

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

2T26

zamp

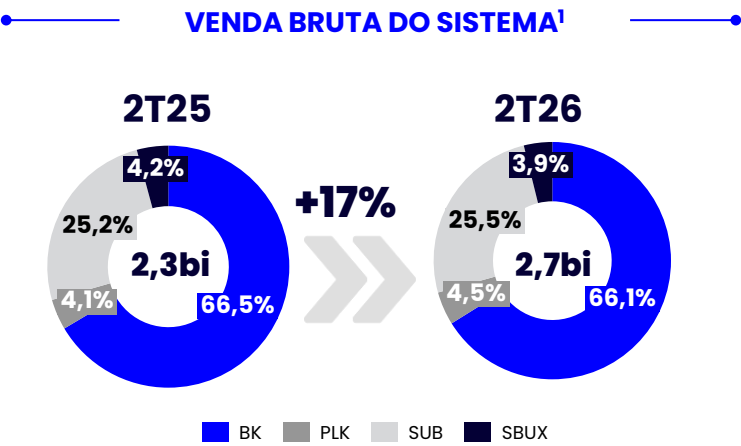
DESTAQUES (2T26 vs 2T25)

- » RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA DE R\$ 1,4 BILHÃO NO TRIMESTRE (+8% VS. 2T25);
- » CRESCIMENTO DE 26,7% EM VENDAS DIGITAIS (TOTE, DELIVERY, APP), QUE REPRESENTARAM 65,5% DA RECEITA DE RESTAURANTES DA COMPANHIA.
- » VENDAS COMPARÁVEIS DE 5,2% PARA BURGER KING®, 15,6% PARA POPEYES®, 7,4% PARA STARBUCKS® E 19,0% EM SUBWAY®;
- » EBITDA AJUSTADO DE R\$ 185 MILHÕES, AUMENTO DE 7,0% YoY;
- » MARGEM BRUTA DE 69,3% (+423bps VS 2T25);
- » DÍVIDA LÍQUIDA ATINGE R\$ 1.176,5 MILHÕES E ALAVANCAGEM EM 2,5X;

INDICADORES CONSOLIDADOS

ZAMP

DESTAQUES FINANCEIROS – R\$ milhões (CONSOLIDADO)	2T26	2T25	VAR%
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.390,1	1.284,0	8,3%
CMV	(426,5)	(448,3)	-4,9%
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	30,7%	34,9%	-423bps
EBITDA AJUSTADO	184,7	172,7	7,0%
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	13,3%	13,4%	-16bps
EBITDA AJUSTADO SEM IFRS 16	113,5	101,7	11,6%
% DA RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	8,2%	7,9%	24bps
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO	(45,8)	(72,5)	36,8%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO SEM IFRS 16	(44,8)	(69,9)	35,9%
DÍVIDA BRUTA	1.545,1	1.121,2	37,8%
DÍVIDA LÍQUIDA (EX – IFRS 16)	1.176,5	866,7	35,8%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.347,6	1.472,3	-8,5%



Com as quatro marcas integradas ao portfólio, o ecossistema Zamp movimentou uma receita bruta de R\$2,7 bilhões no segundo trimestre de 2026, um avanço de 17% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.

A expansão da margem bruta consolidada é um reflexo da estratégia de revenue management que a Companhia segue adotando como forma de mitigar os impactos da pressão inflacionária. Ainda, a diversificação da receita da Companhia, com maior receita de serviços decorrente da constante evolução de Subway®, contribui para diluição adicional do custo de mercadoria vendida na visão consolidada, mesmo já contando com essa operação no semestre comparável.

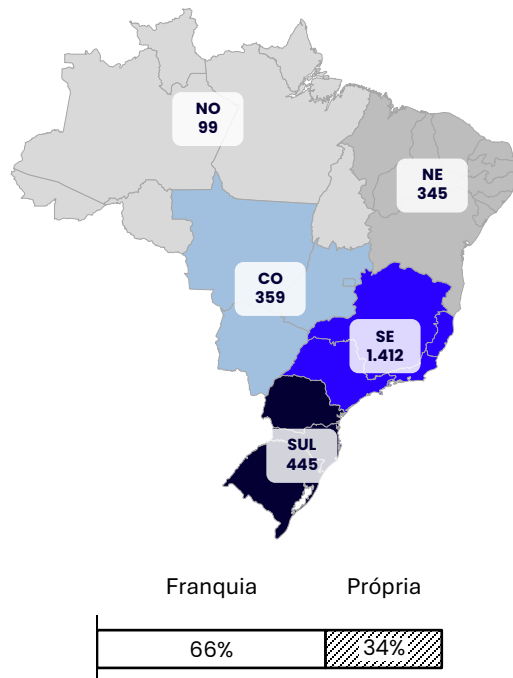
Por fim, o EBITDA Ajustado totalizou R\$ 184,7 milhões no período, um avanço de 7% em relação ao mesmo trimestre de 2025, movido principalmente pelo crescimento de receita combinado com uma margem bruta mais eficiente.

(1) Venda bruta Sistema: somatório de vendas de lojas próprias e franqueadas, considera o total anual transacionado por todas as marcas, excluídos cancelamentos e descontos.

PORTFÓLIO DE LOJAS SISTEMA ZAMP

LOJAS POR MARCA (fim do período)

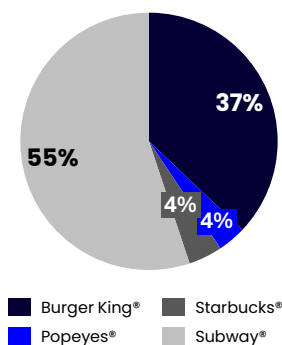
	2T26	2T25	VAR
BURGER KING	986	958	28
RESTAURANTES PRÓPRIOS	696	684	12
RESTAURANTES FRANQUEADOS	290	274	16
POPEYES	96	89	7
RESTAURANTES PRÓPRIOS	88	81	7
RESTAURANTES FRANQUEADOS	8	8	0
STARBUCKS	112	114	-2
RESTAURANTES PRÓPRIOS	112	114	-2
RESTAURANTES FRANQUEADOS	0	0	0
SUBWAY	1466	1507	-41
RESTAURANTES PRÓPRIOS	0	0	0
RESTAURANTES FRANQUEADOS	1466	1507	-41
ZAMP	2660	2668	-8
RESTAURANTES PRÓPRIOS	896	879	17
RESTAURANTES FRANQUEADOS	1764	1789	-25



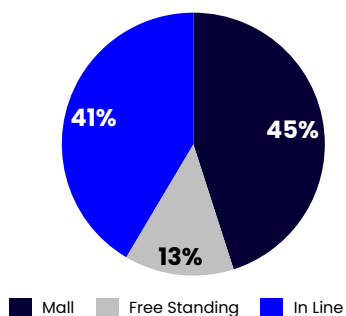
FOOTPRINT

TOTAL 2.660

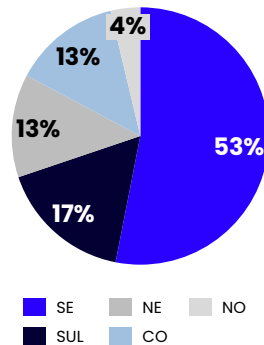
DISTRIBUIÇÃO POR MARCA



DISTRIBUIÇÃO POR FORMATO¹



DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA



Ao final do 2T26, a Zamp contava com 2.660 unidades em operação, entre lojas próprias e franqueadas, distribuídas pelas quatro marcas que compõem seu portfólio. Com presença em todo o Brasil e atuação em múltiplos formatos, a Companhia assegura capilaridade nacional, o que contribui para decisões estratégicas mais assertivas e uma gestão de capital mais eficiente.

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



BURGER KING®

PORTFÓLIO

O Burger King® finalizou o trimestre com 986 restaurantes em operação, sendo 696 unidades próprias — após a inauguração de 2 novas lojas e fechamento de 1 loja — e 290 franqueadas, com abertura de 3 lojas, uma evolução líquida de 28 unidades no período frente o mesmo trimestre de 2025.

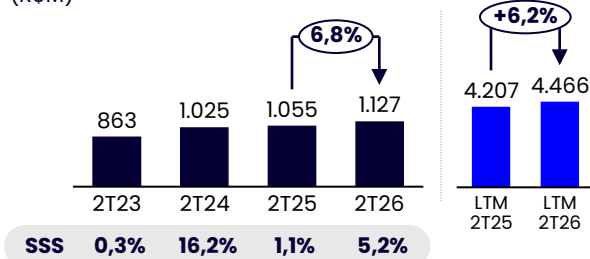
DESTAQUES OPERACIONAIS	2T26	2T25	VAR.
# TOTAL DE RESTAURANTES	986	958	28
RESTAURANTES PRÓPRIOS			
# RESTAURANTES PRÓPRIOS INÍCIO DO PERÍODO	695	685	10
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES	2	-	2
FECHAMENTOS RESTAURANTES	(1)	(1)	-
AQUISIÇÕES / REPASSES DE RESTAURANTES	-	-	-
# RESTAURANTES PRÓPRIOS FIM DO PERÍODO	696	684	12
RESTAURANTES FRANQUEADOS			
# RESTAURANTES FRANQUEADOS INÍCIO DO PERÍODO	287	274	13
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES	3	-	3
FECHAMENTOS RESTAURANTES	-	-	-
AQUISIÇÕES / REPASSES DE RESTAURANTES	-	-	-
# RESTAURANTES FRANQUEADOS FIM DO PERÍODO	290	274	16

VENDAS DOS RESTAURANTES

O Burger King® encerrou mais um trimestre com avanço nas vendas dos restaurantes, alcançando mais de R\$ 1,1 bilhão em venda líquida — um crescimento de 6,8% em relação ao 2T25. No acumulado dos últimos 12 meses, a receita totalizou R\$ 4,5 bilhões, representando alta de 6,2% frente ao mesmo período do ano anterior.

No trimestre, a marca registrou SSS de 5,2%, melhorando 410bps vs 2Q25.

Venda Líquida de Restaurantes (R\$M)



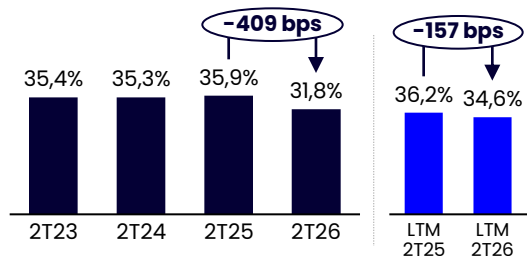
CAMPANHAS

Em continuidade ao objetivo de expandir o portfólio premium como motor de incremento de margem, Burger King® lançou o Kings Fraldinha, reforçando a plataforma The Kings, trazendo superioridade ao portfólio. Em sobremesas, o trimestre teve o relançamento do BK Mix Nutella®, fortalecendo colaborações com marcas reconhecidas, que já se mostraram bem sucedidas em edições anteriores. Já na plataforma infantil, o trimestre foi marcado principalmente pela campanha de Toy Story, com a alavanca do cinema, com o lançamento de Toy Story 5.

MARGEM BRUTA

Burger King encerra o trimestre com 68,2% de margem bruta, um avanço de 409bps versus 2T25. Esse resultado mostra a consistência e assertividade da estratégia de recomposição de margem adotada nos últimos trimestres, através de revenue management, mitigando a pressão inflacionária sobre os custos. Na visão dos últimos 12 meses, a margem bruta encerra com aumento de 157bps, evidenciando disciplina comercial e eficiência na gestão operacional.

Custo da Mercadoria Vendida (% Venda Líquida de Restaurantes)





POPEYES®

PORTFÓLIO

O Popeyes® encerrou o trimestre com 96 restaurantes em operação – sendo 88 unidades próprias e 8 franqueadas – contando com uma abertura de loja própria no período. A consistente evolução em vendas e patamar de unit economics atual da marca nos confere segurança para voltar a expandir, como já iniciado em 2025.

DESTAQUES OPERACIONAIS	2T26	2T25	VAR.
# TOTAL DE RESTAURANTES	96	89	7
RESTAURANTES PRÓPRIOS			
# RESTAURANTES PRÓPRIOS INÍCIO DO PERÍODO	87	81	6
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES	1	-	1
FECHAMENTOS RESTAURANTES	-	-	-
# RESTAURANTES PRÓPRIOS FIM DO PERÍODO	88	81	7
RESTAURANTES FRANQUEADOS			
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES	-	-	-
FECHAMENTOS RESTAURANTES	-	-	-
# RESTAURANTES FRANQUEADOS FIM DO PERÍODO	8	8	-

VENDAS DOS RESTAURANTES

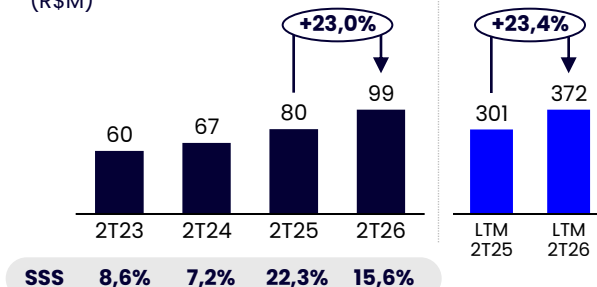
O Popeyes® registrou receita líquida de R\$ 99 milhões no trimestre, representando crescimento de 23,0% em relação ao mesmo período do ano anterior. No acumulado dos últimos 12 meses, a receita atingiu R\$ 372 milhões, avanço de 23,4% frente ao período comparável.

A marca concluiu mais um trimestre com crescimento em dois dígitos, reforçando a solidez de sua performance e a consistência de execução no mercado. O resultado evidencia a capacidade de sustentar o novo nível de reconhecimento da marca, com tráfego impulsionado pela bem-sucedida e perene estratégia do “Molhão”.

CAMPANHAS

Com foco em inovação como motor de tráfego e conhecimento de marca, Popeyes trouxe o Pop Churros com doce de leite ou chocolate, reativando opções de sobremesa no menu. Ainda, reforçando a plataforma do “Molhão”, a marca lançou o novo molho sabor Soul BBQ Branco.

Venda Líquida de Restaurantes (R\$M)

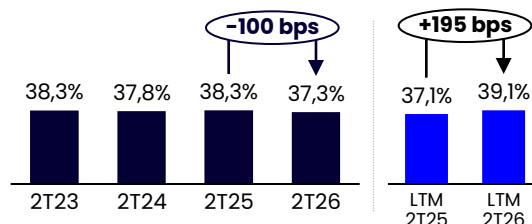


SSS 8,6% 7,2% 22,3% 15,6%

MARGEM BRUTA

Popeyes encerrou o trimestre com uma margem bruta de 62,7%, um avanço de 100bps em relação ao período comparável de 2025, reflexo da revisão de mix de produtos, que permitem uma melhor equação de preço e margem, além da normalização da cadeia de suprimentos. Para o acumulado dos últimos 12 meses, houve uma queda de 195 bps, encerrando o período com 60,9% de margem bruta, ainda reflexo do aumento pontual de custos que impactou o último trimestre.

Custo da Mercadoria Vendida (% Venda Líquida de Restaurantes)



A young woman with curly hair, glasses, and a nose ring is smiling warmly at the camera. She is wearing a black long-sleeved shirt and a green Starbucks apron. The apron has the Starbucks Siren logo and the name 'Naomi' printed on it. She is holding a white Starbucks coffee cup with a brown sleeve featuring the Siren logo. The background is a blurred Starbucks coffee shop interior.

STARBUCKS®



PORTFÓLIO

Starbucks® encerrou o trimestre com 112 restaurantes em operação contando com duas aberturas e um encerramento de lojas próprias no período.

DESTAQUES OPERACIONAIS	2T26	2T25	VAR.	2026	2025	VAR.
# TOTAL DE RESTAURANTES	112	114	(2)	112	112	-
RESTAURANTES PRÓPRIOS						
# RESTAURANTES PRÓPRIOS INÍCIO DO PERÍODO	111	114	(3)	112	114	(2)
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES	2	-	2	2	2	-
FECHAMENTOS RESTAURANTES	(1)	-	(1)	(2)	(4)	2
# RESTAURANTES PRÓPRIOS FIM DO PERÍODO	112	114	(2)	112	112	-

VENDAS DOS RESTAURANTES

Após mais de um ano à frente da operação de Starbucks® no Brasil, a Companhia segue capturando resultados importantes de crescimento decorrentes das iniciativas de retomada da operação combinadas com revisão estratégica de menu, investimentos em marketing e restauração do parque de lojas. A marca encerrou mais um trimestre com crescimento expressivo de SSS, com um avanço de 7,4% versus 2T25. Já a venda líquida de restaurantes totalizou R\$ 97 milhões no período, uma redução de R\$ 15 milhões em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. No entanto, essa queda é explicada pela apuração de 2025 considerar os meses de março a junho, conforme informado anteriormente.

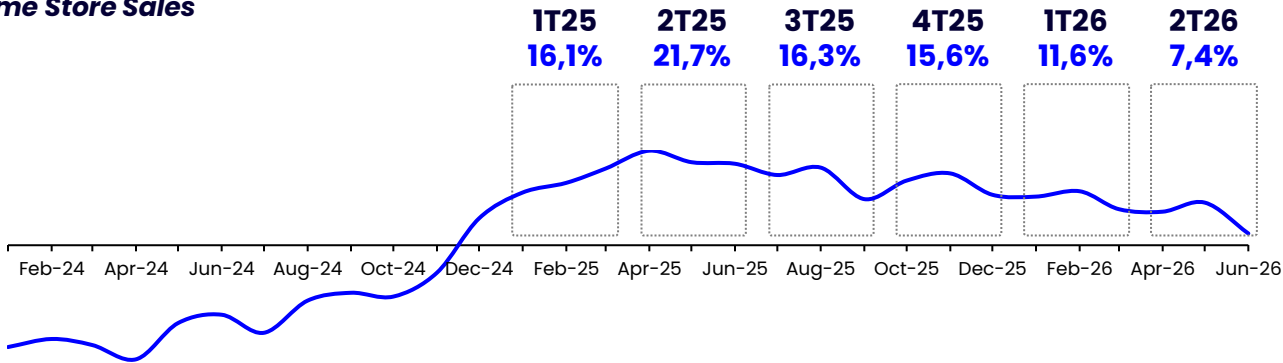
CAMPANHAS

O trimestre contou com uma série de campanhas icônicas e lançamentos alinhados às principais tendências globais. Neste sentido, o destaque foi a parceria com o filme o Diabo Veste Prada 2, trazendo uma bebida para cada personagem, e alavancando vendas com ativações nos cinemas e principais lojas da marca.

Além disso, endereçando a tendência das proteínas, Starbucks lançou cinco bebidas com o novo Cold Foam Proteico, que confere mais de 19 gramas de proteína por porção. Inovações como essas, além de gerar tráfego para a loja, despertam a curiosidade do cliente e aumentam o engajamento com a marca.



Same Store Sales (%)





SUBWAY®

PORTFÓLIO

Subway® encerrou o trimestre com 1.466 restaurantes em operação contando com nove aberturas e um fechamento de restaurantes franqueados no período.

DESTAQUES OPERACIONAIS	2T26	2T25	VAR.	2026	2025	VAR.
# TOTAL DE RESTAURANTES	1.466	1.507	(41)	1.466	1.453	13
RESTAURANTES FRANQUEADOS						
# RESTAURANTES FRANQUEADOS INÍCIO DO PERÍODO	1.458	1.518	(60)	1.453	1.531	(78)
ABERTURAS NOVOS RESTAURANTES	9	5	4	18	30	(12)
FECHAMENTOS RESTAURANTES	(1)	(16)	15	(5)	(108)	103
# RESTAURANTES FRANQUEADOS FIM DO PERÍODO	1.466	1.507	(41)	1.466	1.453	13

VENDA DOS RESTAURANTES

A Companhia tem avançado de forma consistente no reposicionamento da marca Subway® no Brasil, o que tem se refletido positivamente em seus resultados. As vendas mesmas lojas (SSS) mantiveram a tendência de crescimento expressivo, atingindo 19% no 2T26. Com esse desempenho, o sistema Subway® totalizou R\$ 681 milhões em vendas brutas no trimestre.

No trimestre, foram abertas 9 novas unidades e descontinuada 1 operação, todas administradas por franqueados, totalizando 1.466 restaurantes ao término do período.

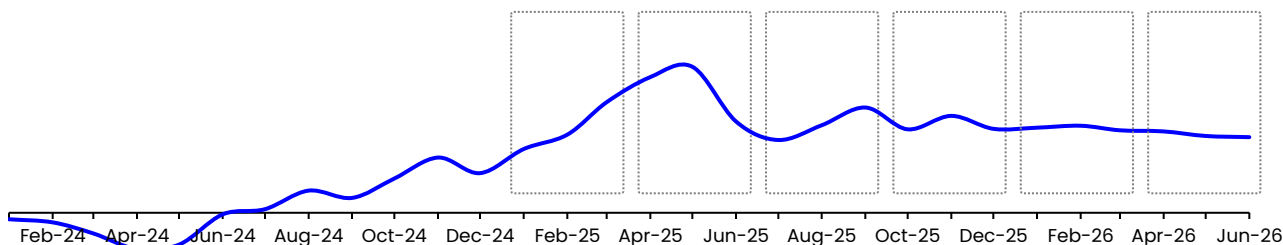


CAMPANHAS

A Companhia segue consistente na estratégia de realizar investimentos eficientes em marketing e trazer inovações em menu, aumentando vendas e gerando valor para o ecossistema de franqueados. Neste sentido, o trimestre contou com o relançamento do clássico Sub Almondegas, atendendo a inúmeros pedidos dos consumidores. Ainda, em continuidade à plataforma de funcionalidade, lançamos o Subway Salada, reforçando uma opção leve, prática e saudável, visando atrair novos consumidores e aumentar tráfego. Por fim, reforçando a plataforma de indulgência e sobremesas, a marca lançou o Cookie recheado com brigadeiro, feito com leite Moça, em parceria com a Nestlé.

Same Store Sales (%)

1T25 20,4% 2T25 30,1% 3T25 21,5% 4T25 21,4% 1T26 20,6% 2T26 19,0%

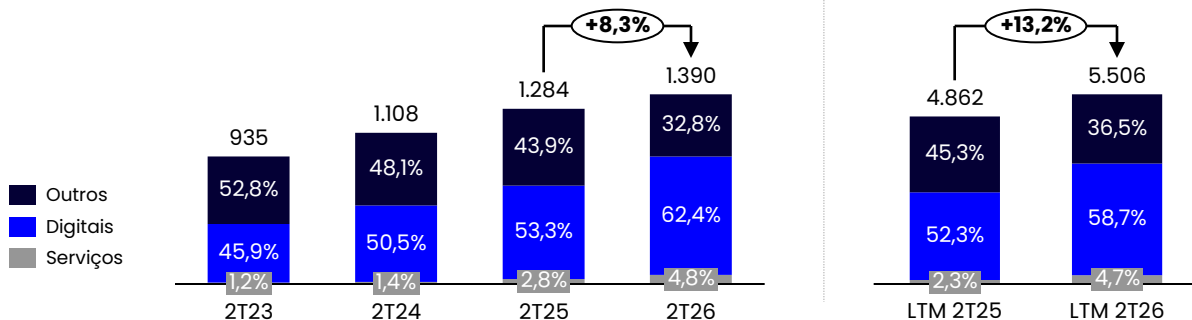




zamp

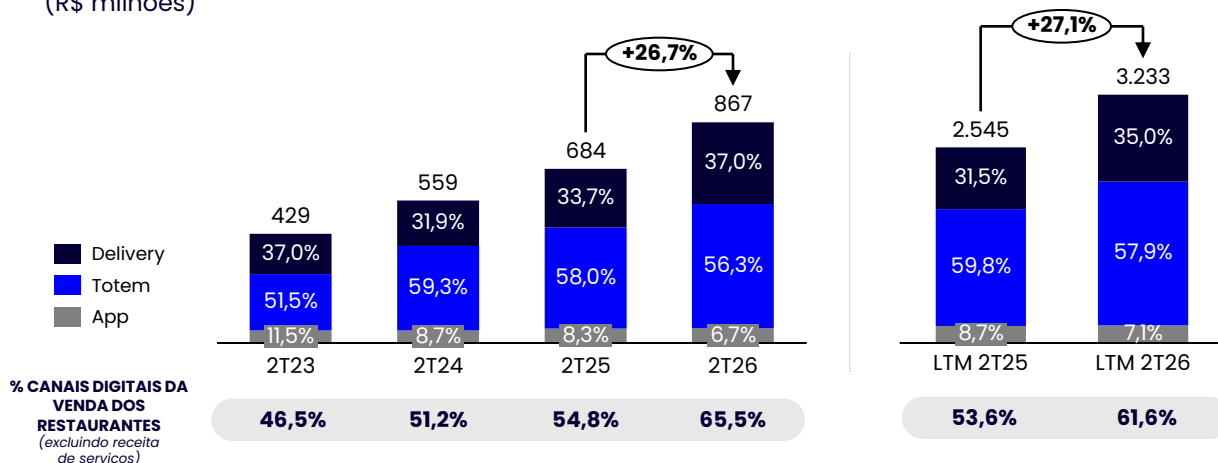
RECEITA LÍQUIDA

Receita Operacional Líquida Total⁽¹⁾ (R\$ milhões)



A Companhia alcançou uma receita operacional líquida de R\$ 1,4bilhão no segundo trimestre de 2026, um avanço de 8% no comparativo versus o mesmo período do ano anterior. O acumulado dos últimos 12 meses apresentou um resultado de R\$ 5,5 bilhões, um crescimento de 13,2%.

Vendas Digitais dos Restaurantes (R\$ milhões)



Em continuidade à estratégia de conectar a experiência física e digital em nossos restaurantes, a Companhia apresentou mais um trimestre de evolução nos canais digitais, incluindo delivery, aplicativo e totens de autoatendimento, que representaram 65,5% da receita total, somando R\$ 867milhões em vendas – evolução de 26,7% em relação ao 2T25.

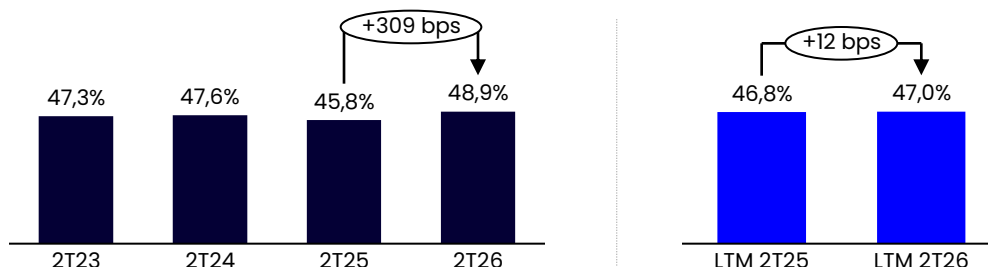
O canal de delivery segue ganhando relevância, respondendo por 37,0% das vendas digitais da Companhia, um avanço de 39% versus o mesmo período do ano anterior. Ainda, os totens cresceram 23% no comparativo anual, representando 56,3% do total de vendas digitais.

(1) Receita de serviços reportada separadamente a partir de 2024 dada a relevância da linha com a adição de Subway® ao portfólio.

DESPESAS COM VENDAS

No 2T26, as despesas com vendas nos restaurantes, excluindo depreciação e amortização e os efeitos de despesas pré-operacionais, representaram 48,9% da receita líquida, um avanço de 309 bps em comparação com o mesmo período do ano anterior, que foi marcado por pontual baixa disponibilidade de pessoas em loja. Esse aumento deve-se principalmente à essa normalização da disponibilidade de pessoas, somado ao maior investimento que a Companhia vem realizando em despesas com pessoal, manutenção e serviços em loja para dar continuidade à estratégia de oferecer uma melhor experiência aos clientes..

% Receita Operacional Líquida



Despesas com Vendas Detalhadas

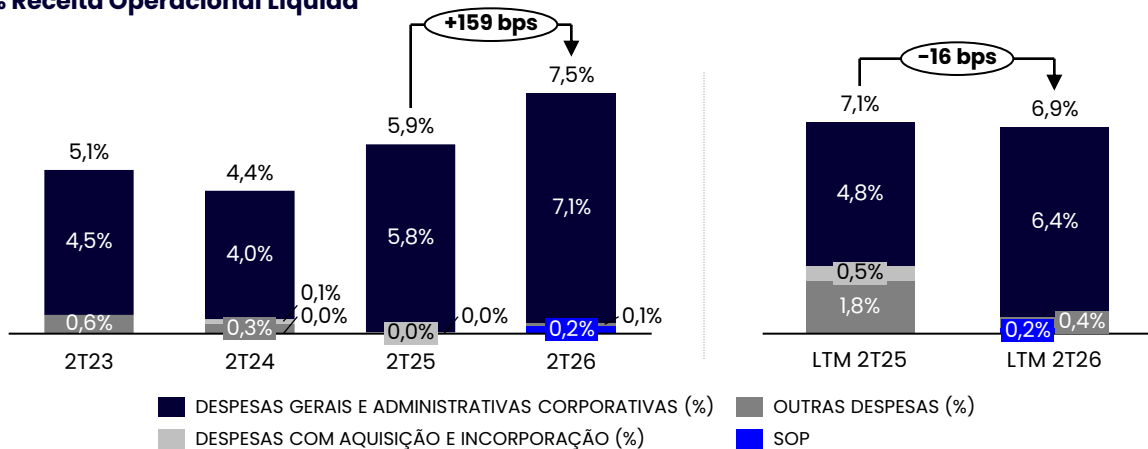
(R\$ milhões)	2T26	2T25	VAR %	2T26 %ROL	2T25 %ROL
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.390,1	1.284,0	8,3%	100%	100%
TOTAL DESPESAS COM VENDAS	(794,2)	(711,4)	-11,6%	-57,1%	-55,4%
DESPESAS COM PESSOAL	(294,9)	(238,6)	-23,6%	-21,2%	-18,6%
ROYALTIES E MARKETING	(166,3)	(192,1)	13,4%	-12,0%	-15,0%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(99,0)	(94,4)	-4,9%	-7,1%	-7,3%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(1,2)	(0,1)	-1220,2%	-0,1%	0,0%
DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	(113,1)	(123,1)	8,1%	-8,1%	-9,6%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(119,7)	(63,2)	-89,5%	-8,6%	-4,9%
TOTAL DESPESAS COM VENDAS EX-PRÉ-OPER. E DEP./AMORT.	(679,8)	(588,3)	-15,6%	-48,9%	-45,8%

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

As despesas gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização, corresponderam a 7,5% da receita operacional líquida no trimestre, um aumento de 159 bps em comparação ao 2T25, fruto de um maior investimento na estrutura corporativa com o objetivo de fortalecer as equipes e suportar o crescimento das marcas. Ainda, de forma não recorrente, a companhia encerrou operações e realizou uma baixa de ativos imobilizados, natural do negócio.

No acumulado dos últimos 12 meses, as despesas gerais e administrativas representaram 6,9% da receita, redução de 16 bps na comparação anual, refletindo principalmente a redução das despesas associadas à transição das novas marcas incorridas no período anterior, compensada pelo incremento da estrutura corporativa.

% Receita Operacional Líquida



Despesas Gerais e Administrativas Detalhadas

(R\$ milhões)	2T26	2T25	VAR %	2T26 %ROL	2T25 %ROL
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.390,1	1.284,0	8,3%	100%	100%
TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(120,7)	(103,1)	-17,0%	-8,7%	-8,0%
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(99,1)	(74,8)	-32,5%	-7,1%	-5,8%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	-	(0,5)	100,0%	0,0%	0,0%
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	(16,9)	(27,7)	38,9%	-1,2%	-2,2%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO, IMPAIRMENT E VENDA DE LOJAS	(1,3)	(0,1)	-2505,9%	-0,1%	0,0%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	(3,3)	-	-	-0,2%	0,0%
TOTAL DESPESAS GERAIS E ADM. EX-DEPR. E AMORT.	(103,7)	(75,4)	-37,6%	-7,5%	-5,9%

EBITDA E LUCRO LÍQUIDO

EBITDA AJUSTADO (com IFRS 16)

(R\$ milhões)

O EBITDA Ajustado da Companhia somou R\$ 184,7 milhões no segundo trimestre, representando um aumento de 7% na comparação anual. A margem EBITDA atingiu 13,3%, 0,2p.p. inferior ao mesmo período do ano anterior.

EBITDA Ajustado (R\$ M e % com IFRS 16)	2T26	2T25	2T25 VS 2T26
Lucro (prejuízo) do período	(45,8)	(72,5)	37%
(+) Resultado financeiro líquido	86,4	94,5	-8%
(+) Depreciação e amortização	130,0	150,8	-14%
(+/-) Imposto de renda e contribuição social	8,2	(0,7)	1212%
EBITDA	178,8	172,0	4%
Margem EBITDA	12,9%	13,4%	-0,53pp
(+) Outras despesas*	1,3	0,1	2506%
(+) Custos com plano de opção de compra de ações (stock option)	3,3	0,0	0%
(+) Despesas com aquisição e incorporação	0,0	0,5	-100%
(+) Despesas pré-operacionais	1,2	0,1	1220%
EBITDA Ajustado	184,7	172,7	7%
Margem EBITDA Ajustada	13,3%	13,4%	-0,16pp

* Considera baixas de ativo imobilizado (sinistro, obsolescência, resultado da venda de ativo e impairment).

EBITDA AJUSTADO (ex-IFRS 16)

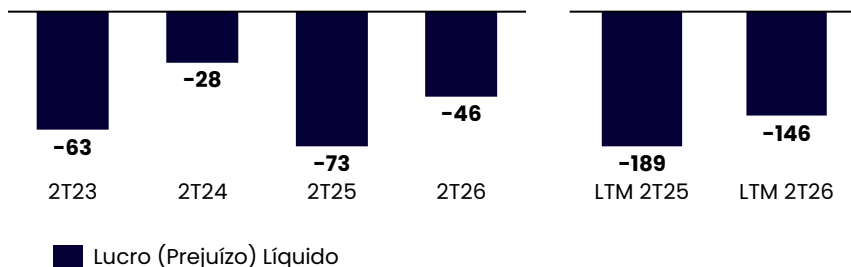
(R\$ milhões)

EBITDA Ajustado (R\$ M e % com IFRS 16)	2T26	2T25	2T25 VS 2T26
Efeitos da contabilização IFRS16	(71,2)	(71,0)	0%
EBITDA Ajustado Ex-efeitos do IFRS16	113,5	101,7	12%
Margem EBITDA Ajustada Ex-efeitos do IFRS16	8,2%	7,9%	0,2pp

Na visão ex-IFRS, a Companhia registrou EBITDA Ajustado de R\$ 113,5 milhões no trimestre, um crescimento de 12% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA avançou 0,2p.p., encerrando o período em 8,2%.

LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

(R\$ milhões)



A Companhia apurou prejuízo de R\$ 46 milhões no segundo trimestre de 2026, um avanço de R\$ 27 milhões em comparação ao mesmo período de 2025. No acumulado dos últimos 12 meses, a melhora foi de R\$ 43 milhões, apurando um prejuízo de R\$ 146 milhões.

ENDIVIDAMENTO

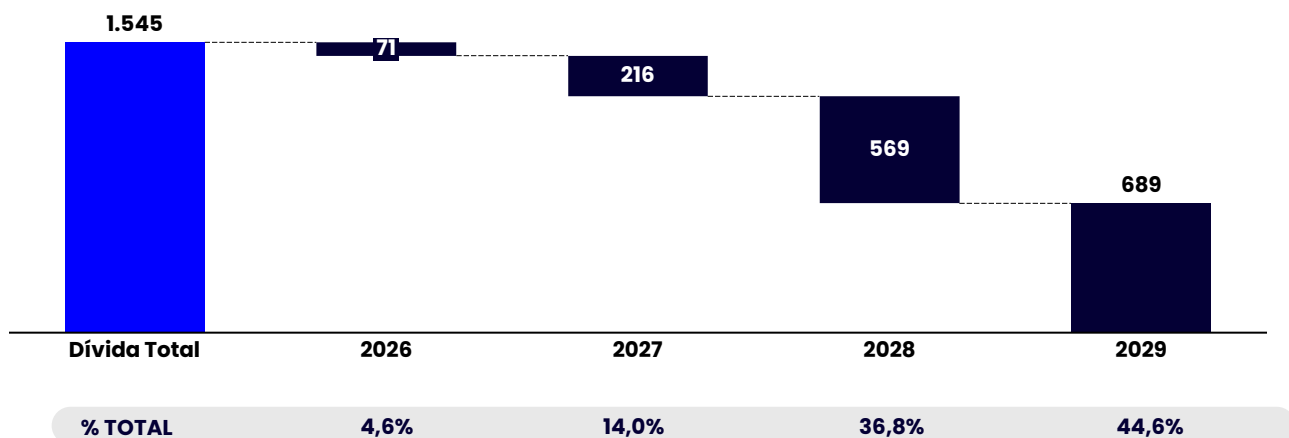
ENDIVIDAMENTO TOTAL

A Companhia encerrou o segundo trimestre de 2026 com dívida líquida de R\$ 1.176,5 milhões e alavancagem de 2,5x, excluindo os impactos do IFRS 16. No período, foram amortizados R\$ 211 milhões em dívidas, totalizando R\$ 243 milhões nos últimos 12 meses.

Dívida Líquida	2T23	2T24	2T25	2T26
Empréstimos e Financiamentos	1.163,5	1.569,4	1.121,2	1.545,1
Circulante	127,1	454,4	252,8	266,8
Não circulante	1.036,4	1.115,0	868,4	1.278,3
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	428,6	688,8	254,6	368,5
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações (circulante)	428,6	688,3	254,1	368,5
Aplicações financeiras (não circulante)	0,0	0,5	0,5	0,0
Endividamento Líquido	734,9	880,6	866,7	1.176,5
EBITDA AJUSTADO ex IFRS 16 (12M)	339,6	393,7	346,8	466,8
Endividamento Líquido/ EBITDA Ajustado Total (12M)	2,2x	2,2x	2,5x	2,5x

Calendário de Amortização da Dívida¹

(R\$ milhões)

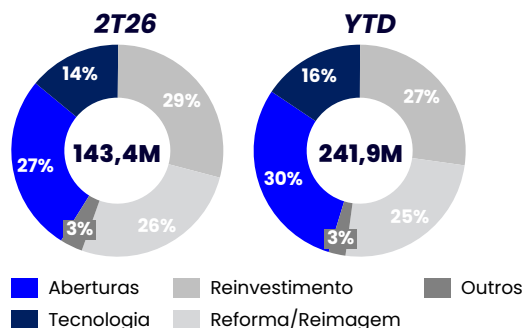


(1) Endividamento não contempla o saldo de MTM do SWAP, com abertura disponível em conta separada no balanço.

CAPEX E FLUXO DE CAIXA

CAPEX

(R\$ milhões) Valores incluem capitalização de juros.



No trimestre, os investimentos da Companhia totalizaram R\$143,4 milhões. O CAPEX foi majoritariamente destinado à antecipação de reinvestimentos em loja, com o objetivo de deixar o parque preparado para a demanda do 2º semestre de 2026, seguido da abertura de lojas previstas para o ano. Adicionalmente, avançamos em projetos de reformas e reimagens, voltados à melhoria da experiência do cliente, em linha com o planejamento estratégico de posicionamento das marcas Burger King e Starbucks.

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL AJUSTADO (ex-IFRS 16)

(R\$ milhões)

Fluxo de Caixa Ajustado (ex-IFRS 16)	2T26	2T25	2T26 vs 2T25
EBITDA CONSOLIDADO (as reported)	178,8	172,0	6,8
ITENS ENTRE EBITDA E CAIXA GERADO NAS OPERAÇÕES	75,3	35,1	40,3
CAIXA GERADO NAS OPERAÇÕES	254,2	207,1	47,1
VARIAÇÕES DO CAPITAL DE GIRO	(129,3)	(125,8)	(3,5)
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES, LÍQUIDOS	(37,7)	(30,4)	(7,4)
ESTOQUES	(16,4)	(1,2)	(15,2)
FORNECEDORES E ALUGUÉIS A PAGAR	29,4	(7,8)	37,1
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	(44,4)	(14,9)	(29,5)
IMPOSTOS A RECUPERAR	(60,1)	(71,6)	11,5
PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	(39,2)	(25,9)	(13,3)
PAGAMENTOS DE JUROS SOBRE PASSIVOS DE ARRENDAMENTOS	(6,4)	(8,4)	2,0
OUTRAS VARIAÇÕES DE ATIVOS E PASSIVOS	(93,8)	(13,4)	(80,4)
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (as reported)	(14,5)	33,5	(48,0)
(-) IFRS 16	(64,8)	(62,5)	(2,2)
(-) PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	39,2	25,9	13,3
(-) JUROS CAPITALIZADOS	-	-	-
(-) PAGAMENTO DE DERIVATIVOS	-	-	-
(-) TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	(4,9)	(1,2)	(3,7)
(-) JUROS DE CONTINGÊNCIAS	15,8	15,8	(0,0)
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL AJUSTADO	(29,3)	11,5	(40,8)
FLUXO DE CAIXA DE INVESTIMENTOS (as reported)	(178,6)	96,8	(275,4)
(+) JUROS CAPITALIZADOS	-	-	-
(-) TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	35,2	(185,4)	220,7
FLUXO DE CAIXA DE INVESTIMENTOS AJUSTADO	(143,4)	(88,6)	(54,7)
FLUXO DE CAIXA LIVRE AJUSTADO	(172,6)	(77,1)	(95,5)
FLUXO DE CAIXA DE FINANCIAMENTOS (as reported)	218,4	(73,6)	292,0
(+) RECEITA DE APLICAÇÕES FINANCEIRAS	13,7	8,9	4,7
(+) PAGAMENTO DE DERIVATIVOS	-	-	-
(+) JUROS DE CONTINGÊNCIAS	(15,8)	(15,8)	0,0
(+) IFRS 16	64,8	62,5	2,2
(+) PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	(39,2)	(25,9)	(13,3)
FLUXO DE CAIXA DE FINANCIAMENTOS AJUSTADO	241,9	(43,8)	285,7
SALDO INICIAL DE CAIXA	299,3	375,5	(76,2)
SALDO FINAL DE CAIXA	368,5	254,6	114,0
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA	69,2	(121,0)	190,2

No 2T26, a Companhia apresentou geração de caixa operacional ajustada de -R\$29,3 milhões, uma redução de R\$40,8 milhões em comparação ao 2T25. Esse resultado decorre de um crescimento das despesas com salários e encargos, estoque, além de aumento em despesas antecipadas e pagamentos de juros.

RELACIONAMENTO COM AUDITORES INDEPENDENTES

Em atendimento à Resolução CVM nº 162/2022, a Companhia informa que até 30 de junho de 2026, o auditor independente PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda. (PwC), não prestou serviços adicionais aos contratados para serviços de auditoria externa.

A Companhia adota como procedimento formal consultar os auditores independentes, no sentido de assegurar-se de que a realização da prestação de outros serviços não venha afetar sua independência e objetividade necessária ao desempenho dos serviços de auditoria independente. A política da Companhia na contratação de serviços de auditores independentes assegura que não haja conflito de interesses, perda de independência ou objetividade.

Na contratação desses serviços, as políticas adotadas pela Companhia se fundamentam nos princípios que preservam a independência do auditor. Esses princípios consistem, de acordo com os padrões internacionalmente aceitos, em: (a) o auditor não deve auditar o seu próprio trabalho; (b) o auditor não deve exercer função de gerência no seu cliente, e (c) o auditor não deve representar legalmente os interesses de seus clientes."

Diretoria Executiva – ZAMP S.A.

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;

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 de aeroportos, rodoviárias, ghost kitchen; (iii) In-line: Lojas com acesso direto a via pública, que possuem salões internos com mesas e assentos e em rodovias sem drive-thru, lojas office;

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;

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, há pelo menos 13 meses, de restaurantes Popeyes® abertos há pelo menos 17 meses. Para Starbucks® abertos há pelo menos 13 meses e restaurantes Subway® abertos há pelo menos 13 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, além de cancelamentos e descontos;

TSA: Transition Services Agreement;

PMI: Post-Merger Integration.

ANEXOS

DRE CONSOLIDADA (IFRS-16)

2T26 e 2T25
(R\$ Milhões)

	2T26	2T25	VAR %
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.390,1	1.284,0	8,3%
RECEITA BRUTA DE VENDAS	1.582,5	1.439,9	9,9%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE VENDAS	(259,6)	(192,1)	-35,1%
RECEITA BRUTA DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	76,4	41,5	84,2%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	(9,2)	(5,3)	-74,1%
CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	(426,5)	(448,3)	4,9%
LUCRO BRUTO	963,6	835,7	15,3%
TOTAL DESPESAS COM VENDAS	(794,2)	(711,4)	-11,6%
DESPESAS COM PESSOAL	(294,9)	(238,6)	-23,6%
ROYALTIES E MARKETING	(166,3)	(192,1)	13,4%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(99,0)	(94,4)	-4,9%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(1,2)	(0,1)	-1220,2%
DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	(113,1)	(123,1)	8,1%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(119,7)	(63,2)	-89,5%
TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(120,7)	(102,3)	-17,9%
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(99,1)	(74,0)	-33,9%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	-	(0,5)	100,0%
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	(16,9)	(27,7)	38,9%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO, IMPAIRMENT E VENDA DE LOJAS	(1,3)	(0,1)	-2505,9%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	(3,3)	-	-
TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS EX-DEPR. E AMORT.	(103,7)	(74,6)	-39,1%
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	48,8	22,0	121,8%
RESULTADO FINANCEIRO	(86,4)	(94,5)	8,5%
DESPESAS FINANCEIRAS	(104,1)	(104,7)	0,5%
RECEITAS FINANCEIRAS	17,7	10,2	72,9%
RESULTADO ANTES DO IR E CSLL	(37,6)	(72,4)	48,1%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(8,2)	(0,1)	-12906,3%
IMPOSTOS DIFERIDOS	(8,2)	(0,1)	-12906,3%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(45,8)	(72,5)	36,8%

EX-IFRS 16

2T26 e 2T25
(R\$ Milhões)

	2T26	2T25	VAR %
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	1.390,1	1.284,0	8,3%
RECEITA BRUTA DE VENDAS	1.582,5	1.439,9	9,9%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE VENDAS	(259,6)	(192,1)	-35,1%
RECEITA BRUTA DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	76,4	41,5	84,2%
DEDUÇÕES DAS RECEITAS DE PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	(9,2)	(5,3)	-74,1%
CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	(426,5)	(448,3)	4,9%
LUCRO BRUTO	963,6	835,7	15,3%
TOTAL DESPESAS COM VENDAS	(814,2)	(730,9)	-11,4%
DESPESAS COM PESSOAL	(294,9)	(238,6)	-23,6%
ROYALTIES E MARKETING	(166,3)	(192,1)	13,4%
DESPESAS COM OCUPAÇÃO E UTILITIES	(169,2)	(163,9)	-3,3%
DESPESAS PRÉ-OPERACIONAIS	(1,2)	(0,1)	-1220,2%
DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	(62,9)	(73,0)	13,9%
OUTRAS DESPESAS COM VENDAS	(119,7)	(63,2)	-89,5%
TOTAL DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(121,0)	(102,6)	-17,9%
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(100,1)	(75,0)	-33,5%
DESPESAS COM AQUISIÇÃO E INCORPORAÇÃO	-	(0,5)	100,0%
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO	(16,2)	(27,0)	39,9%
RESULTADO LÍQUIDO NA BAIXA DE IMOBILIZADO, IMPAIRMENT E VENDA DE LOJAS	(1,3)	(0,1)	-2505,9%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	(3,3)	-	-
RESULTADO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	28,5	2,3	1157,5%
RESULTADO FINANCEIRO	(64,6)	(70,7)	8,7%
DESPESAS FINANCEIRAS	(82,2)	(80,9)	-1,6%
RECEITAS FINANCEIRAS	17,7	10,2	72,9%
RESULTADO ANTES DO IR E CSLL	(36,0)	(68,4)	47,3%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(8,7)	(1,4)	-510,5%
IMPOSTOS DIFERIDOS	(8,7)	(1,4)	-510,5%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(44,8)	(69,9)	35,9%

ANEXOS

BALANÇO PATRIMONIAL

2T26 vs. 4T25

(R\$ Milhões)

	30/06/2026	31/12/2025	VAR R\$	VAR %
ATIVO				
ATIVO CIRCULANTE				
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	135,7	208,3	(72,6)	-35%
TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	232,9	369,7	(136,8)	-37%
CONTAS A RECEBER	284,1	266,4	17,6	7%
INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVATIVOS	11,7	6,8	5,0	74%
ESTOQUES	248,8	172,2	76,6	44%
IMPOSTOS A RECUPERAR	208,9	118,3	90,6	77%
DEMAIS CONTAS A RECEBER E PAGAMENTOS ANTECIPADOS	95,0	62,1	33,0	53%
TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE	1.217,1	1.203,7	13,4	1%
ATIVO NÃO CIRCULANTE				
TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	-	0,5	(0,5)	-100%
IMPOSTOS A RECUPERAR	475,9	470,1	5,7	1%
DEPÓSITOS JUDICIAIS	60,1	53,7	6,5	12%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	5,8	3,1	2,7	89%
DEMAIS CONTAS A RECEBER	24,3	27,8	(3,5)	-13%
ARRENDAMENTO MERCANTIL	749,2	768,3	(19,0)	-2%
IMOBILIZADO	1.438,3	1.368,8	69,5	5%
INTANGÍVEL	798,2	813,8	(15,6)	-2%
TOTAL DO ATIVO NÃO CIRCULANTE	3.551,8	3.506,0	45,9	1%
TOTAL DO ATIVO	4.769,0	4.709,7	59,3	1%
	30/06/2026	31/12/2025	VAR R\$	VAR %
PASSIVO				
PASSIVO CIRCULANTE				
FORNECEDORES	386,7	483,6	(96,9)	-20%
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	213,9	197,8	16,0	8%
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	266,8	284,7	(17,9)	-6%
PASSIVOS DE ARRENDAMENTO	210,0	221,5	(11,6)	-5%
OBRIGAÇÕES CORPORATIVAS	77,2	79,8	(2,6)	-3%
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	40,6	31,2	9,4	30%
RECEITA DIFERIDA	26,9	28,5	(1,7)	-6%
INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVATIVOS	7,4	8,7	(1,2)	-14%
DEMAIS CONTAS A PAGAR	43,8	44,8	(1,0)	-2%
TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE	1.273,1	1.380,6	(107,4)	-8%
PASSIVO NÃO CIRCULANTE				
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	1.278,3	972,8	305,5	31%
PROVISÃO PARA DEMANDAS JUDICIAIS	86,9	71,1	15,8	22%
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	16,9	11,3	5,7	50%
RECEITA DIFERIDA	17,0	25,8	(8,7)	-34%
PASSIVOS DE ARRENDAMENTO	674,3	678,3	(4,0)	-1%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	23,7	36,4	(12,7)	-35%
INSTRUMENTOS FINANCEIROS DERIVATIVOS	51,0	30,8	20,2	66%
DEMAIS CONTAS A PAGAR	-	2,1	(2,1)	-100%
TOTAL DO PASSIVO NÃO CIRCULANTE	2.148,2	1.828,5	319,7	17%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO				
CAPITAL SOCIAL	1.911,1	1.911,1	-	0%
RESERVAS DE CAPITAL E PLANO DE OPÇÃO DE AÇÕES	716,6	711,8	4,8	1%
AÇÕES EM TESOURARIA	(54,9)	(54,7)	(0,2)	0%
OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	(33,6)	(30,7)	(2,9)	-9%
LUCRO (PREJUÍZO) ACUMULADO	(1.036,9)	(929,7)	(107,1)	-12%
RESULTADO DO EXERCÍCIO	(154,7)	(107,1)	(47,5)	-44%
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.347,6	1.500,6	(153,0)	-10%
TOTAL DO PASSIVO E DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.769,0	4.709,7	59,3	1%

ANEXOS

FLUXO DE CAIXA

2T26 e 2T25
(R\$ Milhões)

	2T26	2T25	Var R\$	Var %	6M26	6M25	Var R\$	Var %
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES OPERACIONAIS	(14,5)	33,5	(48,0)	-143%	(130,5)	(67,0)	(63,5)	-95%
CAIXA GERADO NAS OPERAÇÕES	254,2	207,1	47,1	23%	423,0	373,5	49,5	13%
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(37,6)	(72,4)	34,8	48%	(142,5)	(122,1)	(20,5)	-17%
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO DO IMOBILIZADO E INTANGÍVEL	79,1	100,0	(20,9)	-21%	160,9	177,2	(16,3)	-9%
AMORTIZAÇÕES DE ARRENDAMENTOS	50,9	50,7	0,2	0%	101,5	98,2	3,4	3%
JUROS, ENCARGOS, VARIAÇÃO CAMBIAL E MONETÁRIA	87,7	61,1	26,6	44%	162,2	103,4	58,8	57%
OUTROS	74,1	67,6	6,4	10%	140,8	116,8	24,1	21%
PROVISÕES DE BÔNUS	22,1	14,7	7,4	51%	46,2	32,0	14,3	45%
PROVISÃO PARA DEMANDAS JUDICIAIS	42,0	49,6	(7,5)	-15%	70,4	79,5	(9,1)	-11%
REVERSÃO DE PROVISÃO PARA OBSOLESCÊNCIA DOS ESTOQUES	(0,2)	1,8	(2,0)	-112%	(0,6)	2,3	(2,8)	-126%
RESULTADO NA BAIXA DE ATIVO IMOBILIZADO E INTANGÍVEL	1,3	0,1	1,2	1178%	5,0	0,7	4,3	646%
PDD E BAIXA DE ATIVO NÃO FINANCEIRO	5,5	1,5	4,0	273%	9,2	2,4	6,7	274%
CUSTO COM PLANO DE AÇÕES	3,3	-	3,3	-	10,7	-	10,7	-
VARIAÇÕES NOS ATIVOS E PASSIVOS	(268,7)	(173,5)	(95,1)	-55%	(553,5)	(440,5)	(113,0)	-26%
VARIAÇÃO DO CAPITAL DE GIRO	(129,3)	(125,8)	(3,5)	-3%	(304,7)	(254,4)	(50,3)	-20%
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES, LÍQUIDOS	(37,7)	(30,4)	(7,4)	-24%	(26,8)	(24,6)	(2,2)	-9%
ESTOQUES	(16,4)	(1,2)	(15,2)	-1256%	(76,0)	(32,0)	(44,1)	-138%
FORNECEDORES E ALUGUÉIS A PAGAR	33,6	(6,4)	40,1	622%	(70,2)	(81,0)	10,8	13%
FORNECEDORES CONVENIADOS	(4,3)	(1,3)	(2,9)	-224%	(4,5)	(2,7)	(1,8)	-65%
SALÁRIOS E ENCARGOS SOCIAIS	(44,4)	(14,9)	(29,5)	-197%	(35,0)	(4,4)	(30,6)	-703%
IMPOSTOS A RECUPERAR	(60,1)	(71,6)	11,5	16%	(92,2)	(109,8)	17,5	16%
PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	(39,2)	(25,9)	(13,3)	-51%	(82,9)	(76,9)	(6,0)	-8%
PAGAMENTOS DE JUROS SOBRE PASSIVOS DE ARRENDAMENTOS	(6,4)	(8,4)	2,0	24%	(13,5)	(14,5)	0,9	6%
OUTRAS VARIAÇÕES DE ATIVOS E PASSIVOS	(93,8)	(13,4)	(80,4)	-601%	(152,3)	(94,7)	(57,6)	-61%
OBRIGAÇÕES CORPORATIVAS	8,1	13,1	(5,0)	-38%	(2,6)	5,7	(8,3)	-145%
DEMANDAS JUDICIAIS	(55,5)	(27,1)	(28,4)	-105%	(83,8)	(61,9)	(21,9)	-35%
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	3,4	(1,6)	5,1	313%	(8,1)	(5,9)	(2,2)	-36%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL PAGOS	(3,5)	-	(3,5)	-	(8,6)	(1,1)	(7,5)	-693%
RESULTADO DIFERIDO LÍQUIDO	(5,7)	0,2	(5,9)	-3162%	(10,4)	1,5	(11,9)	-807%
PAGAMENTOS ANTECIPADOS	(35,7)	7,3	(43,0)	-586%	(36,0)	(25,9)	(10,1)	-39%
DEMAIS CONTAS A PAGAR	(4,9)	(5,3)	0,4	7%	(2,8)	(7,1)	4,2	60%
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	(178,6)	96,8	(275,4)	-284%	(86,1)	401,6	(487,7)	-121%
AQUISIÇÃO DE IMOBILIZADO	(129,8)	(60,1)	(69,7)	-116%	(227,7)	(112,3)	(115,4)	-103%
AQUISIÇÃO DE INTANGÍVEL	(13,6)	(1,1)	(12,5)	-1127%	(14,3)	(3,5)	(10,8)	-309%
VALOR PAGO NA AQUISIÇÃO DE INVESTIMENTOS	-	(27,4)	27,4	100%	-	(27,4)	27,4	100%
APLICAÇÕES E RESGATES EM TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS	(35,2)	185,4	(220,7)	-119%	155,9	544,8	(388,9)	-71%
CAIXA LÍQUIDO ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	218,4	(73,6)	292,0	397%	144,0	(305,8)	449,7	147%
COMPRA DE AÇÕES PARA TESOUREARIA	(0,2)	-	(0,2)	-	(0,2)	-	(0,2)	-
CAPTAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS (PRINCIPAL)	500,0	-	500,0	-	500,0	-	500,0	-
CUSTOS SOBRE CAPTAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS	(5,5)	-	(5,5)	-	(5,534)	-	(5,5)	-
PAGAMENTO DE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS (PRINCIPAL)	(211,1)	(11,1)	(200,1)	-1810%	(222,2)	(182,7)	(39,5)	-22%
PAGAMENTOS DE PASSIVOS DE ARRENDAMENTOS	(64,8)	(62,5)	(2,2)	-4%	(128,1)	(123,1)	(5,0)	-4%
AUMENTO (REDUÇÃO) DE CAIXA E EQUIVALENTES	25,3	56,8	(31,5)	-55%	(72,6)	28,8	(101,4)	-352%
SALDO INICIAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	110,4	20,3	90,1	444%	208,3	48,3	160,0	332%
SALDO FINAL DE CAIXA E EQUIVALENTES	135,7	77,1	58,6	76%	135,7	77,1	58,6	76%

FORMATO DE LOJA

Total Formatos	BK		PLK		SBUX		SUB		ZAMP		VAR.
	2T26	2T25	2T26	2T25	2T26	2T25	2T26	2T25	2T26	2T25	VAR.
Próprias											
Mall ⁽¹⁾	436	435	88	81	90	95	0	0	614	611	3
Free Standing	242	230	0	0	3	3	0	0	245	233	12
In Line	18	19	0	0	19	16	0	0	37	35	2
Franquias											
Franchisee	290	274	8	8	0	0	1466	1507	1764	1789	-25
Total	986	958	96	89	112	114	1466	1507	2660	2668	-8

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



zamp