

# TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

## 3T23

10 de novembro de 2023

# ZAMP



POPEYES

# DESTAQUES

## 3T23 vs. 3T22

**01**

Receita operacional líquida de R\$ 948 milhões, crescimento de +4,3%.

**02**

Margem Bruta atinge 65%, expansão de 150 bps.

**03**

Vendas digitais (totem, delivery e app) representam 44,9% das vendas da Companhia, com 49,1% das vendas totais identificadas.

**04**

Adequação de custos, despesas e investimentos resultaram em fluxo de caixa livre positivo.

**05**

Abertura de 10 restaurantes, 4 restaurantes Burger King® e 6 restaurantes Popeyes®, além da entrega de mais de 30 projetos de remodelings.

# DESEMPENHO 3T23 vs. 3T22

R\$ **948** milhões  
Receita Operacional Líquida **+4,3%**  
YoY

R\$ **425** milhões  
Receita dos Canais Digitais **+43,2%**  
YoY

**65%**  
Margem Bruta **+150bps**  
YoY

R\$ **127** milhões  
EBITDA Ajustado<sup>2</sup> e  
margem EBITDA ajustado de 13,4% **-2,4%**  
YoY

Same Store Sales<sup>1</sup>



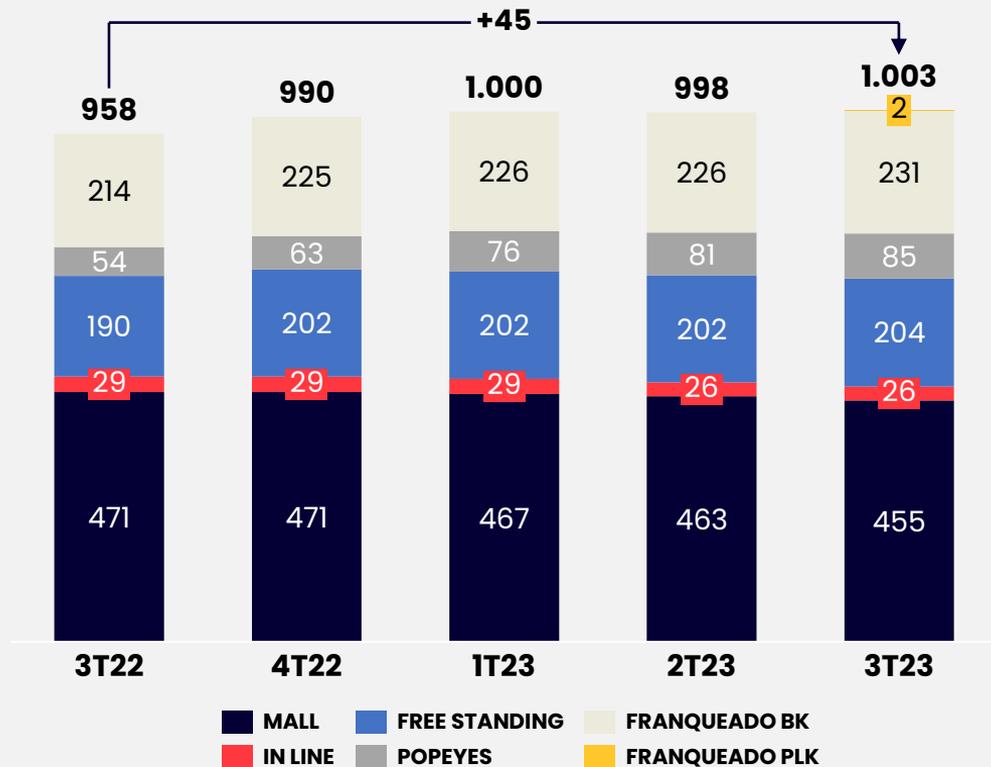
**+0,1%**



**+1,6%**

# REDE DE RESTAURANTES

TOTAL DE RESTAURANTES  
(# de restaurantes)



# DESIGN ROYAL PAVILION



LAYOUT MODERNO



MAIS EFICIENTE



ATENDIMENTO 100% DIGITAL



CANAIS DE VENDAS



EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

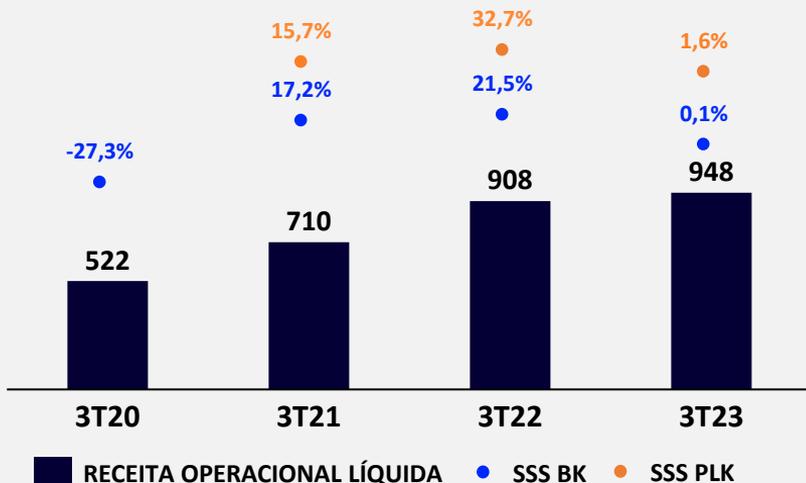
# REMODELINGS BURGER KING

Mais de 30 projetos  
concluídos no 3T23



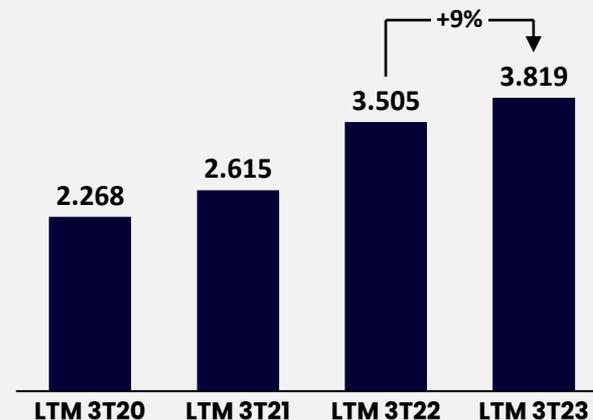
# RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA E SSS

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



- Crescimento de 4% vs. o 3T22; e
- SSS BK +0,1% e SSS PLK +1,6%.

EVOLUÇÃO RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA (R\$ MM)



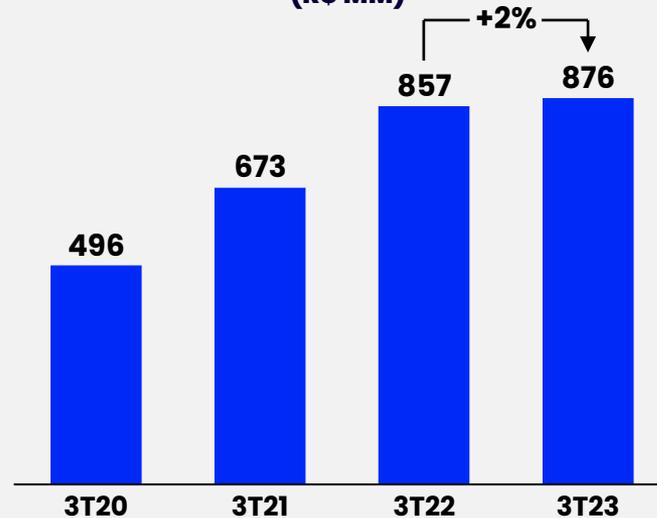
Nossas vendas atingiram R\$ 3,8 bilhões nos últimos doze meses, +9% vs. o mesmo período do ano anterior.

# RECEITA DOS RESTAURANTES BK

## RECEITA DE VENDAS



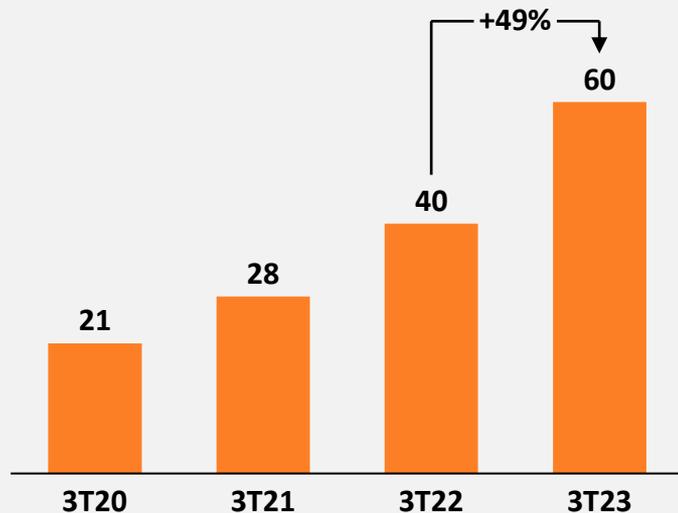
(R\$ MM)



- Receita de vendas no 3T23 atingiu R\$ 876 milhões, crescimento de 2% em relação ao mesmo período do ano anterior; e
- 2x25, Barbie e Patrulha Canina foram algumas das importantes alavancas lançadas neste trimestre.

# RECEITA DOS RESTAURANTES PLK

## RECEITA DE VENDAS **POPEYES** (R\$ MM)

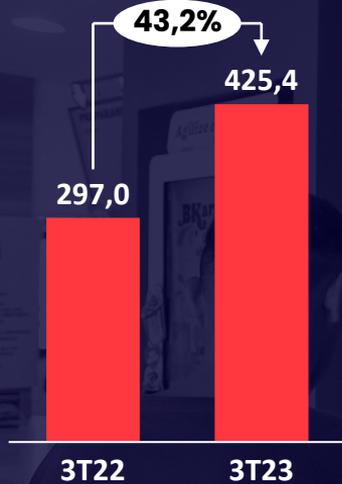


- Receita de vendas de R\$60 milhões, crescimento de 49% em relação ao 3T22; e
- SSS de 1,6% em PLK.



# VENDAS DIGITAIS

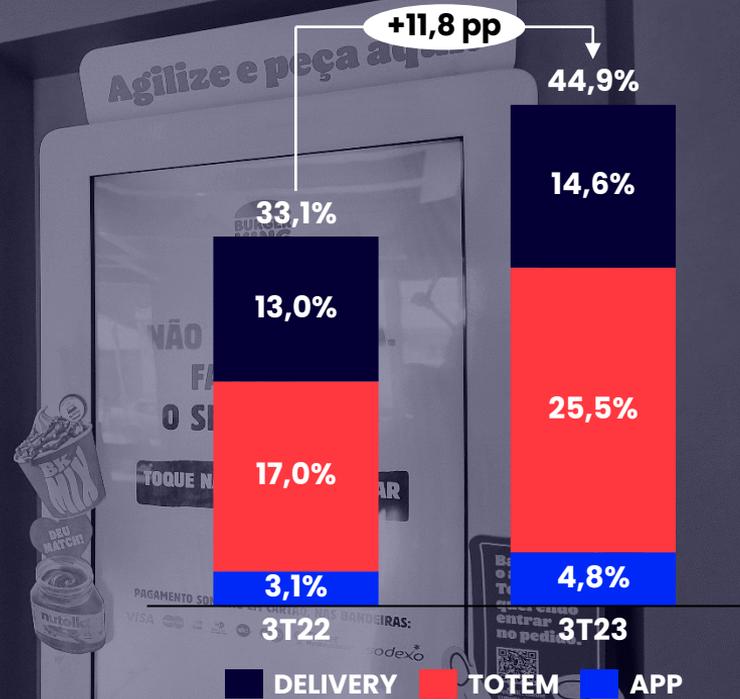
## VENDAS DE CANAIS DIGITAIS (R\$ MM)



Crescimento de **43,2%** versus o 3T22, atingindo **44,9%** de participação sobre as vendas totais.

**49,1%** das vendas da Cia são identificadas.

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



# ECOSSISTEMA DIGITAL



## CRM

- **Alcançamos aproximadamente 49,1%** do total de **vendas identificadas**; e
- Base com mais de **19,4 milhões de usuários**.



## APP

- **Aumento de 170bps de representatividade das vendas totais** da Companhia vs. o 2T22.



## TOTEM

- **25,5% da receita total** da Companhia; e
- **55 restaurantes com 100%** do atendimento de forma digital.



## DELIVERY

- As vendas do canal representaram 14,6% do total de vendas da Cia, um **crescimento de 1,6 p.p. no YoY**; e
- Consistente crescimento de *market share*.

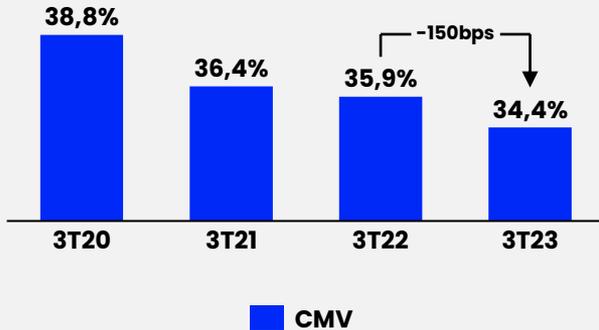


## CLUBE BK

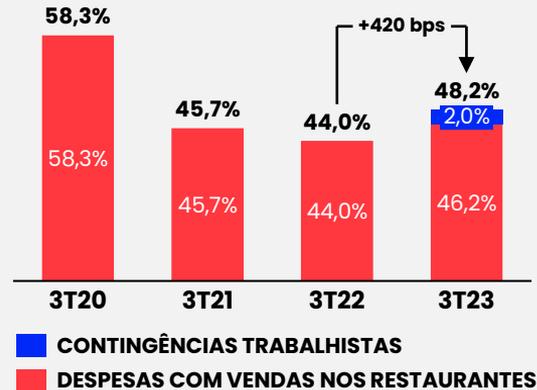
- **14,9 milhões** de inscritos em nosso programa de fidelidade; e
- **+71%** vs o 3T22.

# CMV E SG&A

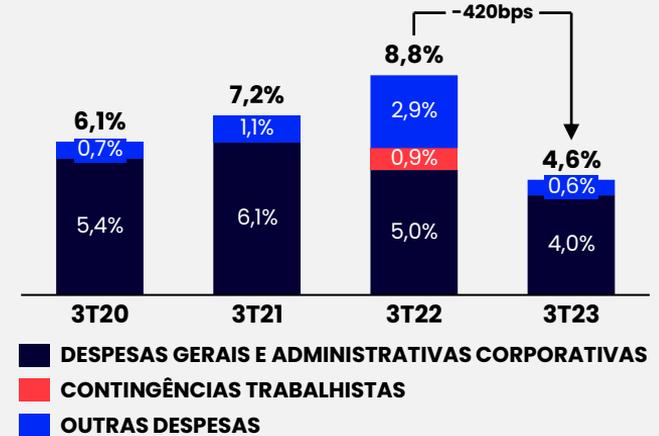
## CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA (% da receita operacional líquida)



## DESPESAS COM VENDAS NOS RESTAURANTES<sup>1</sup> (% da receita operacional líquida)



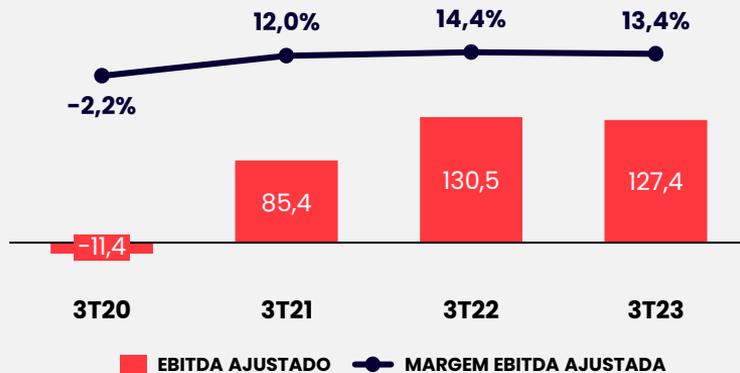
## DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (% da receita operacional líquida)



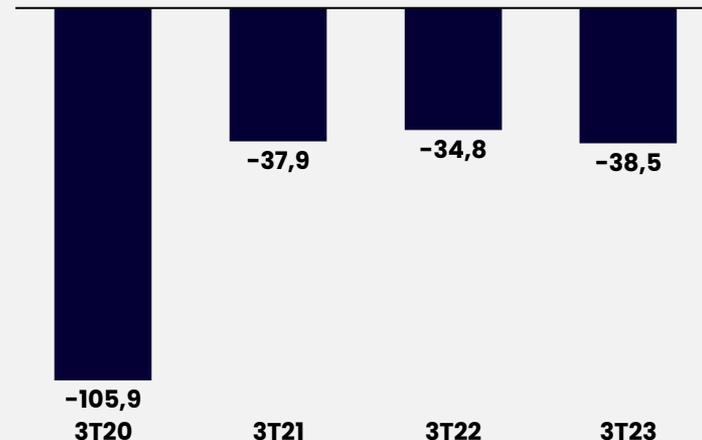
- Arrefecimento de *commodities*, sobretudo a proteína;
- Fortes iniciativas de custos e despesas minimizam, mas não evitam desalavancagem operacional; e
- Excluindo efeitos *one-off* no 3T22, vemos importante evolução do G&A fruto das recentes mudanças corporativas feitas pela Cia.

# EBITDA AJUSTADO E RESULTADO LÍQUIDO

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



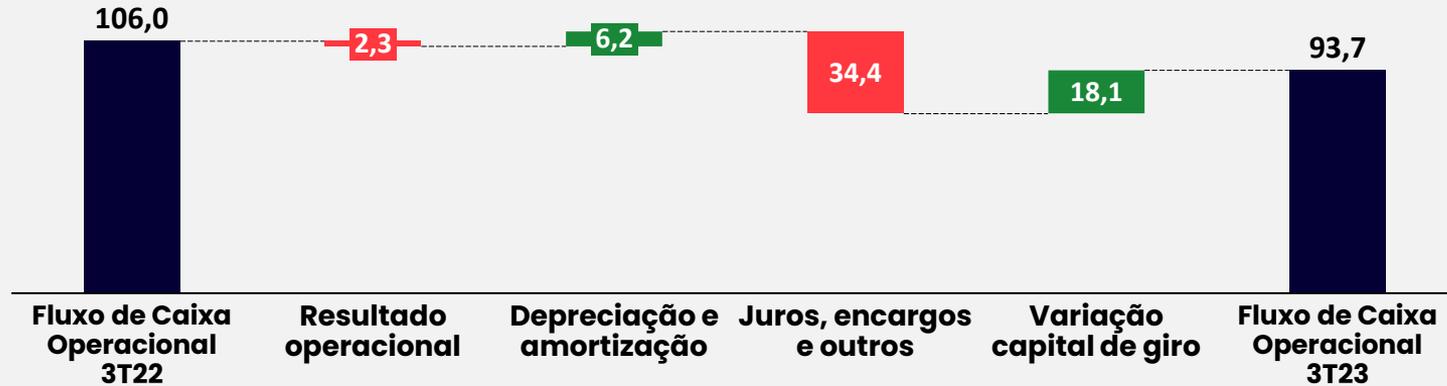
**RESULTADO LÍQUIDO (R\$ MM)**



- O EBITDA Ajustado da Companhia atingiu o valor de R\$127,4 milhões no 3T23, queda de 2,3% vs 3T22; e
- Prejuízo R\$ 3,7 milhões superior vs. o 3T22 puxado principalmente pelo resultado operacional e financeiro.

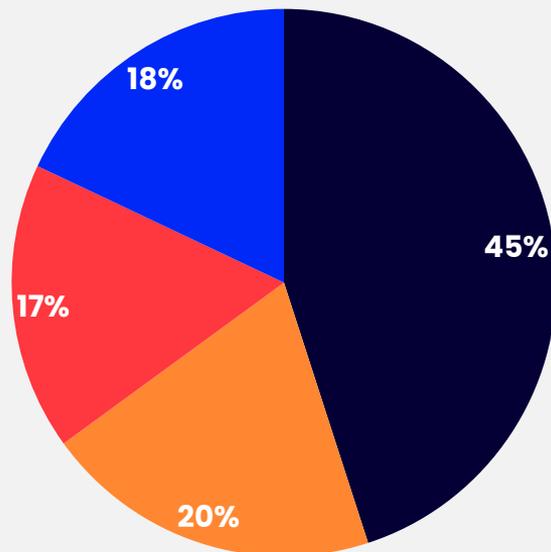
# FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL

## FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (R\$ MM)



**Forte geração de caixa operacional, ainda que com variação negativa em juros e encargos, possibilitou trimestre de fluxo de caixa livre positivo.**

## CAPEX 3T23

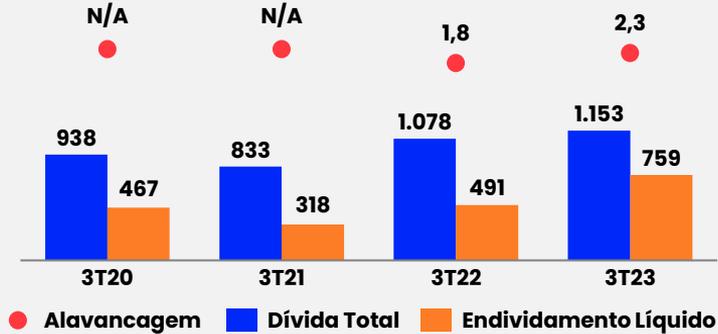


■ ABERTURAS ■ MANUTENÇÃO/REMODEL ■ TECNOLOGIA ■ OUTROS

Os investimentos totais da Companhia atingiram R\$ 88,3 milhões, um acréscimo de R\$ 12,7 milhões (ou 16,8%) em relação ao 3T22. Investimentos de expansão nas marcas Burger King® e Popeyes®, tecnologia e *remodeling* contribuíram para esse crescimento.

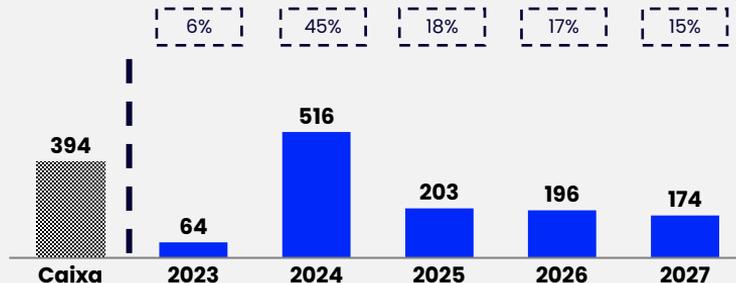
# ENDIVIDAMENTO TOTAL

## ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO E ALAVANCAGEM (R\$ MM, EBITDA ajustado<sup>1</sup>)



- Combinação de R\$ 394 milhões de caixa, com R\$ 1.153 milhões da dívida leva Companhia à 2,3x de alavancagem; e
- Forte estrutura de capital.

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



# PRIORIZAÇÕES

**01**

VENDAS E TRÁFEGO

**02**

EFICIÊNCIA OPERACIONAL

**03**

ABERTURAS E REMODELINGS



The logo for ZAMP features the letters 'Z', 'A', 'M', and 'P' in a bold, sans-serif font. The 'Z' is blue, the 'A' is orange, the 'M' is blue, and the 'P' is red.

**NA NOSSA MESA CABE UM MUNDO.**

**Ariel Grunkraut**

CEO

**Gabriel Guimarães**

CFO e DRI

**Time de RI**

**Contato de RI:**

[ri@zamp.com.br](mailto: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.