

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS 1T25

09 DE MAIO DE 2025



,zamp

DESTAQUES

1T25 vs. 1T24

LTM 1T25 vs. LTM 1T24

Receita

Receita operacional líquida de R\$ 1,2 bilhão, crescimento de 13%;

Vendas Comparáveis

SSS de +4,6% Burger King®, +8,6% Popeyes®, +16,1% Starbucks® e +20,4% para Subway®;

System-wide

Vendas brutas do sistema atingiram o patamar de R\$ 2,3 bilhões no 1T25, crescimento de 58% em relação ao 1T24;

Digitalização das Vendas

Vendas Digitais representaram 54% da receita total, +23% vs 1T24; 54,5% vendas Identificadas BK;

EBITDA

Ebitda Ajustado de R\$ 127 milhões, redução de 2,7% YoY;

Restaurantes

Atingimos 2.680 unidades, sendo 959 da marca Burger King®, 89 Popeyes®, 114 Starbucks® e 1.518 Subway®.

1T25: PERÍODO DE EVOLUÇÃO E CONSOLIDAÇÃO

1T24

1T25

**Marcas no
Portfólio**



**Número de
Unidades**

1.028



2.680

2.5x

**Vendas Bruta do
Sistema
(R\$ Bi)¹**

1,4



2,3

+58%

**Receita Líquida
Zamp
(R\$ Bi)²**

1,03



1,16

+13%

(1) Receita bruta transacionada no ecossistema (lojas próprias e franquias),
(2) Receita líquida para as novas marcas considera somente o período sob gestão Zamp.

PORTFÓLIO DE LOJAS SISTEMA ZAMP



959
+21 vs 1T24



89
-1 vs 1T24



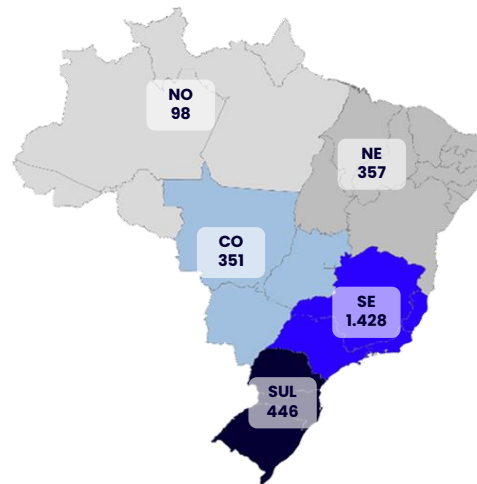
114



1.518

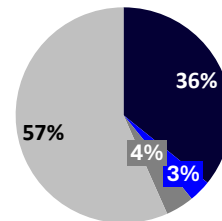
,zamp

2.680
+1.652 vs 1T24



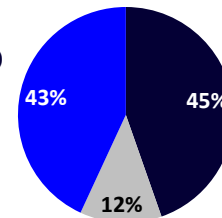
DISTRIBUIÇÃO POR MARCA

- Burger King®
- Popeyes®
- Starbucks®
- Subway®



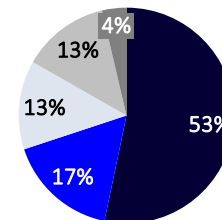
DISTRIBUIÇÃO POR FORMATO⁽¹⁾

- Mall
- Free Standing
- In Line



DISTRIBUIÇÃO GEGRÁFICA

- SE
- SUL
- NE
- CO
- NO

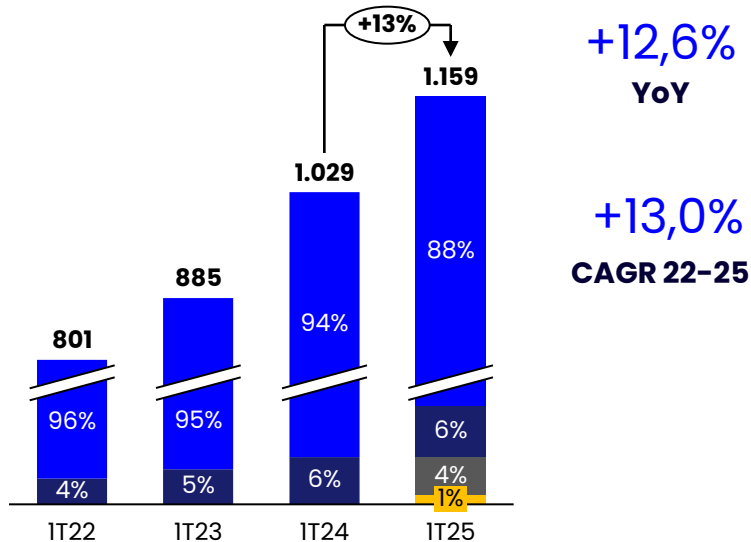


A Zamp fechou 1T25 com **2.680** restaurantes, entre franquias e próprios, das quatro marcas que compõem o portfólio. Com ampla capilaridade, a Companhia está presente em todas as regiões do país, em diferentes formatos

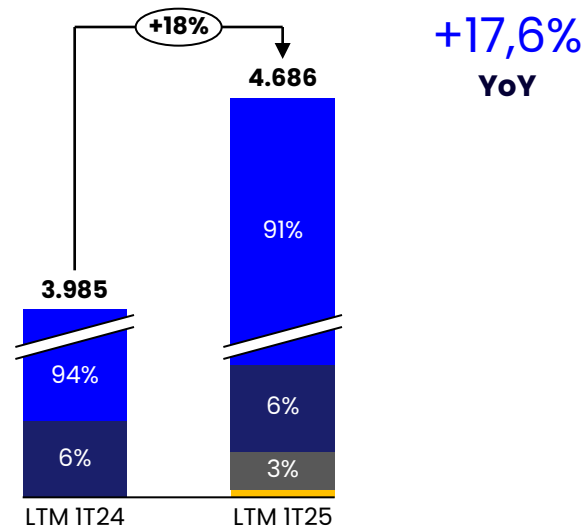
(1) Formato Mall considera lojas Food Court, Aeroportos, Universidade e Ghost kitchen; Lojas Office e em rodovias sem drive-thru, consideradas como In-Line.

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA ZAMP

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA TRIMESTRAL
(R\$ milhões)



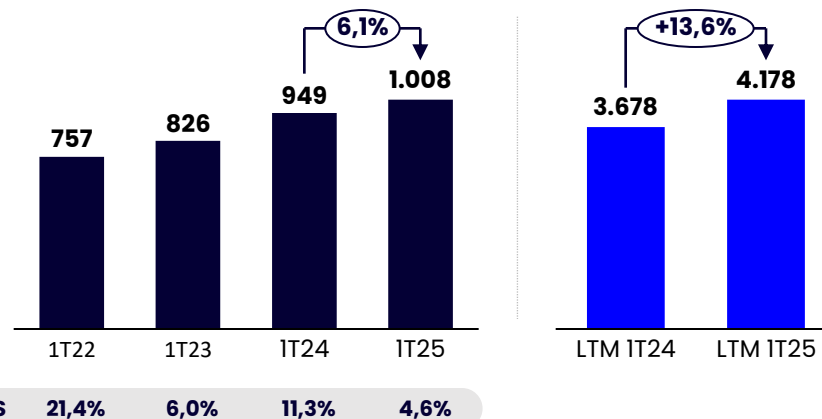
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA LTM
(R\$ milhões)



■ Burger King®
 ■ Popeyes®
 ■ Starbucks®
 ■ Subway®

BURGER KING®

Venda Líquida de Restaurantes (R\$M)

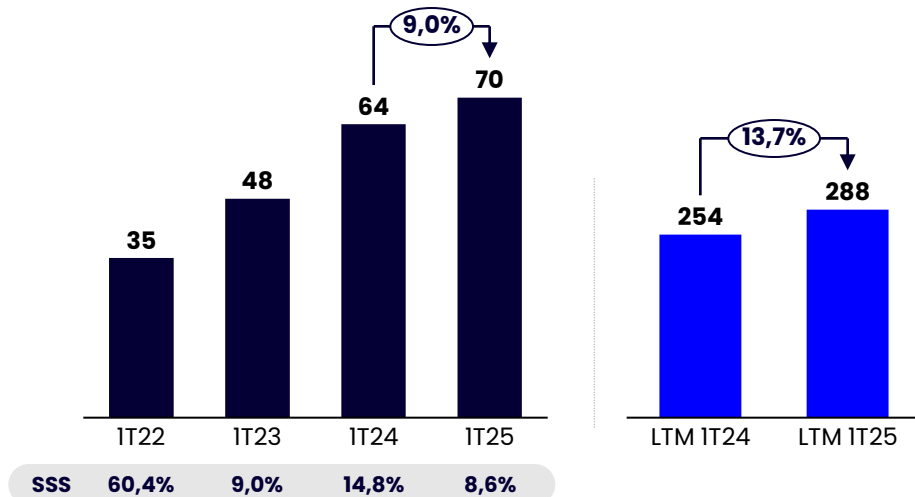


Fonte: ZAMP

- +4,6% SSS no 1T25, ou +16% em uma visão de 2 anos.
- Crescimento consistente de vendas dos restaurantes, com R\$1,0 bilhão de receita líquida, +6% vs. o 1T24.
- No acumulado dos últimos 12 meses, a receita foi de R\$4,2 bilhões – um aumento de 14% vs. o 1T24

POPEYES®

Venda Líquida de Restaurantes (R\$M)

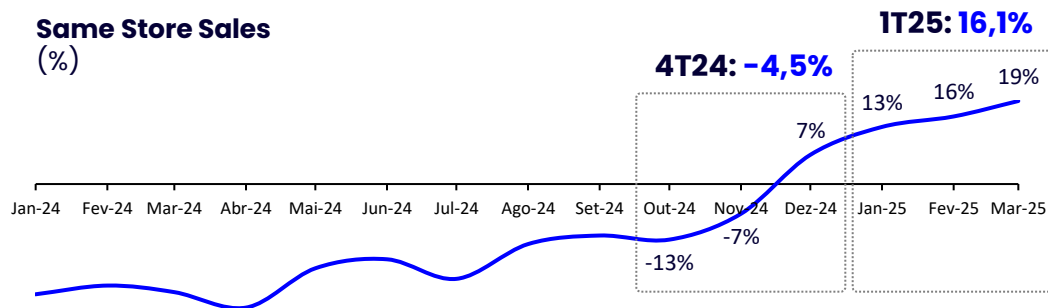


- Receita de vendas no 1T25 atingiu **R\$ 70 milhões** com SSS de **+8,6%**;
- A estratégia segue em aumentar **consideração da marca**, executar as frentes para **crescimento de vendas** e **ganho de eficiência operacional**.



STARBUCKS®

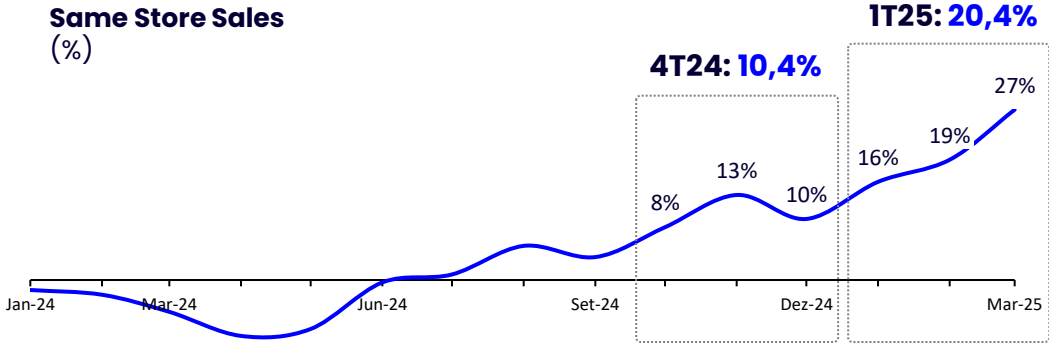
Same Store Sales (%)



Em **Starbucks®**, capturamos um ganho de 32 p.p. em SSS desde o início da operação, atingindo a marca de 19,3% em março e fechando o trimestre com 16,1%.

- Foco em **reestabelecer a operação** e **restaurar a experiência dos consumidores** para os padrões mundialmente conhecidos de Starbucks.
- As vendas líquidas do 1T25 atingiram R\$ 51 milhões com SSS de +16,1%.

SUBWAY®



Subway® com duplo dígito de Same Store Sales desde 4T24, dobrando nos primeiros meses de 2025.

- Foco em **retomar o desenvolvimento da marca** no Brasil, através de **investimentos mais eficientes** em marketing, lançamento de novos produtos e **maior proximidade dos franqueados**
- SSS de +20,4%** no 1T25.

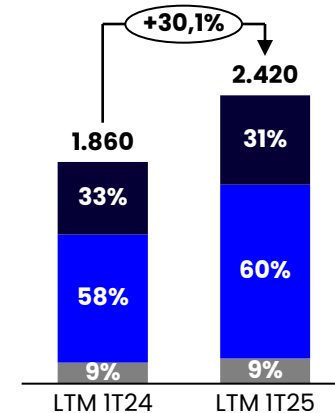
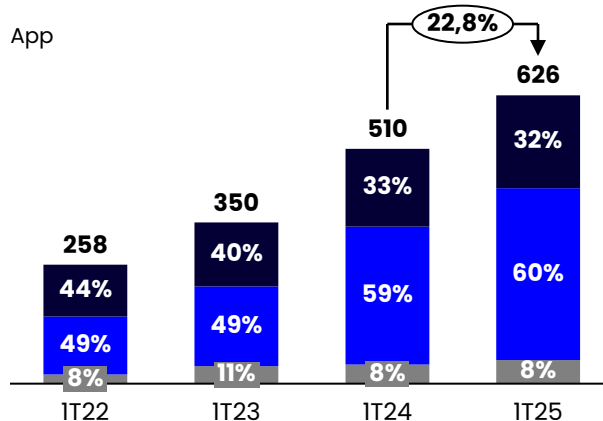


VENDAS DIGITAIS

Vendas Digitais

(R\$ milhões)

■ Delivery ■ Totem ■ App



**% CANAIS DIGITAIS DA
VENDA DOS RESTAURANTES**

32,6% 40,0% 50,3% 55,5%

60,4% 57,9%

- Vendas digitais atingiram **R\$626 milhões no 1T25**, crescimento **23%** versus 1T24 e **ganharam +520bps de share** dentro de toda a nossa venda dos restaurantes.
- Em Burger King®, já temos mais de **54,5% das vendas identificadas** e um programa de fidelidade com quase **20 milhões de brasileiros**.

ECOSSISTEMA DIGITAL



DELIVERY

17,4%

DA RECEITA TOTAL DA
CIA, CRESCIMENTO DE
+19% YoY EM TERMOS
NOMINAIS



APP

4,4%

REPRESENTATIVIDADE
DA RECEITA TOTAL
(+22% YoY EM
TERMOS NOMINAIS)



TOTEM

32,2%

DA RECEITA DA
COMPANHIA (+3,1 P.P
NO CANAL VS. 1T24)



CRM

54,5%

DAS VENDAS TOTAIS
COMO VENDAS DE
BK IDENTIFICADAS



LOYALTY

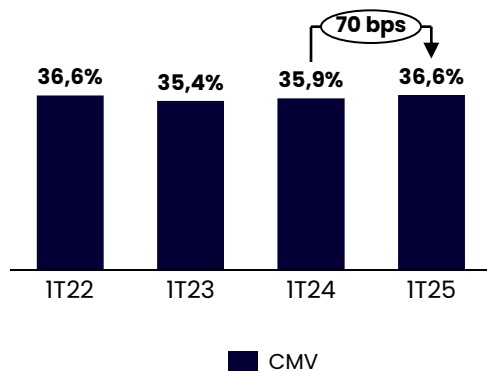
20 MILHÕES

DE INSCRITOS EM
NOSSO PROGRAMA DE
FIDELIDADE,
+3M VS 1T24

CMV e SG&A

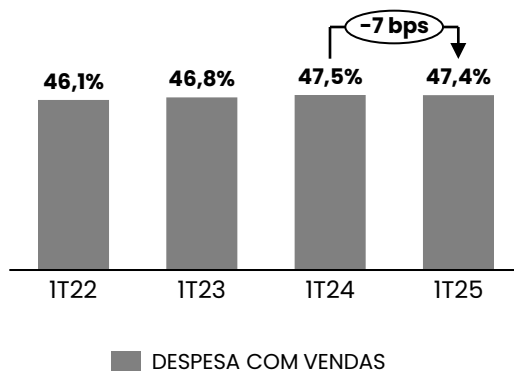
CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA

(% da receita operacional líquida)



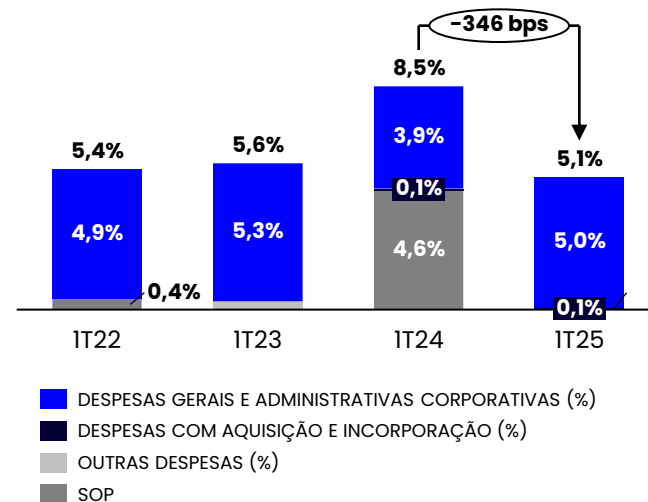
DESPESAS COM VENDAS NOS RESTAURANTES

(% da receita operacional líquida)



DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS⁽¹⁾

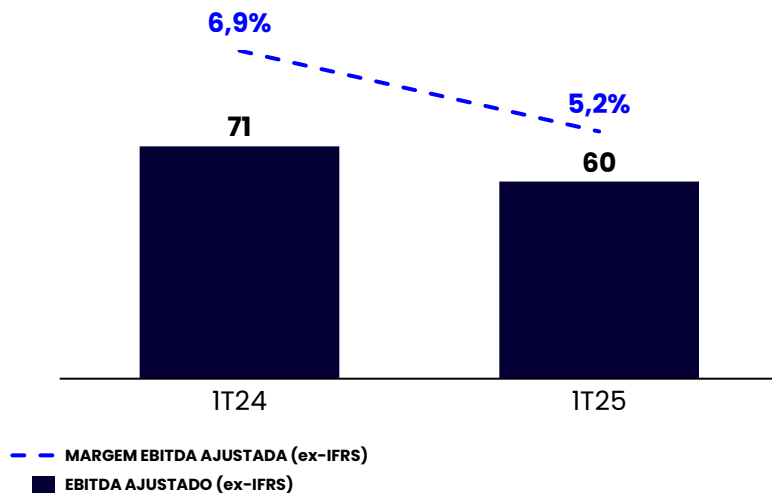
(% da receita operacional líquida)



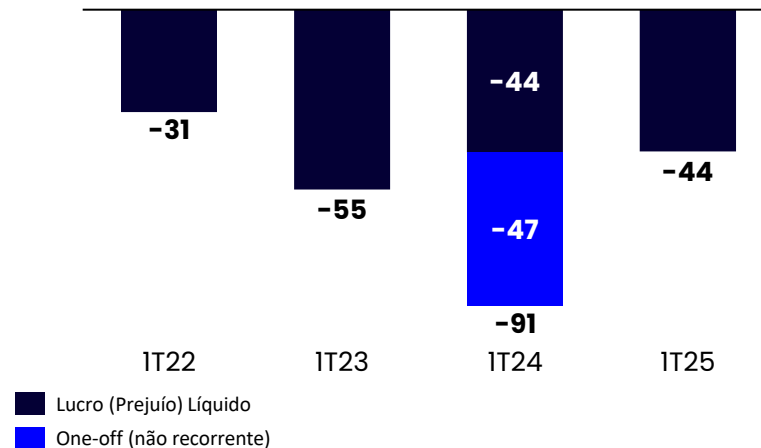
- Aumento **70 bps** de CMV em relação ao 1T24;
- As despesas gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização, representaram **5,1%** da receita Operacional líquida no 1T25, uma redução de **346 bps** em relação ao 1T24.
- Excluindo efeito não recorrente, aumento de **120 bps** vs. 1T24 (reestruturação estratégica em unidades de negócio, para suportar as novas marcas, e reforço corporativo).

EBITDA AJUSTADO E RESULTADO LÍQUIDO

**EBITDA AJUSTADO (Ex-IFRS16)
E MARGEM EBITDA AJUSTADA**
(R\$ milhões e %)



LUCRO/PREJUÍZO LÍQUIDO
(R\$ milhões)

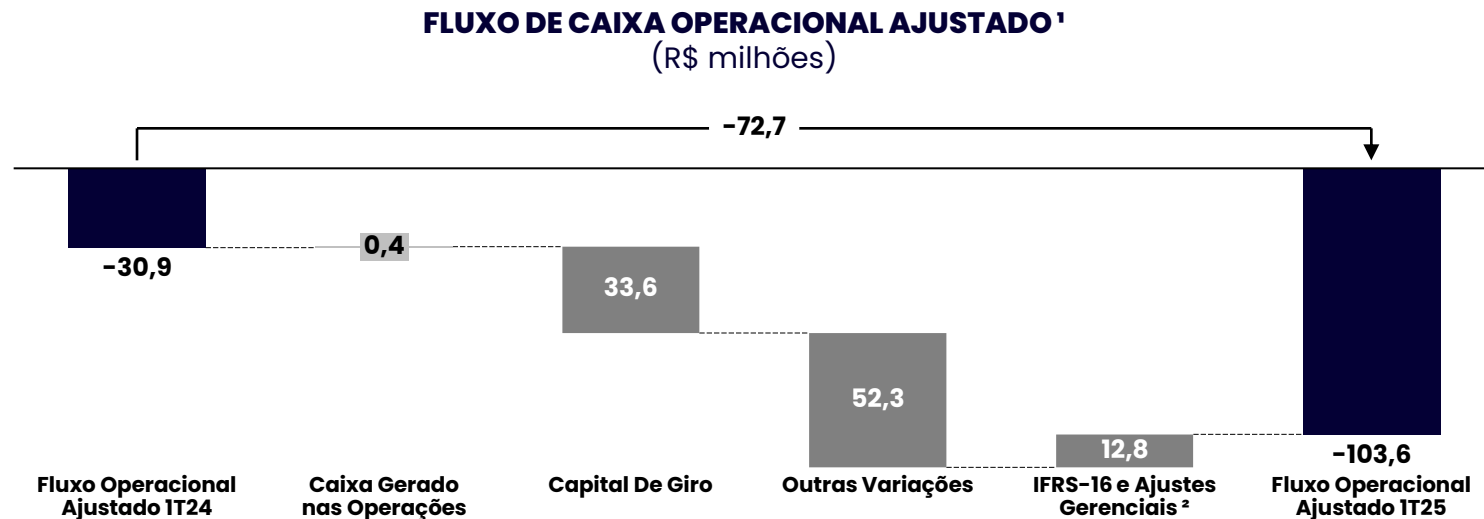


- O EBITDA Ajustado (Ex-IFRS16) da Companhia atingiu o valor de **R\$ 60,1 milhões** no 1T25, redução de R\$10,7 milhões comparado ao 1T24;
- Prejuízo de **R\$ 44 milhões**, em linha com o período anterior se descontado o One-off de 1T24.

Nota: * O "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 da Companhia incluindo: (i) baixas de ativo imobilizado (sinistro, obsolescência, resultado da venda de ativo e impairment); e (ii) custos com plano de ações.

Fonte: ZAMP

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL AJUSTADO



- Redução de R\$ 72,7 milhões vs. 1T24 com a piora de R\$ 33,6 milhões de capital de giro e de R\$ 53,3 milhões em outras variações. Efeitos decorrentes principalmente do aumento de impostos a recuperar referente aos créditos tributários da operação, do aumento de estoque com a incorporação da Starbucks® e de antecipação de pagamentos com descontos relevante de despesa;
- Não houve mudança estrutural do ciclo financeiro da Cia.

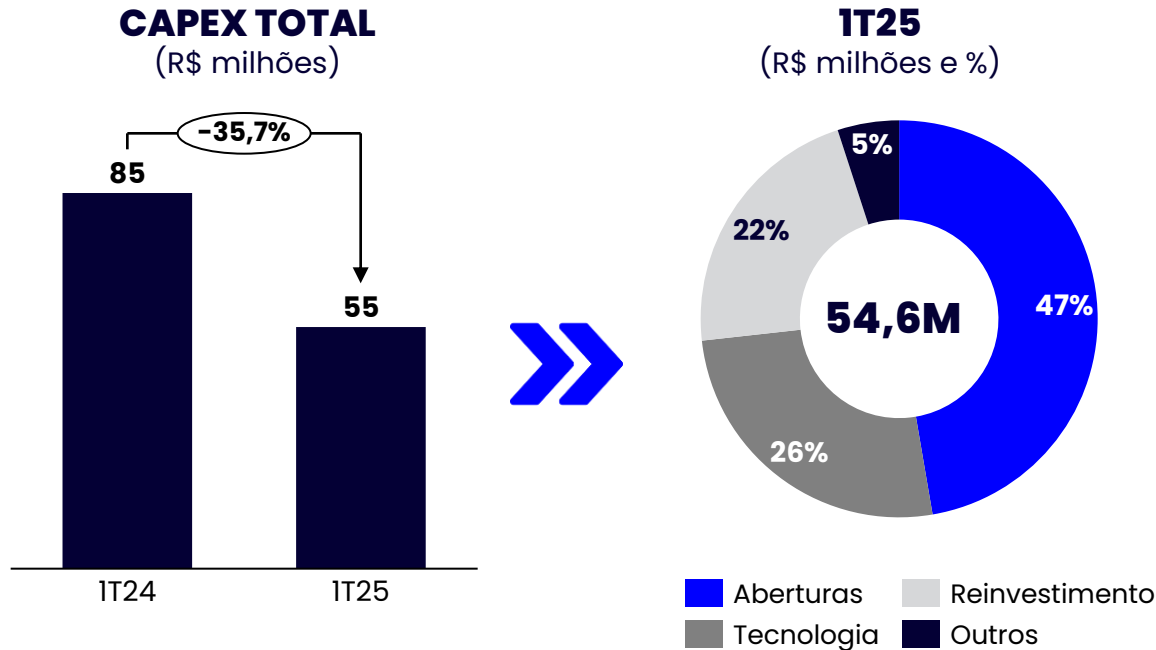
Notas:

¹ O "Fluxo de Caixa Ajustado" é uma medida não contábil elaborada pela Companhia, que corresponde ao Fluxo de Caixa reportado ajustado por exclusão do efeito IFRS-16, transferência entre Atividades das linhas de Pagamento de Juros de Empréstimos, Juros Capitalizados, Movimentação de Títulos e Valores Mobiliários e Receita de Aplicações;

² Ajustes Gerenciais são transferências das Atividades Operacionais para Atividades de Financiamentos e Investimentos das linhas de Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos, Pagamentos de juros sobre passivos de arrendamentos, Movimentação de títulos e valores mobiliários, Rentabilidade de aplicações financeiras e Juros Capitalizados.

CAPEX

A Companhia teve uma redução de **36%** nos investimentos.

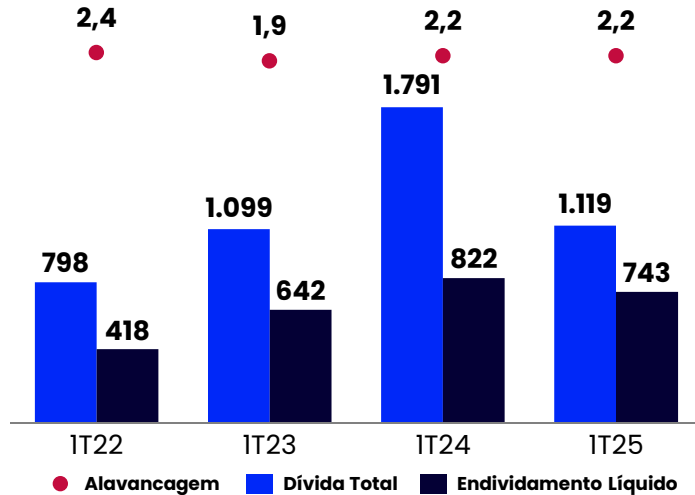


- Alocação dos recursos foram majoritariamente em **aberturas** previstas para 2025, investimentos em **tecnologia e transformação**, além de **reinvestimento no parque de ativos**, visando ampliar a vida útil dos ativos.

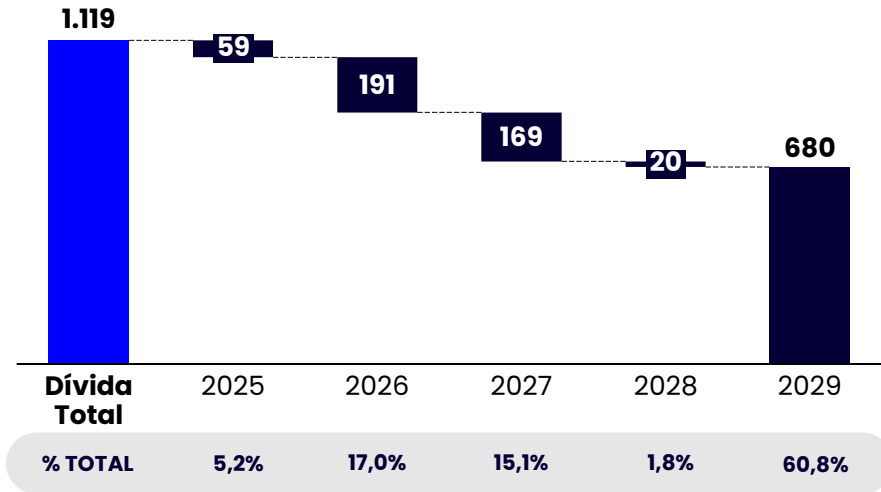
Nota: Valores incluem capitalização de juros.

ENDIVIDAMENTO

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO E ALAVANCAGEM¹ (R\$ milhões, EBITDA ajustado)



ESTRUTURA DA DÍVIDA (R\$ M; % da Dívida Total)



- R\$ 1,119 bilhão de dívida bruta, ou **R\$ 743 milhões** líquida, e **2,2x** de alavancagem (Dívida líquida/EBITDA Ajustado ex-IFRS16).
- A companhia encerrou o período com um Caixa de **R\$ 375,5 milhões**.

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

PRIORIDADES 2025

Vendas e Margem Bruta

Experiência nos Restaurantes

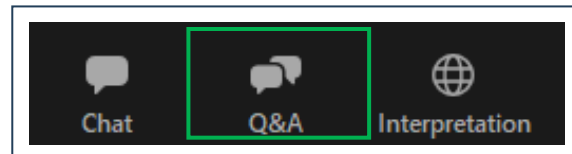
Integração Starbucks® e Subway®

Crescimento



PERGUNTAS E RESPOSTAS

Para fazer **perguntas**, orientamos que sejam enviadas via **ícone de "Q&A"**, no **botão inferior de sua tela**. Por padrão da dinâmica, seus nomes serão anunciados para que façam sua pergunta ao vivo. Nesse momento, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela.





Pedro Zemel

CEO

Gabriel Guimarães

CFO e DRI

Suelen Barão

RI

Time de RI

Contato de RI:

ri@zamp.com.br

DISCLAIMER:

Esta apresentação contém informações gerais sobre os negócios e as estratégias da ZAMP S.A. Essas informações não se propõem a serem completas e estão sob a forma de resumo. Pelo fato das informações serem apresentadas de forma resumida e estarem sujeitas a fatores externos, não se pode confiar em sua plena exatidão e nenhuma declaração ou garantia, expressa ou implícita, é feita em relação à exatidão das informações aqui contidas.