

APRESENTAÇÃO CORPORATIVA

2023

ZAMP



POPEYES

AVISO LEGAL

Esta apresentação contém informações gerais sobre os negócios e as estratégias da ZAMP S.A. (“ZAMP”). Essas informações não se propõem a serem completas e estão sob a forma de resumo. Pelo fato das informações serem apresentadas de forma resumida, 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.

Esta apresentação contém estimativas e declarações futuras, as quais envolvem riscos e incertezas e não são garantia de concretização e desempenho futuro. Os investidores devem estar cientes de que tais estimativas e perspectivas podem ser impactadas, em grande parte, por fatos e expectativas atuais ou futuras concernentes ao nosso setor de atuação, nossa participação de mercado, nossa reputação, negócios, situação financeira e perspectivas. Embora acreditemos que essas estimativas e declarações futuras sejam baseadas em premissas razoáveis, elas estão sujeitas a diversos riscos e incertezas e foram efetuadas somente com base nas informações de que dispomos atualmente e, portanto, não constituem garantias de resultados.

A lista de considerações acima não é exaustiva e outros riscos e incertezas podem causar resultados que podem vir a ser substancialmente diferentes daqueles contidos nas estimativas e perspectivas sobre o futuro. Devido às incertezas supracitadas, não se deve tomar qualquer decisão de investimento com base nessas estimativas e declarações prospectivas. Esta apresentação não deve ser entendida como recomendação a potenciais investidores.

NOSSO SONHO

**SER A MELHOR OPERADORA DE
MARCAS DE RESTAURANTES DO
MUNDO, TRANSFORMANDO
POSITIVAMENTE A VIDA
DAS PESSOAS.**

Encantar nossos
clientes com a
melhor experiência

Construir as
marcas mais
amadas em suas
categorias

Ter o crescimento
mais acelerado e
ser a mais rentável
do segmento

Ser uma empresa
dos sonhos para se
trabalhar

Gerar impacto positivo
através dos nossos
compromissos ESG

TIMELINE



Rebranding do nome da Companhia para "ZAMP", para reforçar o conceito de *House of Brands*

Ano de Recordes: vendas, EBITDA, margem bruta, vendas digital e alcance de ~1.000 restaurantes

Criação da **ZAMP**, companhia com direito de operar e franquear restaurantes Burger King no Brasil, a partir da Joint Venture entre Vinci e 3G Capital

O IPO da empresa ocorreu no final de 2017 na, bolsa brasileira, **B3**.

Eleita pelo público em geral como a **marca preferida de QSR no Brasil**

Divulgação dos **Compromissos de ESG**, baseados nos **ODS da ONU**, e construídos em três pilares: Nossa Comida, Nossa Pegada e Nosso Pessoal

2004



Burger King abriu seu primeiro restaurante através do modelo de franquia no Brasil

2011

2012

Aquisição de múltiplas franquias para forte estratégia de expansão

2015

2017

2018



A empresa assinou um MFA de 20 anos com a RBI, para explorar a marca **Popeyes®** exclusivamente no Brasil

2019

2021

2022

FORTE TRACK- RECORD DE EXECUÇÃO

ONDE
COMEÇAMOS **2011**



ONDE
ESTAMOS **2022**

ZAMP

Número de
Restaurantes

139



998

Receita Bruta

R\$ 3 Mi



R\$ 5 Bi

Market Share

5%



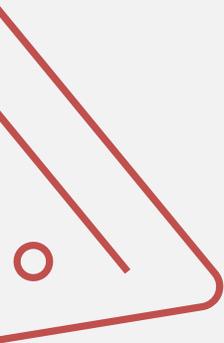
21,8%

Preferência
de Marca

2,6%



27,3%



RELACIONAMENTO COM A RBI

O RELACIONAMENTO COM A RBI É GUIADO PELO *MASTER FRANCHISEE AGREEMENT* (“MFA”)

RESUMO DOS *ECONOMICS* DO MFA

RBI



- 5% de *Royalties* e 5% de Fundo de Marketing sobre vendas líquidas;
- Fee da franquia por abertura

- 5% de *Royalties* e 5% de Fundo de Marketing sobre vendas líquidas;
- Fee da franquia por abertura
- Acordo após a abertura de 20+20 anos (em nível de restaurante)

- 5% de *Royalties* e 5% de Fundo de Marketing sobre vendas líquidas;
- Royalties sobre vendas líquidas
- Fee da franquia por abertura

LEGADO DE FRANQUEADOS BK

(Pré 2011)¹



- Fee do serviço sobre vendas líquidas

ZAMP

SUBFRANQUEADOS

(Pós 2016)



- *Royalties* sobre vendas líquidas
- Fee da franquia por abertura

PRINCIPAIS ASPECTOS DO MFA

ZAMP ESTÁ INTEIRAMENTE COMPROMETIDO COM O MFA

DIREITOS

- Um **acordo de MFA de 20 anos** com a RBI: BK assinado em 2011 e PLK em 2018, ambos podendo ser estendidos por mais 20 anos;
- **Direito exclusivo de desenvolver, abrir e operar** os restaurantes do Burger King e Popeyes no Brasil;
- **Direito de gerenciar o fundo de marketing** de ambas marcas no Brasil
- **Direito de estabelecer itens de menu requeridos e opcionais**, uma vez que todos os itens *Core* do Menu são oferecidos e todos os produtos/fornecedores são aprovados pela RBI
- **ZAMP detém a possibilidade de operar outras marcas no Brasil** que não ofereçam hambúrguer/frango frito ou sanduiche como componente principal de sua receita bruta

OBRIGAÇÕES

- **Metas de números mínimos de restaurantes** a serem construídos e operados

SENIOR MANAGEMENT

12 ANOS
DE ZAMP



**Ariel
Grunkraut**

CEO

25 anos de
experiência

8 ANOS
DE ZAMP



**Gabriel
Magalhães**

CFO

12 anos de
experiência

2 ANOS
DE ZAMP



**Juliana
Cury**

VP de
Marketing e
Vendas

18 anos de
experiência

12 ANOS
DE ZAMP



**Fabio
Alves**

VP de
Desenvolvimento e
Engenharia

23 anos de
experiência

1 ANO
DE ZAMP



**Igor
Freitas**

VP de
Tecnologia

20 anos de
experiência

9 ANOS
DE ZAMP



**Danillo
Toledo**

VP de
Operações

19 anos de
experiência

12 ANOS
DE ZAMP



**Marcia
Baena**

VP de Gente
e Gestão

28 anos de
experiência

GOVERNANÇA CORPORATIVA

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Marcos Grodetzky
Chairman

Renato Rossi
Board Member

Iuri Miranda
Board Member

Lucas Muniz
Deputy Board Member

Hugo Segre
Independent Board Member

Ricardo W.
Independent Board Member

Henrique Luz
Independent Board Member

Lucas Cottini
Independent Board Member

ESTRUTURAS DE GOVERNANÇA

Conselho de Administração

Conselho Fiscal

Comitê de Auditoria

Comitê de Gente e Remuneração

Comitê de Finanças

Comitê de Inovações e Estratégia

ZAMP S.A. é uma Companhia com **forte governança e presente no Novo Mercado.**

Comitê de auditoria com especialista externo.

Cumprimento semestral da FCPA e auditoria anual pelas 4 grandes firmas de contabilidade.

Canal de **denúncias anônimas.**

Controles internos e **monitoramento efetivo + extensão para fornecedores.**

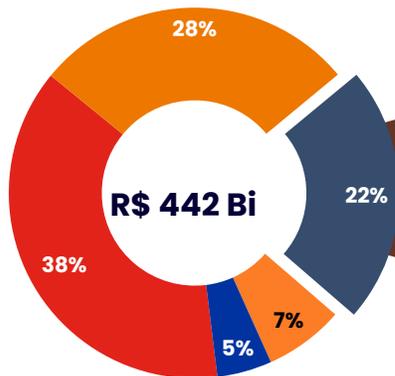
Ambiental, Social e Governança ("ESG") dentro da área de Relações com Investidores.

Conformidade operacional: visitas aos restaurantes para garantir qualidade e nível de serviço e acompanhamento de KPIs de domingo a domingo.

Auditoria Interna respondendo diretamente para o CEO.

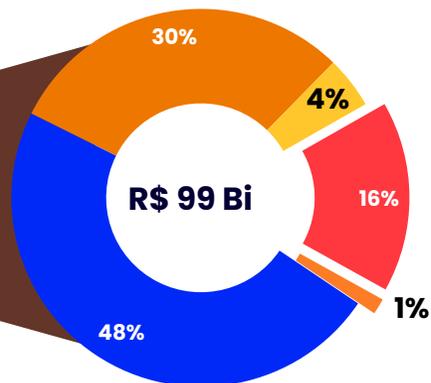
MERCADO EM CRESCIMENTO E ALTAMENTE FRAGMENTADO

MERCADO DE FOOD SERVICE NO BRASIL 2022



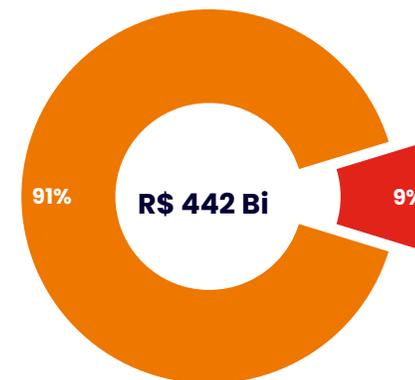
- Cafés/Bares
- Fast-food
- Outros
- Full-Service
- Quiosques

MERCADO DE FAST FOOD NO BRASIL 2022



- Outros
- Padarias
- Burger
- Pizza
- Frango

INDEPENDENTE X REDE 2022



- Rede
- Independentes

O mercado brasileiro de fast food é amplamente fragmentado e dominado por competidores independentes

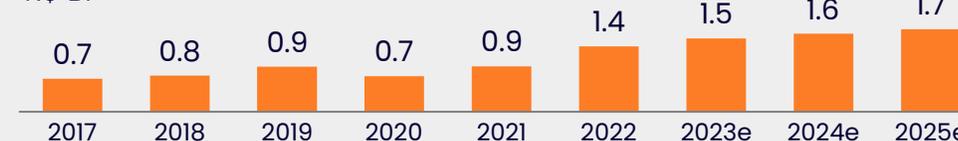
MERCADO #1

BURGER FAST FOOD EVOLUÇÃO DE MERCADO R\$ Bi



MERCADO QUE MAIS CRESCE

CHICKEN FAST FOOD EVOLUÇÃO DE MERCADO R\$ Bi



MATURIDADE DO MERCADO

QSR FRANGO FRITO



100%

Consomem Carne de Frango

Mesmo que
esporadicamente
(ao menos uma vez ao
ano)

96%

Consomem Frango Frito

(empanado, à
passarinho, à milanesa,
etc.) Mesmo que
esporadicamente
(ao menos uma vez
ao ano)

77%

Consomem Frango Frito em QSR

Mesmo que
esporadicamente
(ao menos uma vez
a cada 6 meses)



FRANGO FRITO VIA QSR

FREQUÊNCIA DE
CONSUMO

Consumo Alto
Pelo menos 1x
por semana

14%

Consumo Médio
Pelo menos
1x ao mês

34%

Consumo Baixo
Menos de
1x por mês

29%

48%

Consomem
Frango Frito
via QSR
Pelo menos 1x
por mês

1/3 são
consumidores
esporádicos

**PILARES ESTRATÉGICOS
PARA APOIAR NOSSO
CRESCIMENTO**

DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

01

MAIOR OPERADORA
DE FAST FOOD NO
BRASIL

02

MELHORES
PRODUTOS DO
MERCADO

03

MARCAS
ICÔNICAS
RECONHECIDAS
NO MUNDO

04

CULTURA FORTE,
GENTE TALENTOSA
E COM VISÃO DE
DONO

05

CRESCIMENTO
ACELERADO

06

LIDERANÇA
DIGITAL

DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

01

MAIOR OPERADORA
DE FAST FOOD NO
BRASIL

02

MELHORES
PRODUTOS DO
MERCADO

03

MARCAS
ICÔNICAS
RECONHECIDAS
NO MUNDO

04

CULTURA FORTE,
GENTE TALENTOSA
E COM VISÃO DE
DONO

05

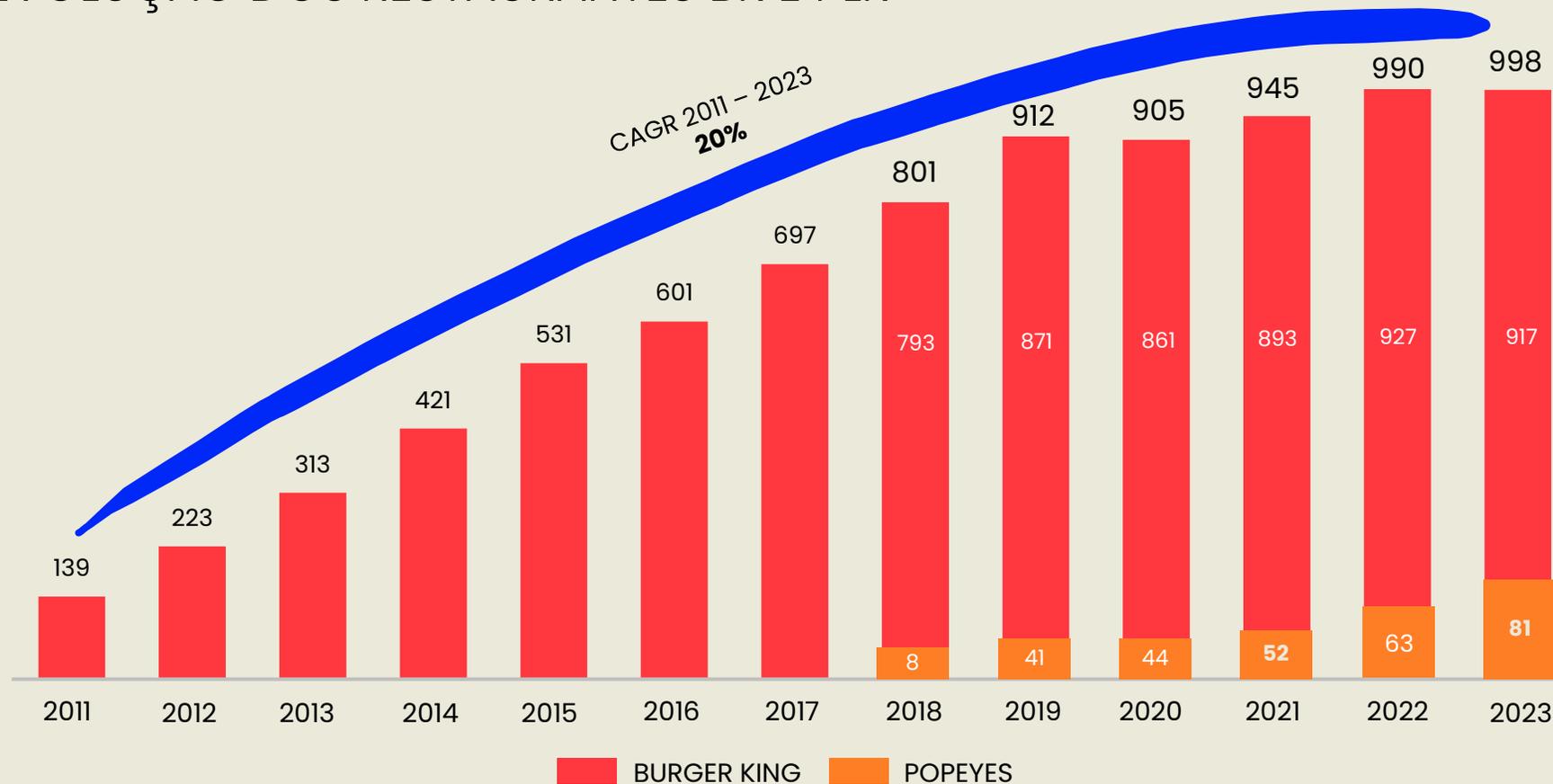
CRESCIMENTO
ACELERADO

06

LIDERANÇA
DIGITAL

PRESENÇA ZAMP

EVOLUÇÃO DOS RESTAURANTES BK E PLK



Continuidade do **crescimento mesmo durante período de pandemia**, tanto para restaurantes próprios quanto para franqueados



Retomada do **ritmo de crescimento** a partir de 2022



Aceleração do formato de FS para BK e FC para PLK e estabilidade nos demais formatos tradicionais



+138,2% de FS entre 2017 e 2022

FORTE PRESENÇA NACIONAL

998

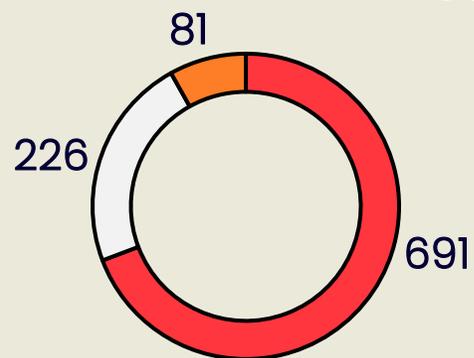
RESTAURANTES



Presente em
TODOS os
Estados + DF
276 Cidades

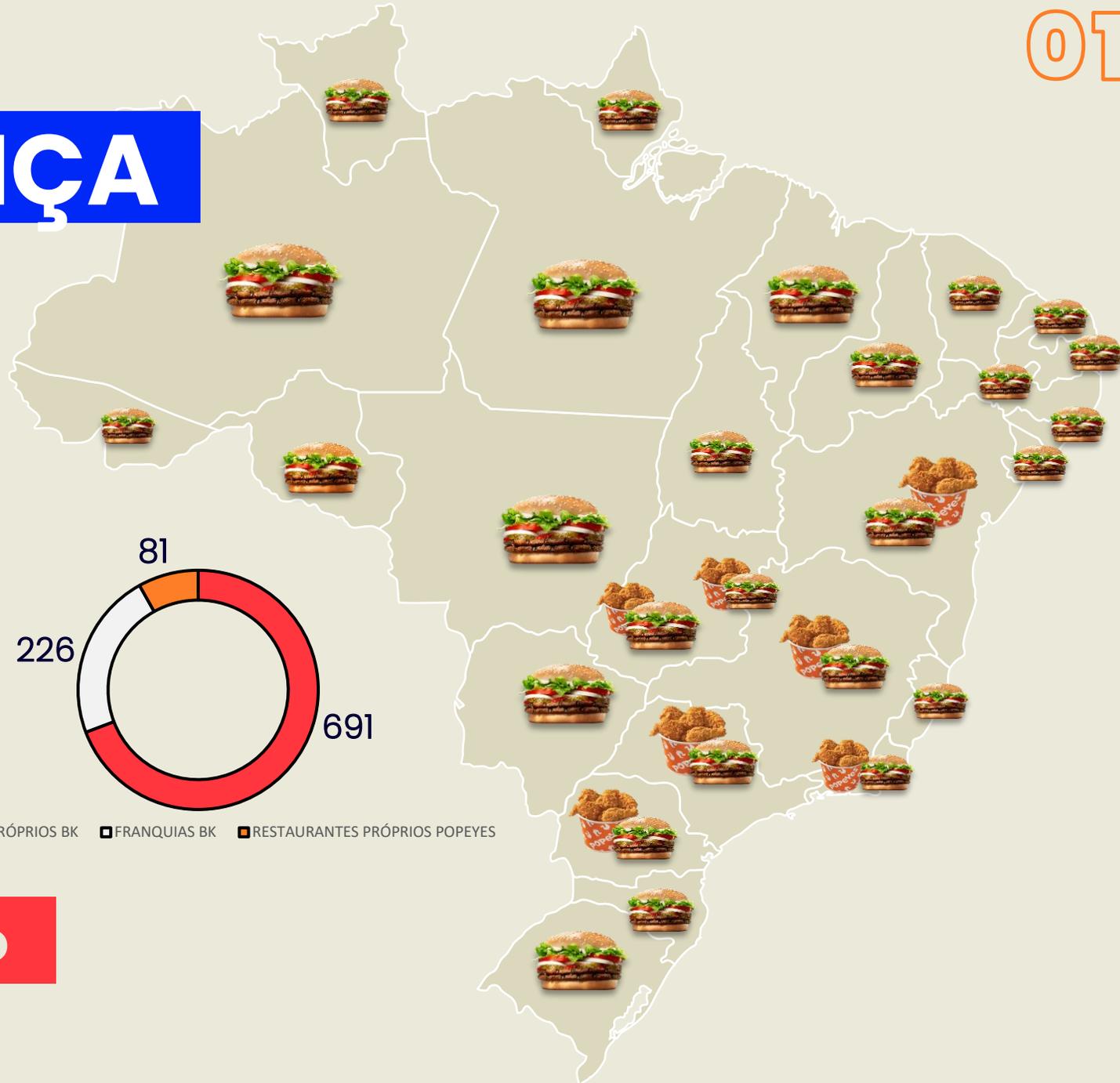


6 Estados + DF
25 Cidades



■ RESTAURANTES PRÓPRIOS BK ■ FRANQUIAS BK ■ RESTAURANTES PRÓPRIOS POPEYES

+150MM de clientes/ano



**DIFERENCIAIS
COMPETITIVOS**

01

MAIOR OPERADORA
DE FAST FOOD NO
BRASIL

02

MELHORES
PRODUTOS DO
MERCADO

03

MARCAS
ICÔNICAS
RECONHECIDAS
NO MUNDO

04

CULTURA FORTE,
GENTE TALENTOSA
E COM VISÃO DE
DONO

05

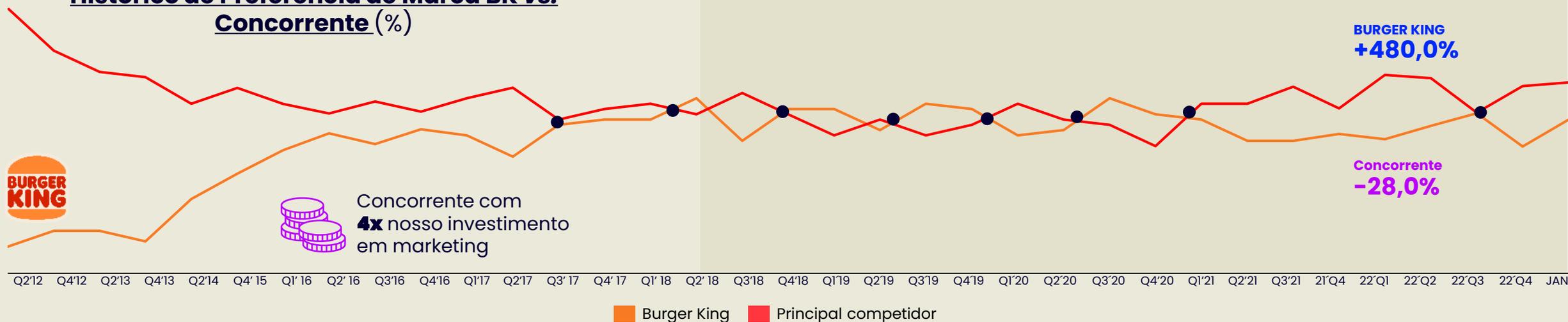
CRESCIMENTO
ACELERADO

06

LIDERANÇA
DIGITAL

AUTENTICIDADE QUE TRAZ RESULTADOS

Histórico de Preferência de Marca BK vs. Concorrente (%)



Histórico de Preferência de Marca PLK (%)



+ 294%

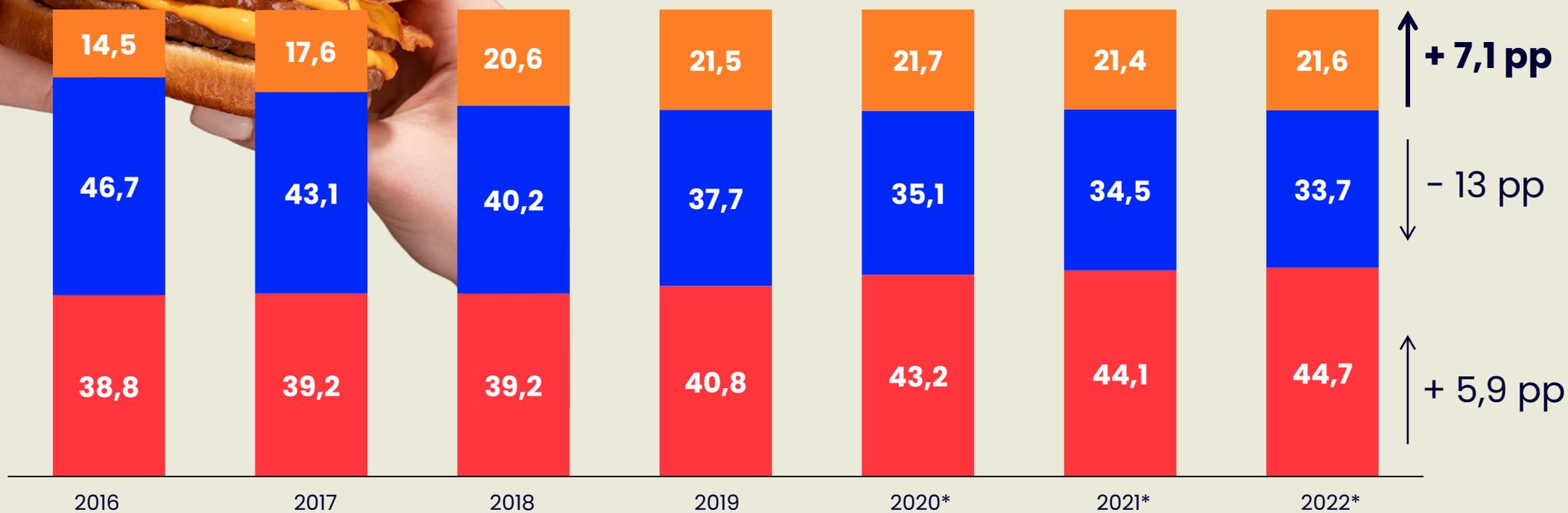
19'Q4

22'Q4

AUTENTICIDADE QUE TRAZ RESULTADOS



Evolução Market Share – R\$ (%)

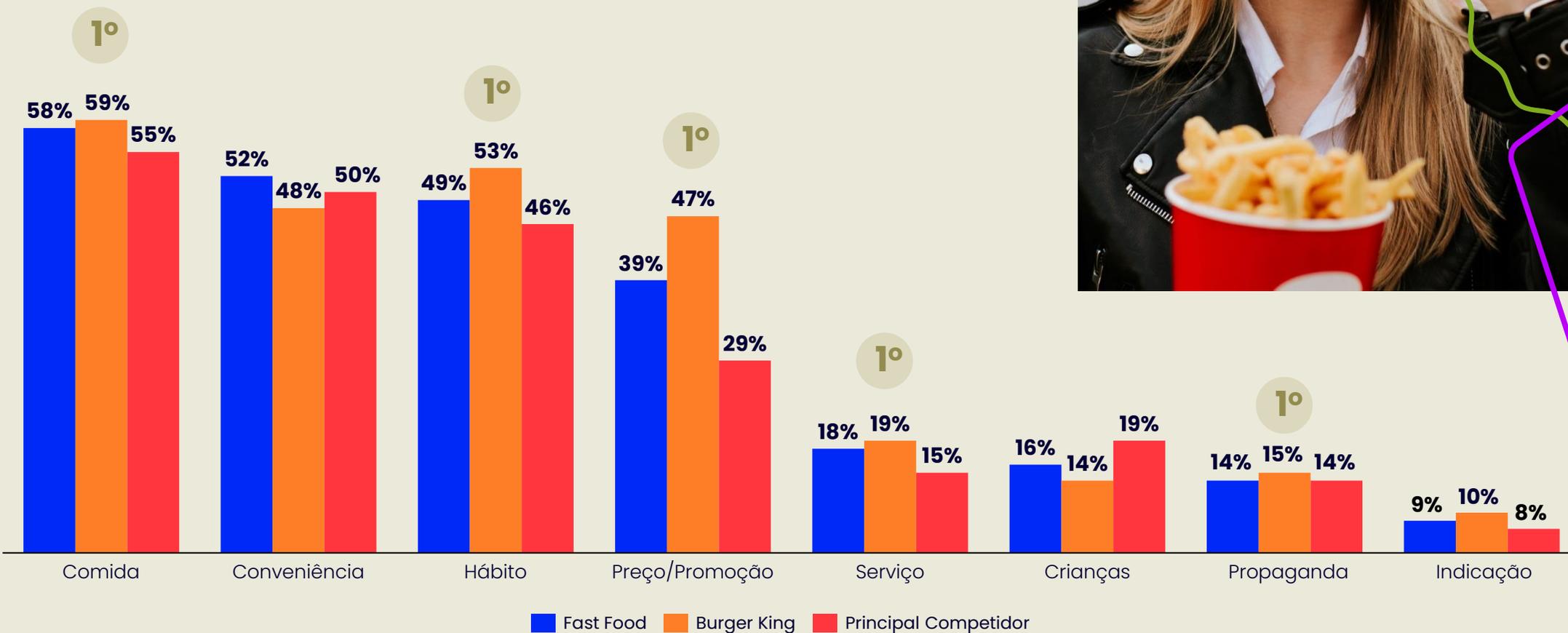


* Impacto Covid

■ Burger King
 ■ Outros Fast Food
 ■ Principal Competidor

Fonte: Market Share CREST 2016 – 2022. CREST (Consumer Reporting of Eating Share Trend) realizado pela MosaicLab | NPD com 72 mil entrevistas anuais através de coleta diária do comportamento do consumidor em relação aos hábitos de alimentação fora do lar do dia anterior. Inclui as refeições e snacks preparados em restaurantes, fast food, supermercados, ambulantes. Praças: todas regiões brasileiras; Faixa etária: 15 - 59 anos; Classes sociais: A-B-CDE; O dado é obtido diretamente dos consumidores via pesquisa online. A configuração do cenário do QSR para o BK inclui as seguintes marcas: Mc Donald's, Burger King, Bob's, Subway, Habib's, e Giraffas.

DIMENSÕES DE ESCOLHA DO CLIENTE



Fonte: Market Share CREST 2016 – 2022. CREST (Consumer Reporting of Eating Share Trend) realizado pela MosaicLab | NPD com 72 mil entrevistas anuais através de coleta diária do comportamento do consumidor em relação aos hábitos de alimentação fora do lar do dia anterior. Inclui as refeições e snacks preparados em restaurantes, fast food, supermercados, ambulantes. Praças: todas regiões brasileiras; Faixa etária: 15 - 59 anos; Classes sociais: A-B-CDE; O dado é obtido diretamente dos consumidores via pesquisa online. A configuração do cenário do QSR para o BK inclui as seguintes marcas: Mc Donald's, Burger King, Bob's, Subway, Habib's, e Giraffas.

**DIFERENCIAIS
COMPETITIVOS**

01

MAIOR OPERADORA
DE FAST FOOD NO
BRASIL

02

MELHORES
PRODUTOS DO
MERCADO

03

MARCAS
ICÔNICAS
RECONHECIDAS
NO MUNDO

04

CULTURA FORTE,
GENTE TALENTOSA
E COM VISÃO DE
DONO

05

CRESCIMENTO
ACELERADO

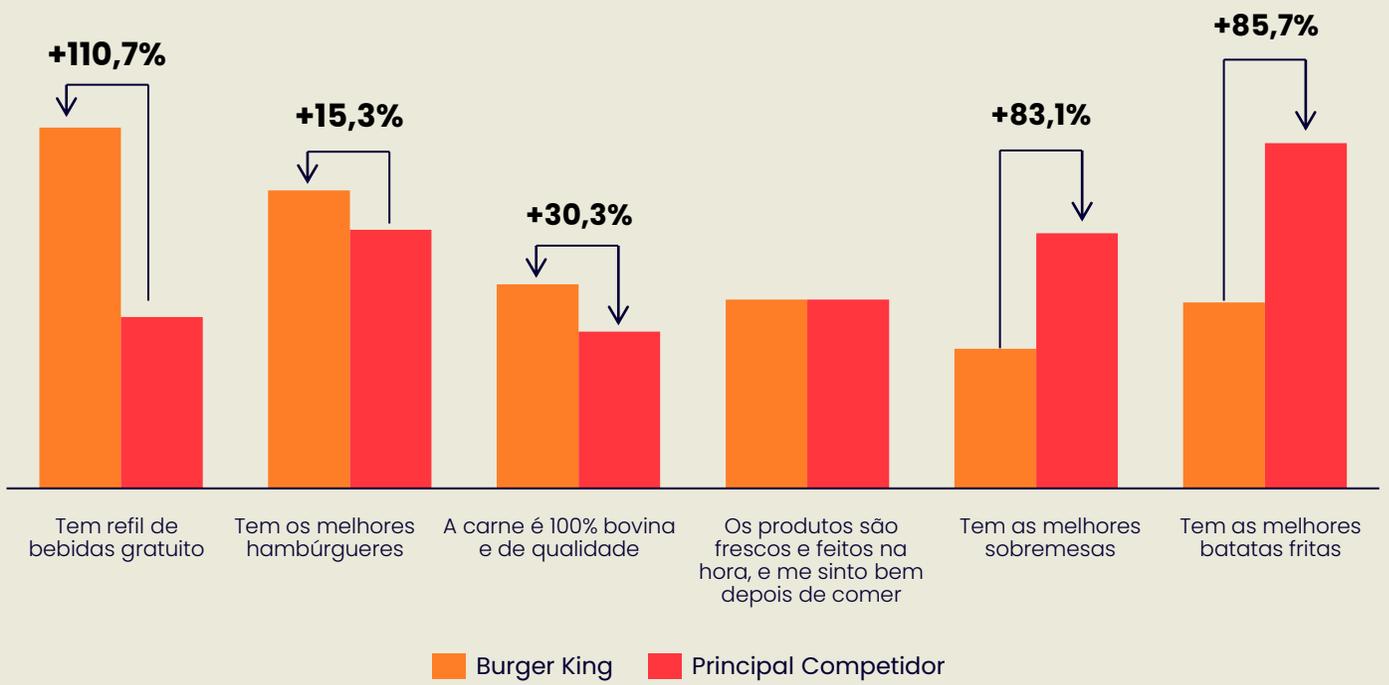
06

LIDERANÇA
DIGITAL

O ÚNICO GRELHADO NO FOGO COMO CHURRASCO



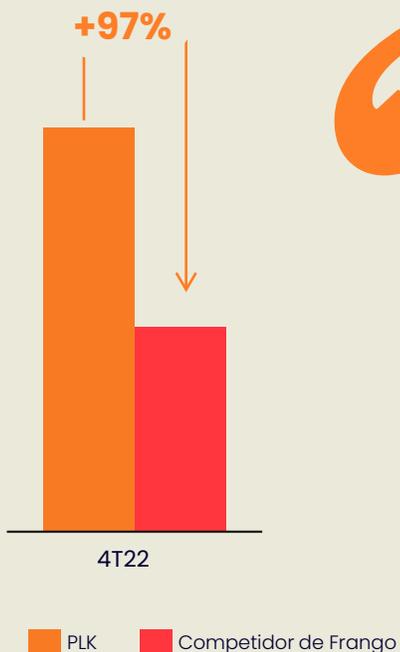
ATRIBUTOS:



Fonte: 2018-2022 Estudo Tracking de Marca - Feito por Kantar Insights, Metodologia: Entrevistas quantitativas online, Público: Homens e Mulheres/ 18 a 55 anos/ Classes ABC/ Frequentadores de Fast Food nos últimos 2 meses, Praças: São Paulo/ Rio de Janeiro/ Belo Horizonte/ Curitiba/ Porto Alegre/ Salvador e Brasília. Amostra: 840 entrevistas trimestrais - Tracking Contínuo de 12 ondas com 280 entrevistas por onda.

O ÚNICO MARINADO POR 12 HORAS

POPEYES É O FRANGO PREFERIDO
DO CONSUMIDOR BRASILEIRO



“

Marinado parece
que é realmente
temperado, e não
só aquele sal
jogado em cima

A diferença do
marinado é que
parece mais
gostoso, lembra
algo mais caseiro”



03

SUPERIORIDADE QUE ALAVANCA A LIDERANÇA



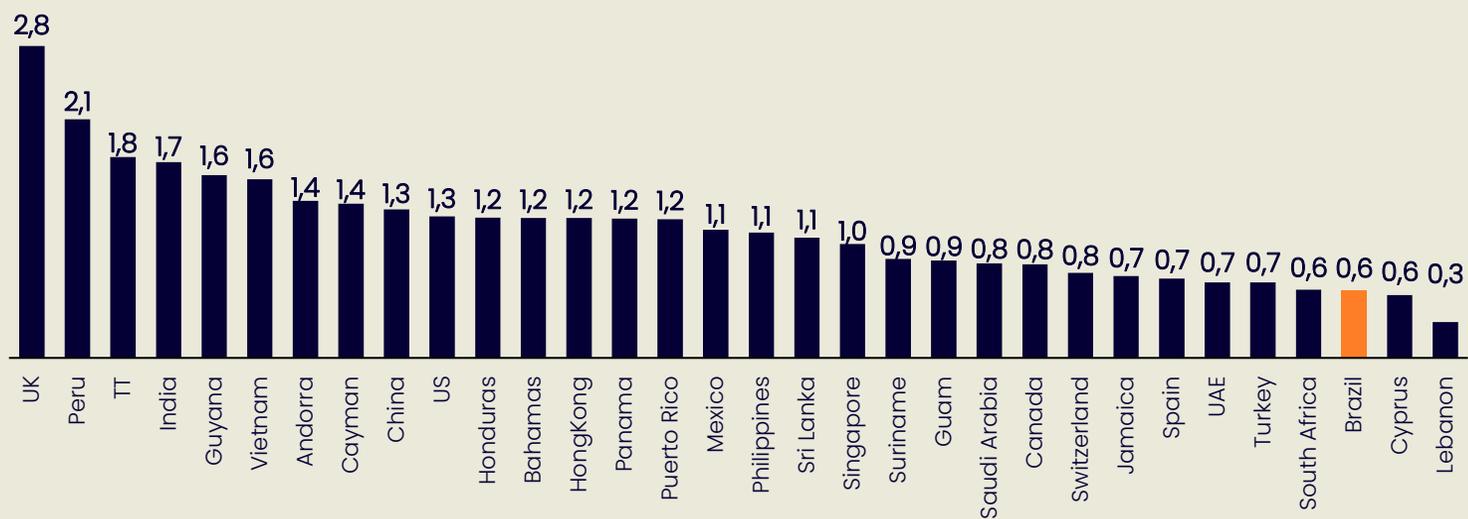
Popeyes vence seu concorrente direto nos principais mercados de frango frito no mundo.

03

Em mercados consolidados de frango, Popeyes chega a **superar o BK em vendas.**



Razão entre vendas PLK/BK pelo mundo



Fonte: Euromonitor 2023, RBI internal data

DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

01

MAIOR OPERADORA
DE FAST FOOD NO
BRASIL

02

MELHORES
PRODUTOS DO
MERCADO

03

MARCAS
ICÔNICAS
RECONHECIDAS
NO MUNDO

04

**CULTURA FORTE,
GENTE TALENTOSA
E COM VISÃO DE
DONO**

05

CRESCIMENTO
ACELERADO

06

LIDERANÇA
DIGITAL

GENTE BOA + FORTE MODELO DE GESTÃO E GOVERNANÇA:

COMO CHEGAMOS AQUI

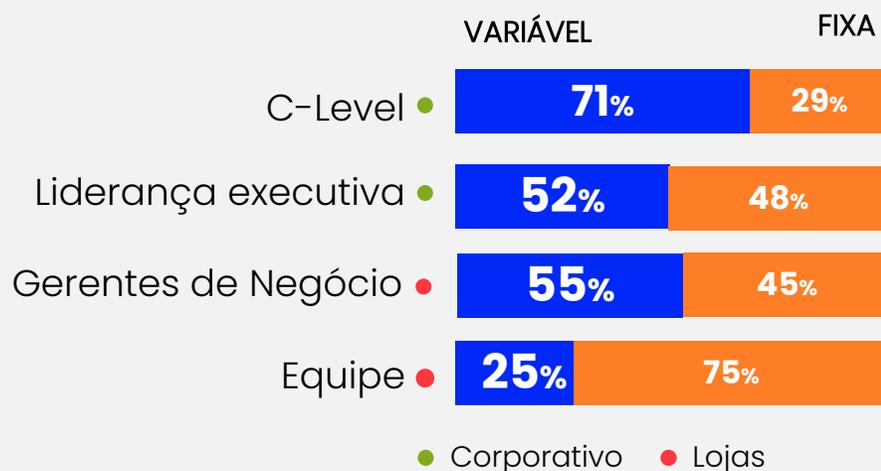


 **CULTURA AUTÊNTICA.**

A base: sonho, atitude de dono e integridade

INCENTIVOS CORRETOS, UM LUGAR PARA PESSOAS COM *SKIN IN THE GAME.*

Nossa remuneração



Partnership Program:

Remunera de forma diferenciada nossos colaboradores que estão em posições estratégicas e/ou façam parte do nosso pipeline de talentos

	Mix entre programas	
	RESTRICTED SHARE	PERFORMANCE SHARE
Passado	100%	0%
Atual	40%	60%
Futuro	30%	70%

VOCÊ FAZ VOCÊ MERECE

DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

01

MAIOR OPERADORA
DE FAST FOOD NO
BRASIL

02

MELHORES
PRODUTOS DO
MERCADO

03

MARCAS
ICÔNICAS
RECONHECIDAS
NO MUNDO

04

CULTURA FORTE,
GENTE TALENTOSA
E COM VISÃO DE
DONO

05

**CRESCIMENTO
ACELERADO**

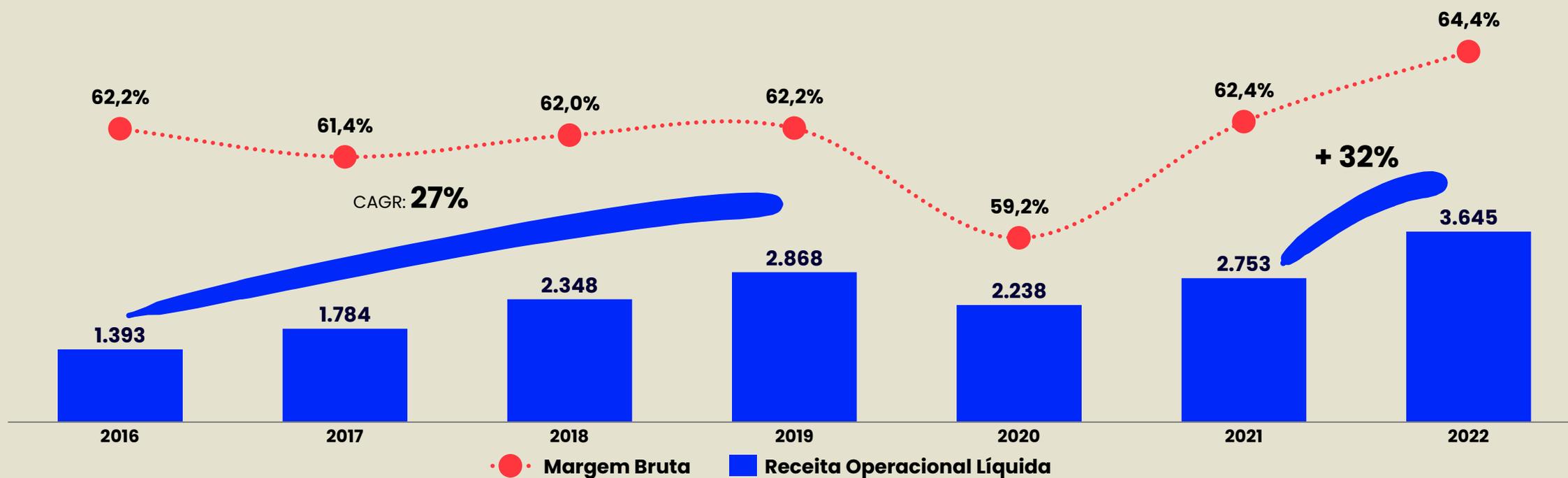
06

LIDERANÇA
DIGITAL

RECEITA LÍQUIDA E MARGEM BRUTA

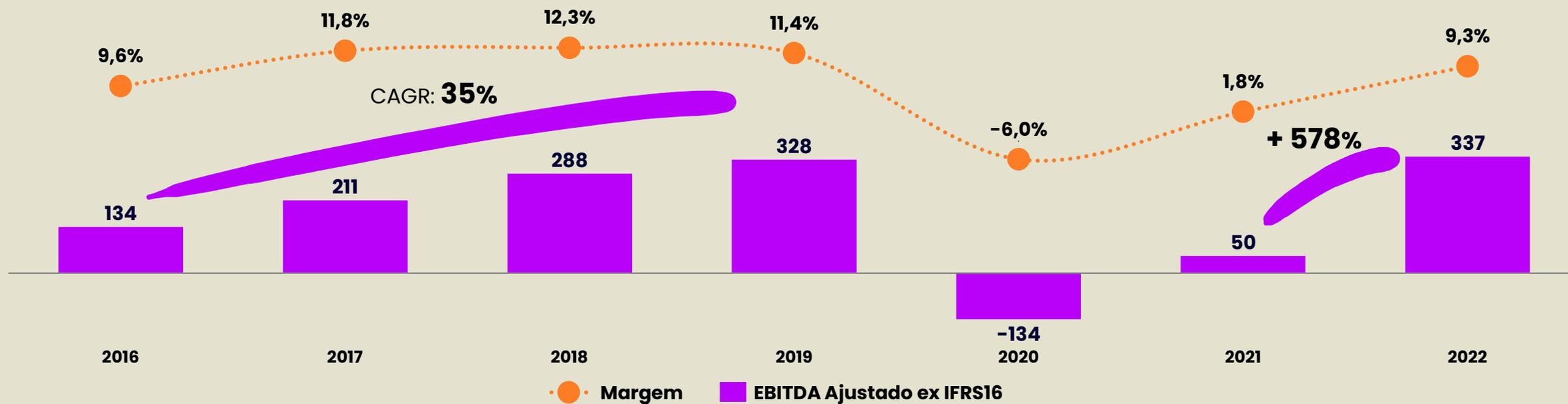
(R\$ Mn; %)

SSS BK	9,9%	13,8%	7,2%	4,9%	-12,9%	6,0%	21,0%
SSS PLK						15,3%	32,9%



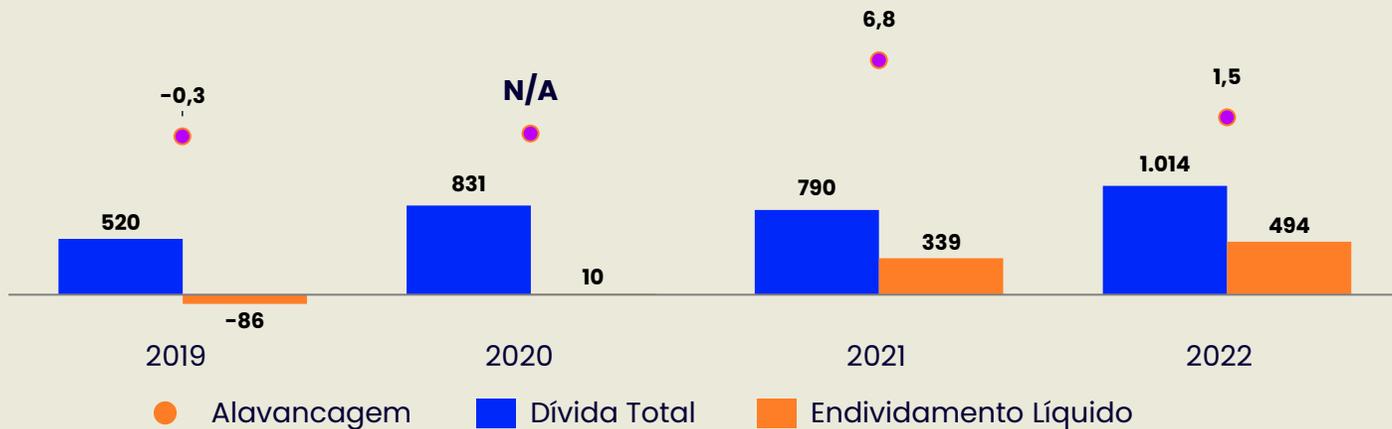
EBITDA AJUSTADO (EX-IFRS16) E MARGEM

(R\$ Mn; %)



ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO E ALAVANCAGEM

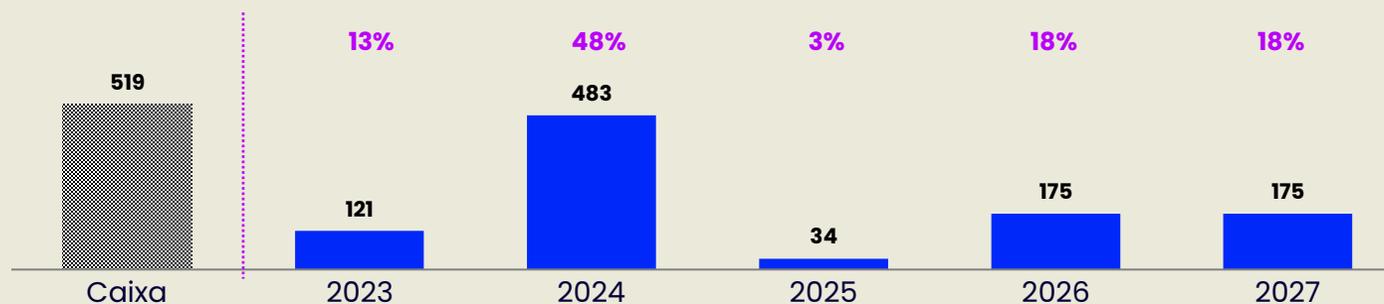
(R\$ MM; DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA AJ.)



1. Trajetória de desalavancagem
2. FCO/EBITDA > 90%
3. Forte estrutura de capital com alavancagem adequada
4. Aging de dívidas sem vencimento de curto prazo

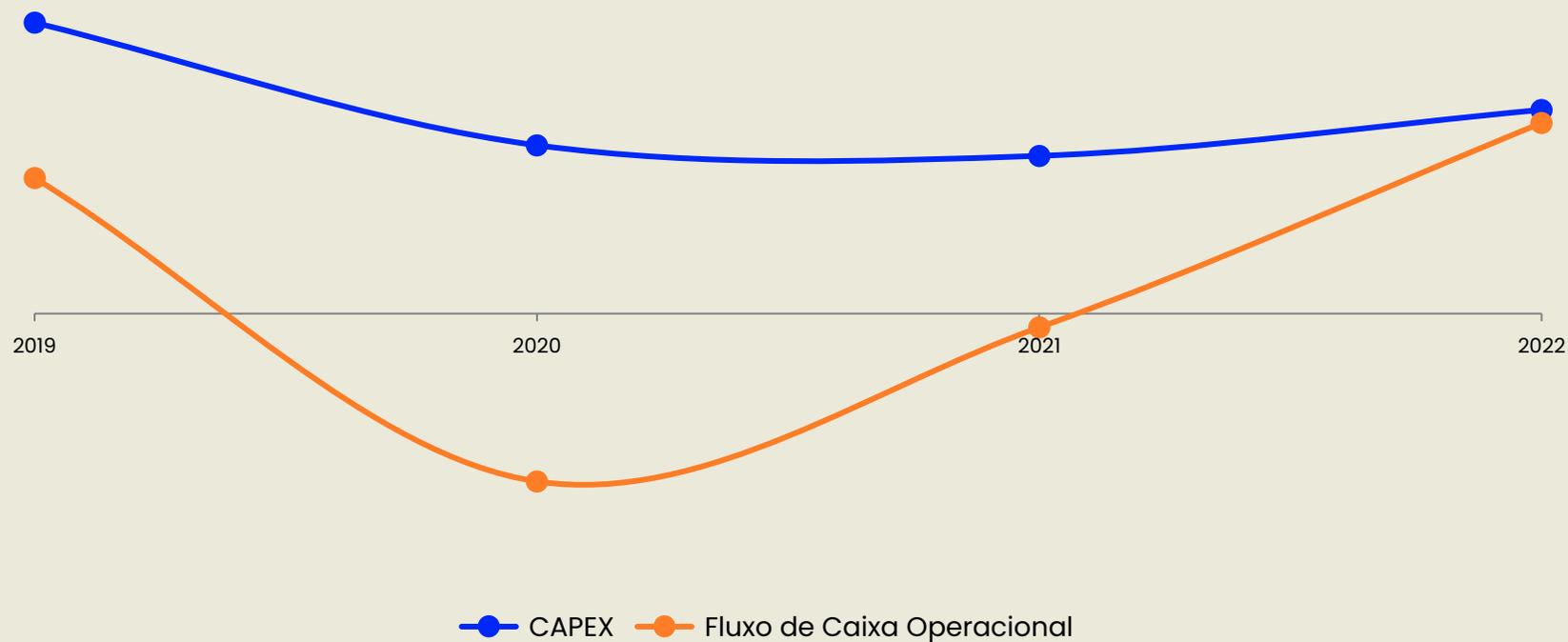
ESTRUTURA DA DÍVIDA

(R\$ MM; % DA DÍVIDA TOTAL)



FLUXO DE CAIXA LIVRE

FREE CASH FLOW (Ex-IFRS 16)



Forte geração de caixa operacional sustentará o plano de expansão da Cia;

FCF positivo **possibilitará** outras alternativas de alocação de capital.

DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

01

MAIOR OPERADORA
DE FAST FOOD NO
BRASIL

02

MELHORES
PRODUTOS DO
MERCADO

03

MARCAS
ICÔNICAS
RECONHECIDAS
NO MUNDO

04

CULTURA FORTE,
GENTE TALENTOSA
E COM VISÃO DE
DONO

05

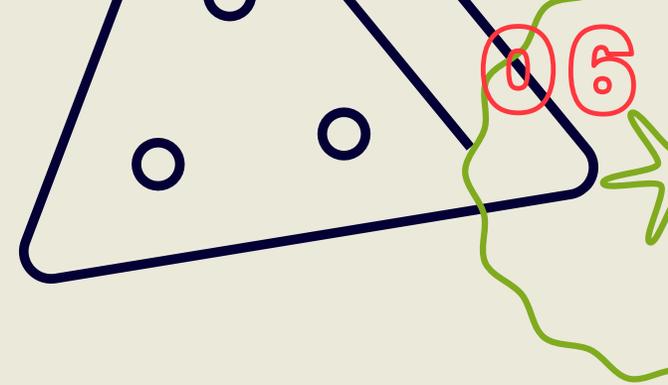
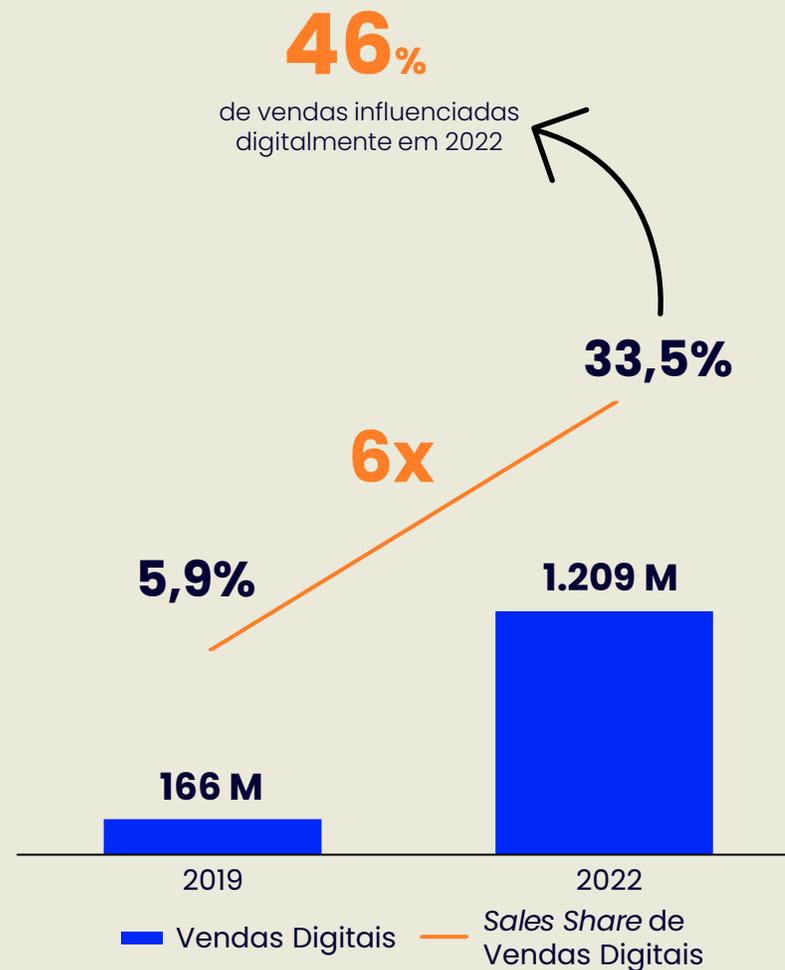
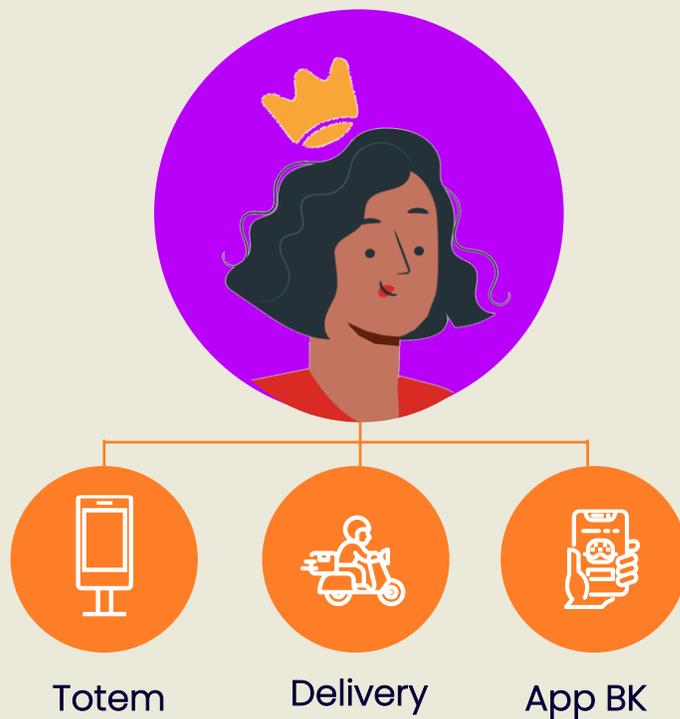
CRESCIMENTO
ACELERADO

06

LIDERANÇA
DIGITAL

VENDAS DIGITAIS

RENTABILIDADE



DIGITALIZAÇÃO DA EXPERIÊNCIA DO CLIENTE



Experiência digital 360 integrada



Maior padronização do atendimento



+ Pontos de venda - Filas de espera



Identificação da venda



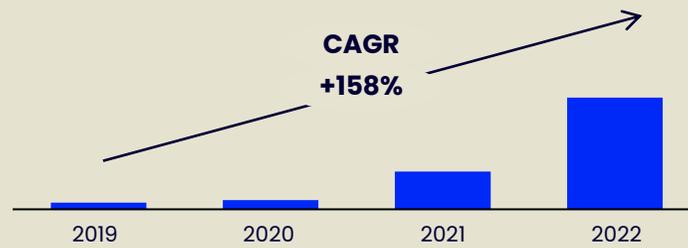
Maior personalização da jornada de compra

Crescimento de Vendas Clique e Retire (%)



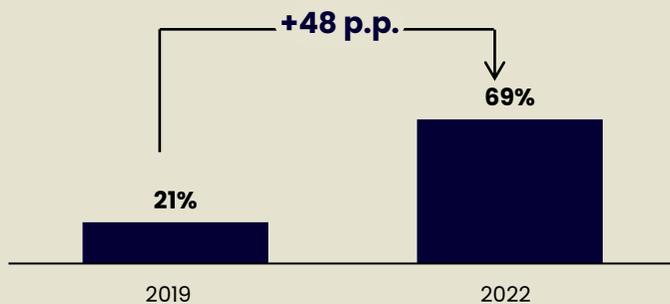
Fonte: ZAMP

Crescimento de Vendas via Totem (%)



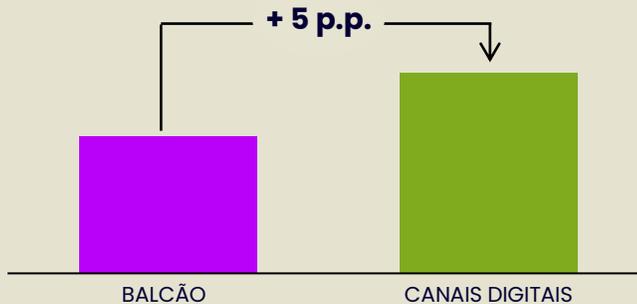
Fonte: ZAMP

Número de restaurantes próprios com Totem (%)

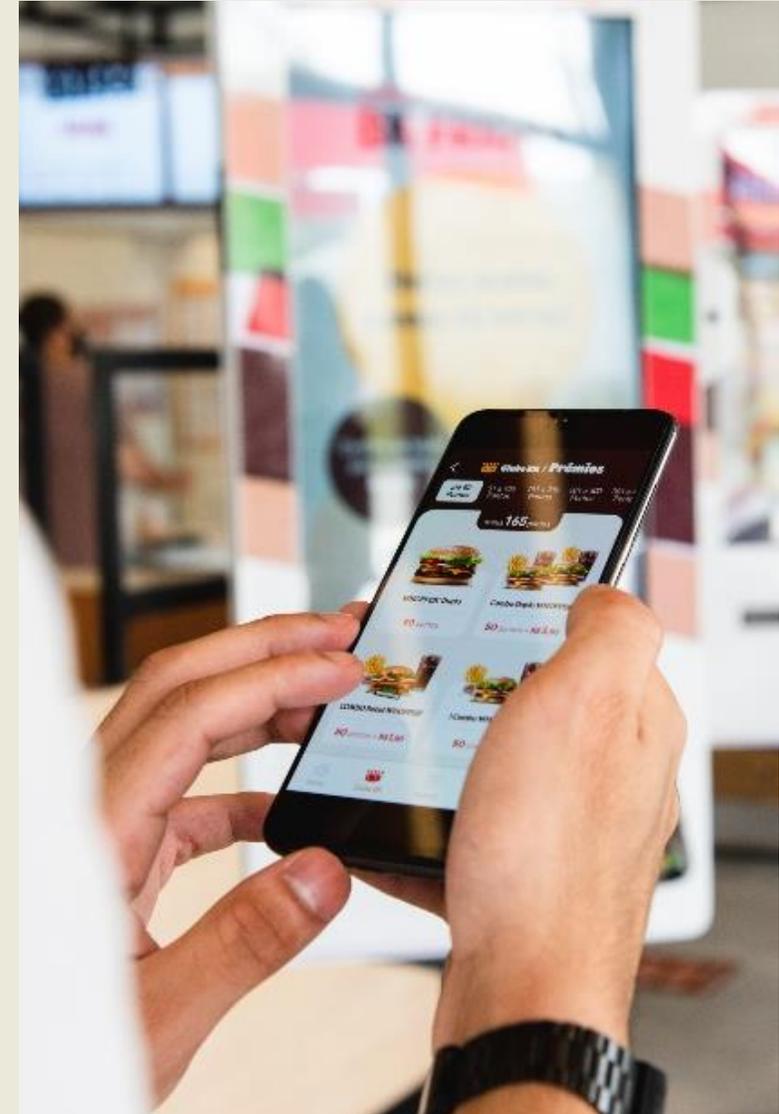


Fonte: ZAMP

NPS Balcão vs. Canais Digitais (%)



Fonte: Metodologia: NPS feito por SoluCX; Público: Vendas Transacionais; Nível Brasil; Amostra: 108.586 entrevistados; Campo: Out/2022 a Fev/2023

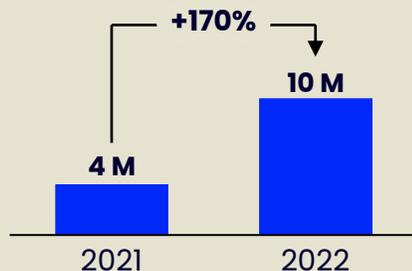


MAIOR PROGRAMA DE FIDELIDADE DE FAST FOOD DA AMÉRICA LATINA

71 NPS
CLUBE BK



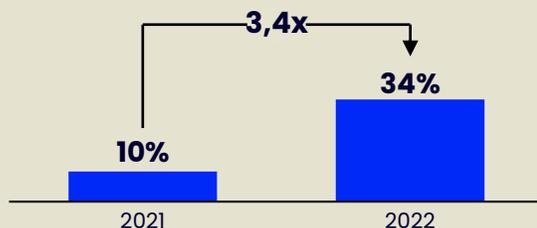
CLIENTES NO CLUBE BK (#)



MULTICANAL – PONTUA EM TODOS OS CANAIS



VENDAS QUE PASSAM PELO CLUBE (%)

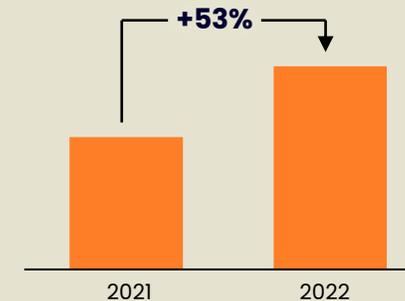


SPEND CLIENTE ENGAJADO VS NOVOS ENTRANTES/NÃO ENGAJADOS

(período de Jun- Ago22)



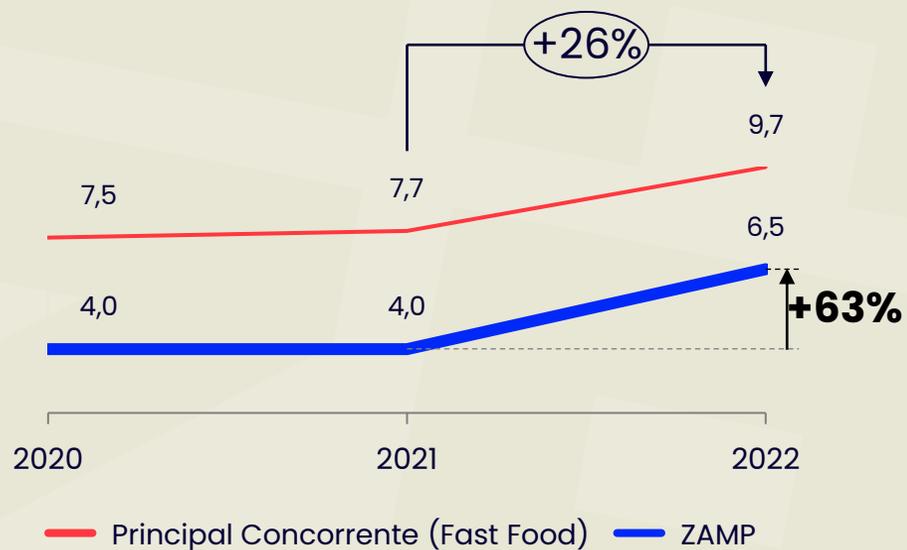
CRESCIMENTO DE VENDAS PARA OS MESMOS CONSUMIDORES (%)



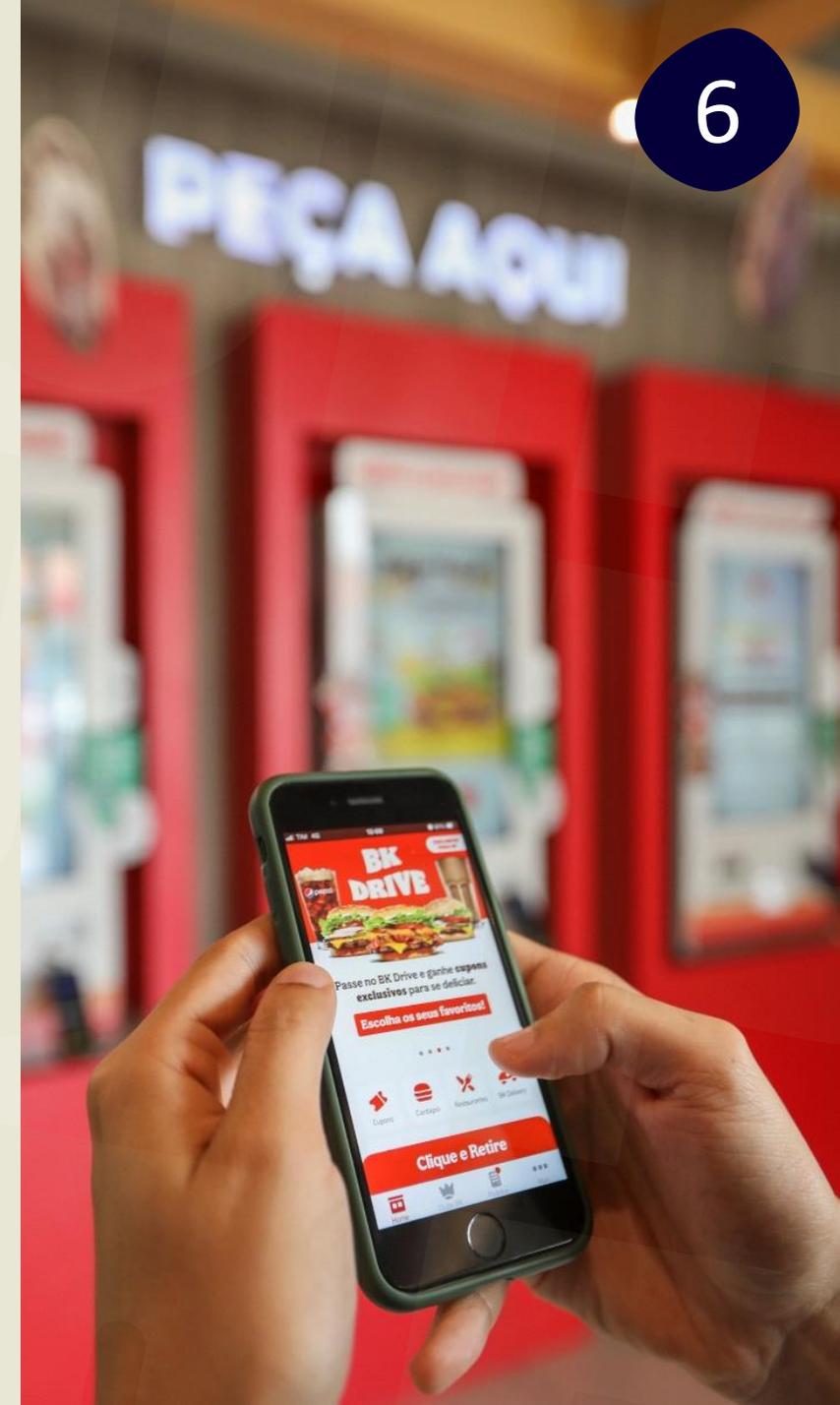
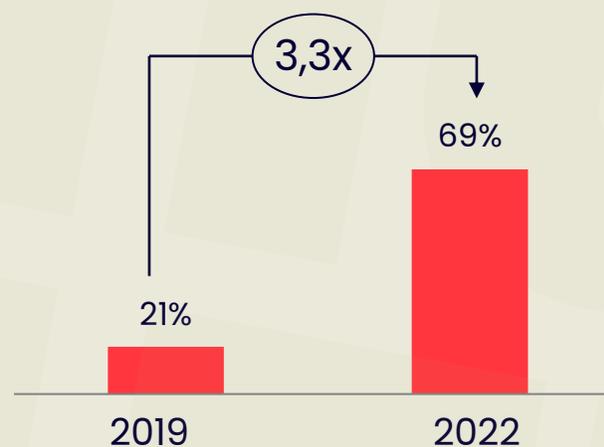
AMPLIANDO O ECOSSISTEMA E CRESCENDO AUDIÊNCIA

Crescimento superior em MAU mostra maior engajamento.

MAU (Monthly Active Users) -
Milhões de pessoas



de Restaurantes
Próprios com Totem



RETORNOS DOS INVESTIMENTOS EM TECNOLOGIA TÊM SE MOSTRADO RELEVANTES

	INVESTIMENTOS	RESULTADOS
 DELIVERY	<ul style="list-style-type: none"> • Hub de distribuição; • Novos parceiros; • Melhorias técnicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • 72% da receita do Delivery; • 1p/Híbrido → 5 p.p. de take rate.
 TOTEM	<ul style="list-style-type: none"> • 3 a 8 totens por loja; • ~R\$ 15 mil por totem; • UX/UI/INFRA. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redução dos times; • Payback de <12 meses; • Aumento do Ticket Médio.
 CRM	<ul style="list-style-type: none"> • Banco de Dados; • Ferramentas; • Cloud. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alavanca que contribui para evolução de 200 bps de Margem Bruta.
 LOYALTY	<ul style="list-style-type: none"> • Consultoria/ferramenta estratégica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Spend por usuário duplo dígito + SSS incremental.

Outros projetos focados em eficiência

Todos os projetos de tecnologia passam por Comitê e exigem mesmo *hurdle* de retorno

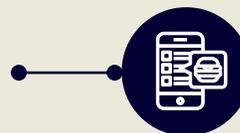
TECNOLOGIA ALAVANCANDO O NEGÓCIO



5,9%
VENDAS DIGITAIS

2019

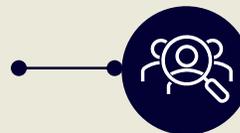
- Totem – 113 restaurantes
- 1,1% Venda Cia
- Piloto 1ª ewallet
- Parceiro único
- 135M Vendas
- 150 mil Clientes
- Implementação Push + Email
- Início piloto identificação
- Informações transacionais e relatórios
- Infra OnPremises
- Monolitos



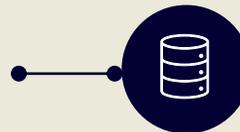
CANAIS DIGITAIS



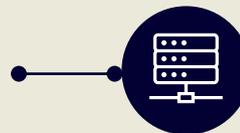
DELIVERY



CRM & LOYALTY



DADOS



ARQUITETURA MODERNA

33,5%
VENDAS DIGITAIS

2022

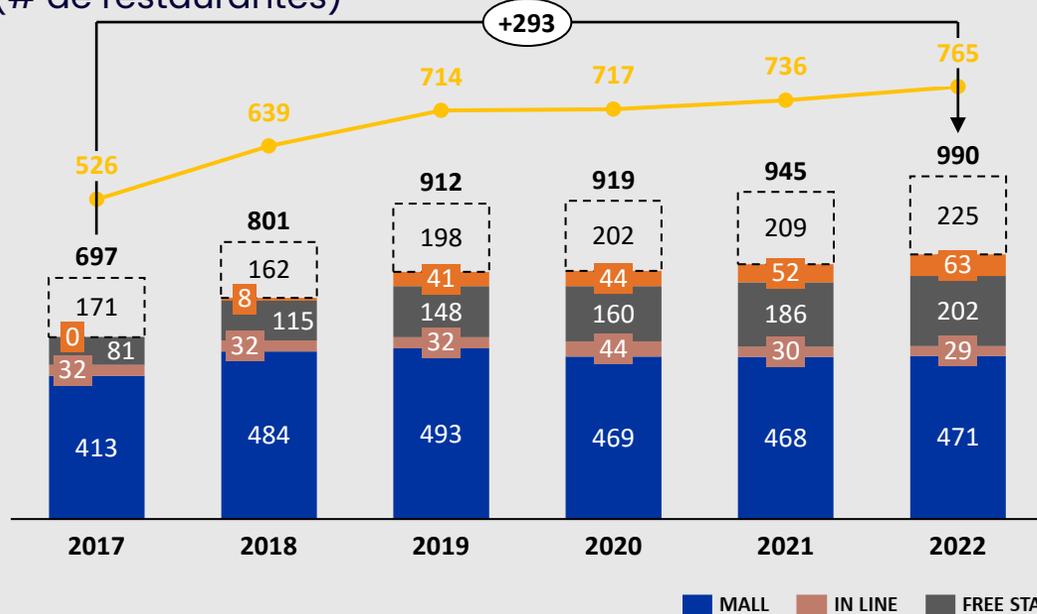
- Totem – 530 restaurantes próprios
- App – 690 restaurants
- 23 restaurantes 100% Digitais
- **33,5% Venda Cia**
- Ecosystema omnichannel e payments (carteiras digitais +pix)
- **Hub Logístico**
- 8 agregadores
- Delivery Próprio
- 495M Vendas (13,7% da venda da Cia)
- +11 Milhões Clientes
- **Maior programa fidelidade de Fast Food America Latina**
- Stack Ferramental robusto
- **41,2%** da Venda **Identificada**
- **Data Lake (#datzamp)**
- Algoritmos / Modelos / ML
- 100% Cloud (Multicloud)
- Ecosystema de APIs / Microserviços
- Grande investimento em SI (Privacidade de dados, Cyber, etc)
- **Dezenas processos automatizados (RPA)**



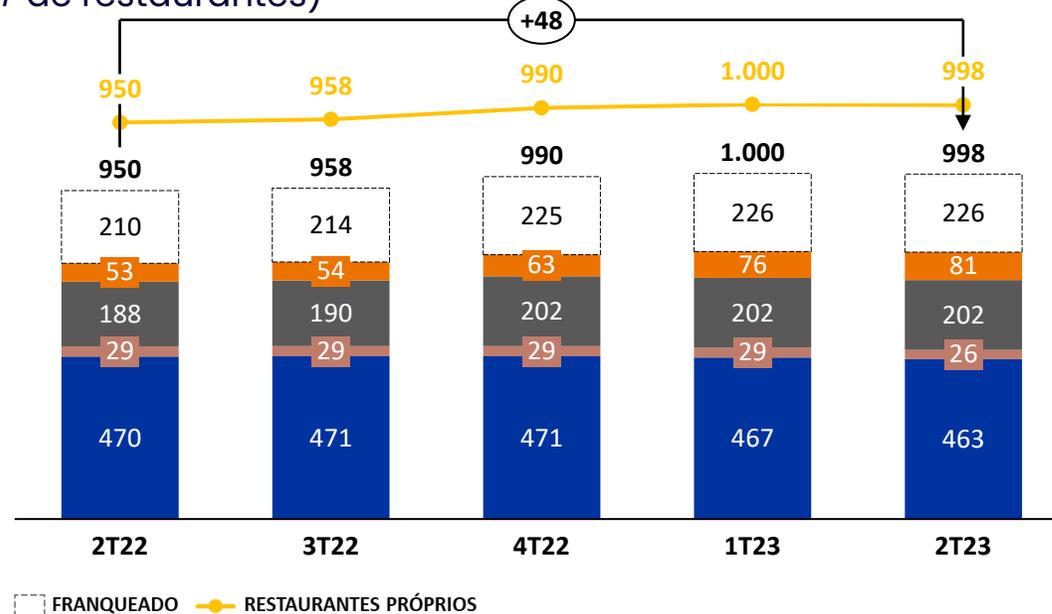
DESTAQUES FINANCEIROS

DESTAQUES FINANCEIROS

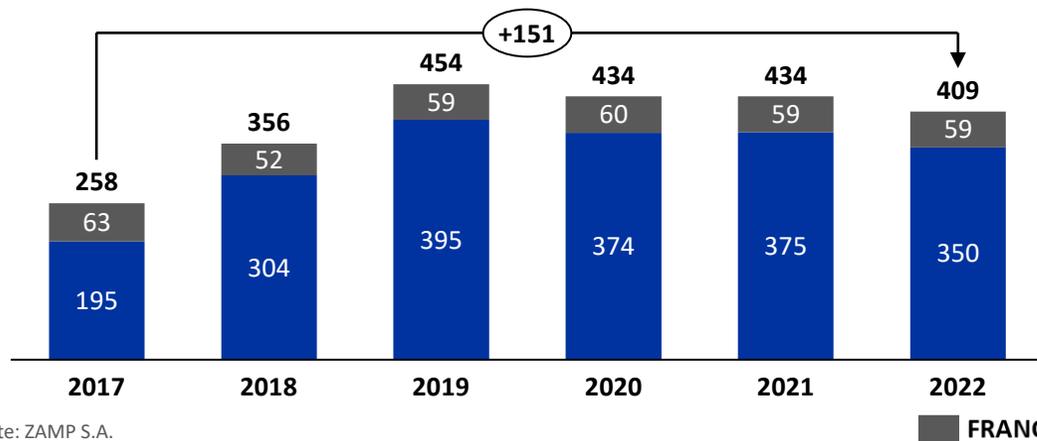
ABERTURA DE RESTAURANTES POR TIPO (ANUAL) (# de restaurantes)



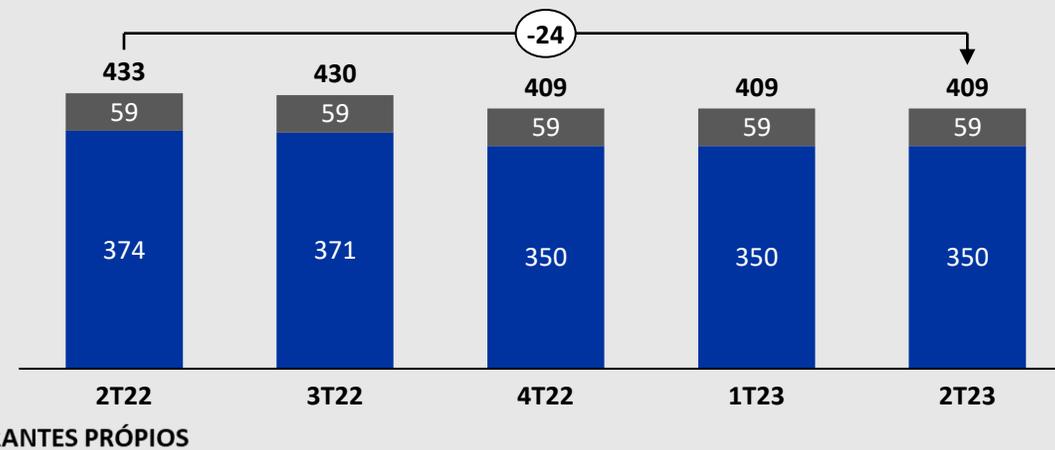
ABERTURA DE RESTAURANTES POR TIPO (TRIMESTRAL) (# de restaurantes)



ABERTURA DE DESSERT CENTERS POR TIPO (ANUAL) (# de dessert centers)



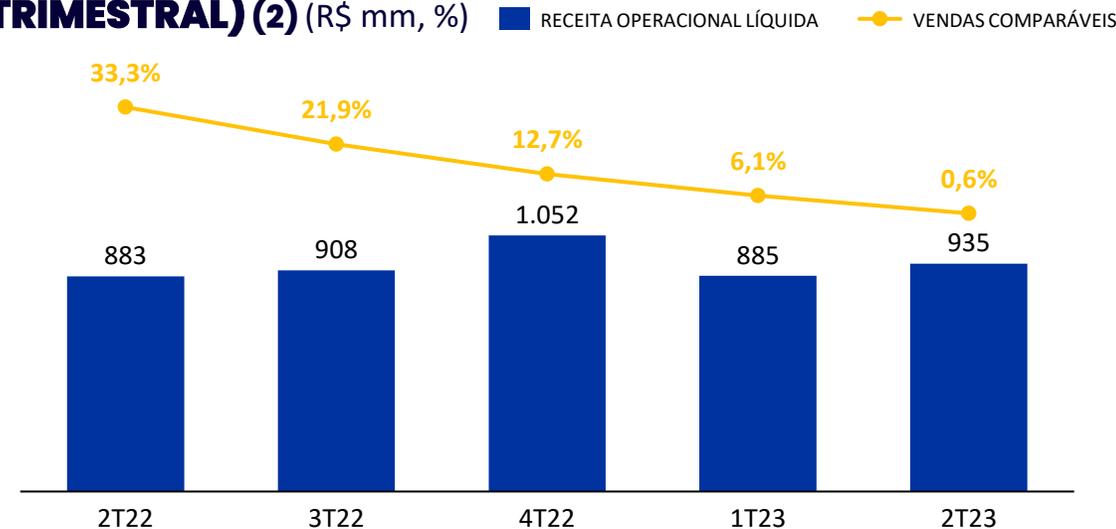
ABERTURA DE DESSERT CENTERS POR TIPO (TRIMESTRAL) (# de dessert centers)



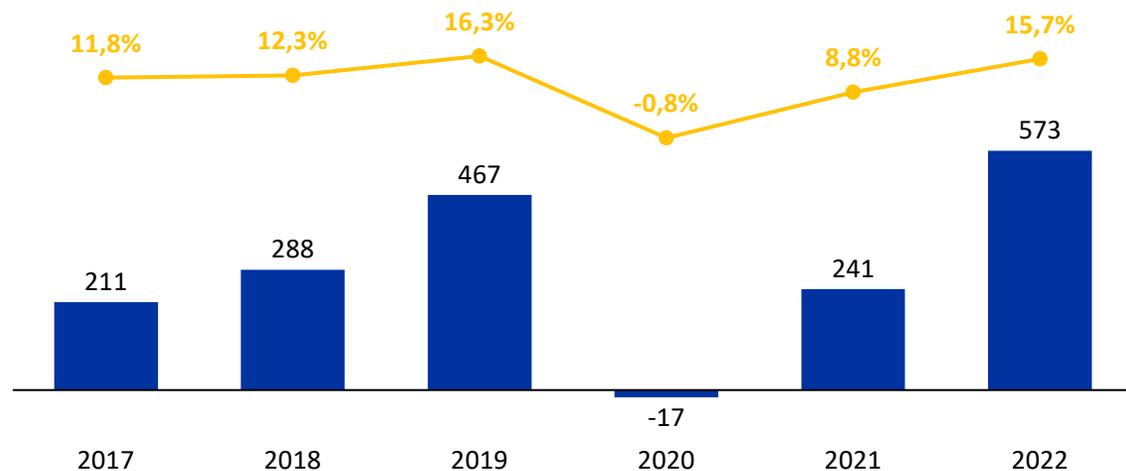
RECEITA LÍQUIDA E CRESCIMENTO DE VENDAS COMPARÁVEIS (ANUAL) (2) (R\$ mm, %)



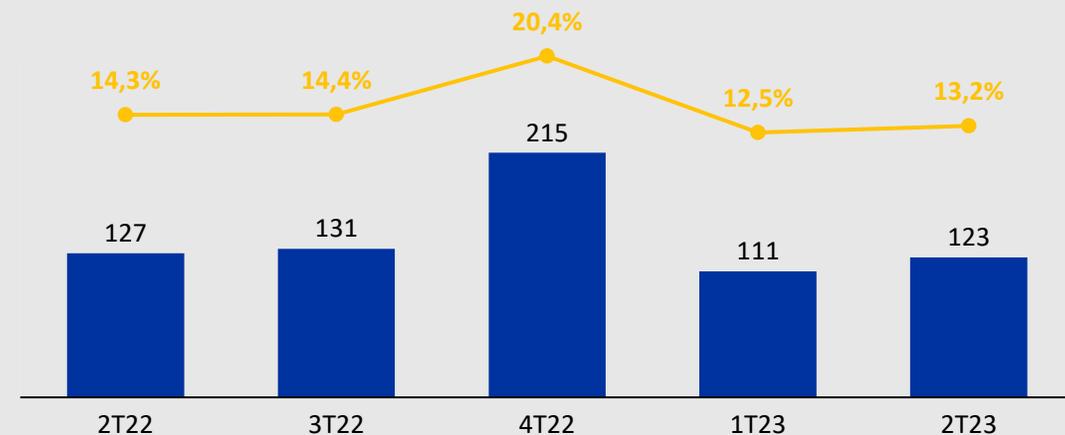
RECEITA LÍQUIDA E CRESCIMENTO DE VENDAS COMPARÁVEIS (TRIMESTRAL) (2) (R\$ mm, %)



EBITDA AJUSTADO(1) E MARGEM EBITDA AJUSTADA (ANUAL) (R\$ mm, %)



EBITDA AJUSTADO(1) E MARGEM EBITDA AJUSTADA (TRIMESTRAL) (R\$ mm, %)



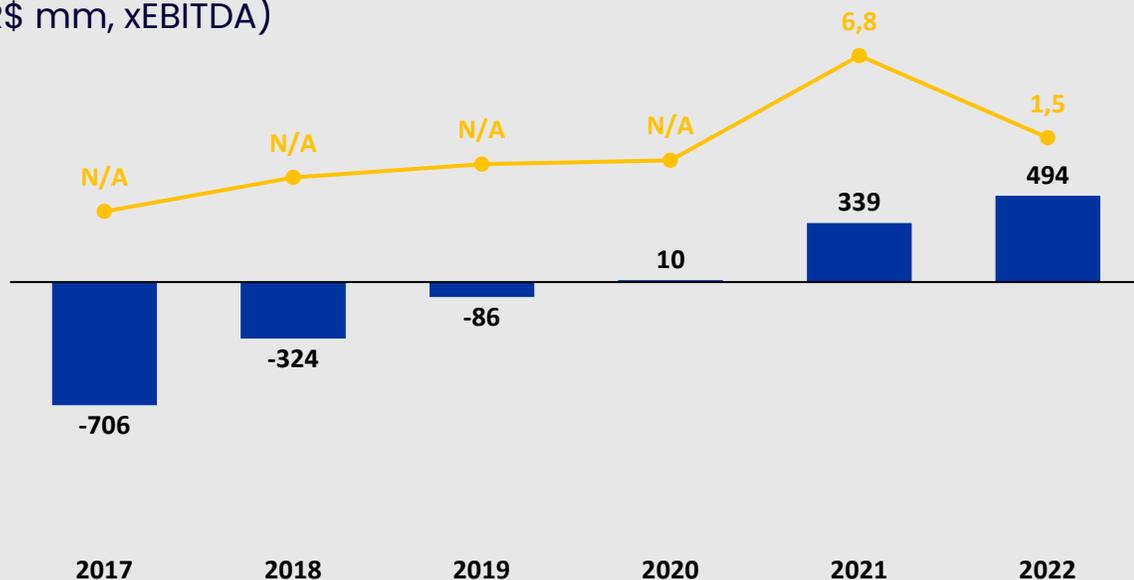
Fonte: ZAMP S.A. / Nota 1. EBITDA ajustado: é uma medida não contábil elaborada pela Companhia, que corresponde ao EBITDA ajustado por despesas pré-operacionais, despesas com aquisições e incorporações e outras despesas, que na visão da Administração da Companhia não fazem parte das operações normais 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; / Nota 2: Crescimento de vendas comparáveis nos mesmos restaurantes: Seguindo a metodologia de cálculo da RBI, considera as vendas dos restaurantes Burger King operados pelo BK Brasil abertos há mais de 13 meses em relação ao mesmo período do ano anterior. Restaurantes com fechamento integral por mais de 7 dias consecutivos são expurgados da base comparável.

DESTAQUES FINANCEIROS

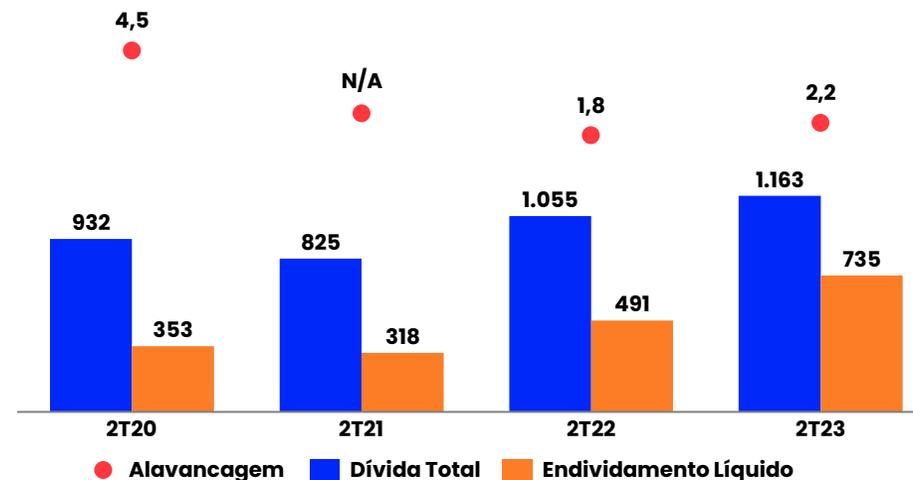


DÍVIDA LÍQUIDA E DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA AJUSTADO (ANUAL)

(R\$ mm, xEBITDA)

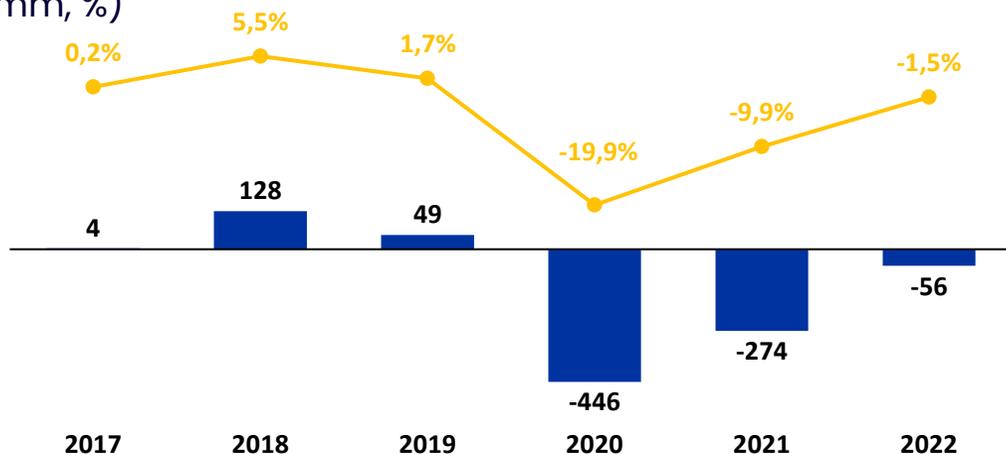


ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO E ALAVANCAGEM (R\$ MM, EBITDA ajustado¹) (R\$ mm, xEBITDA)



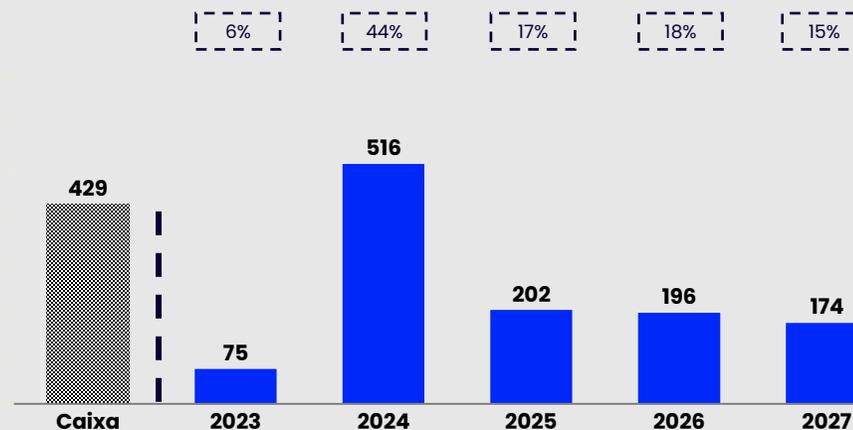
LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA (ANUAL)

(R\$ mm, %)



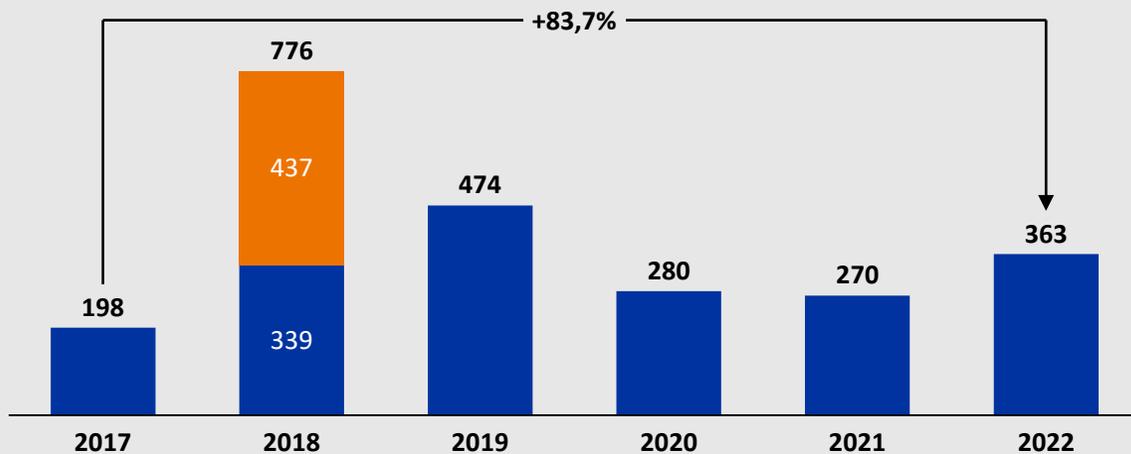
ESTRUTURA DA DÍVIDA

(R\$ MM; % da Dívida Total)



CAPEX (ANUAL)

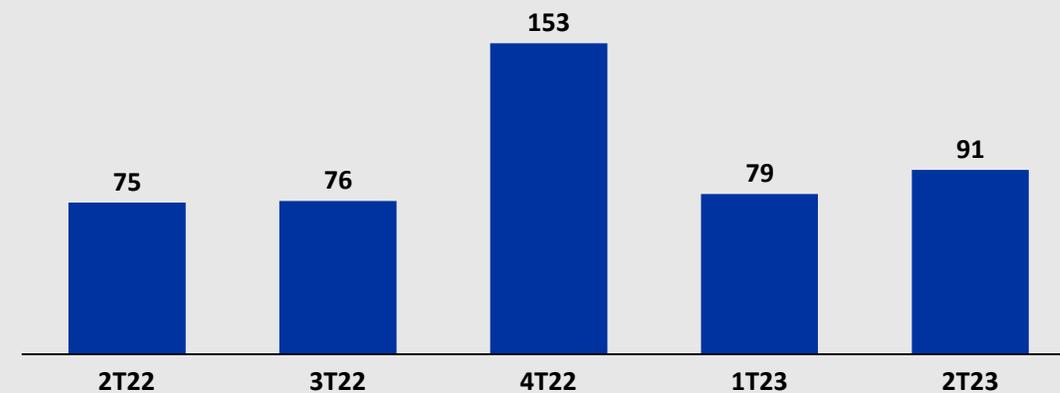
(R\$ mm)



■ ABERTURAS, MANUTENÇÃO E OUTROS ■ AQUISIÇÕES

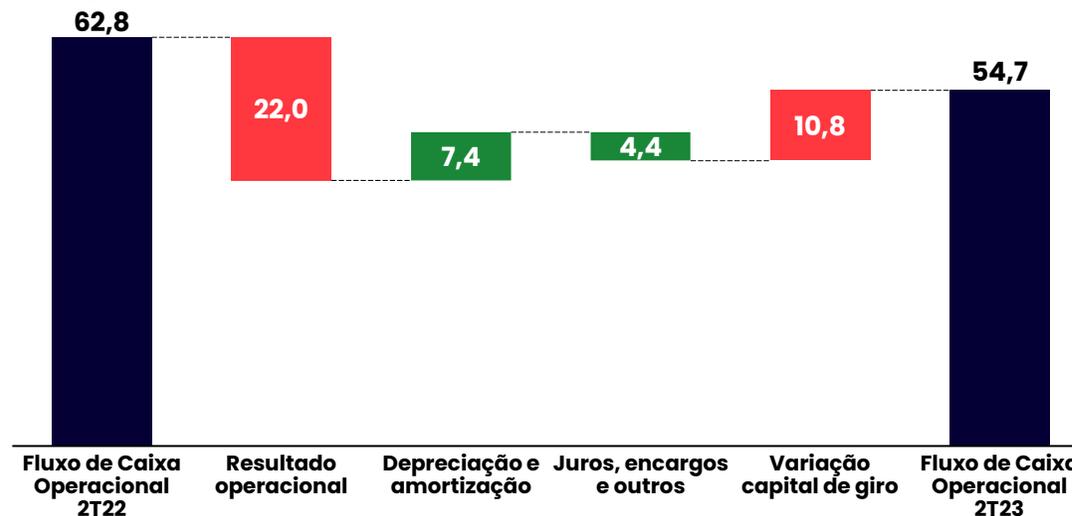
CAPEX (TRIMESTRAL)

(R\$ mm)



FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL

(R\$ mm)





Ariel Grunkraut
CEO

Gabriel Guimarães
CFO

Time de RI

Contato RI:
ri@zamp.com.br

ZAMP

NA NOSSA MESA CABE UM MUNDO.