



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS 1T24

06 DE MAIO DE 2024

ZAMP



DESTAQUES

1T24 vs. 1T23

01

Receita operacional líquida de R\$ 1,03 bilhão, +16%;

02

Vendas comparáveis nos mesmos restaurantes de 11,3% para Burger King® e de 14,8% para Popeyes®;

03

Margem Bruta consolidada de 64,1%, queda de 50 bps;

04

Vendas digitais (totem, delivery e app) representaram 49,6% das vendas da Companhia, e 50% das vendas totais já são identificadas;

05

EBITDA ajustado (ex-IFRS) de R\$ 70 milhões crescimento de 39% YoY; e

06

Fechamento de 11 restaurantes, 9 Burger King® e 2 Popeyes®.

DESEMPENHO 1T24 vs. 1T23

3



R\$ **1,0** bilhão
Receita Operacional Líquida **+16%**
YoY

R\$ **510** milhões
Receita dos Canais Digitais **+46%**
YoY

64,1%
Margem Bruta **-50bps**
YoY

R\$ **130** milhões
EBITDA Ajustado² e
margem EBITDA ajustado de 12,7% **+18%**
YoY



+11,3%

Same Store Sales¹

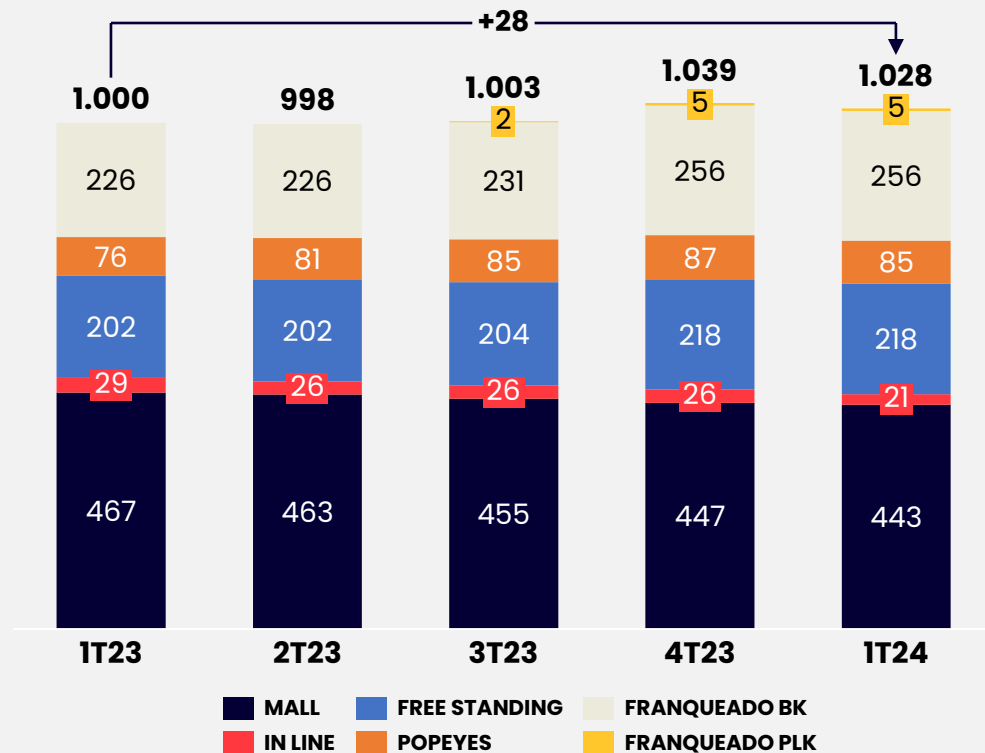


+14,8%

Fonte: ZAMP / Nota 1: Crescimento de vendas comparáveis nos mesmos restaurantes: Seguindo a metodologia de cálculo da RBL, considera as vendas dos restaurantes Burger King operados pela ZAMP 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. Nota 2: 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 (sinistros, obsolescência, resultado da venda de ativos e provisões de *impairment*); e (ii) custos com plano de ações.

REDE DE RESTAURANTES

TOTAL DE RESTAURANTES
(# de restaurantes)



REIMAGENS 2024

FS LINHA VERDE

ANTES



DEPOIS



MAIS EFICIENTE



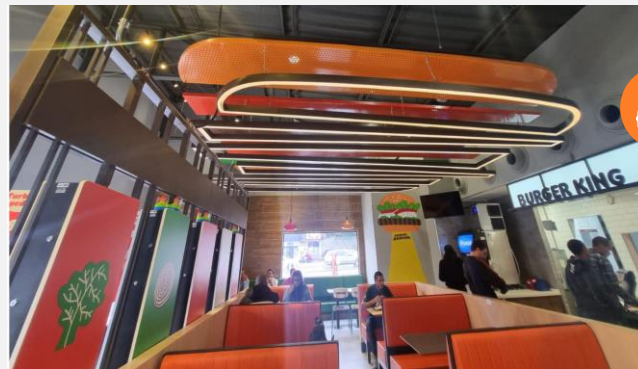
ATENDIMENTO 100% DIGITAL



CANAIS DE VENDAS

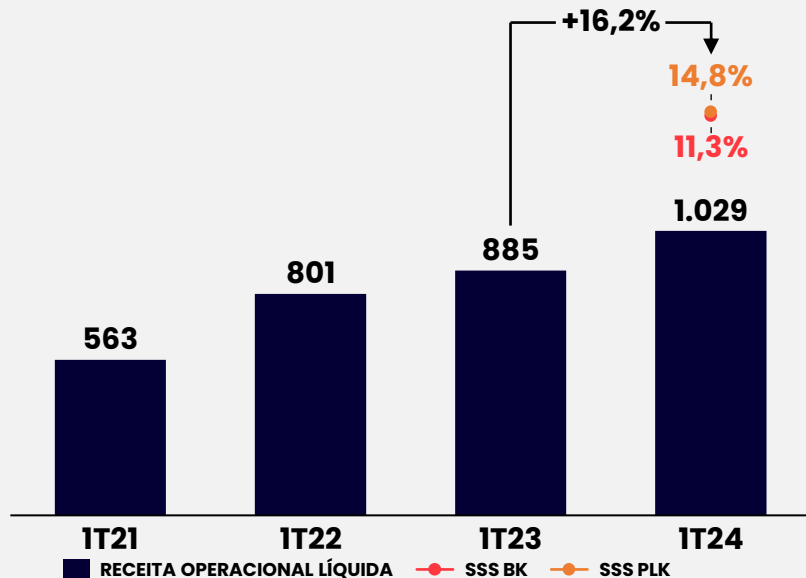


EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

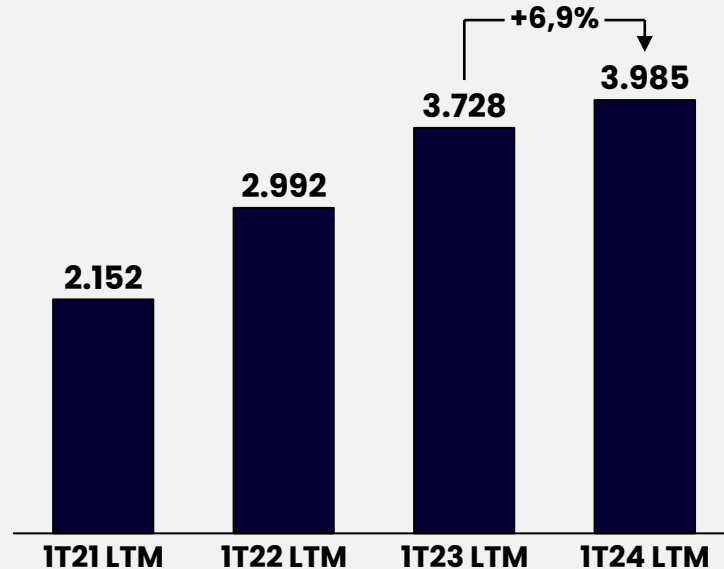


RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA E SSS

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA (R\$ MM)
CRESCIMENTO DE VENDAS NOS MESMOS RESTAURANTES (SSS %)



- Crescimento de receita de 16,2% vs. o 1T23; e
- SSS de BK +11,3% e SSS de PLK +14,8%.



Crescimento de 6,9% no LTM vs. o 1T23.

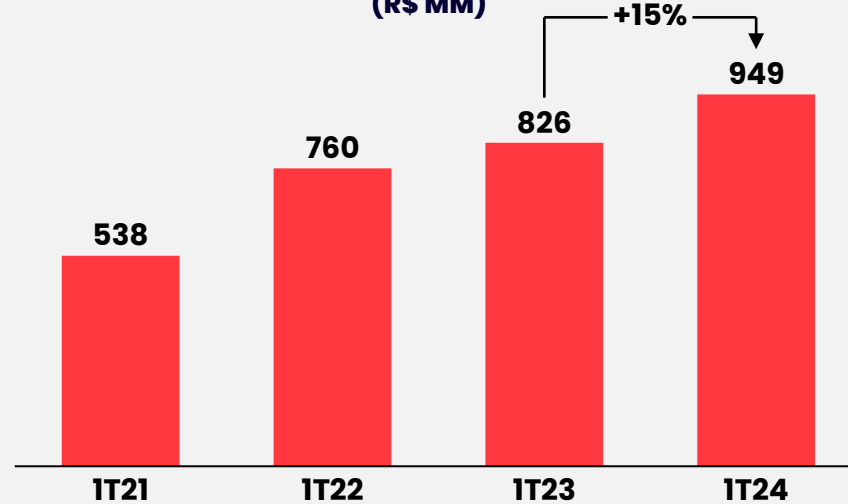


RECEITA DOS RESTAURANTES BK

RECEITA DE VENDAS

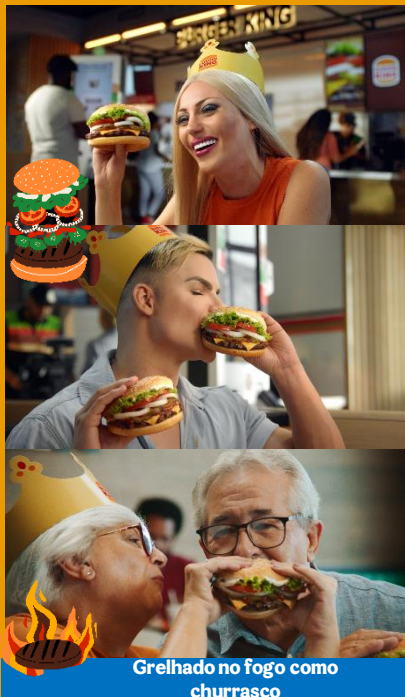


(R\$ MM)



- Receita de vendas no 1T24 atingiu R\$ 949 milhões; e
- Campanhas como Calvo Drive Thru, plataforma 2 por R\$25, parceria com a Catupiry em nossa plataforma premium e Leite Moça em sobremesas foram algumas alavancas neste trimestre.

CAMPANHAS BURGER KING IT24



Grelhado no fogo como churrasco



Whopper Catupiry

Sobremesa Leite Moça



Ação Calvo Drive Thru



Ação Stanley - Carnaval



BK presente na lista das **10 marcas com maior engajamento** no IT deste ano.

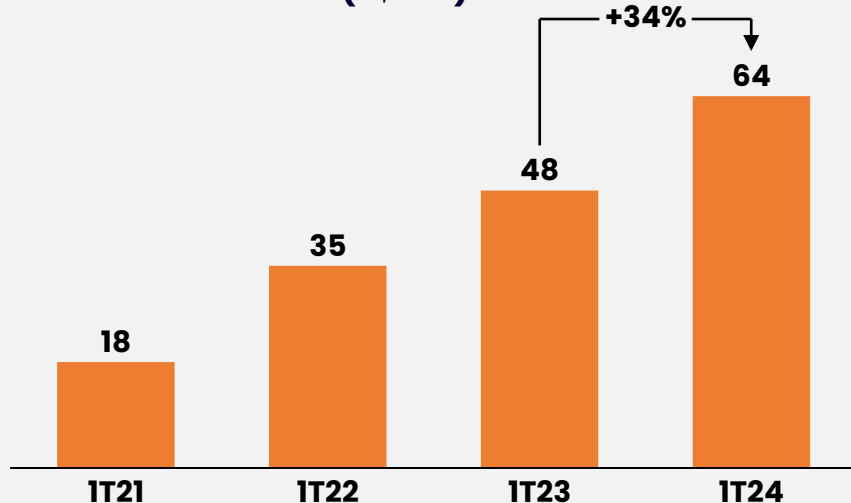
A **única marca** dentro do segmento de QRS.

BK marca mais criativa do mundo pela **6ª vez consecutiva**

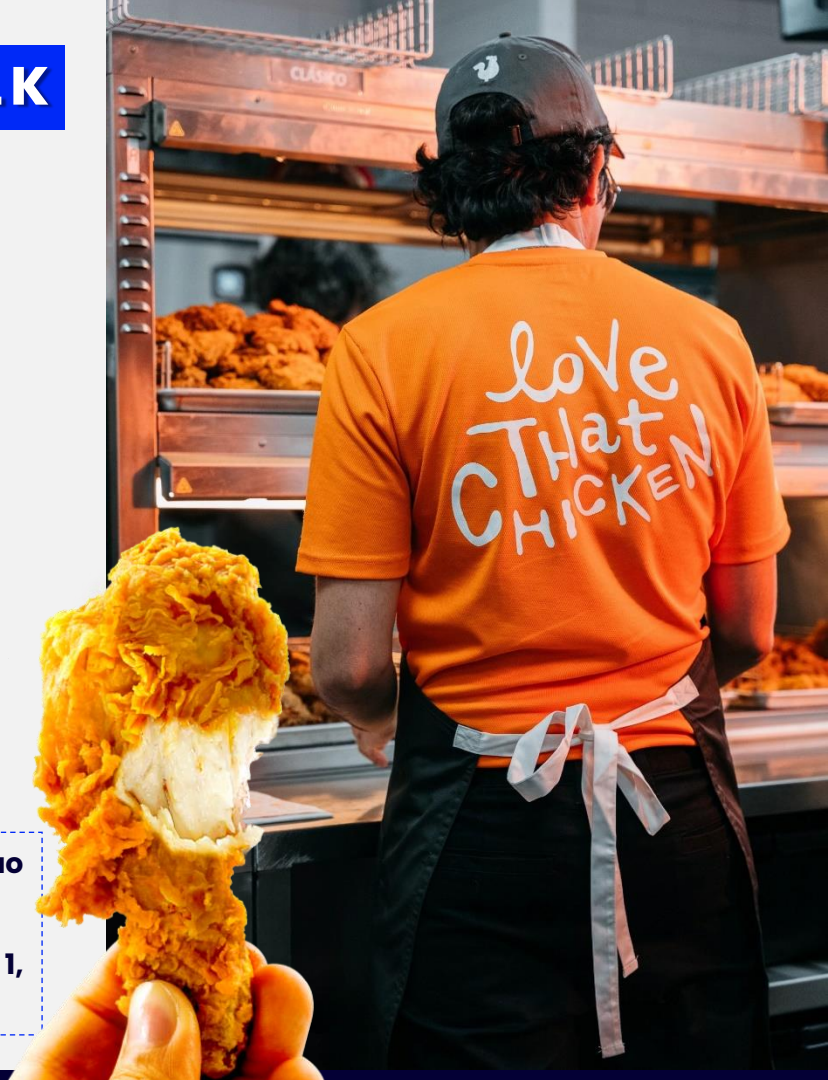


RECEITA DOS RESTAURANTES PLK

RECEITA DE VENDAS
POPEYES
(R\$ MM)



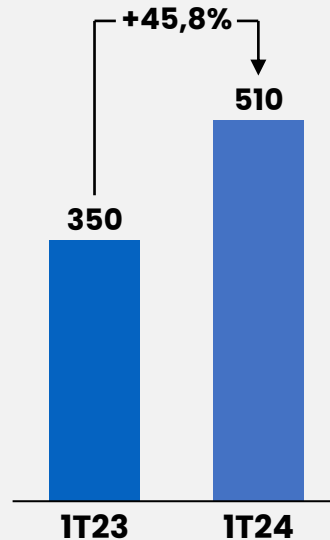
- Receita de vendas de R\$64 milhões, crescimento de 34% em relação ao 1T23 e SSS de +14,8% em PLK; e
- Campanha “A Loucura que a gente ama”, reforçou a plataforma 5 em 1, nossa principal alavanca de experimentação.



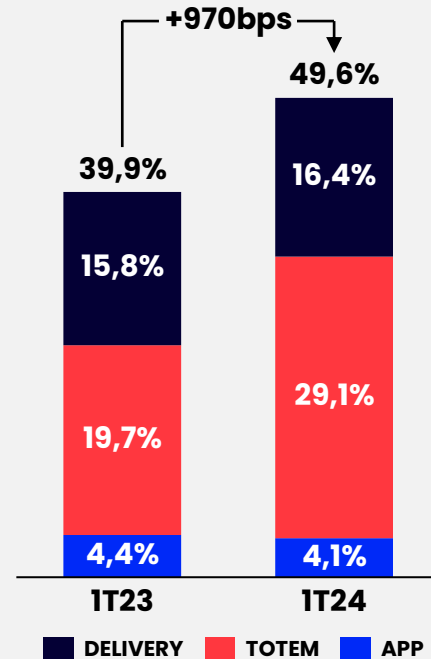


VENDAS DIGITAIS

VENDAS DE CANAIS DIGITAIS
(R\$ MM)



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



ECOSSISTEMA DIGITAL



CRM

- **Alcançamos aproximadamente 50%** do total de **vendas identificadas**; e
- Base com mais de **21,3 milhões de usuários**.



APP

- **Redução de 30bps de representatividade das vendas totais** da Companhia vs. o IT23.



TOTEM

- **29,1% da receita** total da Companhia; e
- **Crescimento** de, aproximadamente, 9 p.p da representatividade do canal vs. o IT23



DELIVERY

- O canal representou 16,4% do total de vendas da Cia, aumento de **60 bps no YoY**.
- **Crescimento de 21%** em termos nominais

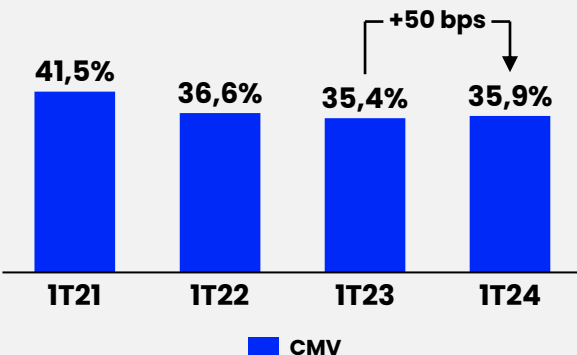


CLUBE BK

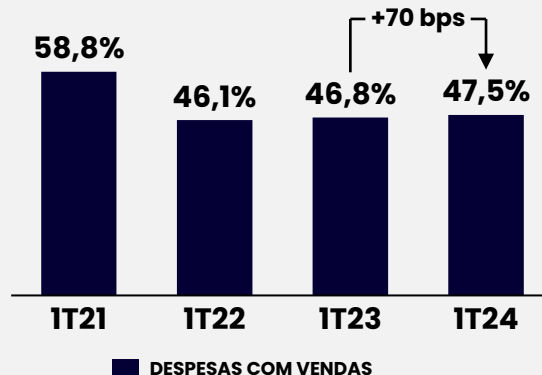
- **17 milhões** de inscritos em nosso programa de fidelidade; e
- **+37%** vs o IT23.

CMV E SG&A

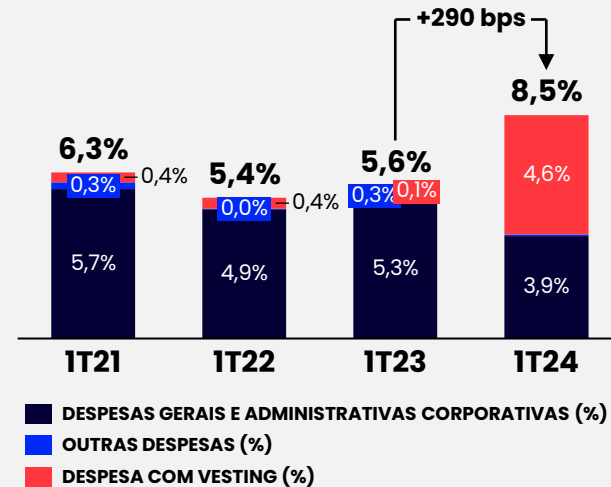
CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA (% da receita operacional líquida)



DESPESAS COM VENDAS NOS RESTAURANTES (% da receita operacional líquida)



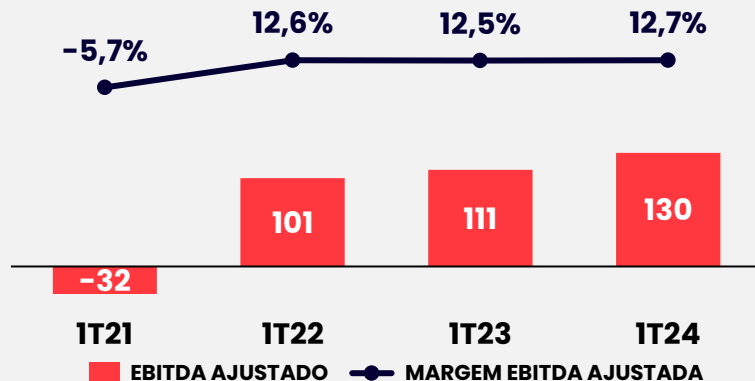
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (% da receita operacional líquida)



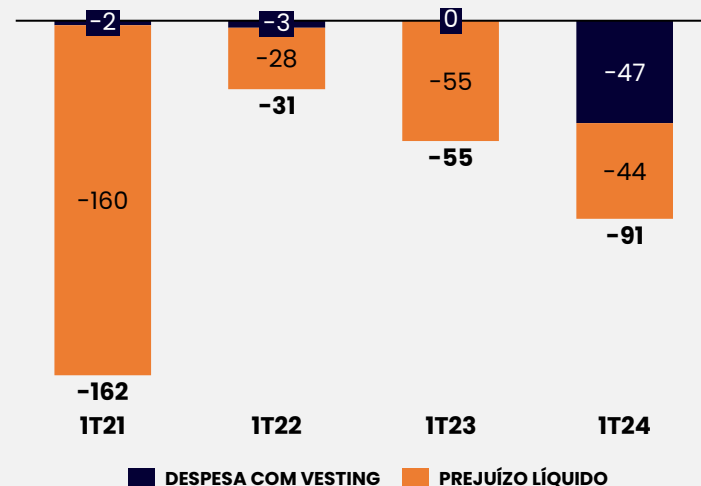
- Aumento CMV deve-se, sobretudo, a alguns investimentos importantes e positivos na estratégia comercial;
- Em despesas com restaurantes, principais efeitos estão relacionados a manutenção, *ad-fund* e despesas com Delivery; e
- Impacto de R\$ 46milhões nas despesas devido a antecipação do período de carência (“Vesting”) das ações da administração.

EBITDA AJUSTADO E RESULTADO LÍQUIDO

EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA (R\$ MM e %)



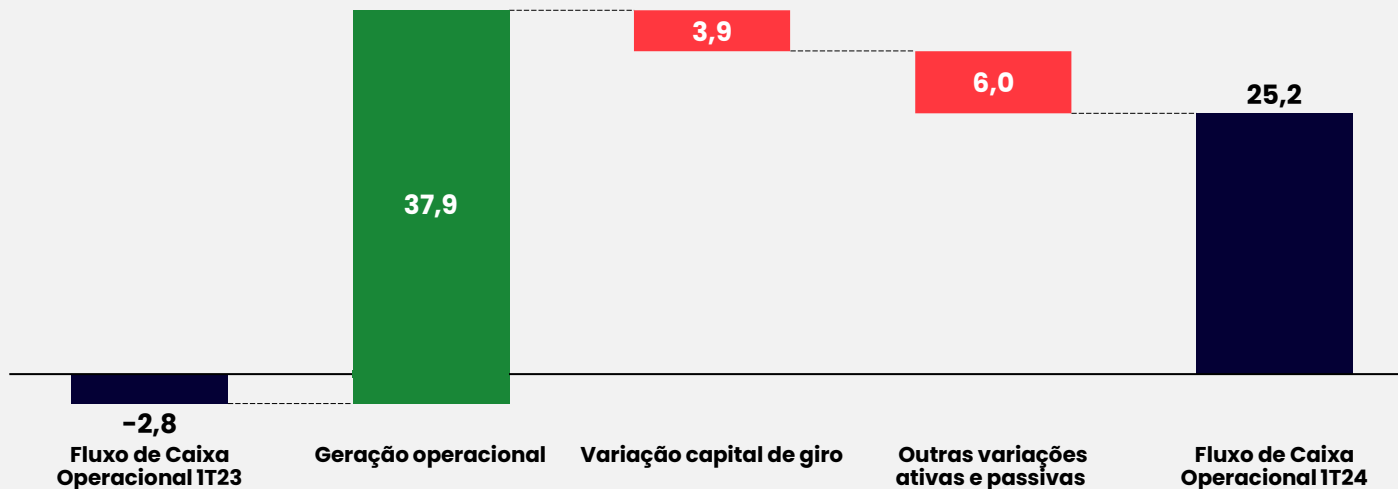
RESULTADO LÍQUIDO (R\$ MM)



- O EBITDA Ajustado da Companhia atingiu o valor de R\$130 milhões no 1T24, crescimento de 17,7% vs 1T23; e
- Prejuízo de R\$ 90,8 milhões, +64% vs. o 1T23. Impacto, sobretudo, devido ao custo com antecipação dos *vestings*, excluindo tal efeito o prejuízo teria sido menor que o mesmo período do ano anterior.

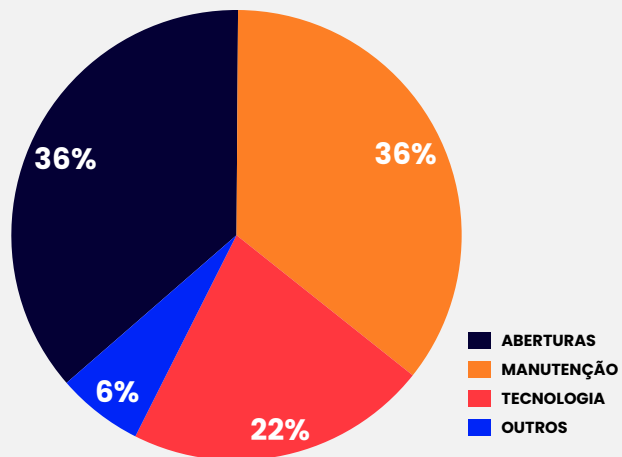
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (R\$ MM)



Forte geração de caixa operacional comparada ao 1T23, puxada pelo resultado e parcialmente compensada por variações no capital de giro e outras variações ativas e passivas.

CAPEX IT24



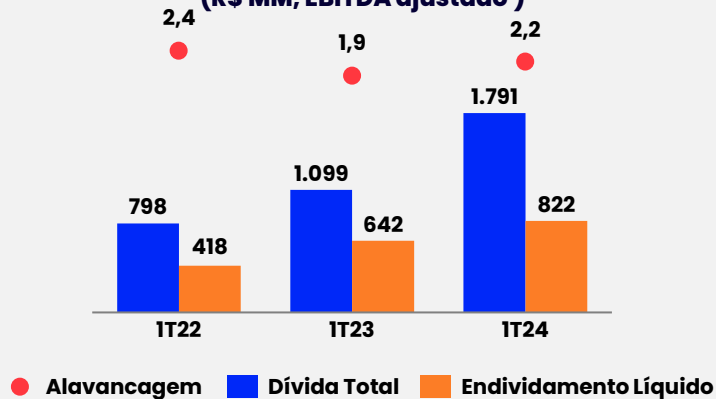
Os investimentos totais da Companhia atingiram R\$ 85 milhões, um acréscimo de R\$ 5 milhões em relação ao IT23. Investimentos de *remodeling* nas marcas Burger King®, tecnologia e manutenção do portfólio contribuíram para esse crescimento.



ENDIVIDAMENTO TOTAL

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO E ALAVANCAGEM

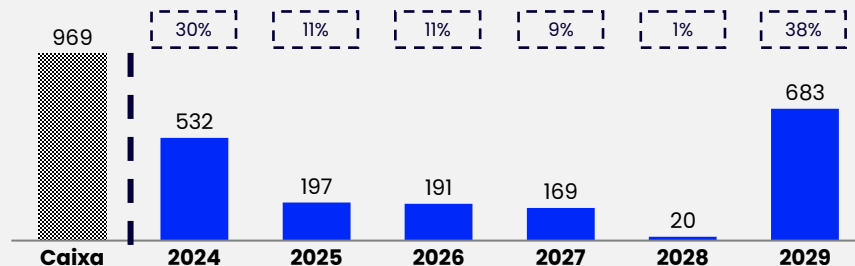
(R\$ MM, EBITDA ajustado¹)



- R\$ 1,791 bilhão de dívida bruta, ou R\$ 822 milhões líquida, leva Companhia à 2,2x de alavancagem (dívida líquida/EBITDA); e
- Emissão de debêntures conversíveis em CRAs no valor de R\$700 milhões concluída no primeiro trimestre de 2024.

ESTRUTURA DA DÍVIDA

(R\$ MM; % da Dívida Total)



PRIORIZAÇÕES

01

VENDAS E TRÁFEGO

02

EXPERIÊNCIA

03

EFICIÊNCIA

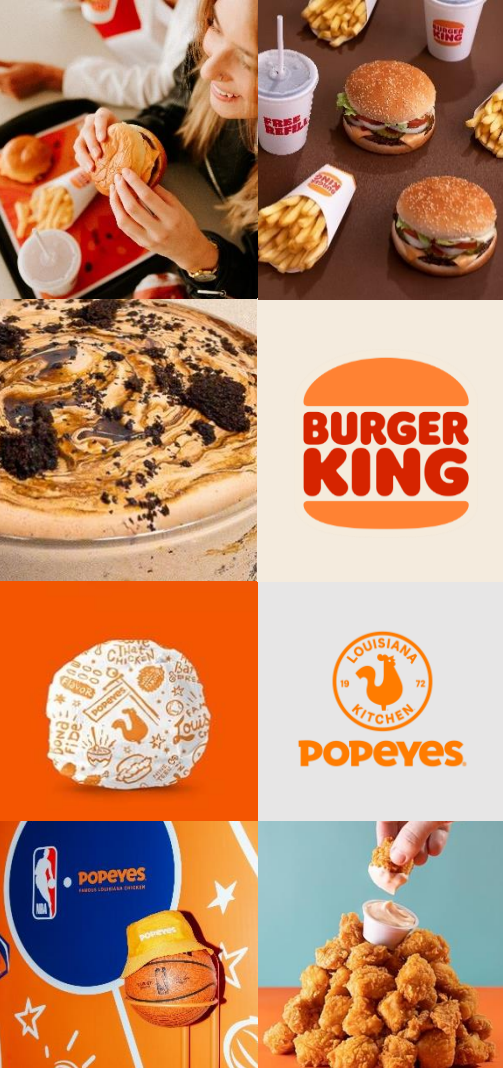
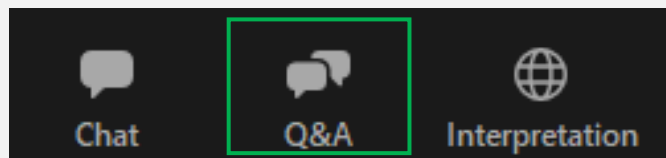
04

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.





NA NOSSA MESA CABE UM MUNDO.

Ariel Grunkraut

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.