



RELEASE DE RESULTADOS

4T22

ZAMP



POPEYES



SUMÁRIO

1. Mensagem da Administração.....	3
2. Destaques.....	6
3. Desempenho Operacional.....	8
4. Desempenho Financeiro.....	10
5. Mercado de Ações.....	19
6. Anexos.....	22

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Desde o primeiro trimestre de 2020, quando fomos assolados por uma pandemia global, que mudou a dinâmica da sociedade e momentaneamente dos nossos negócios, sempre acreditamos que sairíamos dessa crise mais fortes do que entramos. E para isso, teríamos que tomar as decisões certas, em contextos complexos, para que pudéssemos criar vantagens competitivas sustentáveis que nos destacariam em um mercado fragilizado, quando essa crise ficasse para trás.

Depois de um começo de ano ainda com resquícios de restrições operacionais, ao longo dos últimos trimestres, temos conseguido entregar uma consistente trajetória de recuperação. O quarto trimestre de 2022 nos faz encerrar o ano com a clareza de que realmente estamos saindo dessa pandemia mais forte do que entramos, e que os fundamentos que nos trouxeram até aqui estão novamente presentes em nossos resultados. Neste trimestre entregamos um forte crescimento de vendas, significativa alavancagem operacional com ganhos estruturais de eficiência e retomamos nosso forte plano de expansão para as nossas duas marcas, Burger King e Popeyes.

Finalizamos o ano de 2022 com novo recorde histórico de faturamento e geração de caixa operacional, mesmo em um cenário de tráfego ainda aquém dos patamares pré pandemia. Com nossas estratégias acertadas de calendário, produto, *revenue management*, *sourcing* e digitalização, alcançamos a melhor margem bruta da história da Companhia, aliada ao melhor resultado anual de *market share* da nossa história, segundo a agência de pesquisa Kantar. Esse equilíbrio entre crescimento de receita, com avanço de margem bruta, já nos permitiu, no 4T de 2022, estar acima dos níveis de 2019, em termos reais, em nossa margem bruta nominal por ativo.

Continuamos investindo em inovações em ambas as marcas, o que contribuiu para impulsionar vendas e garantir maior alavancagem operacional dos nossos ativos. Na marca Burger King, lançamos a campanha do Bob Esponja, Taca Fogo e lançamos o Whopper Churras e mais 3 opções de sanduíches de frango. Para a marca Popeyes, lançamos uma campanha em comemoração ao Dia das Crianças e na Black Friday, trazendo mais experimentação e fidelizando nosso público.

As frentes de tecnologia, que tanto temos colocado energia nos últimos 4 anos, continuam gerando resultados expressivos. Nosso programa de fidelidade chegou nesse trimestre à marca de 10,7 milhões de usuários – esse é o maior programa de fidelidade de restaurantes em toda América Latina. Nosso CRM já alcançou a marca de 15,9 milhões de usuários cadastrados e mais de 40% das vendas identificadas, o que nos fornece subsídios para, cada vez mais, implementar uma estratégia de precificação e hiper-personalização mais assertiva. Nosso aplicativo segue evoluindo em número de downloads, com novas funcionalidades, relevância e recorrência, o que nos leva hoje, tanto em Android, quando em IOS, a termos o melhor rating em toda a indústria de restaurantes no país. Por fim, conseguimos transferir a maior parte do nosso volume de delivery para um modelo operacional que nos possibilita maior escala, maior acesso a dados, melhor rentabilidade e, neste último trimestre, importante crescimento de receita.

Com a recuperação de vendas e projetos de eficiência operacional, fechamos o ano de 2022 com a mesma margem por ativo que tínhamos em 2019 para a marca Burger King. O que reforça a força da nossa marca e a nossa capacidade de flexibilizar iniciativas que geram rentabilidade, frente a um cenário inflacionário

complexo e demanda ainda reprimida. Na marca Popeyes, fechamos o ano com uma venda média que nos coloca entre os principais players de QSR do país e já leva a operação, ainda em estágio inicial de maturação, para o território positivo de rentabilidade.

Nosso ritmo de abertura de restaurantes acelerou em comparação ao trimestre passado, com 35 aberturas brutas, das quais 12 lojas próprias de BK no formato *Free Standing*, em linha com o plano de expansão para a marca, 2 restaurantes próprios no modelo de *Ghost Kitchen* cobranded*, a abertura de 1 loja no formato *Food Court*, 11 franqueados e 9 lojas próprias de Popeyes no formato *Food Court*, expandindo nossa presença para outras capitais importantes do Brasil.

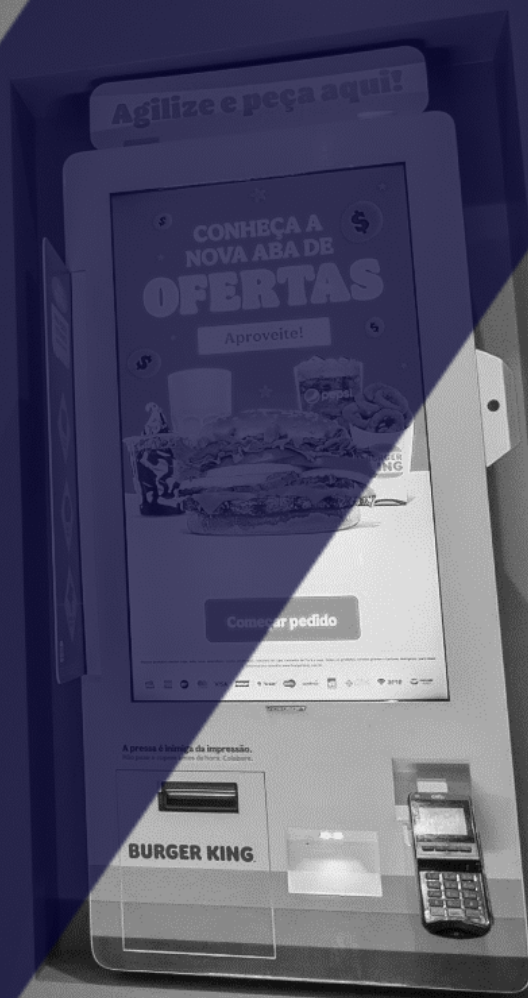
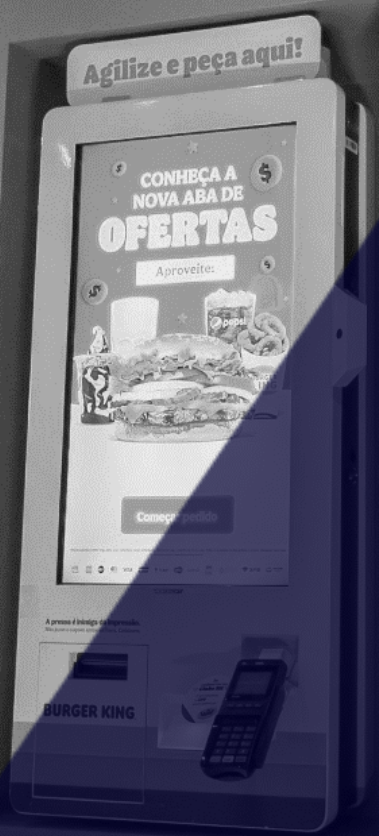
Em 2022, nossa geração de caixa operacional foi capaz de subsidiar nosso plano de investimentos para a abertura de 49 restaurantes no Brasil, manutenção e remodelagem do nosso parque de ativos, e importantes projetos de tecnologia que começam a surtir importantes efeitos nos resultados operacionais. Desta forma, caminhamos para o próximo ano, com uma excelente estrutura de capital que nos permitirá percorrer o forte plano de expansão da nossa Companhia no crescente e oportuno mercado de QSR brasileiro.

Encerramos o 4T22 com a excelente notícia que nossa Companhia, em paralelo aos resultados entregues, foi certificada pelo *Great Place to Work*, o que nos dá confiança de que estamos na direção certa em todas as frentes. Seguimos focados na retomada de vendas, expansão dos nossos restaurantes e diligentes na alocação de capital. Acreditamos que o nosso resultado atual sustenta nossos planos de crescimento para o futuro e estamos convictos na entrega dos nossos planos estratégicos para os próximos anos.

Agradecemos mais uma vez a todos os nossos acionistas, fornecedores, clientes e aos nossos colaboradores que trabalharam arduamente neste ano.

Equipe ZAMP

PEÇA AQUI



**DESTAQUES
4T22**

Continua recuperação de receita, com nível recorde de margem bruta e alavancagem operacional, levam a Cia a recorde de geração de caixa operacional

DESEMPENHO 4T22 x 4T21:

- Receita operacional líquida de R\$ 1,1 bilhão, recorde histórico da Companhia e incremento de **R\$ 138,6 milhões (+15,2%)**;
- Vendas comparáveis nos mesmos restaurantes de **+13,0% para BKB** e de **+8,1% para Popeyes**;
- Margem Bruta de 66%, +80 bps e, a **melhor performance histórica da Companhia**;
- **Crescimento de 23,0%** nas receitas via **canais digitais** (*Delivery, Totem e App*), representando **35,1% das vendas** da Companhia;
- **41% das vendas identificadas** no trimestre;
- Clube BK, o Programa de fidelidade da Companhia atingiu **10,7 milhões de usuários** no 4T22;
- EBITDA Ajustado de R\$ 214,9 milhões, incremento de **+21,3%** e Margem EBITDA Ajustada de 20,4%;
- EBITDA Ajustado (ex-IFRS16) de R\$ 153,8 milhões, um incremento de **+R\$ 36,9 milhões** e Margem EBITDA Ajustada (ex-IFRS16) de 14,6%;
- Geração de **caixa operacional** de **R\$ 221,7 milhões**, incremento de R\$ 72 milhões;
- Abertura de 35 restaurantes no 4T22, totalizando **990 restaurantes, 927 da marca BURGER KING®** e **63 da marca POPEYES®**; e
- Recompra de 3 milhões de ações no 4T22.

DESEMPENHO em 2022:

- Receita operacional líquida de R\$ 3,6 bilhões, crescimento de 32,4% em relação ao ano de 2021, configurando **o melhor ano da história da Companhia**;
- Vendas comparáveis nos mesmos restaurantes de **+21,0% para BKB** e de **+32,8% para Popeyes**;
- EBITDA Ajustado de R\$ 573,1 milhões, **novo recorde histórico**;
- EBITDA Ajustado (ex-IFRS16) de R\$ 337,3 milhões e Margem EBITDA Ajustada (ex-IFRS16) de 9,3%;
- Geração de **caixa operacional** de **R\$ 458,9 milhões**, resultado recorde da Companhia, 23,8% superior ao maior patamar anterior, registrado em 2019; e
- No primeiro ano de avaliação, fomos certificados como **Great Place to Work**.

DESTAQUES FINANCEIROS – R\$ MILHÕES (CONSOLIDADO)

	4T22	4T21	VAR%	2022	2021	VAR%
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.051,5	912,9	15,2%	3.644,7	2.753,3	32,4%
EBITDA AJUSTADO	215,0	177,3	21,3%	573,1	241,5	137,3%
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	20,4%	19,4%	100bps	15,7%	8,8%	690bps
EBITDA AJUSTADO EX-IFRS 16	153,8	116,9	31,6%	337,3	49,7	578,5%
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	14,6%	12,8%	180bps	9,3%	1,8%	750bps
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO	42,0	23,6	78,0%	(55,8)	(273,8)	-79,6%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO EX-EFEITOS DO IFRS 16	44,0	25,3	74,1%	(41,4)	(258,6)	-84,0%
DÍVIDA BRUTA	1.013,6	790,3	28,3%	1.013,6	790,3	28,3%
DÍVIDA LÍQUIDA	494,4	339,5	45,6%	494,4	339,5	45,6%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.485,2	1.572,7	-5,6%	1.485,2	1.572,7	-5,6%

DESTAQUES FINANCEIROS – R\$ MILHÕES



	4T22	4T21	VAR%	2022	2021	VAR%
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	991,5	861,8	15,0%	3.440,3	2.611,7	31,7%
LUCRO BRUTO	652,2	561,4	16,2%	2.203,6	1.623,3	35,7%
MARGEM BRUTA	65,8%	65,1%	70bps	64,1%	62,2%	190bps
SSS	13,0%	9,9%	310bps	21,0%	6,0%	1500bps

DESTAQUES FINANCEIROS – R\$ MILHÕES



	4T22	4T21	VAR%	2022	2021	VAR%
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	48,7	41,5	17,4%	162,6	110,1	47,6%
LUCRO BRUTO	30,7	24,6	25,2%	101,5	63,9	58,8%
MARGEM BRUTA	63,1%	59,2%	390bps	62,4%	58,0%	440bps
SSS	8,1%	23,2%	-1510bps	32,8%	15,3%	1750bps

DESTAQUES OPERACIONAIS

	4T22	4T21	VAR.	2022	2021	VAR.
# TOTAL DE RESTAURANTES	990	945	45	990	945	45
RESTAURANTES PRÓPRIOS						
# RESTAURANTES PRÓPRIOS INÍCIO DO PERÍODO BURGER KING®	690	670	20	736	703	33
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES BURGER KING®	15	12	3	22	26	(4)
FECHAMENTOS RESTAURANTES BURGER KING®	(3)	-	(3)	(4)	-	(4)
AQUISIÇÕES / REPASSES DE RESTAURANTES BURGER KING®	-	(1)	1	-	-	-
# RESTAURANTES PRÓPRIOS INÍCIO DO PERÍODO POPEYES®	54	52	2	52	45	7
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES POPEYES®	9	3	6	11	7	4
# RESTAURANTES PRÓPRIOS FIM DO PERÍODO	765	736	29	765	736	29
RESTAURANTES FRANQUEADOS						
# RESTAURANTES FRANQUEADOS INÍCIO DO PERÍODO	214	205	9	209	202	7
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES BURGER KING®	11	3	8	16	9	7
FECHAMENTOS RESTAURANTES BURGER KING®	-	-	-	-	(3)	3
AQUISIÇÕES / REPASSES DE RESTAURANTES BURGER KING®	-	1	(1)	-	1	(1)
# RESTAURANTES FRANQUEADOS FIM DO PERÍODO	225	209	16	225	209	16

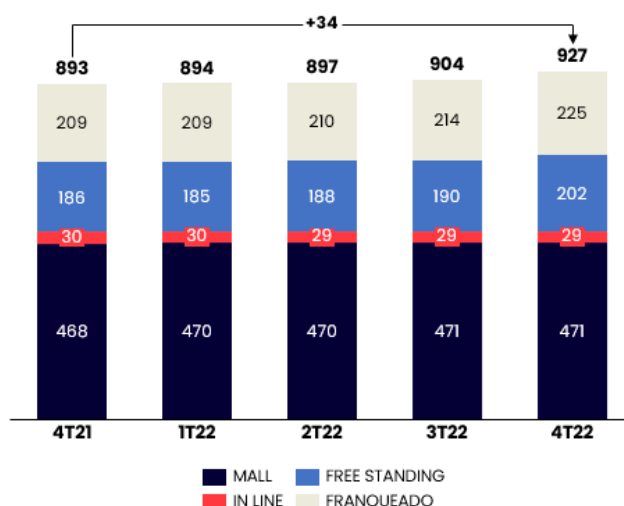
DESEMPENHO OPERACIONAL

Rede de restaurantes

Durante o 4T22, a Companhia realizou a **abertura de 35 restaurantes**, 32 líquidos, sendo: 24 aberturas e 3 fechamentos de restaurantes próprios e 11 aberturas de franqueados.

Sistema BURGER KING®

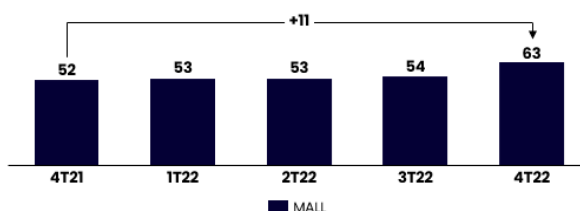
No 4T22, a Companhia registrou a **abertura de 12 restaurantes próprios** da marca BURGER KING® no formato **Free Standing**, 2 restaurantes próprios no modelo de **Ghost Kitchen* cobranded**, a abertura de 1 loja no formato **Food Court** e o fechamento de 3 restaurantes deste mesmo formato. Além disso, os franqueados da marca realizaram a abertura de **11 restaurantes**. Dessa forma, o sistema **BURGER KING®** finalizou o trimestre com **927 restaurantes**.



*As lojas do modelo Ghost Kitchen são contabilizadas dentro da categoria "Mall".

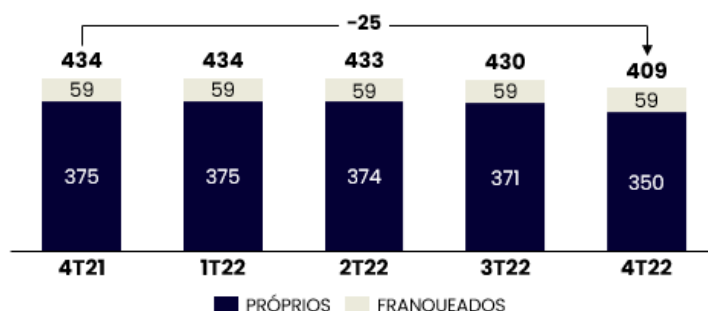
Sistema POPEYES®

O sistema de restaurantes da marca POPEYES® finalizou o ano de 2022 com um total de 63 restaurantes, com 11 aberturas ao longo do ano, sendo 9 destas durante o 4T22. O trimestre contabilizou a abertura de 2 lojas no modelo **Ghost Kitchen cobranded** e **7 lojas** no modelo **Mall**. Os estados de Minas Gerais, Bahia, Paraná, Goiás e no Distrito Federal receberam os primeiros restaurantes POPEYES® neste trimestre, o que reforça a expansão da presença da marca pelas principais capitais do Brasil.



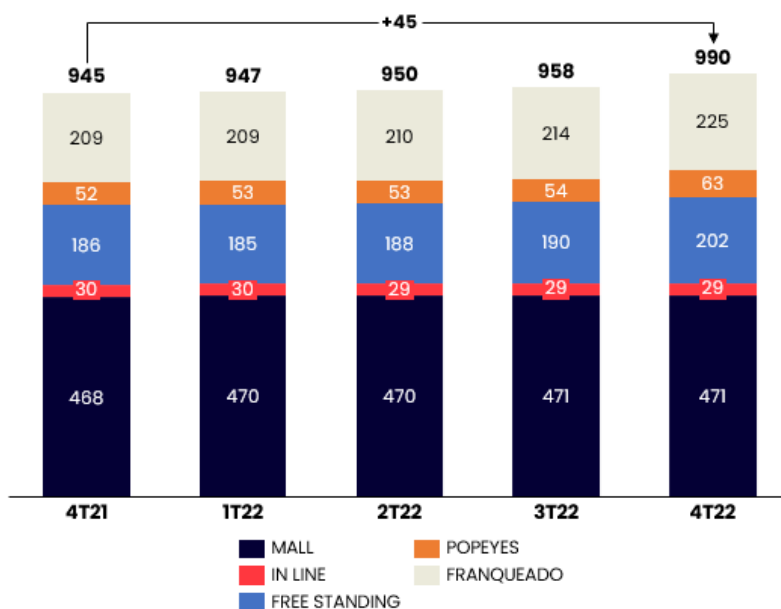
Rede de dessert centers BURGER KING®

O sistema BURGER KING®, em adição aos 927 restaurantes, finalizou o ano com **409 dessert centers**, realizando o fechamento de **21 unidades no 4T22**, como parte da estratégia de gestão de portfólio e rentabilidade.



Rede de restaurantes total

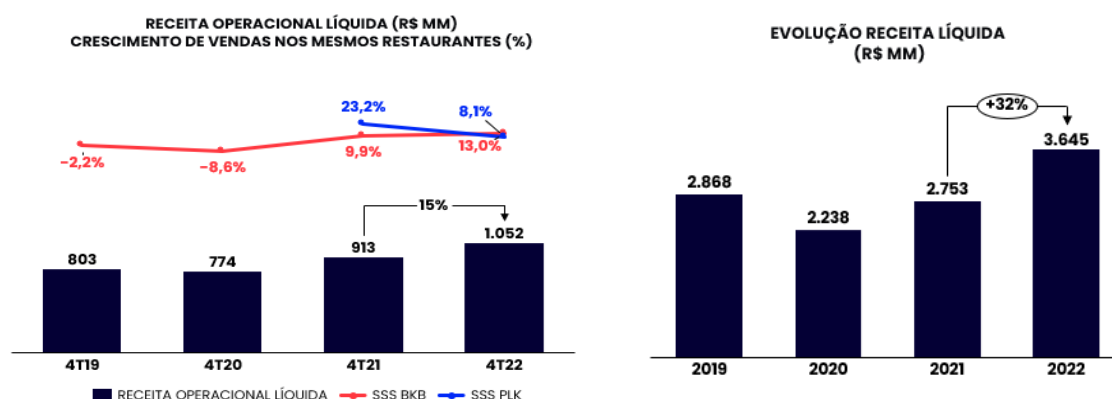
Dessa forma, com a abertura de **49 novas unidades** e o fechamento de **4 operações**, a ZAMP finalizou o ano de 2022 com um total de **990 restaurantes**, dos quais **765 próprios**, das marcas BURGER KING® e POPEYES® e **225 de franqueados** da marca BURGER KING®.



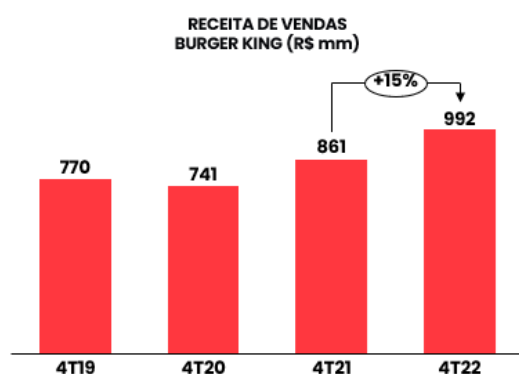
DESEMPENHO FINANCEIRO

Receita operacional líquida

No 4T22, a receita operacional líquida da Companhia totalizou aproximadamente **R\$ 1,1 bilhão**, **um novo recorde trimestral** e evolução de 15% em relação ao mesmo período do ano anterior. Ao final de 2022, a Companhia registrou o **maior faturamento anual de sua história**, com receita acima de **R\$ 3,6 bilhões**. Esse resultado configurou um crescimento de 32,4% em relação ao ano de 2021 e de 27,1% em relação a 2019, demonstrando a capacidade de recuperação da Companhia, através de suas icônicas e fortes marcas.



Receita de Vendas Burger King®



Como podemos ver no gráfico ao lado, pode-se notar um crescimento contínuo na receita dos restaurantes Burger King®, totalizando **R\$ 991,5 milhões** no 4T22, valor **15%** superior ao registrado no 4T21 e **29% acima dos níveis pré-pandemia**, do último trimestre de 2019.

No trimestre, a marca Burger King® atingiu **SSS de 13,0%** versus o 4T21, reforçando a contínua recuperação do tráfego e a consolidação do mercado de QSR no Brasil.

Em relação a 2022, as receitas de vendas de Burger King® atingiram um total de **R\$ 3,4 bilhões**, configurando, novamente, o **melhor resultado da marca no Brasil**. Esse resultado foi 24,4% superior ao ano de 2019.



O 4T22 foi marcado por campanhas que **reforçam o compromisso com estratégias que gerem tráfego, experimentação, frequência e vendas.**



No mês de outubro, Burger King em colaboração com a Viacom/Paramount realizou uma **Campanha 360° de Bob Esponja** com o Combo Fenda do BK. Mostrando o grande potencial dos projetos de Brand Experience e Social.

No dia 12 de outubro, fruto dessa parceria, tivemos um recorde histórico diário de vendas para a Companhia.



O mês de novembro foi marcado pela Black Friday, lançamos uma funcionalidade do Clube BK, no app, chamada Taca Fogo. Para estimular o tráfego, os clientes que aderiram a essa gamificação, “tacavam fogo” na embalagem digital e ganhavam produtos e cupons de desconto, com o objetivo de levar o cliente à loja mais próxima e, portanto, incentivar a compra de mais itens além dos bonificados. Alcançamos com essa

campanha a **marca de 10 milhões de usuários no Clube BK**, reforçando ainda mais nossa estrutura de CRM e o conhecimento de nossos clientes.

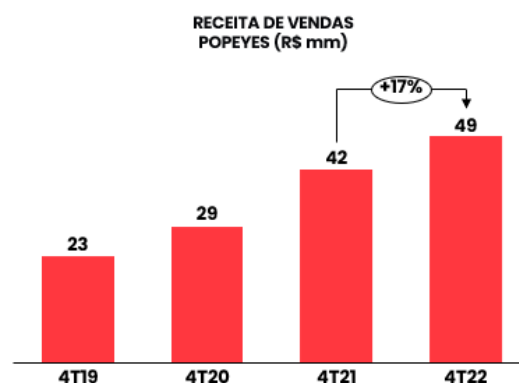
No mês de dezembro, tivemos o lançamento de grandes produtos como o Whopper Churras e 3 novos sanduíches de frango. Desenvolvemos também brindes colecionáveis em parceria com o Luccas Neto, lançando a Campanha de King Jr. chamada “Os Aventureiros” que gerou **tráfego e vendas em nossos restaurantes durante o período das férias escolares.**



Receita de Vendas Popeyes®

Comemorando o aniversário de 4 anos de operação no Brasil, a marca **Popeyes** segue com um pipeline de expansão robusto, atingindo novos mercados através da abertura de lojas em estados onde não estávamos presentes. Continuamos explorando o principal atributo dessa marca, a superioridade da qualidade do nosso produto, para gerarmos experimentação, conhecimento da marca e frequência. Em muito pouco tempo, ainda que impactados pela pandemia, conseguimos fazer essa marca figurar como uma das principais vendas médias de QSR do

Brasil, atingindo, em 2022, a marca **R\$ 163 milhões, crescimento de 48% em relação ao ano de 2021**, o que já colocou a operação em nível positivo de resultado operacional.



Dessa forma, no 4T22, POPEYES registrou uma **receita de vendas de R\$ 49 milhões**, o melhor trimestre histórico da marca, e um **SSS de 8,1%**.

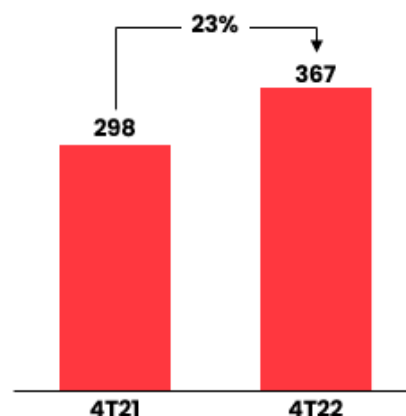
Digitalização de Vendas

Neste último trimestre, a ZAMP alcançou **patamares históricos com mais de 41% das vendas identificadas e recordes de vendas digitais**.

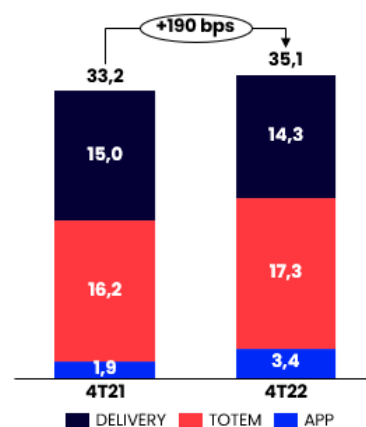
As **vendas digitais**, representadas pelo *delivery*, totem e *app* (*mobile*) de ambas marcas da ZAMP, atingiram **R\$ 367 milhões no 4T22**, um crescimento de 23% quando comparadas ao mesmo período do ano anterior. Como pode-se notar nos gráficos ao lado, as vendas de canais digitais já representam mais de **35% da receita total da Companhia**. Esse crescimento ocorreu, principalmente, devido às vendas via totem e *app* (*mobile*).

Nos totens de auto atendimento, vimos durante o trimestre, o **aumento da sua representatividade em nossas operações e nos resultados de vendas**, pelo fato de possibilitar uma navegação mais direcionada nas estratégias de individualização durante a experiência do usuário. Dentre os principais resultados vemos um aumento de ticket médio por venda, maior número de itens na bandeja e um melhor NPS. Neste último trimestre avançamos também no formato de **restaurantes com 100% do atendimento exclusivo no formato digital**, alcançando a marca de **23 restaurantes com essa funcionalidade**.

VENDAS DE CANAIS DIGITAIS (R\$ MM)



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



O **delivery**, outra importante alavanca de crescimento e vendas da Companhia, representou **14,3% das vendas** totais durante o período. Em termos nominais, a receita de delivery no trimestre, teve crescimento de 28,6% vs o 3T22, o que nos mostra que ainda há espaço para explorarmos incrementalidade do canal com expansão da cobertura geográfica e estratégia comercial. Além disso, o **delivery 1P e modelo híbrido** representaram **72,4% do sales share do canal de delivery**. Somente o **delivery próprio**, teve um **resultado de R\$ 8,5 milhões no 4T22**, crescimento de 39,9% nas vendas na comparação com o trimestre anterior. Estes resultados reforçam a estratégia de buscar acelerar essa avenida com mais rentabilidade e eficiência.

Alcançamos a marca de 41,2% das vendas identificadas e nosso CRM fechou o ano de 2022 com **15,9 milhões de usuários cadastrados**, um aumento de 1,5 milhões de usuários e de +8,5% em relação ao 3T22, respectivamente. Reforçamos nessa frente o processo de conhecimento do cliente, executando de forma mais precisa ações individualizadas e personalizadas.

No 4T22, o **Clube BK**, programa de fidelidade da marca BURGER KING, o principal *driver* da estratégia de CRM da Companhia, apresentou uma evolução de **23% em relação ao 3T22**, em um total de **10,7 milhões de usuários cadastrados**. Esse valor já é 3x o que combinado com uma recorrência ainda maior, cuminou a uma emissão de pontos 10x superior ao reportado no mesmo período do ano anterior. O programa contribui diretamente para o crescimento da venda média da Companhia, fidelizando o cliente através da **personalização do consumo e aumentando, portanto, de forma material o *spend* médio por usuário**.

Custo da mercadoria vendida



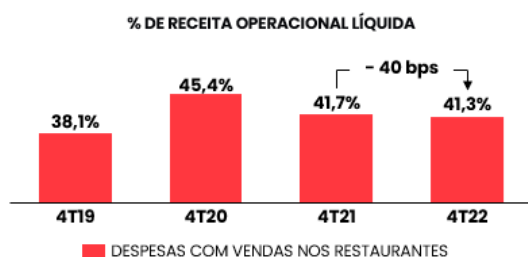
O CMV (custo da mercadoria vendida) registrado no 4T22 foi de 34,0%, representando uma **redução de 80bps** em relação ao 4T21 e permitindo que a Companhia registrasse a **melhor performance histórica em termos de margem bruta**, mesmo com um *write-off* não recorrente de produtos de cerca de R\$ 4 milhões.

Conforme temos reportado nas divulgações de resultados anteriores, a Companhia tem conseguido manter o **equilíbrio entre a recuperação de vendas com expansão de margem bruta**. Conseguimos atingir esses níveis de margem bruta dada a combinação dos três pilares: i) **revenue management**; ii) **strategic sourcing**, renegociando contratos existentes, estipulando novas parcerias de longo prazo e, assim, conseguindo reduções relevantes para manter nossos **custos sob controle**, mesmo num cenário inflacionário que, apesar do arrefecimento recente, segue desafiador.; e iii) **dados**, com cada vez mais conhecimento dos nossos usuários, conseguimos reduzir nossa exposição a descontos massivos e, portanto, sermos mais assertivos na estratégia comercial.

Na comparação anual, como pode ser visto no gráfico ao lado direito, o CMV registrado foi de 35,6% representando uma **redução de 200 bps**, a partir das iniciativas mencionadas acima.



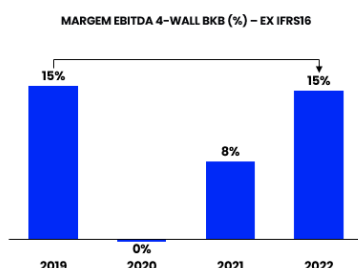
Despesas com vendas



As despesas com vendas nos restaurantes, excluindo depreciação e amortização além do efeito de despesas pré operacionais, representaram **41,3% da receita no 4T22**, queda marginal de 40bps na comparação com o mesmo período do ano anterior. Com a retomada de vendas, conseguimos obter alavancagem operacional nesta linha,

apesar dos efeitos dos dissídios, que estavam represados em 2021, mas já estão no resultado de 2022. Além das novas contratações para suportar o crescimento de restaurantes do período, ainda com receita em maturação. Em outras despesas com vendas, tivemos o efeito não recorrente, de R\$ 6 milhões referente a uma provisão de Delivery.

Para o ano de 2022, as despesas com vendas representaram **43,5%** da receita líquida operacional da Companhia, **uma queda de 500 bps em relação ao ano anterior**. Dessa forma, reforçamos a tese de eficiência e alavancagem operacional, derivada de iniciativas de digitalização para sermos cada vez mais eficientes na linha de pessoal, na linha de ocupação, importantes avanços na negociação dos nossos contratos de locação e redução nos custos de *utilities* com projetos focados em eficiência operacional.



Com execução desse plano ao longo de 2022, ainda em um cenário com cerca de -20% de tráfego, a marca Burger King chegou ao mesmo nível de *unit economics* que o período de 2019.

Despesas gerais e administrativas totais

As despesas gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização, totalizaram **6,2% da receita líquida no trimestre**, um **aumento de 60 bps** na comparação com o 4T21. Parte desse efeito é explicado pelos **R\$ 15,7 milhões** entre baixa de imobilizado, baixa de ativos e ajuste decorrente de teste de *impairment*, referentes a restaurantes que já foram ou serão fechados. **Caso não houvesse este efeito, o G&A totalizaria 4,7% da receita líquida no trimestre.**

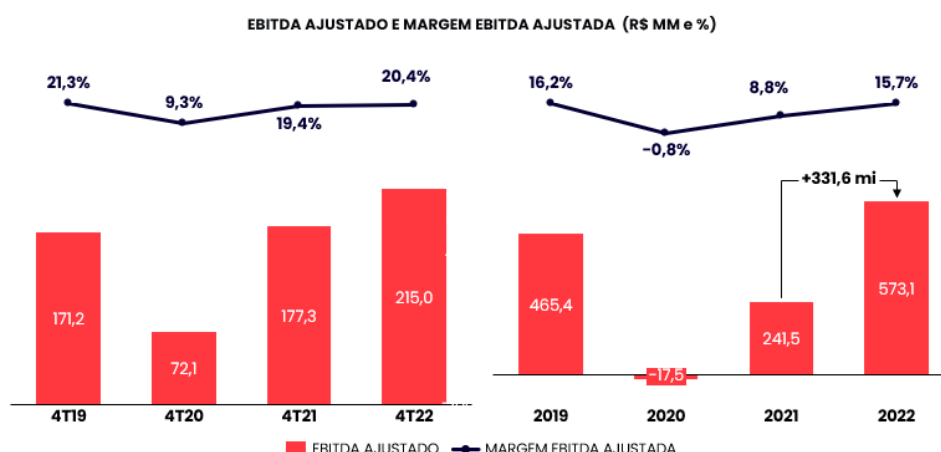
A Companhia fez importantes investimentos, ao longo dos últimos anos, sobretudo no desenvolvimento de Popeyes, na relevância da área de tecnologia, que já evidencia seus retornos nos resultados, em governança corporativa e na estrutura do time. Esses investimentos foram feitos em um momento que entendemos ser crucial para que pudéssemos gerar uma vantagem competitiva sustentável e agora suportarão o próximo ciclo de crescimento de vendas da Companhia, o que irá contribuir para forte alavancagem operacional nessa linha.



EBITDA Ajustado

O EBITDA ajustado da Companhia atingiu o valor de **R\$ 215,0 milhões** no 4T22, **R\$ 37,7 milhões superior ao 4T21**, ou seja, um crescimento de 21,3% na comparação dos períodos. A margem EBITDA ajustada foi de 20,4%, 100 *bps* superior à margem registrada no período anterior.

No ano de 2022, a **ZAMP registrou o maior EBITDA Ajustado de sua história**, **R\$ 573,1 milhões**, um crescimento de **137%** em relação ao ano de 2021 e de 23% em relação ao ano de 2019, superando substancialmente os resultados registrados no período pré pandemia.



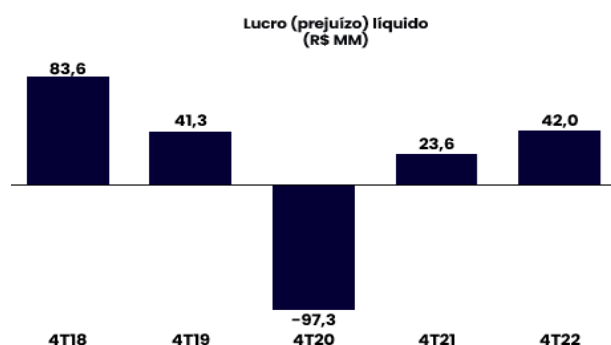
EBITDA - R\$ MILHÕES

	4T22	4T21	VAR %	4T22 (ex-IFRS 16)	4T21 (ex-IFRS 16)	VAR %
PREJUÍZO DO PERÍODO	42,0	23,6	-78,0%	44,0	25,3	-73,9%
(+) RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO	44,2	37,4	18,2%	22,3	16,2	37,7%
(+) DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	103,3	103,0	0,3%	60,9	61,2	-0,5%
(+/-) IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(4,5)	(2,2)	-104,5%	(3,4)	(1,3)	161,5%
EBITDA	185,0	161,8	14,3%	123,8	101,4	-22,1%
MARGEM EBITDA	17,6%	17,7%	-10bps	11,8%	11,1%	70bps
(+) OUTRAS DESPESAS	14,6	8,8	65,9%	14,6	8,8	65,9%
(+) CUSTOS COM PLANO DE OPÇÃO DE COMPRA DE AÇÕES	5,2	2,0	160,0%	5,2	2,0	160,0%
(+) DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	0,0	2,3	-100,0%	0,0	2,3	-100,0%
(+) DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	10,2	2,4	325,0%	10,2	2,4	325,0%
EBITDA AJUSTADO	215,0	177,3	21,3%	153,8	116,9	31,6%
MARGEM EBITDA AJUSTADA	20,4%	19,4%	100bps	14,6%	12,8%	180bps

Nosso EBITDA Ajustado ex-IFRS16, totalizou **R\$ 153,8 milhões** no final do 4T22, um **incremento de aproximadamente 31,6%** na comparação com o mesmo período do ano anterior e margem de 14,5%.

Lucro (Prejuízo) líquido

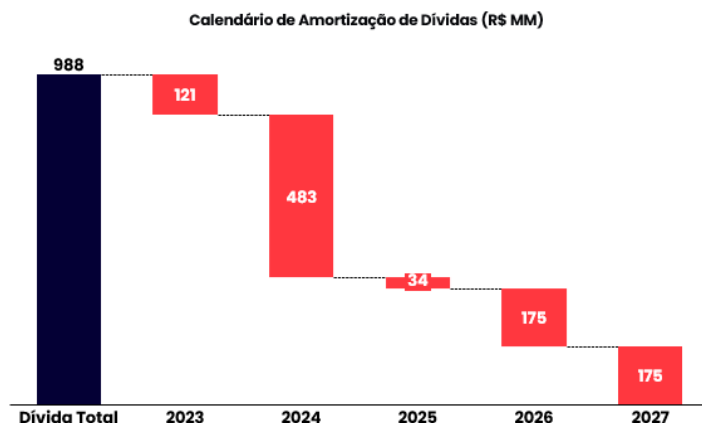
No 4T22, a Companhia registrou um lucro líquido de **R\$ 42,0 milhões**, avanço de **77,8%** em relação ao 4T21. No ano de 2022, o resultado foi de um **prejuízo líquido de R\$ 55,8 milhões**, uma melhora de **R\$ 218 milhões na comparação com o ano de 2021**.



Endividamento total

O ano de 2022 foi um marco importante para a Companhia no sentido de que **a geração de caixa operacional** foi capaz de suportar nosso plano de investimentos. Com isso, conseguimos manter uma importante trajetória de desalavancagem, mesmo com a recompra de 9 milhões de ações no ano. Dessa forma, a ZAMP encerrou

o período com uma dívida líquida de R\$ 494 milhões, e **alavancagem em 1,5x**, o que reforça a excelente estrutura de capital para suportar os planos dos próximos anos.

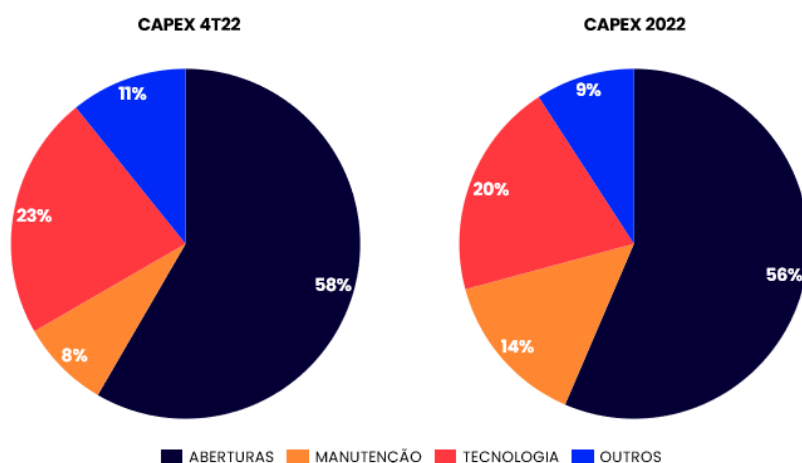


*Gráfico expressa somente os valores do principal.

DÍVIDA LÍQUIDA - R\$ MILHÕES	DEZ/22	DEZ/21	VAR %
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	1.013,6	790,3	28,3%
CIRCULANTE	149,5	153,5	-2,6%
NÃO CIRCULANTE	864,1	636,7	35,7%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA E APLICAÇÕES FINANCEIRAS	519,1	450,8	15,2%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA E APLICAÇÕES (CIRCULANTE)	519,1	450,8	15,2%
APLICAÇÕES FINANCEIRAS (NÃO CIRCULANTE)	0,0	0,0	N/A
DÍVIDA LÍQUIDA	494,4	339,5	45,6%
EBITDA AJUSTADO ex IFRS 16 (12M)	337,3	49,7	578,7%
DÍVIDA LÍQUIDA / EBITDA AJUSTADO (12M)	1,5x	6,8x	N/A

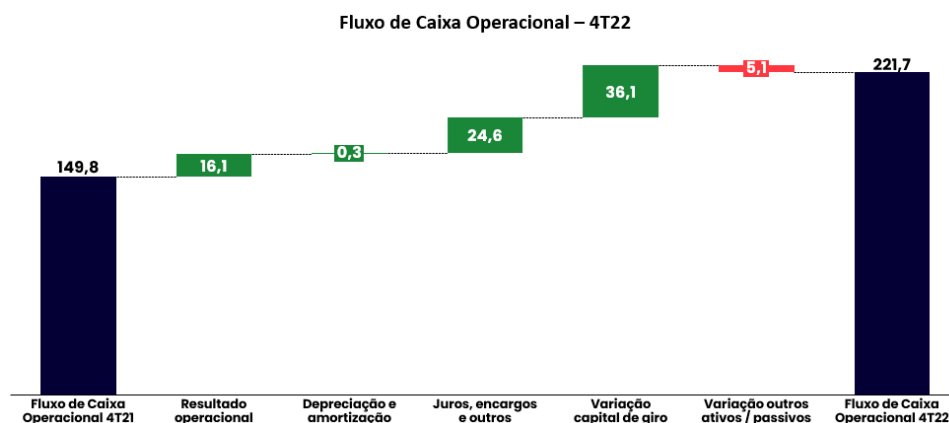
Investimentos (CAPEX)

No quarto trimestre de 2022, os investimentos totais da Companhia atingiram **R\$ 153,3 milhões**, um acréscimo de R\$ 65,2 milhões (ou 74%) em relação ao 4T22. Para o ano de 2022, os investimentos totalizaram **R\$ 355,7 milhões**, valor 31,6% superior ao registrado no ano de 2021. Esse crescimento aconteceu principalmente em virtude da retomada do plano de expansão, com novas unidades inauguradas ao longo do ano, nossos investimentos em tecnologia e com a manutenção do nosso portfólio de restaurantes.



Fluxo de caixa operacional

Tivemos uma geração de caixa operacional de **R\$ 221,7 milhões no 4T22** *versus* **R\$ 149,8 milhões no mesmo período do ano anterior**. Essa diferença de **R\$ 71,9 milhões** deriva da evolução do CMV, levando a uma melhora considerável da margem bruta, da recuperação do tráfego *on premise*, e do avanço da eficiência operacional que a Companhia vem atingindo ao longo dos últimos trimestres. Em 2022, a conversão do EBITDA em FCO foi superior a 90%, o que demonstra o forte potencial de geração de caixa do nosso negócio.





MERCADO DE AÇÕES 4T22

MERCADO DE AÇÕES

Programa de recompra

Dando continuidade ao plano de recompra de ações, aprovado em janeiro de 2022, a ZAMP efetuou a recompra de aproximadamente **3 milhões** ações no último trimestre de 2022, fechando esse mesmo ano com a compra de aproximadamente **9 milhões de ações**.

O plano de recompra tem como intuito criar **valor adicional aos nossos acionistas**, uma vez que entendemos que a performance do papel no mercado de capitais brasileiro esteja assimétrica com o valor intrínseco da Companhia.



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;
- **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;
- **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;
- **NPS:** *Net Promoter Score*;
- **Repasses:** Venda de restaurantes próprios para franqueados;
- **Self ordering kiosks:** Totem de autoatendimento;
- **OPA:** Oferta Pública de Ações. Todos os resultados se referem a operação própria exceto *Net Restaurants Growth* (NRG) de restaurante; e
- **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.

ANEXOS

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO CONSOLIDADA 4T22 (R\$ MILHÕES)

	4T22	4T21	VAR %	2022	2021	VAR%
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.051,5	912,9	15,2%	3.644,7	2.753,3	32,4%
RECEITA BRUTA DE VENDAS	1.140,7	989,3	15,3%	3.944,9	2.973,1	32,7%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE VENDAS	(100,5)	(85,9)	17,0%	(342,0)	(251,3)	36,1%
RECEITA BRUTA DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	12,7	10,7	18,7%	46,9	35,3	32,9%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	(1,4)	(1,1)	27,3%	(5,1)	(3,8)	34,2%
CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	(357,2)	(317,4)	12,5%	(1.297,8)	(1.034,6)	25,4%
LUCRO BRUTO	694,3	595,5	16,6%	2.346,9	1.718,7	36,6%
TOTAL DESPESAS COM VENDAS	(542,0)	(477,6)	13,5%	(1.987,4)	(1.693,8)	17,3%
DESPESAS COM PESSOAL	(154,7)	(126,2)	22,6%	(603,8)	(507,1)	19,1%
ROYALTIES E MARKETING	(100,3)	(103,2)	-2,8%	(363,5)	(272,1)	33,6%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(76,0)	(67,1)	13,3%	(288,5)	(242,5)	19,0%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(10,2)	(2,4)	325,0%	(14,1)	(8,2)	72,0%
DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	(97,4)	(94,7)	2,9%	(386,7)	(349,7)	10,6%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(103,4)	(84,0)	23,1%	(330,8)	(314,2)	5,3%
TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(70,6)	(59,0)	19,7%	(262,8)	(197,5)	33,1%
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(44,9)	(37,6)	19,4%	(187,2)	(141,3)	32,5%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	-	(2,3)	-100,0%	-	(7,4)	-100,0%
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	(5,9)	(8,3)	-28,9%	(19,0)	(26,8)	-29,1%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO E IMPAIRMENT	(14,6)	(8,7)	67,8%	(21,8)	(13,8)	58,0%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	(5,2)	(2,0)	160,0%	(34,8)	(8,3)	319,3%
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	81,7	58,9	38,7%	96,7	(172,6)	-156,0%
RESULTADO FINANCEIRO	(44,2)	(37,4)	18,2%	(143,9)	(98,0)	46,8%
DESPESAS FINANCEIRAS	(61,3)	(44,7)	37,1%	(210,0)	(141,6)	48,3%
RECEITAS FINANCEIRAS	17,1	7,3	134,2%	66,1	43,6	51,6%
RESULTADO ANTES DO IR E CSLL	37,5	21,5	74,4%	(47,1)	(270,6)	-82,6%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	4,5	2,15	107,6%	(8,6)	(3,2)	166,5%
IMPOSTOS DIFERIDOS	4,5	2,15	107,6%	(8,6)	(3,2)	166,5%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	42,0	23,6	78,0%	(55,8)	(273,8)	-79,6%

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO CONSOLIDADA 4T22 | EX-IFRS 16 (R\$ MILHÕES)

	4T22	4T21	VAR %	2022	2021	VAR%
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.051,5	912,9	15,2%	3.644,7	2.753,3	32,4%
RECEITA BRUTA DE VENDAS	1.140,7	989,3	15,3%	3.944,9	2.973,1	32,7%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE VENDAS	(100,5)	(85,9)	17,0%	(342,0)	(251,3)	36,1%
RECEITA BRUTA DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	12,7	10,7	18,7%	46,9	35,3	32,9%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	(1,4)	(1,1)	27,3%	(5,1)	(3,8)	34,2%
CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	(357,2)	(317,4)	12,5%	(1.297,8)	(1.034,6)	25,4%
LUCRO BRUTO	694,3	595,5	16,6%	2.346,9	1.718,7	36,6%
TOTAL DESPESAS COM VENDAS	(560,6)	(496,1)	13,0%	(2.051,8)	(1.734,2)	18,3%
DESPESAS COM PESSOAL	(154,7)	(126,2)	22,6%	(603,8)	(507,1)	19,1%
ROYALTIES E MARKETING	(100,3)	(103,2)	-2,8%	(363,5)	(272,1)	33,6%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(136,4)	(126,8)	7,6%	(521,5)	(432,0)	20,7%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(10,2)	(2,4)	325,0%	(14,1)	(8,2)	72,0%
DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	(55,6)	(53,4)	4,1%	(218,2)	(200,6)	8,8%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(103,4)	(84,0)	23,1%	(330,8)	(314,2)	5,3%
TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(70,8)	(59,3)	19,4%	(263,7)	(198,3)	33,0%
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(45,7)	(38,3)	19,3%	(190,1)	(143,7)	32,3%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	-	(2,3)	-100,0%	-	(7,4)	-100,0%
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	(5,4)	(7,8)	-30,8%	(17,0)	(25,2)	-32,5%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO E IMPAIRMENT	(14,6)	(8,7)	67,8%	(21,8)	(13,8)	58,0%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	(5,2)	(2,0)	160,0%	(34,8)	(8,3)	319,3%
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	62,9	40,2	56,6%	31,4	(213,8)	-114,7%
RESULTADO FINANCEIRO	(22,3)	(16,2)	37,7%	(56,7)	(33,7)	68,1%
DESPESAS FINANCEIRAS	(39,4)	(23,5)	67,7%	(122,7)	(61,4)	99,9%
RECEITAS FINANCEIRAS	17,1	7,3	134,2%	66,1	27,7	138,5%
RESULTADO ANTES DO IR E CSLL	40,6	24,0	69,3%	(25,3)	(247,6)	-89,8%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	3,4	1,3	164,6%	(16,1)	(11,1)	45,0%
IMPOSTOS DIFERIDOS	3,4	1,3	164,6%	(16,1)	(11,1)	45,1%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	44,0	25,3	74,1%	(41,4)	(258,7)	-84,0%

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO 2022 (R\$ MILHÕES)

	4T22	4T21
ATIVO	4.131,0	3.813,4
ATIVO CIRCULANTE		
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	45,5	111,6
TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	473,7	339,2
CONTAS A RECEBER	222,6	139,3
ESTOQUES	175,6	142,8
IMPOSTOS A RECUPERAR	50,8	44,1
DEMAIS CONTAS A RECEBER E PAGAMENTOS ANTECIPADOS	33,9	36,8
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	1.002,0	813,7
ATIVO NÃO CIRCULANTE		
IMPOSTOS A RECUPERAR	149,5	135,3
DEPÓSITOS JUDICIAIS	45,9	41,2
DEMAIS CONTAS A RECEBER	18,6	20,0
ARRENDAMENTO MERCANTIL	843,7	836,4
IMOBILIZADO	1.332,3	1.225,5
INTANGÍVEL	738,9	741,4
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	3.128,9	2.999,7
TOTAL DO ATIVO	4.131,0	3.813,4
	4T22	4T21
PASSIVO	2.645,8	2.240,7
PASSIVO CIRCULANTE		
FORNECEDORES	346,1	239,5
FORNECEDORES CONVENIADOS	18,5	8,4
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	139,2	106,6
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	149,5	153,5
PASSIVOS DE ARRENDAMENTO	171,9	160,1
OBRIGAÇÕES CORPORATIVAS	24,1	22,1
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	33,6	30,7
RECEITA DIFERIDA	19,9	13,8
DEMAIS CONTAS A PAGAR	34,3	26,5
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	937,1	761,4
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	864,1	636,7
PROVISÃO PARA DEMANDAS JUDICIAIS	21,8	25,4
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	4,5	6,4
RECEITA DIFERIDA	4,7	5,9
PASSIVOS DE ARRENDAMENTO	775,7	758,4
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	37,8	29,1
DEMAIS CONTAS A PAGAR	-	17,4
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	1.708,7	1.479,3
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CAPITAL SOCIAL	1.461,1	1.461,1
RESERVAS DE CAPITAL E PLANO DE OPÇÃO DE AÇÕES	728,4	720,5
AÇÕES EM TESOURARIA	(63,7)	(24,2)
OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	-	0,1
LUCRO (PREJUÍZO) ACUMULADO	(640,6)	(584,8)
RESULTADO DO EXERCÍCIO	-	-
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.485,2	1.572,7
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.131,0	3.813,4

FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO 4T22 (R\$ MILHÕES)

	4T22	4T21	2022	2021
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES OPERACIONAIS	221,7	149,8	458,9	118,6
CAIXA GERADO NAS OPERAÇÕES	222,8	181,8	663,9	294,1
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	37,5	21,5	(47,1)	(270,6)
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO DO IMOBILIZADO E INTANGÍVEL	60,9	61,2	235,3	225,8
AMORTIZAÇÕES DE ARRENDAMENTOS	42,4	41,8	170,4	150,6
JUROS, ENCARGOS, VARIAÇÃO CAMBIAL E MONETÁRIA	45,7	41,5	174,3	109,6
OUTROS	36,3	15,9	131,1	78,6
VARIAÇÕES NOS ATIVOS E PASSIVOS	(1,0)	(32,0)	(205,0)	(175,5)
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES, LÍQUIDOS	(48,9)	(14,0)	(85,9)	(37,6)
ESTOQUES	5,8	(15,7)	(31,4)	(18,9)
OBRIGAÇÕES CORPORATIVAS	6,5	7,3	2,0	6,3
FORNECEDORES E ALUGUÉIS A PAGAR	128,2	67,1	108,9	30,3
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	(31,9)	(16,4)	(14,9)	(5,6)
PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	(61,0)	(20,5)	(118,8)	(53,5)
OUTRAS VARIAÇÕES DE ATIVOS E PASSIVOS	0,1	(39,7)	(64,9)	(96,5)
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	(74,8)	(118,0)	(441,0)	6,5
AQUISIÇÃO DE IMOBILIZADO	(144,4)	(90,0)	(328,4)	(238,8)
AQUISIÇÃO DE INTANGÍVEL	(1,1)	2,0	(27,3)	(31,4)
APLICAÇÕES EM TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	(410,0)	(329,9)	(1.708,9)	(510,4)
RESGATE DE TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	480,8	299,9	1.623,7	787,2
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	(119,7)	(101,8)	(84,1)	(233,2)
COMPRA DE AÇÕES PARA TESOURARIA	(17,1)	-	(53,9)	-
CAPTAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS (PRINCIPAL)	-	-	350,0	-
CUSTOS SOBRE CAPTAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS	-	-	(4,0)	-
PAGAMENTO DE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS (PRINCIPAL)	(41,3)	(41,3)	(140,4)	(41,3)
PAGAMENTOS DE PASSIVOS DE ARRENDAMENTOS	(61,2)	(60,4)	(235,8)	(191,8)
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES	27,3	(70,0)	(66,1)	(108,1)
SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	18,1	181,6	111,6	219,7
SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	45,5	111,6	45,5	111,6



Ariel Grunkraut

CEO

Gabriel Guimarães

CFO

Paola Pedrinola

RI

Time de RI

Contato de RI:

ri@zamp.com.br

Call de Resultados 4T22

Teleconferência e Webcast - 03 de março de 2023 - 6ª feira

Em português com tradução simultânea para o inglês

Horário: 11h (BRT) / 9h (EST)

Dados para conexão: (Toll Free)

+55 11 3181 8565 / +55 11 4090 1621

+1 412 717 9627 / +1 844 204 8942

Código: Zamp

