



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS 3T24

08 DE NOVEMBRO DE 2024

ZAMP



Tamanho do Mercado¹
(Vendas R\$ Bi)

20,0



52,1

+2.6X



Número de Unidades

1.039



2.650

+1.6x

Vendas
(R\$ Bi)²

4,7



6,8

+45%



DESTAQUES

3T24 vs. 3T23

01

Receita operacional líquida de R\$ 1,12 bilhão, crescimento de 18%;

02

Same Store Sales de +16,2% Burger King® e de +12,3% para Popeyes®;

03

Ganhos relevantes de market share vs 3T23 (+150 bps em BK e +420 bps em Popeyes), segundo a Crest;

04

Vendas Digitais representaram 52% da receita total, com um crescimento de +38% vs 3T23;

05

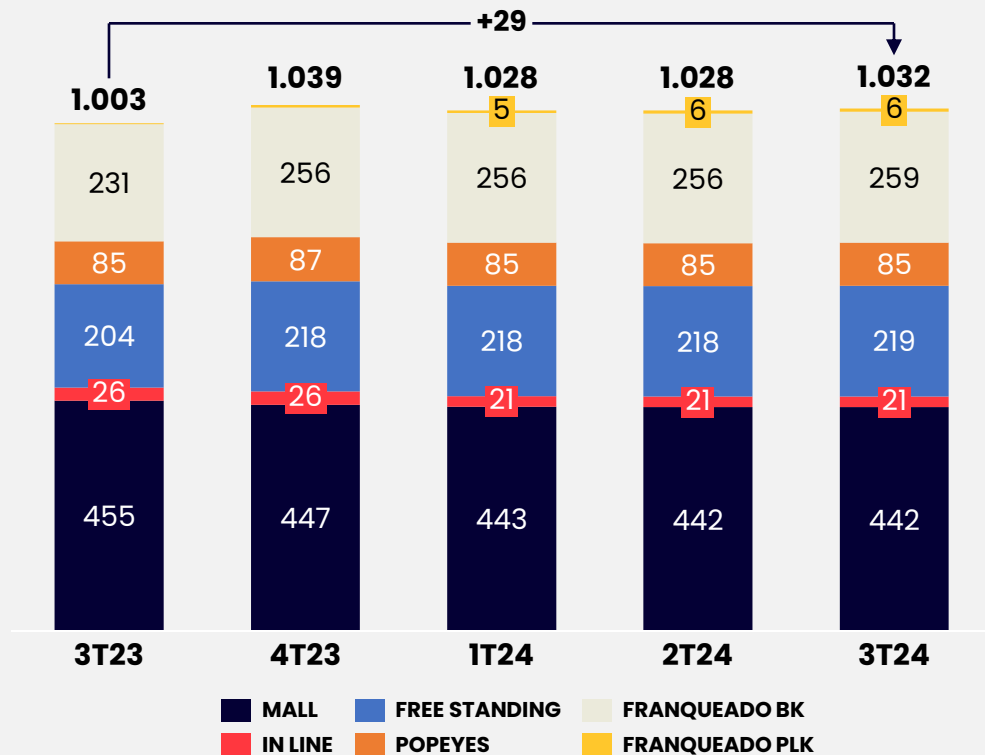
EBITDA ajustado Ex-IFRS16 de R\$77M (+12%);

06

Aumento de Capital de R\$ 450 MM;

REDE DE RESTAURANTES

TOTAL DE RESTAURANTES
(# de restaurantes)

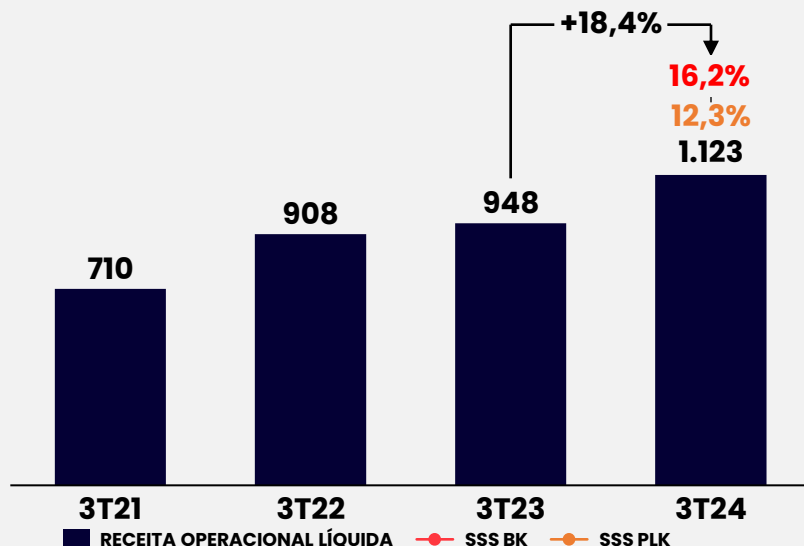


REIMAGENS E ABERTURAS



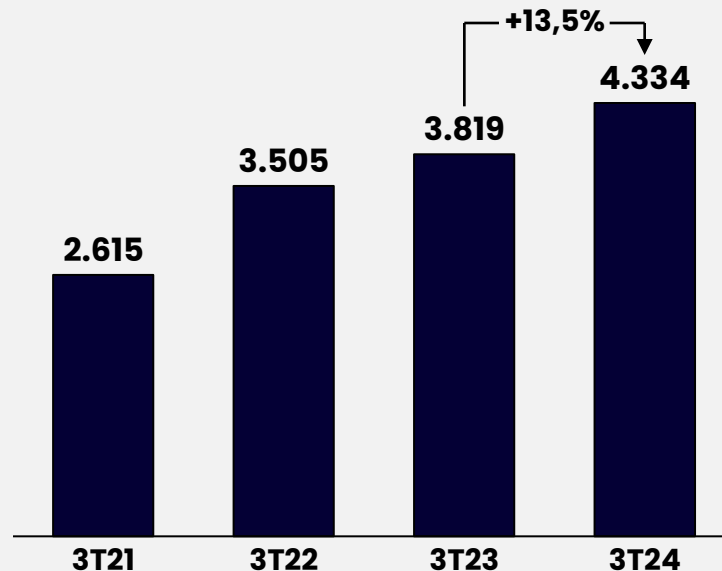
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA E SSS

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



- Crescimento de receita de 18,4% vs. 3T23; e
- SSS de BK +16,2% e SSS de PLK +12,3%.

EVOLUÇÃO RECEITA LÍQUIDA LTM
(R\$ MM)



- Crescimento de 13,5% no LTM vs. o 3T23.

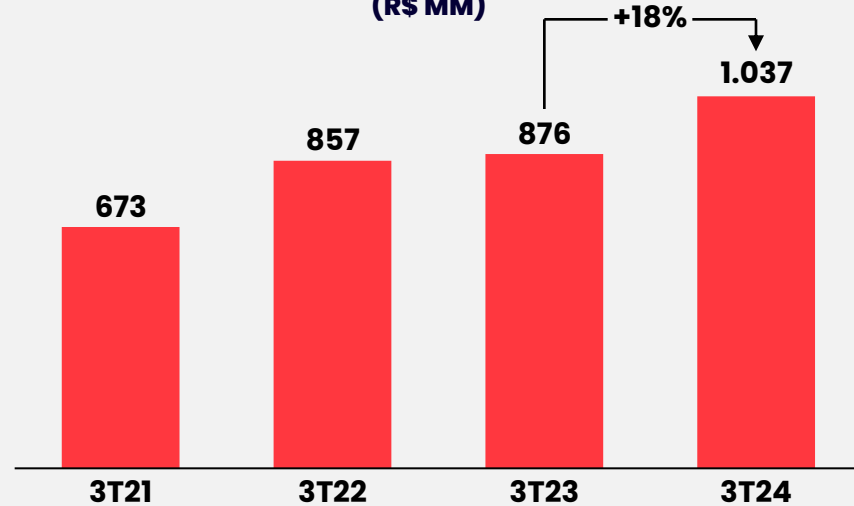


RECEITA DOS RESTAURANTES BK

RECEITA DE VENDAS



(R\$ MM)



- Receita de vendas no 3T24 atingiu R\$ 1,04 bilhão com SSS de +16,2%; e
- Importantes alavancas comerciais aceleraram o resultado do trimestre, composto majoritariamente por um forte crescimento de tráfego;

CAMPANHAS BURGER KING 3T24

NÃO TEM DEBATE.



2 WHOPPER
POR R\$25
& CONFIRMA!



Campanha Eleitoral



Chicken Fries



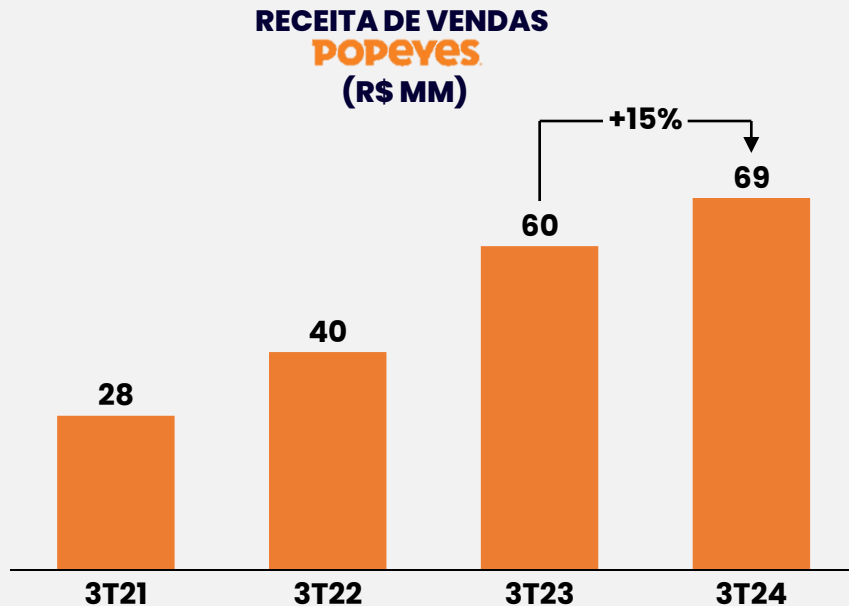
Dia dos Pais



Plataforma Sobremesas



RECEITA DOS RESTAURANTES PLK



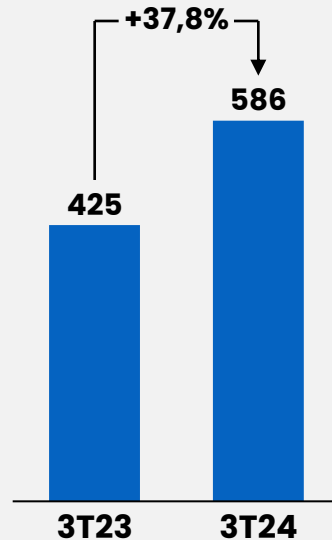
- Receita de vendas de R\$69 milhões, crescimento de 15% em relação ao 3T23 e SSS de +12,3%;



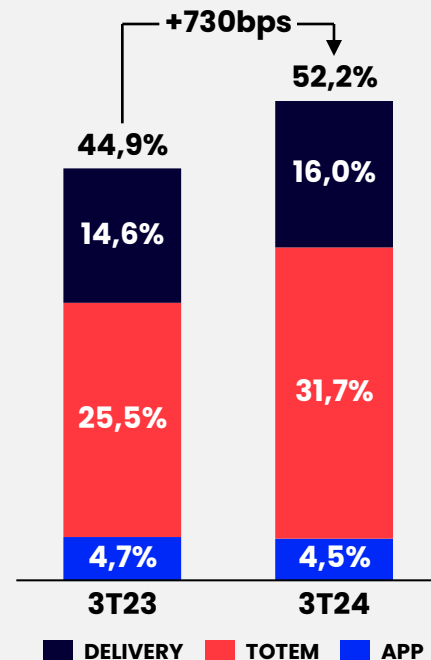


VENDAS DIGITAIS

VENDAS DE CANAIS DIGITAIS (R\$ MM)



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



ECOSSISTEMA DIGITAL



CRM

- **Alcançamos aproximadamente 52%** do total de **vendas identificadas**;



APP

- **4,6% de representatividade** das vendas totais.



TOTEM

- **31,7% da receita** total da Companhia; e
- **Crescimento** de, aproximadamente, 6 p.p da representatividade do canal vs. 3T23



DELIVERY

- O canal representou 16,0% do total de vendas da Cia, aumento de **130 bps no YoY**.
- **Crescimento de 29%** em termos nominais

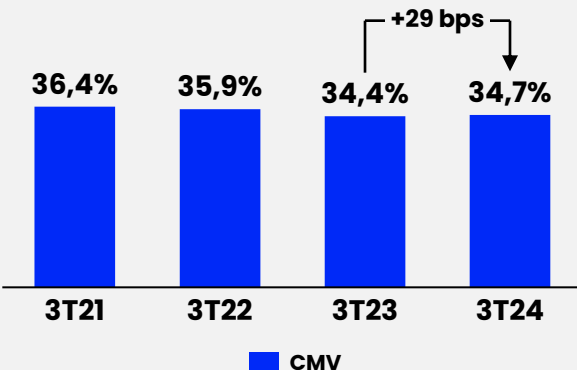


CLUBE BK

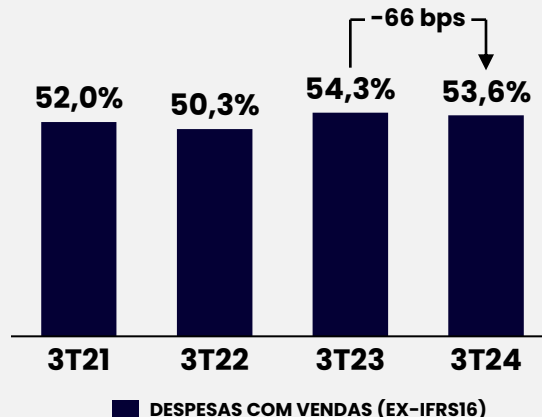
- **19 milhões** de inscritos em nosso programa de fidelidade; e
- **+27%** vs 3T23.

CMV E SG&A

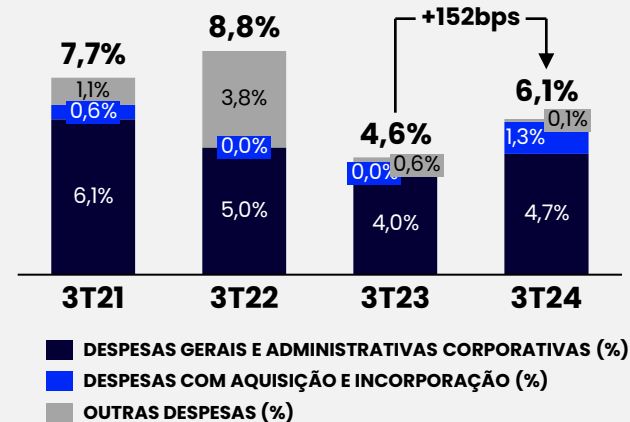
CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA (% da receita operacional líquida)



DESPESAS COM VENDAS NOS RESTAURANTES – EX-IFRS16 (% da receita operacional líquida)



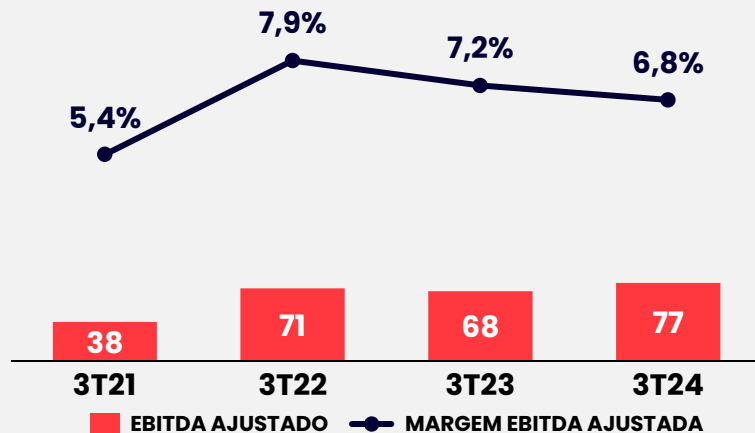
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (% da receita operacional líquida)



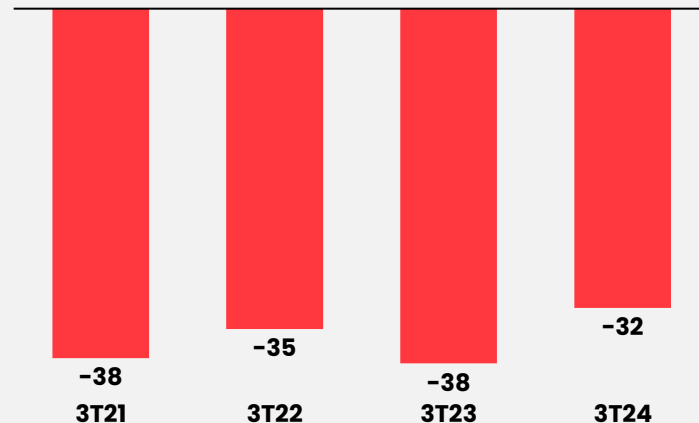
- Aumento marginal de 29 bps de CMV em relação ao 3T23 com a aceleração das campanhas promocionais;
- Em despesas com restaurantes, houve uma melhora de 66 bps (vs. 3T23) trazidos principalmente pela alavancagem operacional em ocupação e utilities; e
- Incremento de G&A devido a despesas one-off de M&A.

EBITDA AJUSTADO E RESULTADO LÍQUIDO

**EBITDA AJUSTADO (EX – IFRS) E
MARGEM EBITDA AJUSTADA (R\$M e %)**



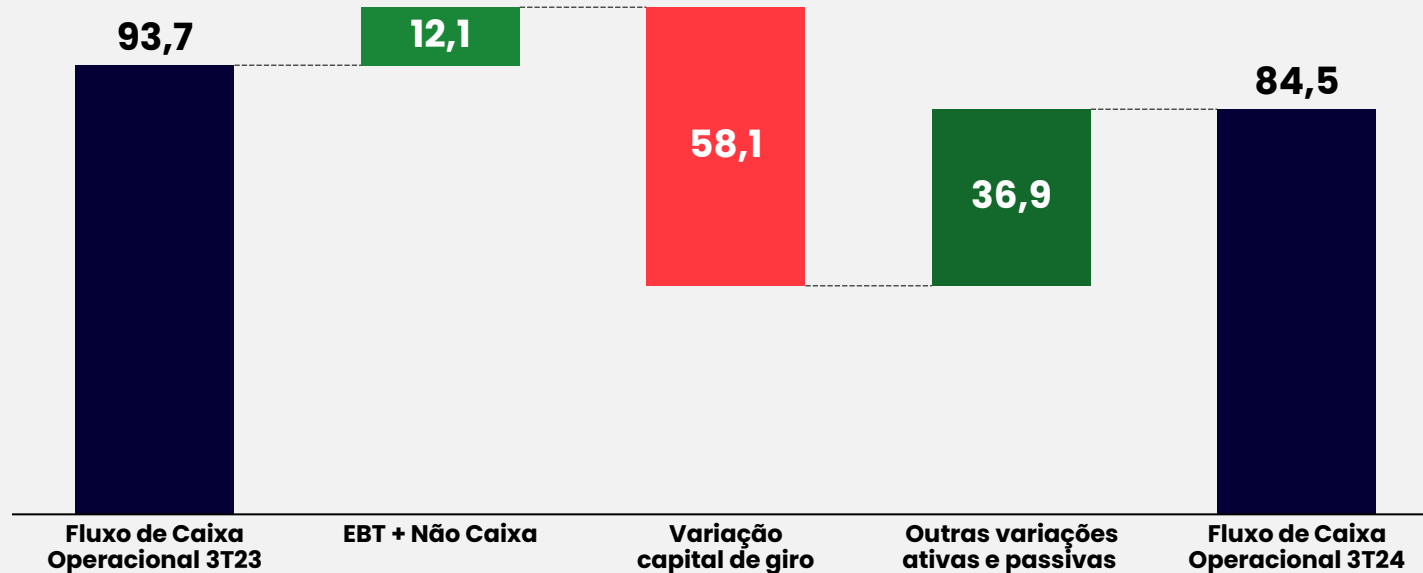
LUCRO LÍQUIDO (R\$ MM)



- O EBITDA Ajustado (EX-IFRS) da Companhia atingiu o valor de R\$76,7 milhões no 3T24, crescimento de 12,2% vs. 3T23 pela forte performance de vendas;
- Prejuízo de R\$ 32 milhões, uma redução de 15,6% vs. 3T23.

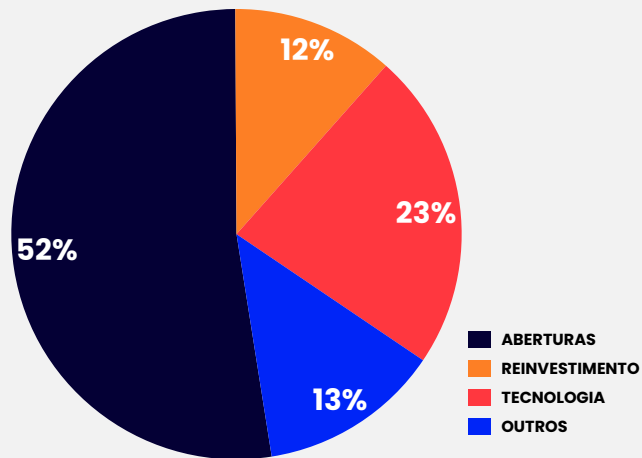
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (R\$ MM)



- Redução de 9,8% vs. 3T23 com a piora pontual na linha de capital de giro em virtude da formação de estoques para o período mais importante do ano em um cenário de vendas em forte crescimento;
- Não houve mudança estrutural do ciclo financeiro da Cia.

CAPEX 3T24

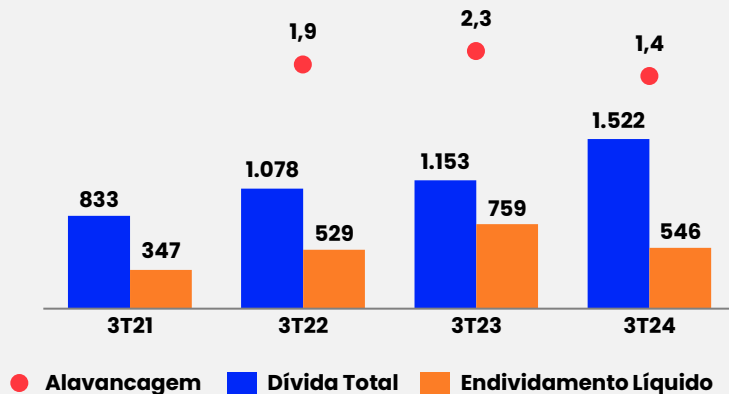


Os investimentos totais da Companhia atingiram R\$ 97,1 milhões, um aumento de R\$ 8,8 milhões em relação ao 3T23, principalmente puxado por remodels e novas lojas no formato Pavillion



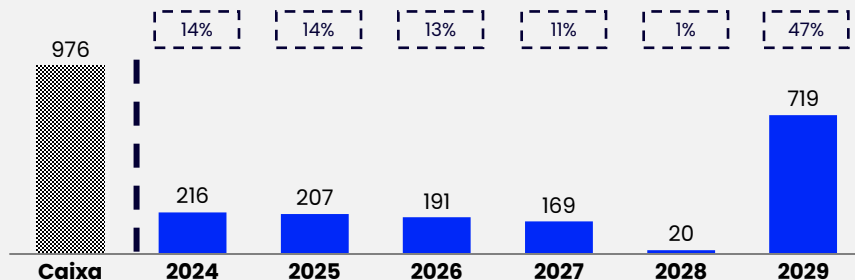
ENDIVIDAMENTO TOTAL

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO E ALAVANCAGEM (R\$ MM, EBITDA ajustado¹)



- R\$ 1,522 bilhão de dívida bruta, ou R\$ 546 milhões líquida e 1,4x de alavancagem (dívida líquida/EBITDA);
- No 3T24 o Aumento de Capital de R\$450M contribuiu para a adequação da estrutura de capital ao plano de crescimento futuro

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



PRIORIZAÇÕES

17

01

VENDAS E TRÁFEGO

02

EXPERIÊNCIA NOS RESTAURANTES

03

EFICIÊNCIA OPERACIONAL

04

INTEGRAÇÃO DE SUBWAY E
STARBUCKS

05

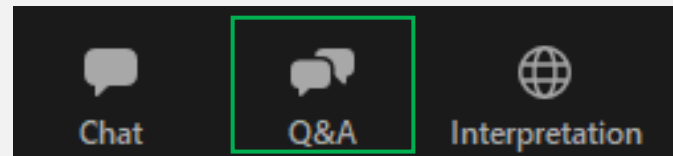
CRESCIMENTO





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.

Paulo Camargo

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.