

RELEASE DE RESULTADOS

2T24

ZAMP



POPEYES



DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

ZAMP



POPEYES

2T24

**Com forte performance de vendas e alavancagem operacional,
ZAMP cresce 43% yoy em EBITDA (ex-IFRS16).**



Vendas comparáveis nos mesmos restaurantes de **+16,2%** para Burger King® e de **+7,2%** para Popeyes®.



Receita operacional líquida de **R\$ 1,10 bilhão**, crescimento de **+19% YoY**, recorde histórico em um trimestre.



Vendas digitais (totem, delivery e app) representaram **51% das vendas da Companhia**, recorde de representatividade, e **51% das vendas totais** são identificadas.



Margem Bruta consolidada de 65%, melhora de **12 bps** em comparação ao mesmo período do ano anterior.




EBITDA Ajustado de R\$ 149 Milhões, expansão de **21% YoY** e o **EBITDA Ajustado sem IFRS 16 de R\$ 90,5 Milhões**, crescimento de **43% no YoY**, com **140bps** de melhora.



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS 2T24

Teleconferência – 09 de agosto de 2024 – 6ª feira

Em português com tradução simultânea para o inglês

Horário: 11h  / 10h 

Link para conexão:

https://tenmeetings.com.br/ten-events/#/webinar?evento=ConferenciadeResultados2T24-Zamp_313



SUMÁRIO

1. Mensagem da Administração.....	4
2. Desempenho Operacional.....	7
3. Desempenho Financeiro.....	10
4. Anexos.....	19

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O primeiro semestre de 2024 foi um período importante para a trajetória da ZAMP. Depois de um primeiro trimestre de positiva transição, alcançamos marcas sólidas no segundo trimestre e, com isso, colocamos a Companhia em excelente posição para continuar perseguindo o sonho de ser a melhor operação de marcas de restaurantes do mundo.

Nossa estratégia comercial tem ganhado forte tração, fruto da combinação dos nossos icônicos produtos, evolução de indicadores operacionais, campanhas acertadas e equilíbrio na equação custo-benefício. Chegamos à marca de mais de 16% de SSS consolidado, Burger King + Popeyes, dos quais, aproximadamente 2/3 vieram de crescimento de tráfego e 1/3 de crescimento de ticket. Nossa performance no formato *Free Standing* segue encorajadora e ajudou a catalisar nosso resultado consolidado. Esse caminho é fundamental para que possamos amadurecer e capturar todas as oportunidades, que são enormes no Brasil, neste formato de loja que será nosso principal vetor de crescimento e alocação de capital.

Esse forte resultado da estratégia comercial, aliado a uma margem bruta equilibrada e uma boa gestão em custos e despesas, fez com que a Companhia atingisse crescimento de 43% de EBITDA ajustado versus o mesmo período do ano anterior. Esse resultado reflete a capacidade do nosso negócio em converter o crescimento de venda incremental, em geração de caixa operacional – o que nos dará fôlego para suportar nossos planos do futuro.

Seguimos enxergando boas oportunidades de crescimento orgânico no Brasil e perseguiremos essa rota para que possamos ter nossas marcas espalhadas por todo o país. Além disso, conforme já divulgamos ao mercado, temos visto oportunidades especiais no caminho de operar marcas fortes, escaláveis e sinérgicas à nossa estrutura atual. Neste sentido, seguimos avançando na busca de alternativas que maximizem nossa criação de valor de longo prazo.

Por fim, tivemos movimentações importantes na liderança sênior da Cia, com a chegada de alguns Vice-presidentes e a troca do CEO. Esse time, agora formatado, reúne características complementares, de dentro e de fora da organização, que poderão ajudar a Cia a navegar este próximo ciclo de crescimento.

Estamos confiantes de que a ZAMP está vivendo um momento especial em sua história e que certamente essas decisões serão fundamentais para a nossa Cia no futuro.

Management Team - ZAMP S.A.

PEÇA AQUI



DESTAQUES
2T24

DESTAQUES FINANCEIROS – R\$ MILHÕES (CONSOLIDADO)

	2T24	2T23	VAR%
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.108,2	934,7	18,6%
EBITDA AJUSTADO	149,0	123,0	21,1%
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	13,4%	13,2%	20bps
EBITDA AJUSTADO SEM IFRS 16	90,5	63,4	42,8%
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	8,2%	6,8%	140bps
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO	(27,5)	(63,5)	-56,7%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO SEM IFRS 16	(24,9)	(59,8)	-58,3%
DÍVIDA BRUTA	1.569,4	1.163,5	34,9%
DÍVIDA LÍQUIDA	880,6	734,9	19,8%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.250,9	1.367,2	-8,5%

DESTAQUES FINANCEIROS – R\$ MILHOES (BKB)

	2T24	2T23	VAR%
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	1.025,2	863,4	18,7%
LUCRO BRUTO	663,0	558,2	18,8%
MARGEM BRUTA	64,7%	64,6%	10bps
SSS	16,2%	0,3%	1590bps

DESTAQUES FINANCEIROS – R\$ MILHOES (PLK)

	2T24	2T23	VAR%
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	67,4	59,6	13,0%
LUCRO BRUTO	41,9	36,8	13,8%
MARGEM BRUTA	62,2%	61,7%	50bps
SSS	7,2%	8,6%	-140bps

DESTAQUES OPERACIONAIS

	2T24	2T23	VAR.
# TOTAL DE RESTAURANTES	1.028	998	30
RESTAURANTES PRÓPRIOS			
# RESTAURANTES PRÓPRIOS INÍCIO DO PERÍODO BURGER KING®	682	698	(16)
FECHAMENTOS RESTAURANTES BURGER KING®	(1)	(7)	6
# RESTAURANTES PRÓPRIOS FIM DO PERÍODO BURGER KING®	681	691	(10)
# RESTAURANTES PRÓPRIOS INÍCIO DO PERÍODO POPEYES®	85	76	9
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES POPEYES®	-	5	(5)
# RESTAURANTES PRÓPRIOS FIM DO PERÍODO POPEYES®	85	81	4
# RESTAURANTES PRÓPRIOS FIM DO PERÍODO	766	772	(6)
RESTAURANTES FRANQUEADOS			
# RESTAURANTES FRANQUEADOS INÍCIO DO PERÍODO BURGER KING®	256	226	30
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES BURGER KING®	2	-	2
FECHAMENTOS RESTAURANTES BURGER KING®	(2)	-	(2)
# RESTAURANTES FRANQUEADOS FIM DO PERÍODO BURGER KING®	256	226	30
# RESTAURANTES FRANQUEADOS INÍCIO DO PERÍODO POPEYES®	5	-	5
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES POPEYES®	1	-	1
# RESTAURANTES FRANQUEADOS FIM DO PERÍODO POPEYES®	6	-	6
# RESTAURANTES FRANQUEADOS FIM DO PERÍODO	262	226	36

EVENTOS SUBSEQUENTES

- (i) Em julho de 2024 o Conselho de Administração da Companhia convocou e aprovou em Assembleia Geral Extraordinária o aumento do capital social da Companhia em um montante mínimo de R\$269 milhões e máximo de R\$450 milhões, mediante a emissão de ações ordinárias em subscrição privada pelo preço de R\$3,42 por ação.
- (ii) Em julho de 2024 o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) aprovou a compra dos ativos das lojas de café Starbucks no Brasil pela ZAMP.

- (iii) Conforme divulgado ao mercado, no início de julho de 2024, o Sr. Paulo Sergio de Camargo assumiu o cargo de Diretor Presidente da Companhia após ser eleito pelo Conselho de Administração, sucedendo o Sr. Ariel Grunkraut que permaneceu no cargo até o final de junho de 2024.
- (iv) Em julho de 2024 a Companhia anunciou a eleição do Sr. Igor Mario Puga para o cargo de Vice-Presidente de Marketing, com início em 5 de agosto de 2024.
- (v) Conforme divulgado ao mercado em agosto de 2024, a Sra Deborah Letícia Gouveia Abi-Saber renunciou ao cargo de Diretora Vice-Presidente de Gente e Gestão, permanecendo na Companhia até 09 de agosto de 2024. O cargo permanecerá vago até que o Conselho de Administração delibere pela eleição de seu substituto ou pela permanência da vacância do cargo.
- (vi) Em 8 de agosto de 2024 foi publicado um fato relevante informando a decisão judicial, proferida nos autos da Recuperação Judicial da SouthRock, declarando a ZAMP S.A. como vencedora do processo competitivo em questão, nos termos do edital, como também a aprovação do CADE transitando em julgado o Ato de Concentração. Com as decisões, foram cumpridas mais duas condições suspensivas, previstas no SPA celebrado com a SouthRock, para conclusão da aquisição dos "Ativos Starbucks Brasil".

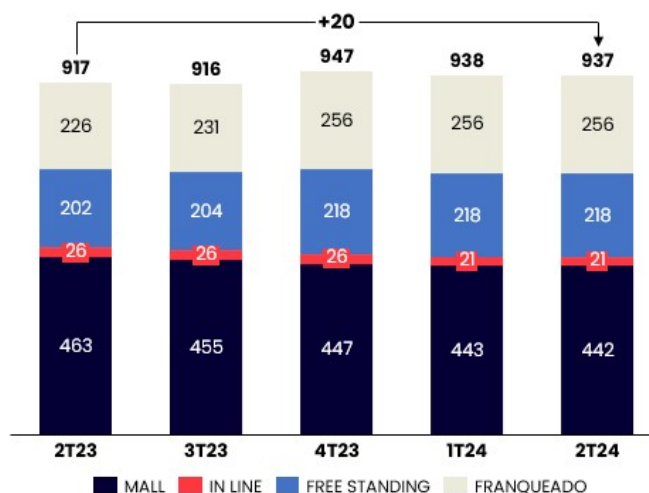
DESEMPENHO OPERACIONAL

Rede de restaurantes

Durante o 2T24, a Companhia realizou a abertura de 3 restaurantes franqueados, 2 Burger King® e 1 Popeyes®. Além disso, foram concluídos os fechamentos de duas operações de Burger King® de franqueados e 1 fechamento de restaurante próprio. A Companhia segue comprometida com a rentabilidade do negócio, fazendo uma disciplinada gestão de portfólio afim de maximizar os resultados das nossas operações.

Sistema BURGER KING®

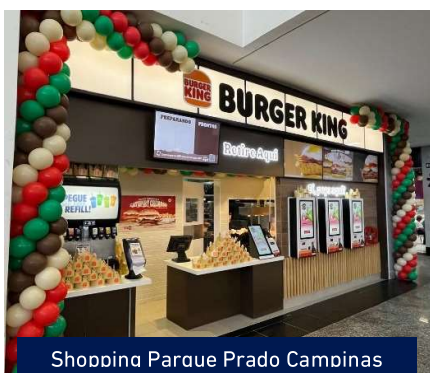
No 2T24, a Companhia registrou a **abertura de 2 restaurantes franqueados**, sendo um no formato **Mall** e outro **Free Standing** e o **fechamento de 3 restaurantes, sendo 1 próprio e 2 franqueados**, todos no formato **Mall**, da marca Burger King®. Dessa forma, o sistema **Burger King®** finalizou o trimestre com **937 restaurantes**.



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

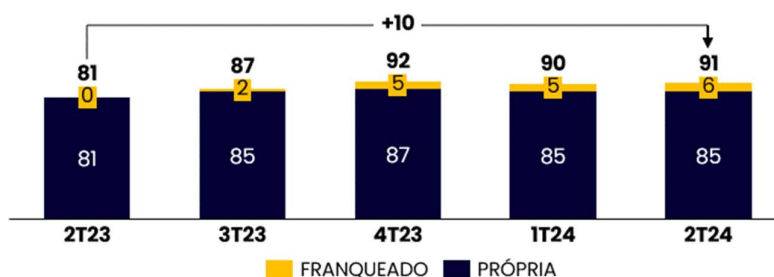
Remodelings Restaurantes BURGER KING®

Os projetos de reimagem dos restaurantes tem sido um pilar importante de nossa estratégia para 2024, buscando melhorar a experiência do consumidor por meio de uma maior integração digital. Essas iniciativas têm se comprovado um eficiente vetor de alocação de capital, com resultados positivos em aumento de vendas e significativa redução de custos, principalmente em pessoal e despesas de ocupação. Abaixo estão alguns exemplos dos projetos realizados neste segundo trimestre do ano:



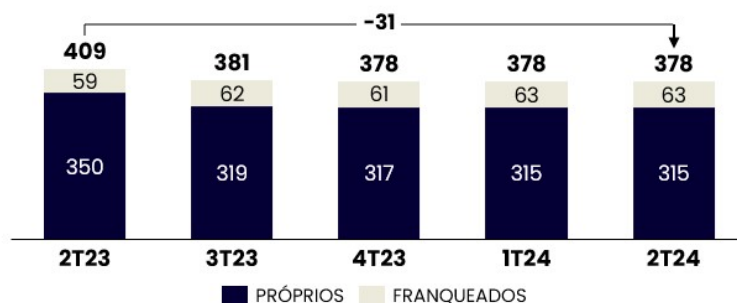
Sistema POPEYES®

No 2T24, o sistema de restaurantes da marca **Popeyes®** registrou a **abertura de 1 restaurante franqueado**. Com isso, a marca finalizou o trimestre com um total de 91 restaurantes, sendo 85 próprios e 6 franqueados.



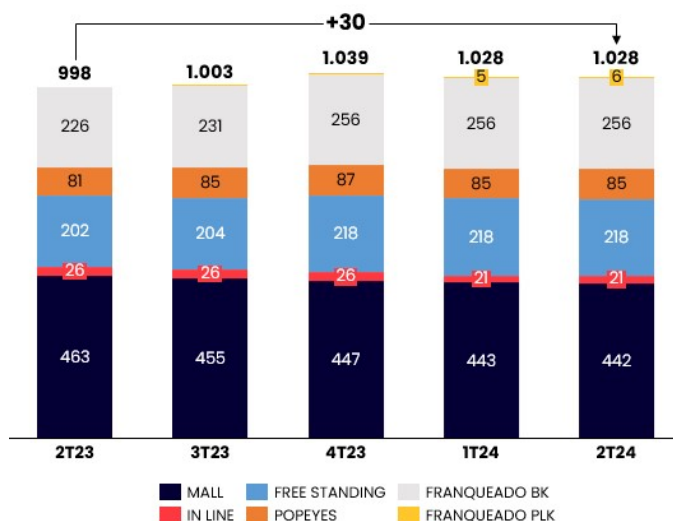
Rede de dessert centers BURGER KING®

O sistema Burger King®, em adição aos 937 restaurantes, finalizou o 2T24 com **378 dessert centers**, assim como no fechamento do primeiro trimestre do ano. Nos últimos 12 meses, como parte do plano de otimização de portfólio, foram fechados 31 *dessert centers*.



Rede de restaurantes total

Dessa forma, com um total de 3 aberturas e 3 fechamentos, entre restaurantes próprios e franqueados, a ZAMP finalizou o 2T24 com um total de **1.028 restaurantes**, dos quais **766 próprios**, das marcas Burger King® e Popeyes® e **262 de franqueados** da marca Burger King® e Popeyes®, crescimento líquido de 30 restaurantes em 12 meses.

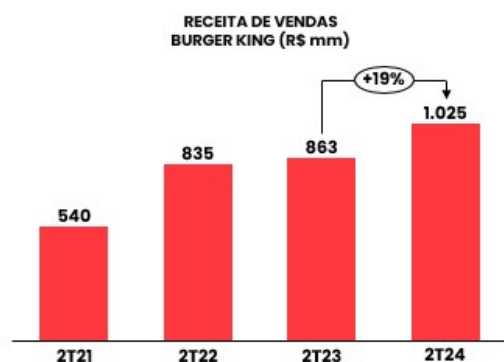


DESEMPENHO FINANCEIRO

Receita operacional líquida

No 2T24, a receita operacional líquida da Companhia totalizou aproximadamente **R\$ 1,1 bilhão**, um **novo recorde trimestral**, com **evolução de 19% em relação ao mesmo período do ano anterior**. Essa performance comercial foi consistente em diferentes formatos de lojas e regiões. O avanço de importantes indicadores operacionais, combinados a um forte plano de mídia e uma equação equilibrada de custo-benefício, contribuíram para que tivéssemos um trimestre muito positivo, especialmente em Burger King®. Além disso, temos acompanhado, uma evolução consistente dos nossos resultados em lojas *Free Standing*, o que contribui para o nosso resultado à medida que a penetração cresce neste formato e reforça nossa tese do tamanho da oportunidade remanescente neste modelo de loja. Com isso, no segundo trimestre de 2024, a Companhia avançou **16,2% em SSS para Burger King®** e **7,2% para Popeyes®**.

Receita de Vendas Burger King®



No 2T24, as vendas de Burger King® atingiram um total de R\$ 1,025 bilhão. Esse resultado foi **19% superior ao mesmo período de 2023**, parte trazido pela forte performance de SSS (+16,2%) e parte trazida pela excelente performance dos novos restaurantes *Free Standings* abertos ao fim de 2023.

No trimestre, lançamos uma nova plataforma de produtos premium, *The Kings*, afim de reforçarmos essa categoria com produtos icônicos e indulgentes, atributos importantes da nossa marca.

O período também foi marcado por diversas campanhas para o dia das mães, dia dos namorados, além de uma parceria com a



Stanley, o que trouxe um momentum importante para a marca na



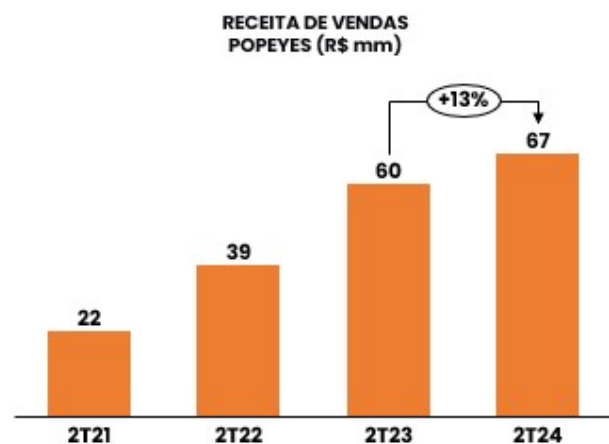
mídia e em nosso aplicativo próprio, consequentemente, aumentando o tráfego em nossos restaurantes.

Outras iniciativas de portfólio foram o lançamento das Campanhas de **Garfield e Sonic** em nossa plataforma infantil, que gerou **tráfego e vendas incrementais em nossos restaurantes**.

Já a nossa crescente plataforma de sobremesas trouxe mais uma parceria com o lançamento de produtos exclusivos de Pistache, com casquinha e BK Mix com pedaços de cookie ou brownie.



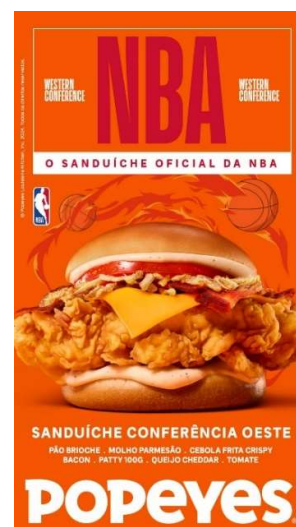
Receita de Vendas Popeyes®



lançamento de dois novos sanduíches e variações dos nossos produtos envolvendo molhos temáticos e os times mais populares do campeonato. Também fizemos uma ação de engajamento na NBA House, com uma experiência interativa, reforçando a parceria estabelecida em 2023 que gerou resultados positivos para a marca.

Para a marca Popeyes®, a receita de vendas registradas no 2T24 foi de R\$ 67 milhões, um crescimento de **13% em relação ao mesmo período de 2023 e SSS de 7,2%.**

No segundo trimestre do ano, realizamos uma parceria com a NBA Brasil, que contemplou o





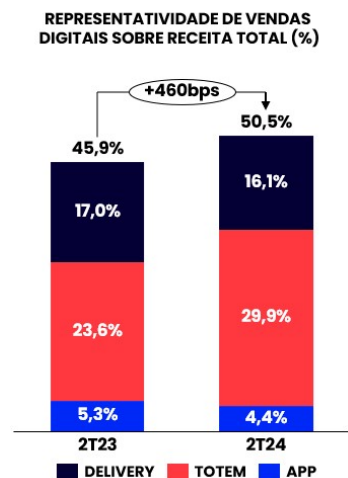
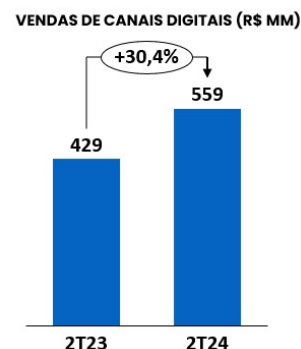
Além disso, reforçamos o calendário de iniciativas que geram experimentação do nosso frango marinado, com destaque para a campanha "Mini Titãs", realizada em parceria com a influencer Mel Maia, que gerou quase 10 milhões de visualizações e mais de 50 publicações nos principais veículos de imprensa do país.

Essas iniciativas aliadas a evolução da consistência operacional serão fundamentais para que possamos ter uma marca cada vez mais forte no cenário de QSR brasileiro.

Digitalização de Vendas

As **vendas digitais**, representadas pelo delivery, totem e *app* (*mobile*) de ambas marcas da ZAMP, atingiram **R\$ 559 milhões no 2T24**, recorde dos canais digitais, e um **crescimento de 30%** quando comparadas ao mesmo período do ano anterior.

As vendas de canais digitais já representam **51% da receita com vendas da Companhia**.

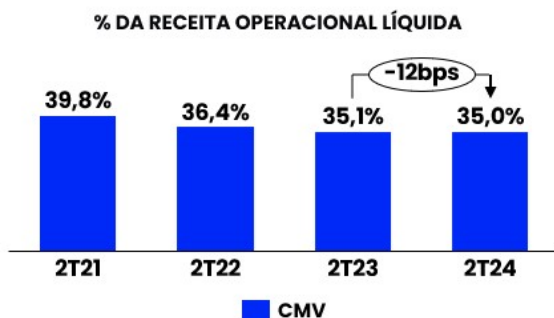


Neste trimestre observamos novamente um aumento na representatividade dos **totens de auto atendimento** em nossas operações, **com um crescimento de aproximadamente 6 p.p. da representatividade do canal sobre a receita total em relação ao mesmo período do ano anterior**. O aumento da participação neste canal contribui para potencializar os resultados de vendas, pois proporciona uma navegação mais direcionada e eficaz durante a experiência do usuário. Entre os principais benefícios, observamos um valor médio de compra superior ao do atendimento presencial, com margens mais altas devido a uma experiência personalizada e precisa, uma melhoria no NPS, além de ganhos significativos em eficiência à medida que nossa operação se torna mais ágil.

O **delivery** representou **16,1% das vendas** totais durante o período, o melhor trimestre da receita transacionada pelo canal com R\$ 179 milhões. A Companhia tem mantido seu foco na expansão da cobertura neste canal, com melhoria de indicadores operacionais.

Alcançamos a marca de 50,7% das vendas identificadas, além disso, o **Clube BK**, programa de fidelidade da marca Burger King®, principal *driver* da estratégia de CRM da Companhia, finalizou o trimestre com aproximadamente **18 milhões de usuários**, uma evolução de **33% em relação ao mesmo período do ano de 2023**. O programa contribuiu diretamente para o crescimento da venda média por usuário, à medida que estimula uma frequência ainda maior, especialmente para os *heavy users* e por um custo de aquisição (CAC) significativamente inferior.

Custo da mercadoria vendida



O CMV (custo da mercadoria vendida) registrado no 2T24 foi de **35,0%**, representando **uma redução marginal de 12bps em relação ao 2T23**. Essa evolução reforça a consistência do equilíbrio entre o investimento na estratégia comercial com o momento mais favorável dos custos diretos, tanto pela curva de algumas commodities quanto por boas negociações alternativas que implementamos nos últimos anos.

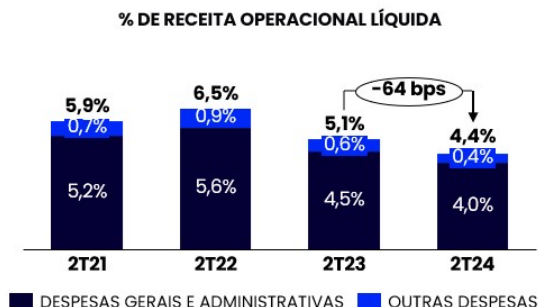
Despesas com vendas

No 2T24, as despesas com vendas nos restaurantes, excluindo depreciação e amortização e os efeitos de despesas pré operacionais, representaram **47,6% da receita**, um aumento de 34 bps na comparação com o mesmo período do ano anterior. **Na visão sem efeito do IFRS 16, houve na verdade uma melhora de 75 bps YoY**, fruto da melhoria de 184 bps no custo fixo de ocupação via alavancagem operacional.

As principais variações em despesas com vendas são explicadas principalmente por: (i) aumento de 132 bps em despesas com pessoal puxado principalmente por uma despesa one-off de aproximadamente R\$ 15 milhões referente a um ajuste importante na estratégia de remuneração do nosso time de campo, mas que não terá efeitos similares no decorrer dos próximos trimestres; (ii) aumento de 74 bps em marketing, por efeito timing, mas que será normalizado no decorrer do ano; (iii) redução de 75 bps em ocupação e *utilities* decorrente dos esforços realizados em gestão imobiliária (184 bps ex-IFRS16), iniciativas de ML e GD; e (iv) redução de 98 bps (vs 2T23) em outras despesas de vendas, sobretudo em Delivery;



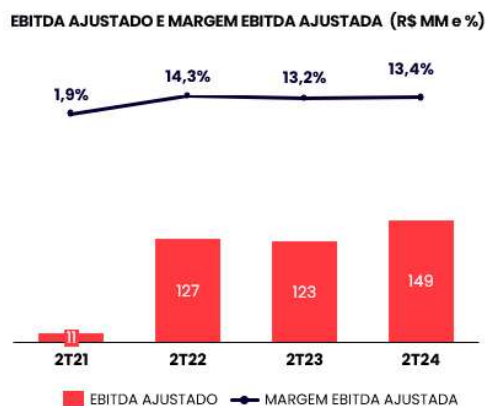
Despesas gerais e administrativas totais



As despesas gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização, totalizaram **4,4% da receita líquida no trimestre**, uma **redução de 64 bps na comparação com o 2T23**. Esta redução decorreu, sobretudo, de iniciativas implementadas ao longo de 2023 com o objetivo de simplificar a estrutura corporativa.

EBITDA Ajustado

O EBITDA ajustado da Companhia atingiu o valor de **R\$ 149 milhões** no 2T24, o maior EBITDA alcançado pela Companhia em um segundo trimestre, e **R\$ 26 milhões superior ao 2T23**, ou seja, um **crescimento de 21%** na comparação dos períodos. **A margem EBITDA ajustada foi de 13,4%, 28 bps superior à margem registrada no período anterior.**



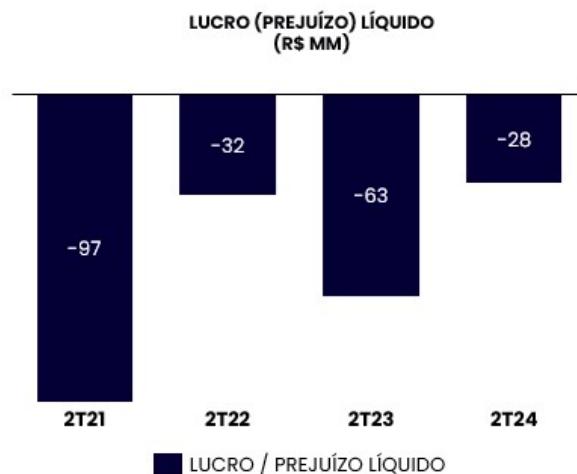
Nosso EBITDA Ajustado excluindo os efeitos do IFRS16, totalizou **R\$ 90,5 milhões** no final do 2T24, um **incremento de aproximadamente 43%** na comparação com o mesmo período do ano anterior e margem de 8,2% + 140bps YoY.

EBITDA - R\$ MILHÕES

	2T24	2T23	VAR %	2T24 (SEM IFRS 16)	2T23 (SEM IFRS 16)	VAR %
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	(27.5)	(63.5)	56.7%	(24.9)	(59.8)	-58.3%
(+) RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO	45.3	45.1	0.4%	24.5	22.6	8.9%
(+) DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	115.6	109.8	5.3%	74.0	67.2	10.1%
(+/-) IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	9.9	24.0	-58.9%	11.2	25.9	-56.8%
EBITDA	143.3	115.5	24.1%	84.8	55.8	51.9%
MARGEM EBITDA	12.9%	12.4%	58bps	7.7%	6.0%	170bps
(+) OUTRAS DESPESAS	3.4	0.9	262.2%	3.4	0.9	262.2%
(+) CUSTOS COM PLANO DE OPÇÃO DE COMPRA DE AÇÕES	0.0	4.5	-100.0%	0.0	4.5	-100.0%
(+) DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	1.6	0.0	-	1.6	0.0	-
(+) DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	0.7	2.1	-66.5%	0.7	2.1	-66.5%
EBITDA AJUSTADO	149.0	123.0	21.1%	90.5	63.4	42.8%
MARGEM EBITDA AJUSTADA	13.4%	13.2%	28bps	8.2%	6.8%	140bps

Lucro/Prejuízo

No 2T24, a Companhia registrou um prejuízo líquido de **R\$ 28 milhões**, uma **redução de 57% do prejuízo em relação ao 2T23**.

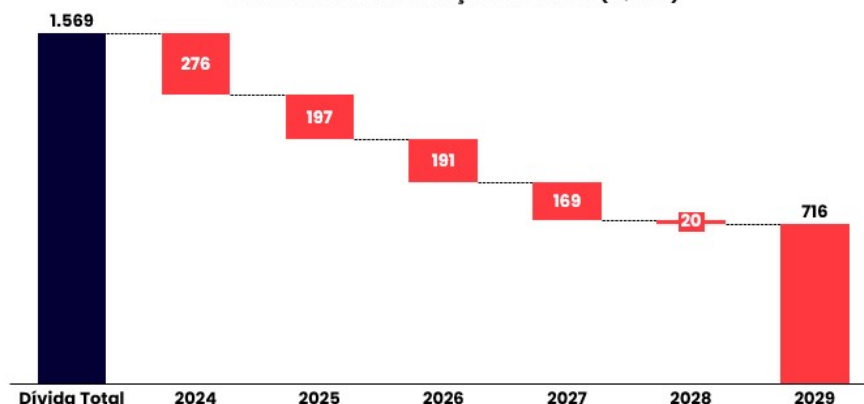


Endividamento total

No segundo trimestre de 2024, a Companhia encerrou o período com uma dívida líquida de **R\$ 880,3 milhões**, e **alavancagem de 2,2x**, sem IFRS16.

Neste trimestre, a Companhia efetuou o pagamento antecipado, parcial e facultativo da 8ª emissão de Debêntures no montante de R\$ 242,82 milhões que originalmente estava previsto para outubro de 2024 no montante de R\$ 400 milhões. A oferta de resgate antecipado aos debenturistas foi divulgada em março de 2024 conforme compromisso assumido pela Companhia na Assembleia Geral de Debenturistas em fevereiro de 2024. O saldo remanescente deverá ser liquidado de acordo com o prazo contratual (outubro de 2024).

Calendário de Amortização de Dívidas (R\$ MM)



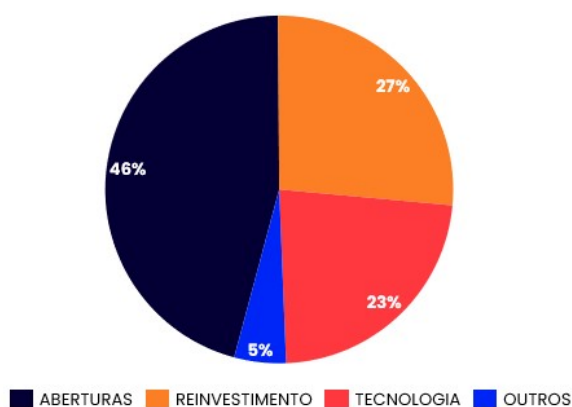
DÍVIDA LÍQUIDA SEM IFRS 16 - R\$ MILHÕES

	jun-24	jun-23	VAR %
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	1,569.4	1,163.5	34.9%
CIRCULANTE	454.4	127.1	257.5%
NÃO CIRCULANTE	1,115.0	1,036.4	7.6%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA E APLICAÇÕES FINANCEIRAS	688.8	428.6	60.7%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA E APLICAÇÕES (CIRCULANTE)	688.3	428.6	60.6%
APLICAÇÕES FINANCEIRAS (NÃO CIRCULANTE)	0.5	0.0	-
DÍVIDA LÍQUIDA	880.6	734.9	19.8%
EBITDA AJUSTADO ex IFRS 16 (12M)	393.7	339.6	15.9%
DÍVIDA LÍQUIDA / EBITDA AJUSTADO (12M)	2.2x	2.2x	0.0x

Investimentos (CAPEX)

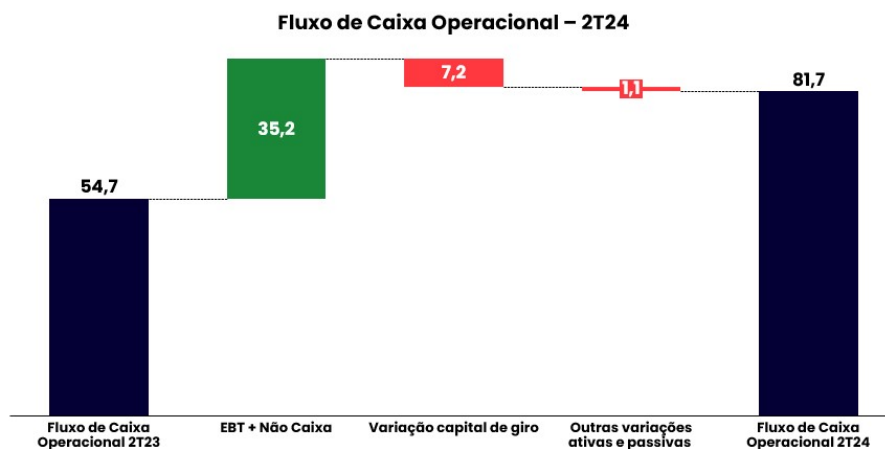
No 2T24, os investimentos totais da Companhia atingiram **R\$ 70,8 milhões**, uma redução de aproximadamente R\$ 20 milhões em relação ao 2T23. Essa redução deriva, principalmente, de um ritmo de abertura de lojas menor, principalmente em relação a marca Popeyes®.

CAPEX 2T24



Fluxo de caixa operacional

Com a forte evolução do resultado operacional, atingimos neste trimestre Geração de Caixa Operacional R\$ 27 milhões superior ao mesmo período do ano anterior, com pequenas variações no capital de giro da Cia. Importante reforçar que a atividade operacional subsidiou a integralidade do plano de investimentos do trimestre, o que reforça a capacidade de geração de caixa do nosso negócio.



**O capital de giro é composto pelas contas: Contas a receber, Estoques, Impostos a recuperar, Pagamentos antecipados, Fornecedores e aluguéis a pagar, Fornecedores Conveniados, Salários e encargos sociais e Obrigações corporativas*

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 pela ZAMP abertos 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 2T24 (R\$ MILHÕES)

	2T24	2T23	VAR %	6M24	6M23	VAR%
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.108,2	934,7	18,6%	2.136,9	1.819,9	17,4%
RECEITA BRUTA DE VENDAS	1.231,4	1.016,9	21,1%	2.377,4	1.980,1	20,1%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE VENDAS	(138,9)	(93,9)	-47,9%	(271,6)	(183,4)	-48,2%
RECEITA BRUTA DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	17,6	13,0	36,1%	35,1	25,9	35,2%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	(1,9)	(1,3)	-46,4%	(3,9)	(2,8)	-40,1%
CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	(387,7)	(328,1)	-18,2%	(757,3)	(641,4)	-18,1%
LUCRO BRUTO	720,6	606,6	18,8%	1.379,6	1.178,5	17,1%
TOTAL DESPESAS COM VENDAS	(629,6)	(544,6)	-15,6%	(1.222,4)	(1.059,8)	-15,3%
DESPESAS COM PESSOAL	(214,6)	(168,7)	-27,3%	(409,0)	(340,4)	-20,1%
ROYALTIES E MARKETING	(118,0)	(92,6)	-27,5%	(224,4)	(180,1)	-24,6%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(78,4)	(73,1)	-7,2%	(157,5)	(142,3)	-10,7%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(0,7)	(2,1)	66,5%	(2,3)	(5,6)	58,4%
DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	(101,5)	(100,9)	-0,5%	(204,1)	(198,1)	-3,1%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(116,4)	(107,3)	-8,5%	(225,1)	(193,2)	-16,5%
TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(63,3)	(56,3)	-12,4%	(163,0)	(115,8)	-40,8%
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(44,2)	(42,0)	-5,2%	(84,4)	(88,8)	4,9%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	(1,6)	-	n.a.	(2,3)	-	n.a.
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	(14,2)	(8,9)	-59,1%	(26,1)	(18,8)	-38,7%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO, IMPAIRMENT E VENDA DE LOJAS	(3,4)	(0,9)	-262,3%	(3,2)	(3,3)	0,2%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	-	(4,5)	-100,0%	(47,0)	(5,0)	-841,1%
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	27,7	5,6	390,0%	(5,9)	2,9	-303,5%
RESULTADO FINANCEIRO	(45,3)	(45,1)	-0,4%	(88,0)	(92,5)	4,9%
DESPESAS FINANCEIRAS	(62,2)	(62,3)	0,2%	(120,2)	(123,1)	2,4%
RECEITAS FINANCEIRAS	16,9	17,2	-1,7%	32,2	30,6	5,2%
RESULTADO ANTES DO IR E CSLL	(17,6)	(39,5)	55,3%	(93,9)	(89,6)	-4,7%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(9,9)	(24,0)	58,9%	(24,4)	(29,1)	16,0%
IMPOSTOS DIFERIDOS	(9,9)	(24,0)	58,9%	(24,4)	(29,1)	16,0%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(27,5)	(63,5)	56,7%	(118,3)	(118,7)	0,3%

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO CONSOLIDADA 2T24 | SEM IFRS 16 (R\$ MILHÕES)

	2T24	2T23	VAR%	6M24	6M23	VAR%
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.108,2	934,7	18,6%	2.136,9	1.819,9	17,4%
RECEITA BRUTA DE VENDAS	1.231,4	1.016,9	21,1%	2.377,4	1.980,1	20,1%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE VENDAS	(138,9)	(93,9)	-47,9%	(271,6)	(183,4)	-48,2%
RECEITA BRUTA DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	17,6	13,0	36,1%	35,1	25,9	35,2%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	(1,9)	(1,3)	-46,4%	(3,9)	(2,8)	-40,1%
CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	(387,7)	(328,1)	-18,2%	(757,3)	(641,4)	-18,1%
LUCRO BRUTO	720,6	606,6	18,8%	1.379,6	1.178,5	17,1%
TOTAL DESPESAS COM VENDAS	(646,2)	(561,4)	-15,1%	(1.255,9)	(1.093,0)	-14,9%
DESPESAS COM PESSOAL	(214,6)	(168,7)	-27,3%	(409,0)	(340,4)	-20,1%
ROYALTIES E MARKETING	(118,0)	(92,6)	-27,5%	(224,4)	(180,1)	-24,6%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(136,1)	(132,0)	-3,1%	(273,8)	(260,1)	-5,3%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(0,7)	(2,1)	66,5%	(2,3)	(5,6)	58,4%
DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	(60,4)	(58,8)	-2,7%	(121,3)	(113,5)	-6,9%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(116,4)	(107,3)	-8,5%	(225,1)	(193,2)	-16,5%
TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(63,5)	(56,6)	-12,3%	(163,5)	(116,2)	-40,6%
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(44,9)	(42,7)	-5,2%	(86,0)	(90,2)	4,7%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	(1,6)	-	n.a.	(2,3)	-	n.a.
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	(13,6)	(8,4)	-62,3%	(25,0)	(17,8)	-40,6%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO, IMPAIRMENT E VENDA DE LOJAS	(3,4)	(0,9)	-262,3%	(3,2)	(3,3)	0,2%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	-	(4,5)	-100,0%	(47,0)	(5,0)	-841,1%
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	10,8	(11,3)	-195,4%	(39,8)	(30,8)	-29,1%
RESULTADO FINANCEIRO	(24,5)	(22,6)	-8,9%	(45,7)	(46,7)	2,2%
DESPESAS FINANCEIRAS	(41,5)	(39,8)	-4,3%	(77,9)	(77,4)	-0,8%
RECEITAS FINANCEIRAS	16,9	17,2	-1,7%	32,2	30,6	5,2%
RESULTADO ANTES DO IR E CSLL	(13,7)	(33,9)	59,5%	(85,5)	(77,6)	-10,3%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(11,2)	(25,9)	56,8%	(24,4)	(29,1)	16,0%
IMPOSTOS DIFERIDOS	(11,2)	(25,9)	56,8%	(24,4)	(29,1)	16,0%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(24,9)	(59,8)	58,3%	(109,9)	(106,6)	-3,1%

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO 2T24 (R\$ MILHÕES)

	30/06/2024	31/12/2023
ATIVO	4.331,3	4.117,5
ATIVO CIRCULANTE		
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	31,8	81,3
TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	656,4	355,3
CONTAS A RECEBER	233,7	213,7
INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVATIVOS	0,1	-
ESTOQUES	169,5	161,1
IMPOSTOS A RECUPERAR	63,8	52,9
DEMAIS CONTAS A RECEBER E PAGAMENTOS ANTECIPADOS	38,7	37,7
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	1.194,1	902,1
ATIVO NÃO CIRCULANTE		
TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	0,5	-
IMPOSTOS A RECUPERAR	233,6	227,2
DEPÓSITOS JUDICIAIS	46,6	42,9
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	-	-
DEMAIS CONTAS A RECEBER	11,9	12,4
INVESTIMENTO	-	-
ARRENDAMENTO MERCANTIL	710,0	795,1
IMOBILIZADO	1.353,0	1.378,7
INTANGÍVEL	781,7	759,1
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	3.137,2	3.215,4
TOTAL DO ATIVO	4.331,3	4.117,5
	30/06/2024	31/12/2023
PASSIVO	3.080,4	2.723,8
PASSIVO CIRCULANTE		
FORNECEDORES	300,3	357,5
FORNECEDORES CONVENIADOS	-	-
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	152,5	121,7
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	454,4	543,4
PASSIVOS DE ARRENDAMENTO	167,4	181,2
OBRIGAÇÕES CORPORATIVAS	24,8	30,9
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	32,2	30,7
RECEITA DIFERIDA	8,5	13,4
PARTES RELACIONADAS	-	-
INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVATIVOS	-	-
DIVIDENDOS E JUROS SOBRE O CAPITAL PRÓPRIO	-	-
DEMAIS CONTAS A PAGAR	22,3	28,0
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	1.162,5	1.306,7
PASSIVO NÃO CIRCULANTE		
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	1.115,0	573,5
PROVISÃO PARA DEMANDAS JUDICIAIS	41,8	44,0
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	4,1	4,3
RECEITA DIFERIDA	4,9	4,8
PARCELAS CONTINGENTES A AQUISIÇÕES	-	-
PASSIVOS DE ARRENDAMENTO	671,7	734,6
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	80,4	56,0
DEMAIS CONTAS A PAGAR	-	-
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	1.917,9	1.417,1
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
CAPITAL SOCIAL	1.461,1	1.461,1
RESERVA DE LUCROS	-	-
RESERVAS DE CAPITAL E PLANO DE OPÇÃO DE AÇÕES	713,0	733,3
AÇÕES EM TESOURARIA	(25,9)	(62,3)
OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	(40,5)	(0,0)
LUCRO (PREJUÍZO) ACUMULADO	(738,4)	(738,4)
RESULTADO DO EXERCÍCIO	(118,3)	-
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.250,9	1.393,7
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.331,3	4.117,5

FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO 2T24 (R\$ MILHÕES)

	2T24	2T23	6M24	6M23
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES OPERACIONAIS	81.7	54.7	106.8	51.8
CAIXA GERADO NAS OPERAÇÕES	174.8	139.6	340.9	267.7
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(17.6)	(39.5)	(93.9)	(89.6)
DEPRECIÇÃO E AMORTIZAÇÃO DO IMOBILIZADO E INTANGÍVEL	74.0	67.2	146.2	131.3
AMORTIZAÇÕES DE ARRENDAMENTOS	41.6	42.6	83.9	85.6
JUROS, ENCARGOS, VARIAÇÃO CAMBIAL E MONETÁRIA	54.6	53.6	107.8	103.5
OUTROS	22.2	15.7	96.8	37.0
VARIAÇÕES NOS ATIVOS E PASSIVOS	(93.2)	(85.0)	(234.1)	(215.9)
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES, LÍQUIDOS	(1.1)	21.2	(15.1)	60.6
ESTOQUES	(21.8)	6.5	(8.1)	11.1
OBRIGAÇÕES CORPORATIVAS	(0.5)	0.9	(6.1)	(4.0)
FORNECEDORES E ALUGUÉIS A PAGAR	23.0	17.4	(51.4)	(97.5)
FORNECEDORES CONVENIADOS	2.4	-	2.4	(18.5)
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	5.9	(42.0)	(19.9)	(24.8)
PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	(49.2)	(27.2)	(60.1)	(41.3)
PAGAMENTOS DE JUROS SOBRE PASSIVOS DE ARRENDAMENTOS	(6.1)	(6.2)	(12.1)	(12.2)
OUTRAS VARIAÇÕES DE ATIVOS E PASSIVOS	(45.8)	(55.7)	(63.6)	(89.2)
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	183.0	(49.1)	(431.0)	(84.1)
AQUISIÇÃO DE IMOBILIZADO	(36.5)	(90.0)	(107.8)	(115.3)
AQUISIÇÃO DE INTANGÍVEL	(34.3)	(0.9)	(47.9)	(55.1)
APLICAÇÕES E RESGATES EM TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	253.8	41.8	(275.3)	86.3
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	(306.2)	(2.6)	274.7	5.4
CAPTAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS (PRINCIPAL)	-	125.0	700.0	225.0
CUSTOS SOBRE CAPTAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS	-	(0.8)	(27.8)	(1.3)
PAGAMENTO DE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS (PRINCIPAL)	(253.8)	(73.3)	(291.7)	(111.2)
PAGAMENTOS DE PASSIVOS DE ARRENDAMENTOS	(52.4)	(53.5)	(105.8)	(107.1)
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES	(41.6)	3.0	(49.4)	(26.8)
SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	73.4	15.6	81.3	45.5
SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	(41.6)	18.6	31.8	18.6

ZAMP

NA NOSSA MESA CABE UM MUNDO.