

# DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

## 1T26

# zamp

## DESTAQUES (1T26 vs 1T25)

- » RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA DE R\$ 1,3 BILHÃO NO TRIMESTRE (+15% VS. 1T25);
- » CRESCIMENTO DE 28,3% EM VENDAS DIGITAIS (TOTEM, DELIVERY, APP), QUE REPRESENTARAM 60,6% DA RECEITA DA COMPANHIA.
- » VENDAS COMPARÁVEIS DE 6,0% PARA BURGER KING®, 25,4% PARA POPEYES®, 11,6% PARA STARBUCKS® E 20,6% EM SUBWAY®;
- » EBITDA AJUSTADO DE R\$ 123 MILHÕES, REDUÇÃO DE 2,9% YoY;
- » MARGEM BRUTA DE 66,7% (+333bps VS 1T25);
- » DÍVIDA LÍQUIDA ATINGE R\$ 947,1 MILHÕES E ALAVANCAGEM EM 2,1X;

# EVENTO SUBSEQUENTE

---

## **Emissão de Notas Comerciais Escriturais**

Em abril de 2026, a Companhia realizou o cancelamento da 12ª emissão de debêntures e, mediante a esse fato, também em abril de 2026, foi realizada a emissão da 3ª série de Notas Comerciais Escriturais, em série única, no total de R\$500.000 com valor nominal unitário de R\$1, as quais foram creditadas na conta bancária da Companhia.

O prazo de vigência é de 2 anos contados da data de emissão, com vencimento em abril de 2028 e cláusulas de *covenants* similares as demais dívidas financeiras da Companhia.

Os recursos captados serão destinados para fins corporativos gerais, incluindo, mas não se limitando a reforço de capital de giro, pagamento de obrigações e investimentos em expansão e/ou no curso regular dos negócios da Companhia.

A Administração da Companhia avaliou que este evento não afeta as informações apresentadas nas informações financeiras trimestrais individuais e consolidadas do período findo em 31 de março de 2026.

## **Deliberações de AGEO**

Em Assembleia Geral Extraordinária e Ordinária realizada em abril de 2026, foram aprovadas as demonstrações financeiras, o relatório da Administração e as contas dos administradores referentes ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2025, bem como a destinação do resultado, com a manutenção do prejuízo apurado na conta de prejuízos acumulados, sem distribuição de dividendos.

Nessa mesma data, foi aprovado o grupamento da totalidade das ações ordinárias de emissão da Companhia, na proporção de 1.000 ações para 1 ação, sem alteração do valor do capital social.

Adicionalmente, foram aprovadas matérias relacionadas à governança, incluindo a composição do Conselho de Administração e a remuneração global anual dos administradores para o exercício de 2026.

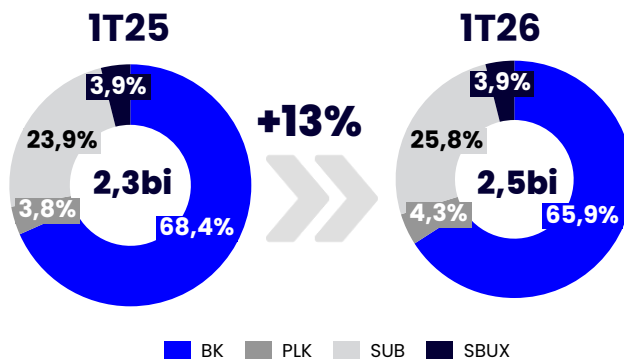
# INDICADORES CONSOLIDADOS

## ZAMP

### DESTAQUES FINANCEIROS – R\$ milhões (CONSOLIDADO)

	1T26	1T25	VAR%
<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	<b>1.326,4</b>	<b>1.158,6</b>	<b>14,5%</b>
CMV	(441,8)	(424,4)	-4,1%
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	33,3%	36,6%	-333bps
<b>EBITDA AJUSTADO</b>	<b>122,9</b>	<b>126,7</b>	<b>-2,9%</b>
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	9,3%	10,9%	-166bps
<b>EBITDA AJUSTADO SEM IFRS 16</b>	<b>52,5</b>	<b>60,1</b>	<b>-12,6%</b>
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	4,0%	5,2%	-123bps
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO	(108,9)	(43,5)	-150,2%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO SEM IFRS 16	(107,8)	(43,3)	-149,2%
DÍVIDA BRUTA	1.246,4	1.118,6	11,4%
<b>DÍVIDA LÍQUIDA (EX – IFRS 16)</b>	<b>947,1</b>	<b>743,1</b>	<b>27,5%</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>1.394,3</b>	<b>1.519,1</b>	<b>-8,2%</b>

### VENDA BRUTA DO SISTEMA<sup>1</sup>



Com as quatro marcas integradas ao portfólio, o ecossistema Zamp movimentou uma receita bruta de R\$2,5 bilhões no primeiro trimestre de 2026, um avanço de 13% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior que já contava com as operações da Subway® e da Starbucks®.

A expansão da margem bruta consolidada é um reflexo da estratégia de revenue management que a Companhia segue adotando como forma de mitigar os impactos da pressão inflacionária. Ainda, a diversificação da receita da Companhia, com maior receita de serviços decorrente da operação de Subway®, contribui para diluição adicional do custo de mercadoria vendida na visão consolidada.

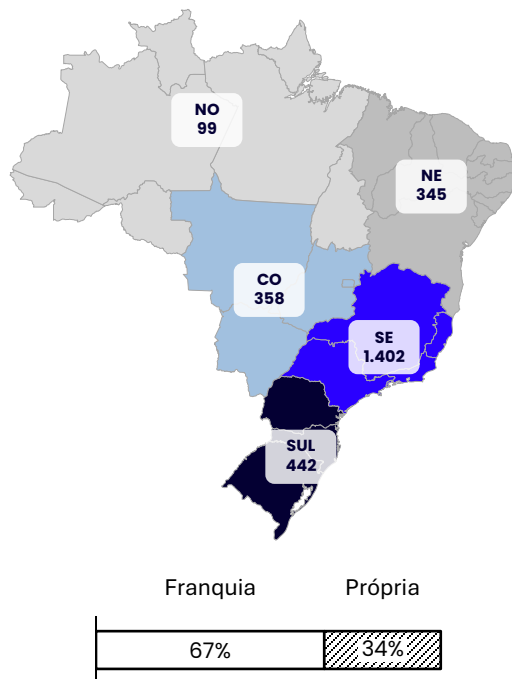
Por fim, o EBITDA Ajustado totalizou R\$ 122,9 milhões no período, uma redução de 2,9% em relação ao mesmo trimestre de 2025, decorrente de maiores investimentos em SG&A com o objetivo de oferecer uma melhor experiência ao cliente, além de fortalecer a estrutura corporativa para suportar o crescimento das novas marcas.

(1) Venda bruta Sistema: somatório de vendas de lojas próprias e franqueadas, considera o total anual transacionado por todas as marcas, excluídos cancelamentos e descontos.

# PORTFÓLIO DE LOJAS SISTEMA ZAMP

## # LOJAS POR MARCA (fim do período)

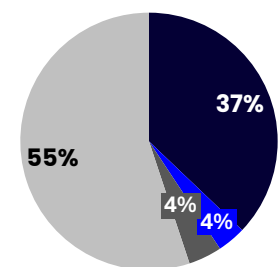
	1T26	1T25	VAR
<b>BURGER KING</b>	<b>982</b>	<b>959</b>	<b>23</b>
RESTAURANTES PRÓPRIOS	695	685	10
RESTAURANTES FRANQUEADOS	287	274	13
<b>POPEYES</b>	<b>95</b>	<b>89</b>	<b>6</b>
RESTAURANTES PRÓPRIOS	87	81	6
RESTAURANTES FRANQUEADOS	8	8	0
<b>STARBUCKS</b>	<b>111</b>	<b>114</b>	<b>-3</b>
RESTAURANTES PRÓPRIOS	111	114	-3
RESTAURANTES FRANQUEADOS	0	0	0
<b>SUBWAY</b>	<b>1458</b>	<b>1518</b>	<b>-60</b>
RESTAURANTES PRÓPRIOS	0	0	0
RESTAURANTES FRANQUEADOS	1458	1518	-60
<b>ZAMP</b>	<b>2646</b>	<b>2680</b>	<b>-34</b>
RESTAURANTES PRÓPRIOS	893	880	13
RESTAURANTES FRANQUEADOS	1753	1800	-47



## FOOTPRINT

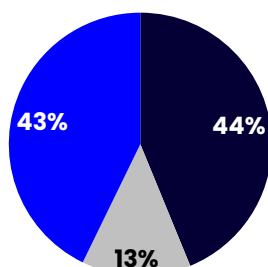
TOTAL 2.646

### DISTRIBUIÇÃO POR MARCA



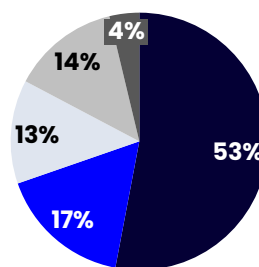
■ Burger King\* ■ Starbucks\*  
■ Popeyes\* ■ Subway\*

### DISTRIBUIÇÃO POR FORMATO<sup>1</sup>



■ Mall ■ Free Standing ■ In Line

### DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA



■ SE ■ NE ■ NO  
■ SUL ■ CO

Ao final do 1T26, a Zamp contava com 2.646 unidades em operação, entre lojas próprias e franqueadas, distribuídas pelas quatro marcas que compõem seu portfólio. Com presença em todo o Brasil e atuação em múltiplos formatos, a Companhia assegura capilaridade nacional, o que contribui para decisões estratégicas mais assertivas e uma gestão de capital mais eficiente.

(1) Formato Mall considera lojas Food Court, Aeroportos, Universidade e Ghost kitchen; Lojas Office e em rodovias sem drive-thru, consideradas como In-Line.



**BURGER KING®**

## PORTFÓLIO

O Burger King® finalizou o trimestre com 982 restaurantes em operação, sendo 695 unidades próprias — após a inauguração de 1 nova loja e fechamento de 1 loja — e 287 franqueadas, com abertura de 2 lojas e 5 fechamentos, uma redução líquida de 3 unidades no período.

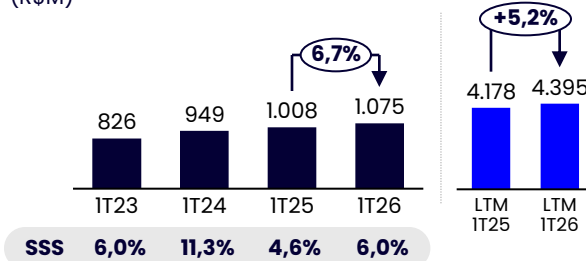
DESTAQUES OPERACIONAIS	IT26	IT25	VAR.
<b># TOTAL DE RESTAURANTES</b>	<b>982</b>	<b>959</b>	<b>6</b>
<b>RESTAURANTES PRÓPRIOS</b>			
# RESTAURANTES PRÓPRIOS INÍCIO DO PERÍODO	695	697	(2)
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES	1	-	1
FECHAMENTOS RESTAURANTES	(1)	(11)	10
AQUISIÇÕES / REPASSES DE RESTAURANTES	-	(1)	1
<b># RESTAURANTES PRÓPRIOS FIM DO PERÍODO</b>	<b>695</b>	<b>685</b>	<b>10</b>
<b>RESTAURANTES FRANQUEADOS</b>			
# RESTAURANTES FRANQUEADOS INÍCIO DO PERÍODO	290	273	-
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES	2	2	-
FECHAMENTOS RESTAURANTES	(5)	(2)	(3)
AQUISIÇÕES / REPASSES DE RESTAURANTES	-	1	(1)
<b># RESTAURANTES FRANQUEADOS FIM DO PERÍODO</b>	<b>287</b>	<b>274</b>	<b>(4)</b>

## VENDAS DOS RESTAURANTES

O Burger King® encerrou mais um trimestre com avanço nas vendas dos restaurantes, alcançando R\$ 1,1 bilhão em venda líquida — um crescimento de 6,7% em relação ao IT25. No acumulado dos últimos 12 meses, a receita totalizou R\$ 4,4 bilhões, representando alta de 5,2% frente ao mesmo período do ano anterior.

No trimestre, a marca registrou SSS de 6,0%, melhorando 60bps vs 4Q25, que encerrara em 5,4% de SSS.

### Venda Líquida de Restaurantes (R\$M)



## CAMPANHAS

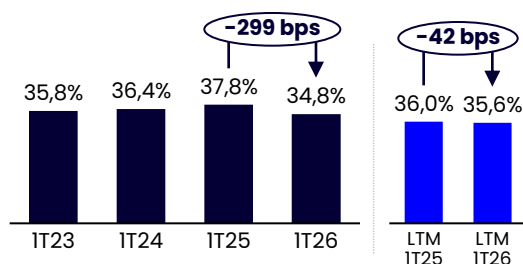
Com foco na expansão do portfólio premium como motor de incremento de margem, Burger King® lançou a plataforma Kings Bacon, proporcionando uma experiência indulgente e saborosa. Em sobremesas, o trimestre teve lançamento do BK Mix Biscoff®, fortalecendo colaborações com marcas reconhecidas, com impacto gerador de tráfego aos restaurantes. Já na plataforma infantil, o trimestre contou com as campanhas de Tartarugas Ninja e Cartoon, além de Clash Royale, com foco em atingir o público teen.



## MARGEM BRUTA

Burger King encerra o trimestre com 65,2% de margem bruta, um avanço de 300bps versus IT25. Esse resultado é um reflexo positivo da estratégia de recomposição de margem através de revenue management mitigando a pressão inflacionária sobre a proteína. Na visão dos últimos 12 meses, a margem bruta encerra com aumento de 42bps, evidenciando disciplina comercial e eficiência na gestão operacional.

### Custo da Mercadoria Vendida (% Venda Líquida de Restaurantes)





**POPEYES®**

## PORTFÓLIO

O Popeyes® encerrou o trimestre com 95 restaurantes em operação, sendo 87 unidades próprias e 8 franqueadas. Mais um trimestre relevante de crescimento de vendas, patamar de unit economics que nos confere segurança para voltar a expandir, como já iniciado em 2025.

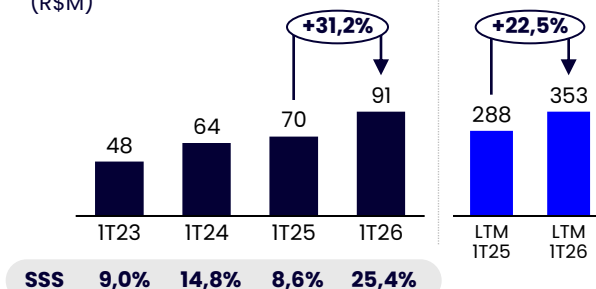
DESTAQUES OPERACIONAIS	IT26	IT25	VAR.
<b># TOTAL DE RESTAURANTES</b>	<b>95</b>	<b>89</b>	<b>6</b>
<b>RESTAURANTES PRÓPRIOS</b>			
# RESTAURANTES PRÓPRIOS INÍCIO DO PERÍODO	87	85	2
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES	-	-	-
FECHAMENTOS RESTAURANTES	-	(4)	4
<b># RESTAURANTES PRÓPRIOS FIM DO PERÍODO</b>	<b>87</b>	<b>81</b>	<b>6</b>
<b>RESTAURANTES FRANQUEADOS</b>			
# RESTAURANTES FRANQUEADOS INÍCIO DO PERÍODO	8	8	-
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES	-	-	-
FECHAMENTOS RESTAURANTES	-	-	-
<b># RESTAURANTES FRANQUEADOS FIM DO PERÍODO</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>-</b>

## VENDAS DOS RESTAURANTES

O Popeyes® registrou receita líquida de R\$ 91 milhões no trimestre, representando crescimento de 31,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. No acumulado dos últimos 12 meses, a receita atingiu R\$ 353 milhões, avanço de 22,5% frente ao período comparável.

A marca concluiu mais um trimestre com crescimento em dois dígitos, reforçando a solidez de sua performance e a consistência de execução no mercado. O resultado evidencia a capacidade de sustentar o novo nível de reconhecimento da marca, com tráfego impulsionado pela bem-sucedida e perene estratégia do “Molhão”.

### Venda Líquida de Restaurantes (R\$M)

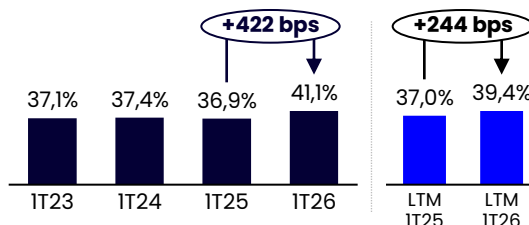


SSS 9,0% 14,8% 8,6% 25,4%

## MARGEM BRUTA

Decorrente da alta demanda, a marca lançou mão de matéria-prima contingencial no trimestre, que fez temporariamente subir seu COGS e Isso levou a uma retração da margem bruta no trimestre, com avanço de 422bps em custo da mercadoria vendida. Para o acumulado dos últimos 12 meses o aumento foi de 244 bps, encerrando o período com 60,6% de margem bruta.

### Custo da Mercadoria Vendida (% Venda Líquida de Restaurantes)



## CAMPANHAS

Complementando a plataforma do “Molhão” – forte motor de engajamento do cliente – a marca lançou o novo molho sabor cheddar. Ainda, o trimestre contou com o retorno dos travesseiros de queijo gouda, trazendo uma nova opção de acompanhamento.

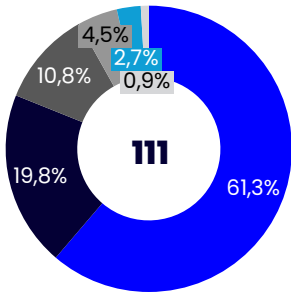




**STARBUCKS®**



## Footprint por formato



- MALL
- STREET
- OFFICE
- AIRPORT
- HIGHWAY
- UNIVERSITY

## VENDAS DOS RESTAURANTES

Após a conclusão de um ano completo à frente da operação de Starbucks® no Brasil, a Companhia segue capturando resultados expressivos de crescimento. As 111 lojas do portfólio atual apresentaram mais um período de duplo-dígito de SSS, com avanço de 11,6% no trimestre, corroborando a efetividade da estratégia de reestruturação da operação sob gestão Zamp. Além das iniciativas de retomada da marca que já vínhamos adotando – como normalização de estoques, recuperação das lojas, retomada do nível de serviço – o trimestre foi marcado pela continuação da revisão completa do menu, trazendo lançamentos que se aproximam dos hábitos de consumo do brasileiro.

A venda líquida de restaurantes totalizou R\$ 95 milhões no período, representando um incremento de R\$ 44 milhões em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.

## CAMPANHAS

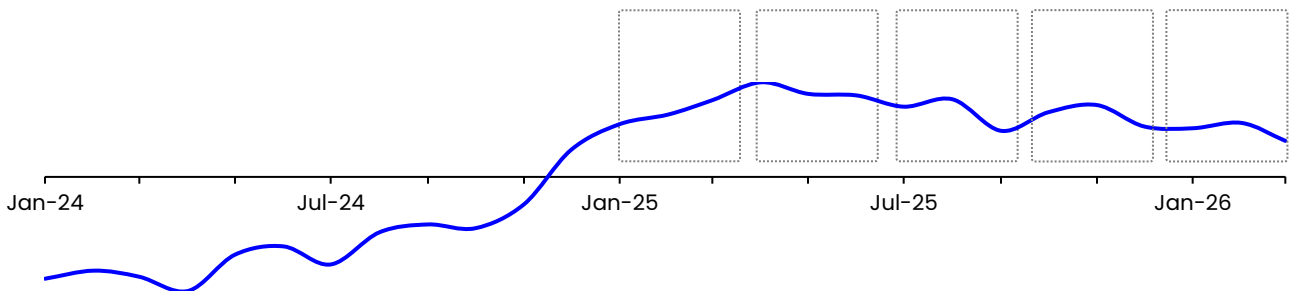
O trimestre contou com uma série de lançamentos, com destaque para a linha de Pistache, tendência no país, além do Shaken Espresso – com três sabores de café gelado com leite de avelãs, e o Frozen Lemonade com morango e pitaya.

Ainda, como forma de gerar engajamento com o consumidor através das redes sociais e promover tráfego para as lojas, a marca lançou a campanha do Caramel Macchiato Day, onde o cliente ganhava uma bebida ao fazer uma postagem em suas redes sociais.



## Same Store Sales (%)

**1T25 16,1%**    **2T25 21,7%**    **3T25 16,3%**    **4T25 15,6%**    **1T26 11,6%**





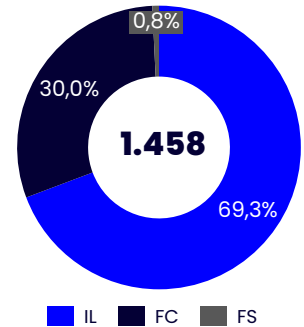
**SUBWAY®**

## VENDA DOS RESTAURANTES

A Companhia tem avançado de forma consistente no reposicionamento da marca Subway® no Brasil, o que tem se refletido positivamente em seus resultados. As vendas mesmas lojas (SSS) mantiveram a tendência de crescimento expressivo, atingindo aproximadamente 21% no 1T26. Com esse desempenho, o sistema Subway® totalizou R\$ 656,6 milhões em vendas brutas no trimestre.

A estratégia comercial adotada desde o início da operação sob gestão da Companhia segue se provando efetiva em impulsionar vendas, com plataformas como Subway Séries – endereçando ocasiões de indulgência, além de “2 Subs por”, visando uma alternativa acessível. Os canais digitais também tiveram um papel importante neste resultado, com crescimento tanto em SSS, quanto em tráfego.

Footprint por formato



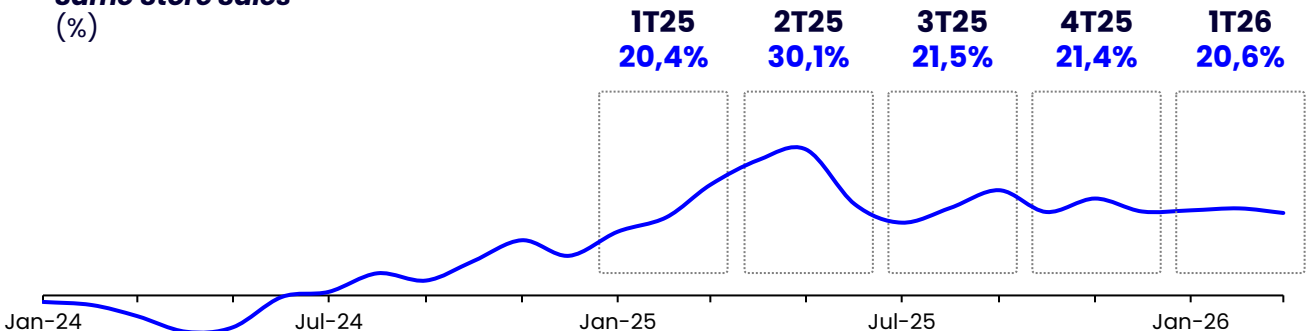
No trimestre, foram abertas 9 novas unidades e descontinuadas 5 operações, todas administradas por franqueados, totalizando 1.458 restaurantes ao término do período.

## CAMPANHAS



A Companhia segue consistente na estratégia de realizar investimentos eficientes em *marketing*, aumentando vendas e gerando valor para o ecossistema de franqueados. Neste sentido, reforçamos o Sub do Dia, como plataforma de entrada, com um sabor promocional para cada dia da semana, visando competitividade e aumento de frequência. Já para o Subway Séries, plataforma de indulgência, que visa impulsionar ticket e posicionamento de marca, lançamos o sabor Dobro de Frango, que vem se provando uma aposta bastante assertiva.

Same Store Sales (%)

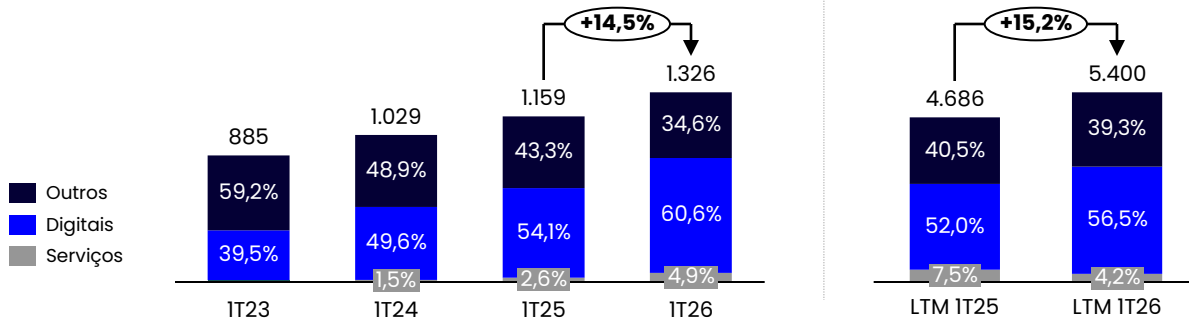




**zamp**

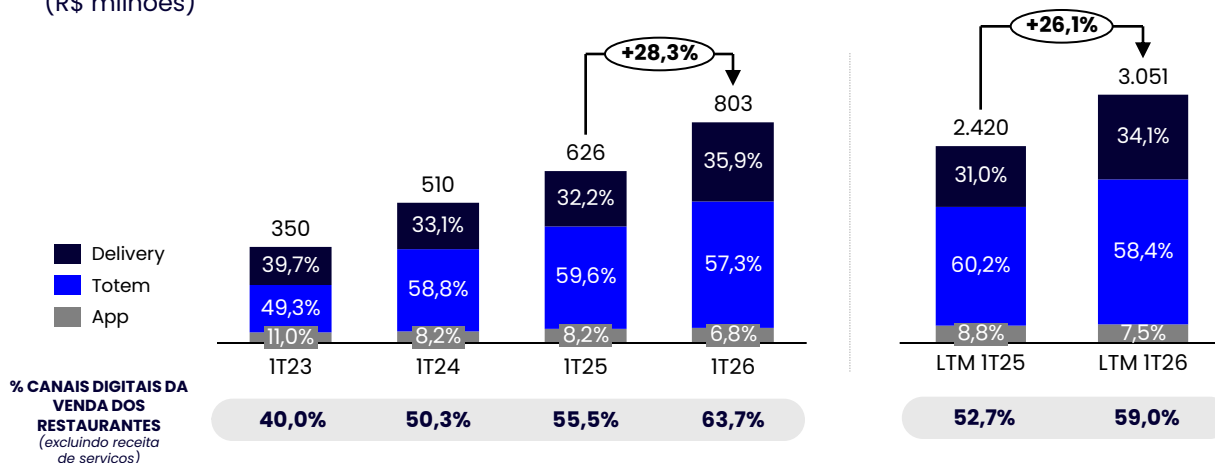
# RECEITA LÍQUIDA

## Receita Operacional Líquida Total<sup>(i)</sup> (R\$ milhões)



A Companhia alcançou uma receita operacional líquida de R\$ 1,3 bilhão no primeiro trimestre de 2026, um avanço de 15% no comparativo versus o mesmo período do ano anterior. O acumulado dos últimos 12 meses apresentou um resultado de R\$ 5,4 bilhões, um crescimento de 15,2%.

## Vendas Digitais dos Restaurantes (R\$ milhões)



Em continuidade à estratégia de conectar a experiência física e digital em nossos restaurantes, a Companhia apresentou mais um trimestre de evolução nos canais digitais, incluindo delivery, aplicativo e totens de autoatendimento, que representaram 60,6% da receita total, somando R\$ 803 milhões em vendas – evolução de 28,3% em relação ao 1T25.

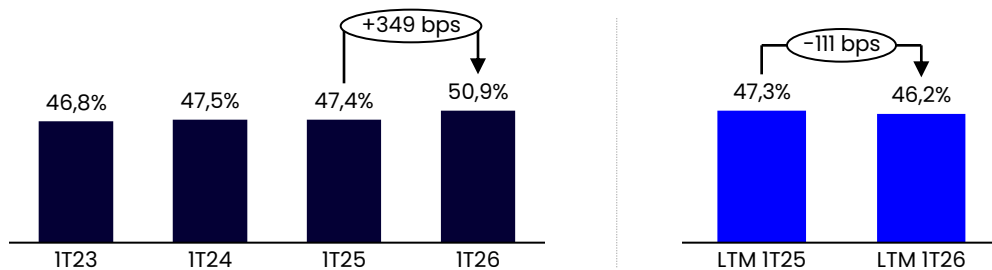
O canal de delivery segue ganhando relevância, respondendo por 35,9% das vendas digitais da Companhia, um avanço de 43% versus o mesmo período do ano anterior. Ainda, os totens cresceram 23% no comparativo anual, representando 57,3% do total de vendas digitais.

(i) Receita de serviços reportada separadamente a partir de 2024 dada a relevância da linha com a adição de Subway® ao portfólio.

## DESPESAS COM VENDAS

No 1T26, as despesas com vendas nos restaurantes, excluindo depreciação e amortização e os efeitos de despesas pré-operacionais, representaram 50,9% da receita líquida, um avanço de 349 bps em comparação com o mesmo período do ano anterior. Esse aumento deve-se principalmente à reclassificação das despesas de marketing dos canais digitais, contidas nas despesas de Take Rate com agregadores, que antes eram contabilizadas em Serviços de Terceiros e agora passam para Marketing. Ainda, a Companhia aumentou seu investimento em despesas com pessoal, como parte de sua estratégia de oferecer uma melhor experiência aos clientes. Além disso, para o trimestre, despesas não recorrentes da incorporação de Starbucks e passivos de aquisição de Burger King foram responsáveis por ~100bps do aumento reportado.

### % Receita Operacional Líquida



### Despesas com Vendas Detalhadas

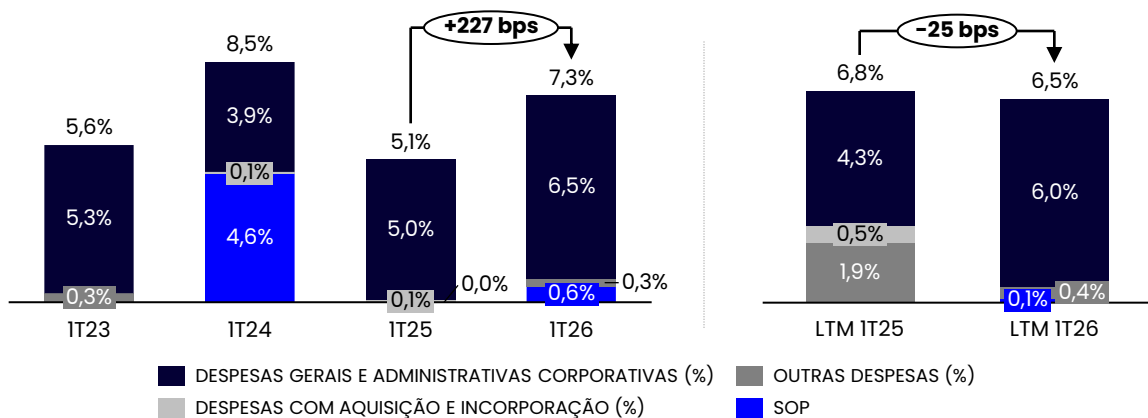
(R\$ milhões)	1T26	1T25	VAR %	1T26 %ROL	1T25 %ROL
<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	<b>1.326,4</b>	<b>1.158,6</b>	<b>14,5%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL DESPESAS COM VENDAS</b>	<b>(788,5)</b>	<b>(663,7)</b>	<b>-18,8%</b>	<b>-59,4%</b>	<b>-57,3%</b>
DESPESAS COM PESSOAL	(275,3)	(228,6)	-20,5%	-20,8%	-19,7%
ROYALTIES E MARKETING	(184,7)	(112,3)	-64,5%	-13,9%	-9,7%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(99,0)	(90,0)	-10,0%	-7,5%	-7,8%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(1,6)	(0,8)	-90,9%	-0,1%	-0,1%
DEPRECIACÕES E AMORTIZAÇÕES	(111,7)	(113,5)	1,6%	-8,4%	-9,8%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(116,2)	(118,6)	2,0%	-8,8%	-10,2%
<b>TOTAL DESPESAS COM VENDAS EX-PRÉ-OPER. E DEP./AMORT.</b>	<b>(675,3)</b>	<b>(549,4)</b>	<b>22,9%</b>	<b>-50,9%</b>	<b>-47,4%</b>

## DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

As despesas gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização, corresponderam a 7,3% da receita operacional líquida no 1T26, um aumento de 227 bps em comparação ao 1T25, fruto de um maior investimento na estrutura corporativa com o objetivo de fortalecer as equipes e suportar o crescimento das marcas. Ainda, de forma não recorrente, a Companhia implementou um novo programa de Stock Option e realizou uma baixa de ativos imobilizados, natural do negócio.

No acumulado dos últimos 12 meses, as despesas gerais e administrativas representaram 6,5% da receita, redução de 25 bps na comparação anual, refletindo principalmente a redução das despesas associadas à transição das novas marcas incorridas no período anterior, compensada pelo incremento da estrutura corporativa.

### % Receita Operacional Líquida



### Despesas Gerais e Administrativas Detalhadas

(R\$ milhões)	1T26	1T25	VAR %	1T26 %ROL	1T25 %ROL
<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	<b>1.326,4</b>	<b>1.158,6</b>	<b>14,5%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS</b>	<b>(118,2)</b>	<b>(70,0)</b>	<b>-69,0%</b>	<b>-8,9%</b>	<b>-6,0%</b>
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(86,4)	(58,1)	-48,7%	-6,5%	-5,0%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	-	(0,8)	100,0%	0,0%	-0,1%
DEPRECIACÃO E AMORTIZACÃO	(20,8)	(11,1)	-86,7%	-1,6%	-1,0%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO, IMPAIRMENT E VENDA DE LOJAS	(3,7)	-	-	-0,3%	0,0%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	(7,4)	-	-	-0,6%	0,0%
<b>TOTAL DESPESAS GERAIS E ADM. EX-DEPR. E AMORT.</b>	<b>(97,4)</b>	<b>(58,8)</b>	<b>-1,5%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>-5,1%</b>

# EBITDA E LUCRO LÍQUIDO

## EBITDA AJUSTADO (com IFRS 16)

(R\$ milhões)

O EBITDA Ajustado da Companhia somou R\$ 122,9 milhões no quarto trimestre, representando uma redução de 3% na comparação anual. A margem EBITDA atingiu 9,3%, 1,7p.p. inferior ao mesmo período do ano anterior.

EBITDA Ajustado (com IFRS 16)	1T26	1T25	1T25 VS 1T26
<b>Lucro (prejuízo) do período</b>	<b>(108,9)</b>	<b>(43,5)</b>	<b>-150%</b>
(+) Resultado financeiro líquido	82,8	50,1	65%
(+) Depreciação e amortização	132,4	124,6	6%
(+/-) Imposto de renda e contribuição social	4,0	(6,1)	165%
<b>EBITDA</b>	<b>110,4</b>	<b>125,1</b>	<b>-12%</b>
Margem EBITDA	8,3%	10,8%	-2,48pp
(+) Outras despesas*	3,7	-	-
(+) Custos com plano de opção de compra de ações (stock option)	7,4	-	-
(+) Despesas com aquisição e incorporação	0,0	0,8	-100%
(+) Despesas pré-operacionais	1,6	0,8	91%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>122,9</b>	<b>126,7</b>	<b>-3%</b>
Margem EBITDA Ajustada	9,3%	10,9%	-1,66pp

\* Considera baixas de ativo imobilizado (sinistro, obsolescência, resultado da venda de ativo e impairment).

## EBITDA AJUSTADO (ex-IFRS 16)

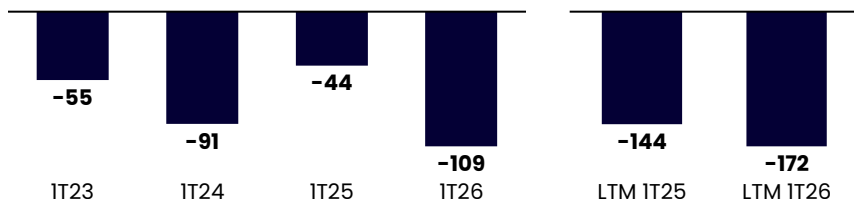
(R\$ milhões)

EBITDA Ajustado (ex-IFRS 16)	1T26	1T25	1T25 VS 1T26
Efeitos IFRS 16	(70,4)	(66,6)	-6%
<b>EBITDA Ajustado ex-efeitos do IFRS16</b>	<b>52,5</b>	<b>60,1</b>	<b>-13%</b>
Margem EBITDA Ajustada ex-efeitos do IFRS16	4,0%	5,2%	-1,2pp

Na visão ex-IFRS, a Companhia registrou EBITDA Ajustado de R\$ 52,5 milhões no trimestre, uma redução de 13% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA recuou 1,2p.p., encerrando o período em 4,0%.

## LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

(R\$ milhões)



■ Lucro (Prejuízo) Líquido

A Companhia apurou prejuízo de R\$ 109 milhões no primeiro trimestre de 2026, representando uma retração de R\$ 65 milhões em comparação ao mesmo período de 2025.

# ENDIVIDAMENTO

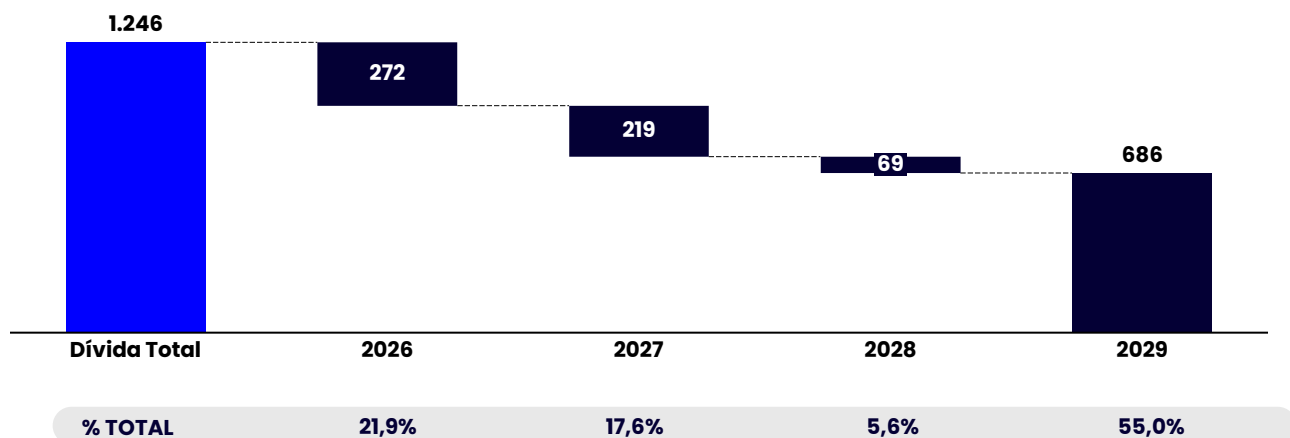
## ENDIVIDAMENTO TOTAL

A Companhia encerrou o primeiro trimestre de 2026 com dívida líquida de R\$ 947,1 milhões e alavancagem de 2,1x, excluindo os impactos do IFRS 16. No período, foram amortizados R\$ 11 milhões em dívidas, totalizando R\$ 44 milhões nos últimos 12 meses.

<b>Dívida Líquida</b>	<b>1T23</b>	<b>1T24</b>	<b>1T25</b>	<b>1T26</b>
<b>Empréstimos e Financiamentos</b>	<b>1.098,6</b>	<b>1.791,4</b>	<b>1.118,6</b>	<b>1.246,4</b>
Circulante	172,3	575,2	68,1	270,6
Não circulante	926,3	1.216,2	1.050,5	975,8
<b>Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras</b>	<b>457,1</b>	<b>969,1</b>	<b>375,5</b>	<b>299,3</b>
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações (circulante)	457,1	968,0	375,1	299,3
Aplicações financeiras (não circulante)	0,0	1,1	0,5	0,0
<b>Endividamento Líquido</b>	<b>641,5</b>	<b>822,3</b>	<b>743,1</b>	<b>947,1</b>
<b>EBITDA AJUSTADO ex IFRS 16 (12M)</b>	<b>345,3</b>	<b>366,6</b>	<b>335,5</b>	<b>455,1</b>
Endividamento Líquido/ EBITDA Ajustado Total (12M)	1,9x	2,2x	2,2x	2,1x

## Calendário de Amortização da Dívida<sup>1</sup>

(R\$ milhões)

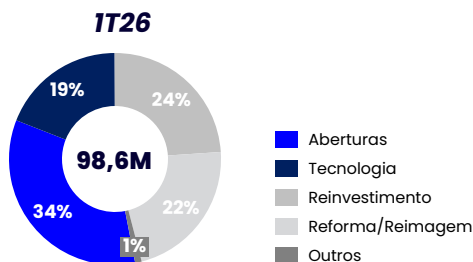


(1) Endividamento não contempla o saldo de MTM do SWAP, com abertura disponível em conta separada no balanço.

# CAPEX E FLUXO DE CAIXA

## CAPEX

(R\$ milhões) Valores incluem capitalização de juros.



No período, os investimentos da Companhia totalizaram R\$98,6 milhões. O CAPEX do trimestre foi majoritariamente destinado à abertura de lojas previstas para o ano. Iniciamos também nosso plano de renovação do parque existente, com reformas e reimagens, alinhados com o planejamento estratégico de posicionamento das marcas Burger King e Starbucks.

## FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL AJUSTADO (ex-IFRS 16)

(R\$ milhões)

Fluxo de Caixa Ajustado (ex-IFRS 16)	1T26	1T25	1T26 vs 1T25
<b>EBITDA CONSOLIDADO (as reported)</b>	<b>110,4</b>	<b>125,1</b>	<b>(14,7)</b>
ITENS ENTRE EBITDA E CAIXA GERADO NAS OPERAÇÕES	58,5	41,3	17,1
<b>CAIXA GERADO NAS OPERAÇÕES</b>	<b>168,8</b>	<b>166,5</b>	<b>2,4</b>
<b>VARIAÇÕES DO CAPITAL DE GIRO</b>	<b>(175,5)</b>	<b>(128,6)</b>	<b>(46,8)</b>
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES, LÍQUIDOS	11,0	5,7	5,2
ESTOQUES	(59,6)	(30,8)	(28,9)
FORNECEDORES E ALUGUÉIS A PAGAR	(104,1)	(75,9)	(28,1)
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	9,4	10,6	(1,2)
IMPOSTOS A RECUPERAR	(32,1)	(38,2)	6,1
<b>PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS</b>	<b>(43,7)</b>	<b>(51,0)</b>	<b>7,3</b>
<b>PAGAMENTOS DE JUROS SOBRE PASSIVOS DE ARRENDAMENTOS</b>	<b>(7,1)</b>	<b>(6,0)</b>	<b>(1,1)</b>
<b>OUTRAS VARIAÇÕES DE ATIVOS E PASSIVOS</b>	<b>(58,5)</b>	<b>(81,3)</b>	<b>22,8</b>
<b>FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (as reported)</b>	<b>(115,9)</b>	<b>(100,5)</b>	<b>(15,5)</b>
(-) IFRS 16	(63,3)	(60,5)	(2,8)
(-) PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	43,7	51,0	(7,3)
(-) JUROS CAPITALIZADOS	-	-	-
(-) PAGAMENTO DE DERIVATIVOS	17,4	6,3	11,2
(-) TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	(3,9)	0,2	(4,1)
(-) JUROS DE CONTINGÊNCIAS	8,8	-	8,8
<b>FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL AJUSTADO</b>	<b>(113,2)</b>	<b>(103,6)</b>	<b>(9,6)</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DE INVESTIMENTOS (as reported)</b>	<b>92,5</b>	<b>304,7</b>	<b>(212,2)</b>
(+) JUROS CAPITALIZADOS	-	-	-
(-) TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	(191,1)	(359,4)	168,2
<b>FLUXO DE CAIXA DE INVESTIMENTOS AJUSTADO</b>	<b>(98,6)</b>	<b>(54,6)</b>	<b>(44,0)</b>
<b>FLUXO DE CAIXA LIVRE AJUSTADO</b>	<b>(211,8)</b>	<b>(158,2)</b>	<b>(53,6)</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DE FINANCIAMENTOS (as reported)</b>	<b>(74,4)</b>	<b>(232,2)</b>	<b>157,8</b>
(+) RECEITA DE APLICAÇÕES FINANCEIRAS	13,8	16,4	(2,6)
(+) PAGAMENTO DE DERIVATIVOS	(17,4)	(6,3)	(11,2)
(+) JUROS DE CONTINGÊNCIAS	(8,8)	-	(8,8)
(+) IFRS 16	63,3	60,5	2,8
(+) PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	(43,7)	(51,0)	7,3
<b>FLUXO DE CAIXA DE FINANCIAMENTOS AJUSTADO</b>	<b>(67,3)</b>	<b>(212,5)</b>	<b>145,2</b>
SALDO INICIAL DE CAIXA	578,4	746,2	(167,8)
SALDO FINAL DE CAIXA	299,3	375,5	(76,2)
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA</b>	<b>(279,1)</b>	<b>(370,7)</b>	<b>91,6</b>

No 1T26, a Companhia apresentou geração de caixa operacional ajustada de -R\$113,2 milhões, uma redução de R\$9,6 milhões em comparação ao 1T25. Esse resultado decorre de um aumento em capital de giro, movido majoritariamente por um aumento em estoques para suportar o crescimento das marcas e contas a pagar com maior sazonalidade do 4Q vs o mesmo período do ano anterior, pelo crescimento da Companhia.

# RELACIONAMENTO COM AUDITORES INDEPENDENTES

Em atendimento à Resolução CVM nº 162/2022, a Companhia informa que até 31 de março de 2026, o auditor independente PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda. (PwC), não prestou serviços adicionais aos contratados para serviços de auditoria externa.

A Companhia adota como procedimento formal consultar os auditores independentes, no sentido de assegurar-se de que a realização da prestação de outros serviços não venha afetar sua independência e objetividade necessária ao desempenho dos serviços de auditoria independente. A política da Companhia na contratação de serviços de auditores independentes assegura que não haja conflito de interesses, perda de independência ou objetividade.

Na contratação desses serviços, as políticas adotadas pela Companhia se fundamentam nos princípios que preservam a independência do auditor. Esses princípios consistem, de acordo com os padrões internacionalmente aceitos, em: (a) o auditor não deve auditar o seu próprio trabalho; (b) o auditor não deve exercer função de gerência no seu cliente, e (c) o auditor não deve representar legalmente os interesses de seus clientes."

**Diretoria Executiva – ZAMP S.A.**

# DEFINIÇÕES

**App:** 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;

**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;

**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 de aeroportos, rodoviárias, ghost kitchen; (iii) In-line: Lojas com acesso direto a via pública, que possuem salões internos com mesas e assentos e em rodovias sem drive-thru, lojas office;

**NRG:** Net Restaurants Growth – Crescimento Líquido de Restaurantes;

**NPS:** Net Promoter Score;

**Repasses:** Venda de restaurantes próprios para franqueados;

**Self ordering kiosks:** Totem de autoatendimento;

**OPA:** Oferta Pública de Ações;

**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 pela Zamp abertos, há pelo menos 13 meses, de restaurantes Popeyes® abertos há pelo menos 17 meses. Para Starbucks® abertos há pelo menos 13 meses e restaurantes Subway® abertos há pelo menos 13 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, além de cancelamentos e descontos;

**TSA:** Transition Services Agreement;

**PMI:** Post-Merger Integration.

# ANEXOS

## DRE CONSOLIDADA (IFRS-16)

1T26 e 1T25  
(R\$ Milhões)

	1T26	1T25	VAR %
<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	<b>1.326,4</b>	<b>1.158,6</b>	<b>14,5%</b>
RECEITA BRUTA DE VENDAS	1.478,0	1.323,8	11,6%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE VENDAS	(216,2)	(195,6)	-10,5%
RECEITA BRUTA DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	73,1	35,0	109,3%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	(8,5)	(4,5)	-89,1%
<b>CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS</b>	<b>(441,8)</b>	<b>(424,4)</b>	<b>-4,1%</b>
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>884,6</b>	<b>734,2</b>	<b>20,5%</b>
<b>TOTAL DESPESAS COM VENDAS</b>	<b>(788,5)</b>	<b>(663,7)</b>	<b>-18,8%</b>
DESPESAS COM PESSOAL	(275,3)	(228,6)	-20,5%
ROYALTIES E MARKETING	(184,7)	(112,3)	-64,5%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(99,0)	(90,0)	-10,0%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(1,6)	(0,8)	-90,9%
DEPRECIações E AMORTIZAÇÕES	(111,7)	(113,5)	1,6%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(116,2)	(118,6)	2,0%
<b>TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS</b>	<b>(118,2)</b>	<b>(70,0)</b>	<b>-69,0%</b>
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(86,4)	(58,1)	-48,7%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	-	(0,8)	100,0%
DEPRECIação E AMORTIZAÇÃO	(20,8)	(11,1)	-86,7%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO, IMPAIRMENT E VENDA DE LOJAS	(3,7)	-	-
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	(7,4)	-	-
<b>TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS EX-DEPR. E AMORT.</b>	<b>(97,4)</b>	<b>(58,8)</b>	<b>-65,6%</b>
<b>RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO</b>	<b>(22,1)</b>	<b>0,5</b>	<b>-4316,6%</b>
<b>RESULTADO FINANCEIRO</b>	<b>(82,8)</b>	<b>(50,1)</b>	<b>-65,2%</b>
DESPESAS FINANCEIRAS	(105,5)	(73,1)	-44,2%
RECEITAS FINANCEIRAS	22,6	23,0	-1,5%
<b>RESULTADO ANTES DO IR E CSLL</b>	<b>(104,9)</b>	<b>(49,6)</b>	<b>-111,4%</b>
<b>IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL</b>	<b>(4,0)</b>	<b>6,1</b>	<b>-164,7%</b>
IMPOSTOS DIFERIDOS	(4,0)	6,1	-164,7%
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	<b>(108,9)</b>	<b>(43,5)</b>	<b>-150,2%</b>

## EX-IFRS 16

1T26 e 1T25  
(R\$ Milhões)

	1T26	1T25	VAR %
<b>RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA</b>	<b>1.326,4</b>	<b>1.158,6</b>	<b>14,5%</b>
RECEITA BRUTA DE VENDAS	1.478,0	1.323,8	11,6%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE VENDAS	(216,2)	(195,6)	-10,5%
RECEITA BRUTA DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	73,1	35,0	109,3%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	(8,5)	(4,5)	-89,1%
<b>CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS</b>	<b>(441,8)</b>	<b>(424,4)</b>	<b>-4,1%</b>
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>884,6</b>	<b>734,2</b>	<b>20,5%</b>
<b>TOTAL DESPESAS COM VENDAS</b>	<b>(808,3)</b>	<b>(682,6)</b>	<b>-18,4%</b>
DESPESAS COM PESSOAL	(275,3)	(228,6)	-20,5%
ROYALTIES E MARKETING	(184,7)	(112,3)	-64,5%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(168,8)	(155,7)	-8,4%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(1,6)	(0,8)	-90,9%
DEPRECIações E AMORTIZAÇÕES	(61,7)	(66,7)	7,4%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(116,2)	(118,6)	2,0%
<b>TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS</b>	<b>(118,5)</b>	<b>(70,3)</b>	<b>-68,7%</b>
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(87,4)	(59,0)	-48,1%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	-	(0,8)	100,0%
DEPRECIação E AMORTIZAÇÃO	(20,1)	(10,5)	-90,8%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO, IMPAIRMENT E VENDA DE LOJAS	(3,7)	0,0	-10252,8%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	(7,4)	-	-
<b>RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO</b>	<b>(42,2)</b>	<b>(18,6)</b>	<b>-126,1%</b>
<b>RESULTADO FINANCEIRO</b>	<b>(61,1)</b>	<b>(30,6)</b>	<b>-99,7%</b>
DESPESAS FINANCEIRAS	(83,8)	(53,6)	-56,3%
RECEITAS FINANCEIRAS	22,6	23,0	-1,5%
<b>RESULTADO ANTES DO IR E CSLL</b>	<b>(103,3)</b>	<b>(49,2)</b>	<b>-109,7%</b>
<b>IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL</b>	<b>(4,5)</b>	<b>6,0</b>	<b>-175,3%</b>
IMPOSTOS DIFERIDOS	(4,5)	6,0	-175,3%
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	<b>(107,8)</b>	<b>(43,3)</b>	<b>-149,2%</b>

# ANEXOS

## BALANÇO PATRIMONIAL

IT26 e IT25  
(R\$ Milhões)

	31/03/2026	31/12/2025	VARR\$	VAR%
<b>ATIVO</b>				
<b>ATIVO CIRCULANTE</b>				
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	110,4	208,3	(97,9)	-47%
TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	188,9	369,7	(180,7)	-49%
CONTAS A RECEBER	251,8	266,4	(14,6)	-5%
INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVATIVOS	11,1	6,8	4,4	64%
ESTOQUES	232,2	172,2	60,0	35%
IMPOSTOS A RECUPERAR	112,1	118,3	(6,2)	-5%
DEMAIS CONTAS A RECEBER E PAGAMENTOS ANTECIPADOS	62,4	62,1	0,3	1%
<b>TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE</b>	<b>969,0</b>	<b>1.203,7</b>	<b>(234,7)</b>	<b>-20%</b>
<b>ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>				
TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	-	0,5	(0,5)	-100%
IMPOSTOS A RECUPERAR	510,7	470,1	40,6	9%
DEPÓSITOS JUDICIAIS	55,6	53,7	2,0	4%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	2,5	3,1	(0,6)	-19%
DEMAIS CONTAS A RECEBER	25,7	27,8	(2,0)	-7%
ARRENDAMENTO MERCANTIL	749,5	768,3	(18,8)	-2%
IMOBILIZADO	1.367,7	1.368,8	(1,1)	0%
INTANGÍVEL	800,0	813,8	(13,8)	-2%
<b>TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>3.511,7</b>	<b>3.506,0</b>	<b>5,7</b>	<b>0%</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>4.480,7</b>	<b>4.709,7</b>	<b>(229,0)</b>	<b>-5%</b>
	<b>31/03/2026</b>	<b>31/12/2025</b>	<b>VAR R\$</b>	<b>VAR %</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>3.086,3</b>	<b>3.209,1</b>	<b>(122,7)</b>	<b>-4%</b>
<b>PASSIVO CIRCULANTE</b>				
FORNECEDORES	351,4	483,6	(132,1)	-27%
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	234,9	197,8	37,0	19%
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	270,6	284,7	(14,1)	-5%
PASSIVOS DE ARRENDAMENTO	216,3	221,5	(5,2)	-2%
OBRIGAÇÕES CORPORATIVAS	69,1	79,8	(10,7)	-13%
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	32,4	31,2	1,3	4%
RECEITA DIFERIDA	28,2	28,5	(0,3)	-1%
INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVATIVOS	2,5	8,7	(6,2)	-71%
DEMAIS CONTAS A PAGAR	49,0	44,8	4,2	9%
<b>TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE</b>	<b>1.254,5</b>	<b>1.380,6</b>	<b>(126,1)</b>	<b>-9%</b>
<b>PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>				
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	975,8	972,8	3,0	0%
PROVISÃO PARA DEMANDAS JUDICIAIS	84,6	71,1	13,5	19%
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	18,4	11,3	7,2	64%
RECEITA DIFERIDA	21,3	25,8	(4,5)	-17%
PASSIVOS DE ARRENDAMENTO	666,7	678,3	(11,6)	-2%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	17,0	36,4	(19,4)	-53%
INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVATIVOS	48,0	30,8	17,3	56%
DEMAIS CONTAS A PAGAR	-	2,1	(2,1)	-100%
<b>TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE</b>	<b>1.831,9</b>	<b>1.828,5</b>	<b>3,4</b>	<b>0%</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>				
CAPITAL SOCIAL	1.911,1	1.911,1	-	0%
RESERVAS DE CAPITAL E PLANO DE OPÇÃO DE AÇÕES	715,3	711,8	3,5	0%
AÇÕES EM TESOURARIA	(54,7)	(54,7)	-	0%
OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	(31,6)	(30,7)	(0,9)	-3%
LUCRO (PREJUÍZO) ACUMULADO	(929,7)	(929,7)	-	0%
RESULTADO DO EXERCÍCIO	(216,0)	(107,1)	(108,9)	-102%
<b>TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>1.394,3</b>	<b>1.500,6</b>	<b>(106,3)</b>	<b>-7%</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>4.480,7</b>	<b>4.709,7</b>	<b>(229,0)</b>	<b>-5%</b>

# ANEXOS

## FLUXO DE CAIXA

1T26 e 1T25  
(R\$ Milhões)

	1T26	1T25	Var R\$	Var %
<b>CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>	<b>(115,9)</b>	<b>(100,5)</b>	<b>(15,5)</b>	<b>15%</b>
<b>CAIXA GERADO NAS OPERAÇÕES</b>	<b>168,8</b>	<b>166,5</b>	<b>2,4</b>	<b>1%</b>
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(104,9)	(49,6)	(55,3)	111%
DEPRECIÇÃO E AMORTIZAÇÃO DO IMOBILIZADO E INTANGÍVEL	81,8	77,2	4,6	6%
AMORTIZAÇÕES DE ARRENDAMENTOS	50,6	47,4	3,2	7%
JUROS, ENCARGOS, VARIAÇÃO CAMBIAL E MONETÁRIA	74,5	42,3	32,2	76%
OUTROS	66,8	49,2	17,6	36%
PROVISÕES DE BÔNUS	24,1	17,3	6,8	40%
PROVISÃO PARA DEMANDAS JUDICIAIS	28,4	29,9	(1,5)	-5%
REVERSÃO DE PROVISÃO PARA OBSOLESCÊNCIA DOS ESTOQUES	(0,4)	0,4	(0,8)	-180%
RESULTADO NA BAIXA DE ATIVO IMOBILIZADO E INTANGÍVEL	3,7	0,6	3,1	548%
PDD E BAIXA DE ATIVO NÃO FINANCEIRO	3,6	1,0	2,7	277%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	7,4	-	7,4	-
PROVISÃO PARA IMPAIRMENT	-	-	-	-
<b>VARIAÇÕES NOS ATIVOS E PASSIVOS</b>	<b>(284,8)</b>	<b>(267,0)</b>	<b>(17,8)</b>	<b>7%</b>
<b>VARIAÇÃO DO CAPITAL DE GIRO</b>	<b>(175,5)</b>	<b>(128,6)</b>	<b>(46,8)</b>	<b>36%</b>
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES, LÍQUIDOS	11,0	5,7	5,2	91%
ESTOQUES	(59,6)	(30,8)	(28,9)	94%
FORNECEDORES E ALUGUÉIS A PAGAR	(103,8)	(74,5)	(29,3)	39%
FORNECEDORES CONVENIADOS	(0,2)	(1,4)	1,2	-84%
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	9,4	10,6	(1,2)	-11%
IMPOSTOS A RECUPERAR	(32,1)	(38,2)	6,1	-16%
<b>PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS</b>	<b>(43,7)</b>	<b>(51,0)</b>	<b>7,3</b>	<b>-14%</b>
<b>PAGAMENTOS DE JUROS SOBRE PASSIVOS DE ARRENDAMENTOS</b>	<b>(7,1)</b>	<b>(6,0)</b>	<b>(1,1)</b>	<b>18%</b>
<b>OUTRAS VARIAÇÕES DE ATIVOS E PASSIVOS</b>	<b>(58,5)</b>	<b>(81,3)</b>	<b>22,8</b>	<b>-28%</b>
OBRIGAÇÕES CORPORATIVAS	(10,7)	(7,4)	(3,3)	45%
DEMANDAS JUDICIAIS	(28,4)	(34,9)	6,5	-19%
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	(11,5)	(4,3)	(7,2)	167%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL PAGOS	(5,1)	(1,1)	(4,0)	367%
RESULTADO DIFERIDO LÍQUIDO	(4,7)	1,3	(6,0)	-469%
PAGAMENTOS ANTECIPADOS	(0,3)	(33,2)	32,9	-99%
DEMAIS CONTAS A PAGAR	2,1	(1,8)	3,9	-220%
<b>CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>	<b>92,5</b>	<b>304,7</b>	<b>(212,2)</b>	<b>-70%</b>
AQUISIÇÃO DE IMOBILIZADO	(97,9)	(52,2)	(45,7)	87%
AQUISIÇÃO DE INTANGÍVEL	(0,7)	(2,4)	1,7	-69%
APLICAÇÕES E RESGATES EM TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	191,1	359,4	(168,2)	-47%
<b>CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>	<b>(74,4)</b>	<b>(232,2)</b>	<b>157,8</b>	<b>-68%</b>
PAGAMENTO DE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS (PRINCIPAL)	(11,1)	(171,7)	160,6	-94%
PAGAMENTOS DE PASSIVOS DE ARRENDAMENTOS	(63,3)	(60,5)	(2,8)	5%
<b>AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES</b>	<b>(97,9)</b>	<b>(28,0)</b>	<b>(69,9)</b>	<b>250%</b>
SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	208,3	48,3	160,0	332%
SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	110,4	20,3	90,1	444%

# ANEXOS

## FORMATO DE LOJA

Total Formatos	BK		PLK		SBUX		SUB		ZAMP		VAR.
	1T26	1T25	1T26	1T25	1T26	1T25	1T26	1T25	1T26	1T25	VAR.
<b>Próprias</b>											
Mall <sup>(1)</sup>	436	436	87	81	91	95	0	0	614	612	2
Free Standing	240	230	0	0	3	3	0	0	243	233	10
In Line	19	19	0	0	17	16	0	0	36	35	1
<b>Franquias</b>											
Franchisee	287	274	8	8	0	0	1458	1518	1753	1800	-47
<b>Total</b>	<b>982</b>	<b>959</b>	<b>95</b>	<b>89</b>	<b>111</b>	<b>114</b>	<b>1458</b>	<b>1518</b>	<b>2646</b>	<b>2680</b>	<b>-34</b>

(1) Formato Mall considera lojas Food Court, Aeroportos, Universidade e Ghost kitchen; Lojas Office e em rodovias sem drive-thru, consideradas como In-Line.



**zamp**