghost Kitchen* que inicia a operação em agosto com as nossas duas marcas integradas em uma mesma unidade.

Continuamos fiéis na construção de **marca**, reforçando um posicionamento de diversidade e patrocinamos a parada LGBTQ+, mesmo que dessa vez, de forma virtual. Nos adaptamos rápido, investimos em *lives* musicais e criamos a campanha *#Ficaremcasaéfogo*, que recompensava com prêmios os nossos consumidores que cumpriam seu importante papel de isolamento social.

Nossa disciplina de custos, possibilitou que, mesmo com o difícil cenário de fechamentos de restaurantes por restrições impostas por órgãos oficiais, reduzíssemos 40% das nossas despesas fixas gerenciáveis, no nível do restaurante, quando comparadas as que incorreram no primeiro trimestre de 2020. Essas reduções vieram, principalmente, do benefício gerado pela MP-936 que desonerou consideravelmente nossas despesas com pessoal, do bom relacionamento que temos com nossos parceiros comerciais que resultou na renegociação de quase todos os nossos contratos de locação no período e dos ajustes feitos em contratos com prestadores de serviços e despesas administrativas.

Finalmente, seguimos fortes para a segunda metade de 2020, cientes do desafio que ainda impacta nossos resultados, mas convictos de que os fundamentos do nosso negócio, do nosso crescimento e da nossa capacidade de **adaptação** frente às oportunidades de mercado, seguem firmes e promissoras.

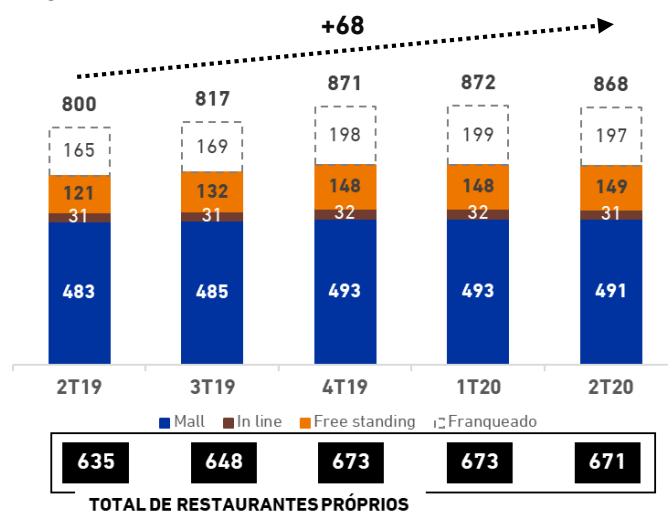
DESEMPENHO OPERACIONAL

Expansão da rede de restaurantes do sistema BURGER KING®

Ao longo do 2T20, a Companhia fez a abertura de 1 restaurante *Free Standing* e encerrou a operação de 3 unidades próprias, finalizando o trimestre com um total de 671 restaurantes próprios.

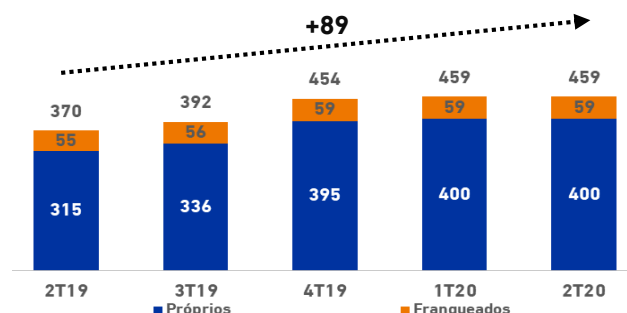
Quanto aos restaurantes operados por franqueados, o sistema BURGER KING® encerrou 2 unidades, finalizando o 2T20 com 197 unidades.

Assim sendo, o sistema BURGER KING® finalizou o trimestre com 868 restaurantes em operação no país, o que representa um crescimento líquido de 68 restaurantes nos últimos 12 meses.



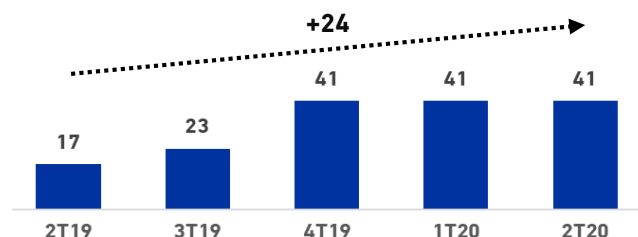
Expansão da rede de *dessert centers* BURGER KING®

Adicionalmente aos 868 restaurantes, o sistema BURGER KING® finalizou o 2T20 com 459 *dessert centers*, totalizando um crescimento de 89 unidades quando comparado ao 2T19.



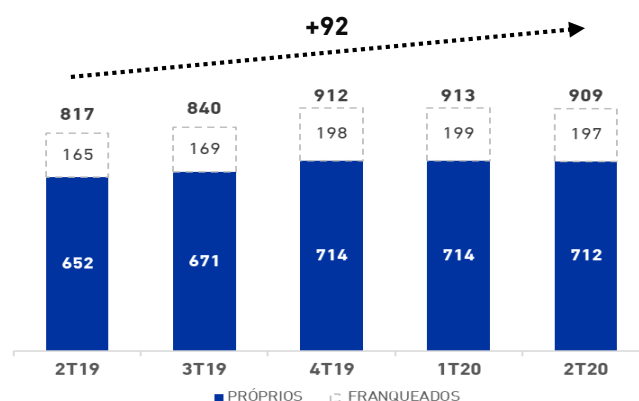
Expansão da rede de restaurantes do sistema POPEYES®

Ao longo do 2T20, o sistema POPEYES® manteve seu número de restaurantes e encerrou o trimestre com 41 unidades, sendo todos restaurantes próprios, localizados no estado de São Paulo.



Expansão da rede de restaurantes total

Com isso, encerramos o 2T20 com um total de 909 restaurantes geridos pela Companhia, dos quais 712 próprios das marcas BURGER KING® e POPEYES® e 197 restaurantes de franqueados da marca BURGER KING®.

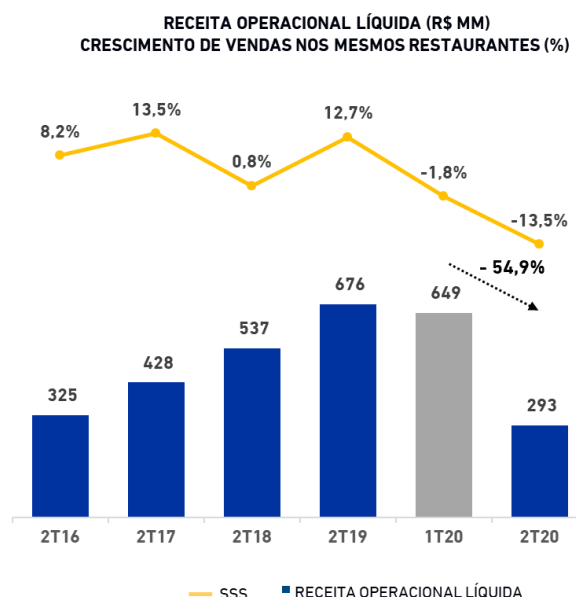


DESEMPENHO FINANCEIRO

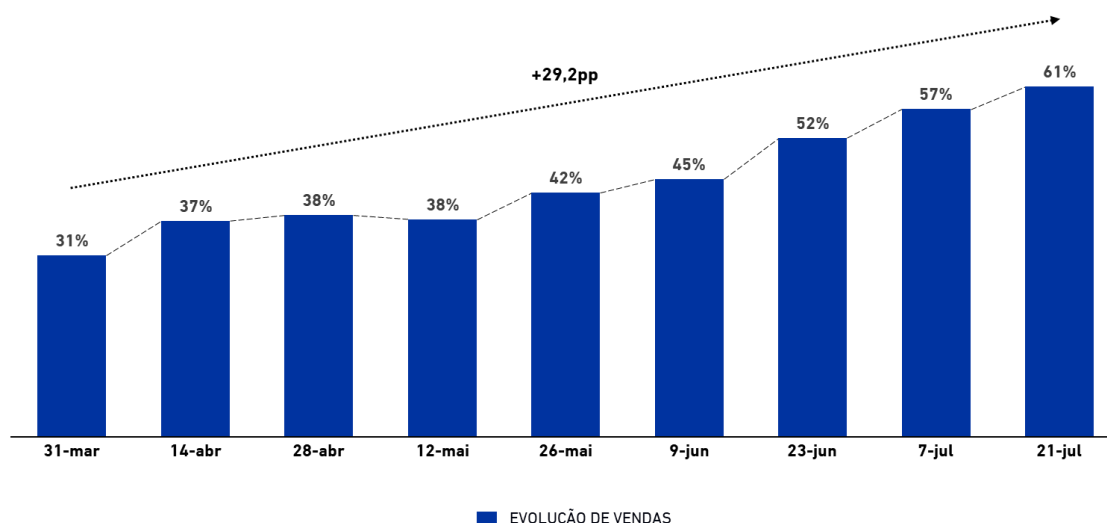
Receita operacional líquida

No 2T20, a receita operacional líquida da Companhia atingiu R\$292,7 milhões, queda de 56,7% quando comparada ao mesmo período do ano anterior, ou de 54,9% se comparada ao 1T20, em função dos efeitos da pandemia que culminaram no fechamento de nossas lojas a partir da segunda quinzena de março, estendendo-se a aproximadamente 60% da base ao longo dos meses de abril e maio. No decorrer do trimestre, com o resultado de nossas iniciativas, tanto em *drive thru* e *delivery*, quanto em reabertura de restaurantes, conseguimos crescer consistentemente nossos patamares de vendas *versus* o período pré pandemia. Além dos nossos já mencionados crescimentos de: aproximadamente 100% no *drive thru*, alavancado principalmente por +30% de *ticket* médio; crescimento de mais de 200% no *delivery* em função da expansão de agregadores e aumento da cobertura geográfica, com a retomada das nossas operações para 75% dos restaurantes abertos, conseguimos chegar ao fim de junho com uma venda próxima de 55% do período pré Covid.

Já ao longo dos meses de julho e início de agosto, continuamos a acompanhar uma forte recuperação com quase 90% dos nossos restaurantes já em operação e aproximadamente 65% da venda pré pandemia. Por fim, na comparação semestral, a receita operacional líquida caiu 29,8% *versus* o mesmo período do ano passado, totalizando R\$941,8 milhões.



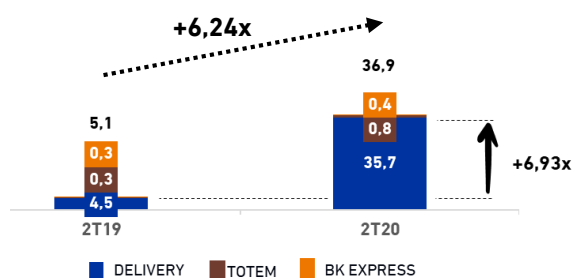
“ EVOLUÇÃO DE VENDAS DURANTE A PANDEMIA VS O PERÍODO PRÉ ”



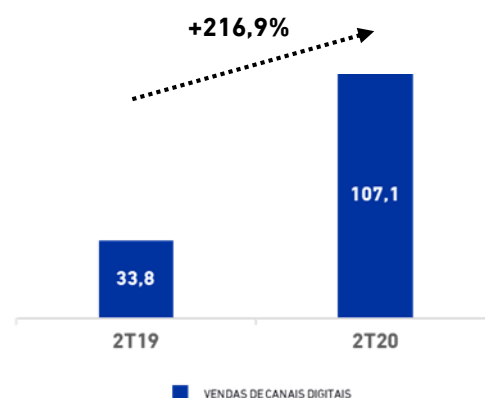
Digitalização de Vendas

A tecnologia tem exercido papel fundamental para capturarmos oportunidades relacionadas à mudança dos hábitos dos consumidores, com participação cada vez mais relevante dos canais digitais no *mix* de vendas. Dito isto, as vendas digitais representadas pelo *delivery*, totem e BK Express, atingiram 36,9% da receita da Companhia, *versus* 5,1%, representando um crescimento de 216,9% se comparado ao 2T19, com uma receita que passou de R\$33,8 milhões para R\$107,1 milhões.

CRESCIMENTO E REPRESENTATIVIDADE (%) DE VENDAS DIGITAIS SOBRE RECEITA TOTAL



No *delivery*, conforme mencionamos, o crescimento de 246% *em* relação ao mesmo período do ano anterior foi decorrente do aumento da capilaridade trazido pelos novos agregadores (Rappi e Ifood), e pela expansão da cobertura geográfica. Ainda assim, nosso volume segue muito concentrado no nosso parceiro mais antigo (Uber Eats), o que nos indica relevante oportunidade de crescimento em Rappi e Ifood, principalmente. Os totens de autoatendimento também têm sido uma importante ferramenta para dinamizar as interações com nossos clientes e já representam 6% das nossas vendas de balcão. Seguimos, com isso, convictos de que este canal será importantíssimo para digitalização e eficiência da experiência pós COVID.

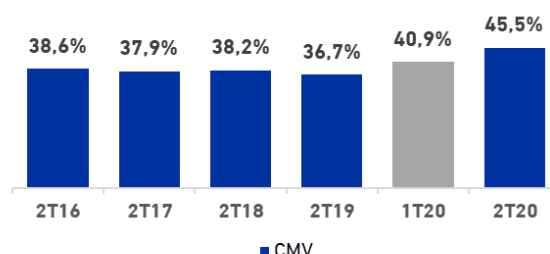


Em nosso aplicativo, que conta com a funcionalidade do BK Express, conseguimos, além das vendas, chegarmos à marca de 25 milhões de *downloads* e mais de 7 milhões de cadastros completos. Com isso, no decorrer do segundo trimestre, avançamos no nosso programa de CRM com exaustivos testes, que nos permitiram personalizar nossas interações com nossos clientes. Iniciativas estas que foram desde o envio de notificações pelo celular em datas comemorativas, até ofertas segmentadas para determinados perfis de consumidores. No decorrer do segundo semestre vamos acelerar o nosso programa de forma massificada.

Custo da mercadoria vendida e despesas com vendas

O custo da mercadoria vendida atingiu 45,5% da receita, um aumento de 880 bps *versus* o 2T19. Quando comparado ao 1T20 o aumento foi de 460 bps, explicado por um conjunto de efeitos correlacionados à pandemia e outros derivados da dinâmica do mercado. Conforme reforçamos no nosso último release, o *shift* de canais de vendas reduziu significativamente a incidência de bebidas e sobremesas no nosso *portfólio*, impactando negativamente a margem bruta. Além disso, a dinâmica de entrada nos novos agregadores nos fez ter uma estratégia mais agressiva de preços para que pudéssemos gerar *trial* e fidelizar os nossos clientes nestas novas plataformas. Ainda como desdobramento da pandemia, tivemos impacto de R\$6,2 milhões por perdas de produtos e custo logístico adicional para distribuição de produtos para os restaurantes que retomavam suas operações. À medida que nossa operação começa a retomar padrões mais normalizados, esses efeitos deixarão de impactar negativamente os resultados.

% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA



Já as despesas com vendas nos restaurantes, excluindo depreciação e amortização, representaram 76,9% da receita operacional líquida, resultado da forte desalavancagem operacional em virtude da perda de vendas ao longo do trimestre. Na comparação com o 1T20, as despesas reduziram 33,6%, resultado das ações de renegociação de despesas de ocupação e serviços com terceiros. Conforme citado em nosso último *call*, em adição às medidas iniciais relativas às nossas despesas com gente nos restaurantes, como a suspensão de contratos de experiência e antecipação de férias, a partir de abril, com a implementação da MP-936, suspendemos mais de 9 mil contratos de trabalho. Essas medidas nos ajudaram a ter uma economia de aproximadamente R\$48 milhões (-35,0%) quando comparada ao trimestre anterior, além da preservação de empregos que foi essencial para que não perdêssemos o conhecimento da nossa operação e pudéssemos ter velocidade na retomada. Como reconhecimento a todos os nossos colaboradores que estavam na linha de frente do nosso negócio nesse delicado momento, distribuímos R\$6,3 milhões em uma iniciativa de premiação aos colaboradores das lojas em operação.

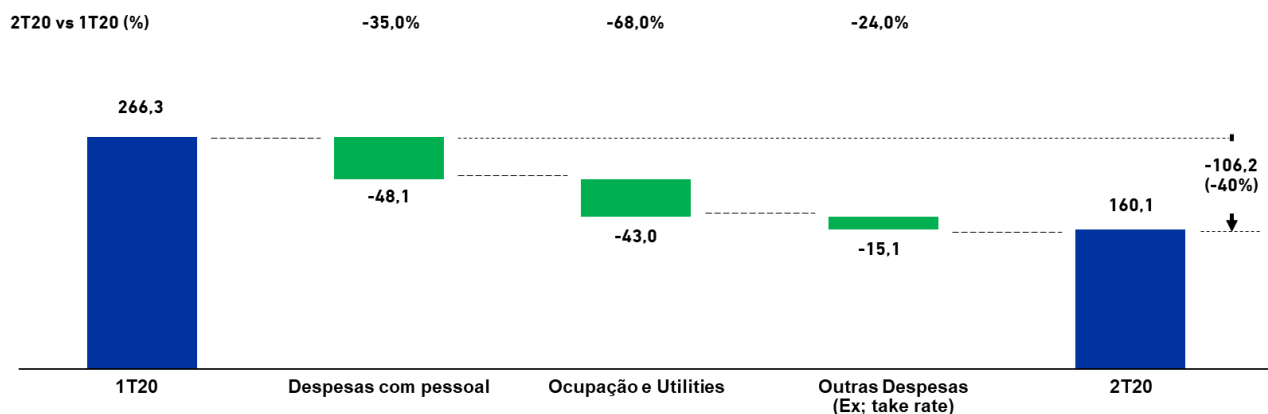
DESPESAS COM VENDAS (R\$ MM)



Desde o início da pandemia canalizamos também nossos esforços para conseguirmos uma significativa redução nos contratos de ocupação. Essa redução teve montante de aproximadamente R\$43 milhões (-68%) *versus* o 1T20, sendo destes, R\$14,6 milhões alocados em resultado financeiro. No segundo trimestre, com a desaceleração abrupta das vendas e já com alguns compromissos assumidos, tivemos um descasamento de despesas de marketing gerando um impacto de R\$8,8 milhões adicionais no resultado do trimestre. Esse

impacto pontual será compensado nos próximos trimestres fazendo com que essa despesa se mantenha em linha com patamares históricos de aproximadamente 5% da receita líquida em uma visão anualizada.

VARIAÇÃO MARGINAL DE DESPESAS FIXAS – 2T20 vs 1T20 – “RESTAURANT LEVEL”



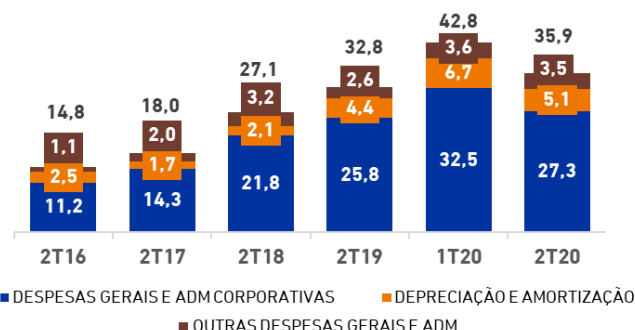
Adicionalmente, ainda como desdobramento da pandemia, tivemos ao longo do 2T despesas extraordinárias, como: o envio de máscaras a todos nossos colaboradores, compra de termômetros, materiais para reforço dos nossos já rigorosos procedimentos de higiene e instalações de placas de acrílico em nossos restaurantes. Os custos dessas iniciativas foram de aproximadamente R\$3,5 milhões. Por último, com o crescimento da proporção do *delivery* no nosso negócio ao longo do 2T, tivemos significativo impacto na linha “outras despesas com vendas” relativo aos custos de *take rate*.

Durante o segundo trimestre, com a soma de todos esses efeitos, as iniciativas não recorrentes derivadas da pandemia totalizaram aproximadamente **R\$26 milhões**.

Despesas gerais e administrativas totais

As despesas gerais e administrativas tiveram uma forte redução em relação ao primeiro trimestre de 2020 de aproximadamente R\$7 milhões, principalmente em virtude dos ajustes de quadro, reduções de salários e despesas administrativas. No entanto, em função da forte desalavancagem operacional decorrente dos restaurantes fechados, representaram 12,3% da receita operacional líquida no 2T20, um crescimento de 570 bps *versus* o trimestre anterior.

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS TOTAIS (R\$ MM)



A Companhia implementou medidas significativas em G&A, como a redução entre 25 e 50% dos salários de todos os colaboradores, o congelamento de novas posições, ajustes de quadro de pessoal em algumas áreas e controle rígido de despesas discricionárias. Ainda como desdobramento da pandemia e, cientes do nosso papel em prol da sociedade, realizamos uma doação de R\$1,0 milhão ao SUS para ajudar no combate ao vírus, além de outros R\$100 mil destinados à doação de produtos.

EBITDA Ajustado

No 2T20, o EBITDA ajustado atingiu R\$-92,0 milhões, retração de 196,7%, explicada pelos fortes impactos na receita decorrente dos fechamentos das lojas em função da pandemia, gerando desalavancagem operacional relevante em virtude da não diluição dos custos fixos existentes nos restaurantes fechados.

No primeiro semestre de 2020, o EBITDA ajustado atingiu R\$-78,2 milhões, queda de 143,6% comparada ao mesmo período do ano anterior, com margem EBITDA ajustada de -8,3% *versus* 13,4% no 1S19.

EBITDA - R\$ MILHÕES	2T20	2T19	VAR %	1S20	1S19	VAR %
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(186,7)	(0,6)	31016,7%	(242,4)	1,8	-13566,7%
(+) RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO	10,9	15,0	-27,3%	27,3	31,5	-13,3%
(+) DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	79,6	74,0	7,6%	159,2	145,9	9,1%
(+/-) IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	0,0	1,3	-100,0%	(31,8)	(9,9)	221,2%
EBITDA	(96,3)	89,8	-207,2%	(87,7)	169,3	-151,8%
MARGEM EBITDA	-32,9%	13,3%	-4620bps	-9,3%	12,6%	-2190bps
(+) OUTRAS DESPESAS	1,4	0,1	1300,0%	1,5	1,4	7,1%
(+) CUSTOS COM PLANO DE OPÇÃO DE COMPRA DE AÇÕES	2,0	0,7	185,7%	5,5	1,3	323,1%
(+) DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	0,1	1,8	-94,4%	0,1	2,5	-96,0%
(+) DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	0,8	2,8	-71,4%	2,5	4,7	-46,8%
EBITDA AJUSTADO	(92,0)	95,1	-196,7%	(78,2)	179,2	-143,6%
MARGEM EBITDA AJUSTADA	-31,4%	14,1%	-4550bps	-8,3%	13,4%	-2170bps

Lucro (Prejuízo) líquido

O prejuízo líquido atingiu R\$186,7 milhões no 2T20, *versus* o prejuízo líquido de R\$0,6 milhão no 2T19. Esse resultado foi impactado majoritariamente pela atividade operacional que foi muito comprometida no decorrer de todo o segundo trimestre desse ano. Na comparação semestral o prejuízo líquido foi de R\$242,4 milhões,

comparado com um lucro líquido de R\$1,8 milhão no 1S19.

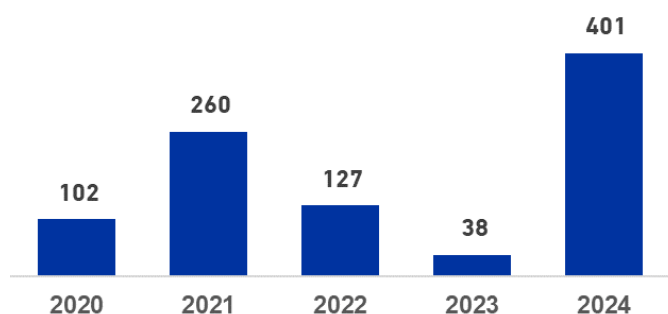
Endividamento total

Em junho de 2020 o endividamento bruto total da Companhia atingiu R\$932,8 milhões, já refletindo a captação de R\$250 milhões realizada no trimestre, dos quais R\$50 milhões em abril e R\$200 milhões em junho – sendo este último empréstimo, com prazo médio superior a 30 meses, visando alongar o passivo financeiro de curto prazo da Companhia. Com isso, o caixa total disponível foi de R\$579,6 milhões ao final do 2T20. Consequentemente, em junho de 2020 a Companhia possuía uma dívida líquida de R\$353,2 milhões, comparado a um caixa líquido de R\$114,0 milhões no mesmo período de 2019.

Com relação a alavancagem financeira, se retirarmos os efeitos não recorrentes gerados pela pandemia do EBITDA Ajustado, teríamos um indicador de 3,4x.

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO - R\$ MILHÕES	JUN/20	JUN/19	VAR %
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	932,8	150,2	521,0%
CIRCULANTE	330,4	43,9	652,6%
NÃO CIRCULANTE	602,4	106,4	466,2%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA E APLICAÇÕES FINANCEIRAS	579,6	264,2	119,4%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA E APLICAÇÕES (CIRCULANTE)	578,2	252,5	129,0%
APLICAÇÕES FINANCEIRAS (NÃO CIRCULANTE)	1,4	11,8	-88,1%
ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO	353,2	(114,0)	-409,8%
EBITDA AJUSTADO (12M)	78,5	316,7	-75,2%
<i>ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO / EBITDA AJUSTADO (12M)</i>	<i>4,5x</i>	<i>(0,4x)</i>	<i>4,9x</i>

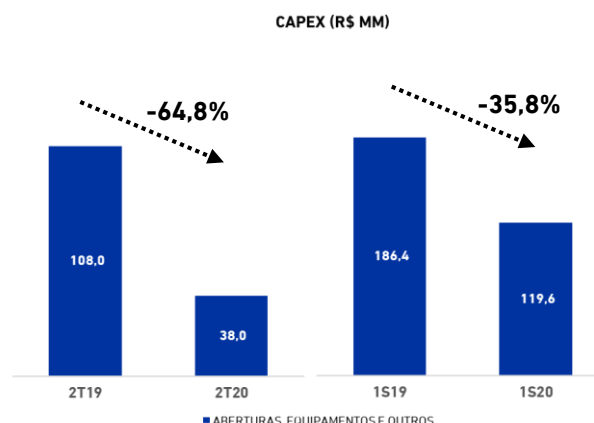
CALENDÁRIO DE AMORTIZAÇÃO DE DÍVIDAS (R\$ MM)



Investimentos (CAPEX)

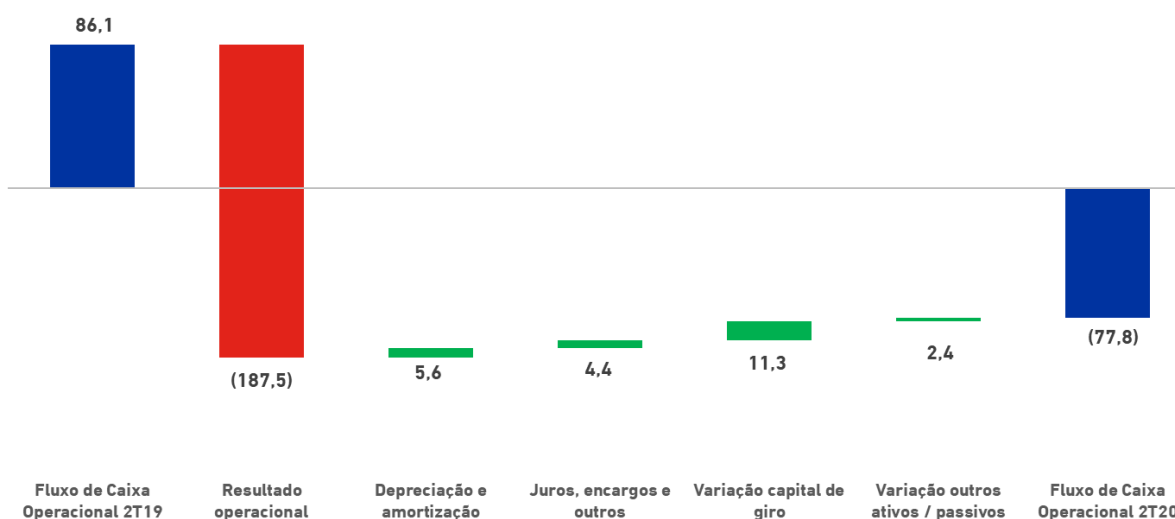
Os investimentos totais da Companhia atingiram R\$38,0 milhões no 2T20, queda de 64,8% quando comparada ao 2T19. Esta redução está atrelada à suspensão temporária do plano de expansão da Cia. previsto para 2020, em virtude das medidas de proteção de liquidez implementadas para proteger o negócio das incertezas causadas pelo COVID-19.

Para o semestre, o CAPEX apresentou declínio de 35,8% comparado ao 1S19, atingindo R\$119,6 milhões.



Fluxo de caixa operacional

No 2T20, o consumo de caixa operacional da Companhia foi de R\$77,8 milhões, R\$163,9 milhões acima do mesmo período do ano anterior, notadamente em razão do declínio do resultado operacional, impactado pela retração das vendas em decorrência do fechamento de lojas pelo COVID-19.



DEFINIÇÕES

- **BK Express:** Funcionalidade que considera os pedidos previamente efetuados pelo aplicativo para retirada em loja;
- **CRM:** *Customer Relationship Management* – ferramenta para gestão de fluxo de informações captadas de clientes;
- **Delivery:** Entrega do pedido para um destino predefinido pelo cliente;
- **Drive-thru:** Modalidade que permite que os clientes façam pedidos sem sair de seus carros;
- **Dessert Centers:** Pontos de venda de sobremesas;
- **EBITDA ajustado:** é uma medida não contábil elaborada pela Companhia, que corresponde ao EBITDA ajustado por despesas pré-operacionais, despesas com aquisições e incorporações e outras despesas, que na visão da Administração da Companhia não fazem parte das operações normais do negócio e/ou distorcem a análise do desempenho operacional da Companhia incluindo: (i) baixas de ativo imobilizado (sinistros, obsolescência, resultado da venda de ativos e provisões de *impairment*); e (ii) custos com plano de ações;
- **MAU:** *Monthly active users* - número de usuários ativos mensais;
- **Modelos de lojas:** (i) *Free standings*: Lojas de rua com presença de pista *drive-thru*; (ii) *Mall*: Lojas localizadas em shopping centers, hipermercados e terminais aero | rodoviários; (iii) *In line*: Lojas com acesso direto a via pública, que possuem salões internos com mesas e assentos;
- **NRG:** *Net Restaurants Growth* - Crescimento Líquido de Restaurantes;
- **Vendas comparáveis nos mesmos restaurantes ou Same Store Sales (SSS):** Seguindo a metodologia de cálculo da RBI, considera as vendas dos restaurantes Burger King operados pelo BK Brasil abertos há mais de 13 meses e de restaurantes Popeyes abertos há mais de 17 meses em relação ao mesmo período do ano anterior. Adicionalmente, restaurantes fechados por mais de 7 dias consecutivos dentro de um mês são expurgados da base comparável.
- **Repasses:** Venda de restaurantes próprios para franqueados;
- **Self ordering kiosks:** Totem de autoatendimento;

Todos os resultados se referem a operação própria exceto *Net Restaurants Growth* (NRG) de restaurante.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADA 2T20 (R\$ MILHÕES)

	2T20	2T19	VAR %
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	292,8	675,9	-56,7%
RECEITA BRUTA DE VENDAS	319,2	723,4	-55,9%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE VENDAS	(30,8)	(51,8)	-40,5%
RECEITA BRUTA DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	4,8	4,7	2,1%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	(0,5)	(0,5)	0,0%
CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	(133,2)	(247,8)	-46,2%
LUCRO BRUTO	159,6	428,1	-62,7%
TOTAL DESPESAS COM VENDAS	(299,6)	(379,5)	-21,1%
DESPESAS COM PESSOAL	(91,1)	(128,0)	-28,8%
ROYALTIES E FUNDO DE MARKETING	(34,5)	(62,1)	-44,4%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(35,3)	(54,2)	-34,9%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(0,8)	(2,8)	-71,4%
DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	(74,5)	(69,5)	7,2%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(63,3)	(62,8)	0,8%
TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(35,9)	(32,8)	9,5%
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(27,4)	(25,8)	6,2%
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	(5,1)	(4,4)	15,9%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	(0,1)	(1,8)	-94,4%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO E IMPAIRMENT	(1,4)	(0,1)	1300,0%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	(2,0)	(0,7)	185,7%
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	(175,9)	15,8	-1213,3%
RESULTADO FINANCEIRO	(10,9)	(15,0)	-27,3%
DESPESAS FINANCEIRAS	(30,4)	(20,9)	45,5%
RECEITAS FINANCEIRAS	19,5	5,9	230,5%
RESULTADO ANTES DO IR E CSLL	(186,7)	0,8	-23437,5%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	-	(1,3)	-100,0%
IMPOSTOS CORRENTES	-	-	0,0%
IMPOSTOS DIFERIDOS	-	(1,3)	-100,0%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(186,7)	(0,6)	31016,7%

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO 2T20 (R\$ MILHÕES)

	30/06/2020	31/12/2019
ATIVO	3.537,3	3.528,1
ATIVO CIRCULANTE		
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	35,7	325,3
TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	542,5	278,8
CONTAS A RECEBER	66,2	60,4
ESTOQUES	92,1	99,0
IMPOSTOS A RECUPERAR	26,8	27,6
PAGAMENTOS ANTECIPADOS	32,0	46,1
DEMAIS CONTAS A RECEBER	21,0	25,2
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	816,3	862,4
ATIVO NÃO CIRCULANTE		
TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	1,4	1,4
IMPOSTOS A RECUPERAR	79,7	73,1
DEPÓSITOS JUDICIAIS	33,6	33,4
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	23,4	-
DEMAIS CONTAS A RECEBER	16,7	4,5
IMOBILIZADO	1.164,4	1.163,6
INTANGÍVEL	1.401,8	1.389,7
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	2.721,0	2.665,7
TOTAL DO ATIVO	3.537,3	3.528,1
PASSIVO	1.986,3	1.741,4
PASSIVO CIRCULANTE		
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	330,4	116,6
FORNECEDORES	146,2	286,4
PASSIVOS DE ARRENDAMENTO	107,8	99,2
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	85,1	96,6
OBRIGAÇÕES CORPORATIVAS	6,5	23,8
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	13,6	25,2
RESULTADO DIFERIDO, LÍQUIDO	8,8	9,1
DIVIDENDOS E JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO	-	10,1
DEMAIS CONTAS A PAGAR	16,5	4,7
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	714,8	671,6
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	602,4	403,3
PROVISÃO PARA DEMANDAS JUDICIAIS	22,7	16,3
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	11,7	12,6
RESULTADO DIFERIDO, LÍQUIDO	14,9	17,9
PASSIVOS DE ARRENDAMENTO	602,6	594,1
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	-	8,5
DEMAIS CONTAS A PAGAR	17,3	17,2
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	1.271,5	1.069,9
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CAPITAL SOCIAL	950,8	950,8
RESERVA DE LUCROS	134,6	134,6
RESERVAS DE CAPITAL E PLANO DE OPÇÃO DE AÇÕES	730,9	725,4
AÇÕES EM TESOURARIA	(24,2)	(24,2)
OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	1,3	0,0
LUCRO (PREJUÍZO) ACUMULADO	(242,4)	-
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.551,0	1.786,6
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	3.537,3	3.528,1

FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO 2T20 (R\$ MILHÕES)

	2T20	2T19
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES OPERACIONAIS	(77,8)	86,1
CAIXA GERADO NAS OPERAÇÕES	(78,0)	99,6
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(186,8)	0,8
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO DO IMOBILIZADO E INTANGÍVEL	51,5	48,1
AMORTIZAÇÕES DE ARRENDAMENTOS	28,1	25,9
JUROS, ENCARGOS, VARIAÇÃO CAMBIAL E MONETÁRIA	17,4	15,1
OUTROS	11,9	9,8
VARIAÇÕES NOS ATIVOS E PASSIVOS	0,2	(13,5)
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES, LÍQUIDOS	5,3	(2,8)
ESTOQUES	(3,1)	(9,6)
OBRIGAÇÕES CORPORATIVAS	(2,3)	1,6
PAGAMENTOS ANTECIPADOS	2,2	4,3
FORNECEDORES E ALUGUÉIS A PAGAR	25,0	27,4
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	6,2	1,1
OUTRAS VARIAÇÕES DE ATIVOS E PASSIVOS	(33,1)	(35,5)
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	(178,9)	9,1
AQUISIÇÃO DE IMOBILIZADO	(37,4)	(93,0)
AQUISIÇÃO DE INTANGÍVEL	(0,5)	(15,0)
GASTOS REEMBOLSÁVEIS COM OFERTA DE AÇÕES	-	(2,2)
APLICAÇÕES EM TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	(444,9)	(30,2)
RESGATE DE TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	304,0	149,6
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	223,0	(49,6)
CAPITAL INTEGRALIZADO NO PERÍODO	-	3,0
CAPTAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS (PRINCIPAL)	250	-
CUSTOS SOBRE CAPTAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS	(2)	-
PAGAMENTO DE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS (PRINCIPAL)	(6,3)	(16,8)
JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO A PAGAR	-	(3,6)
PAGAMENTOS DE PASSIVOS DE ARRENDAMENTOS	(19,0)	(32,3)
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES	(33,6)	45,6
SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	69,3	99,9
SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	35,7	145,5