



# **RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2021**



# SUMÁRIO

## APRESENTAÇÃO

03 Boas-vindas

04 Mensagem da liderança

05 2021 em destaque

## NOSSA ESSÊNCIA

07 Quem somos

10 O que fazemos e onde atuamos

11 Resultados financeiros

13 Jornada pela sustentabilidade

## NOSSA GOVERNANÇA

17 Gestão e liderança

20 Ética e *compliance*

## NOSSA COMIDA

26 Comer é uma experiência

27 Eficiência no uso de alimentos

28 Qualidade, segurança e saudabilidade dos produtos

## NOSSA PEGADA

32 Gestão ambiental

35 Bem-estar animal e cadeia de fornecimento

## NOSSA GENTE

38 Time ZAMP

40 Cultura, pertencimento e carreira

46 Saúde e segurança

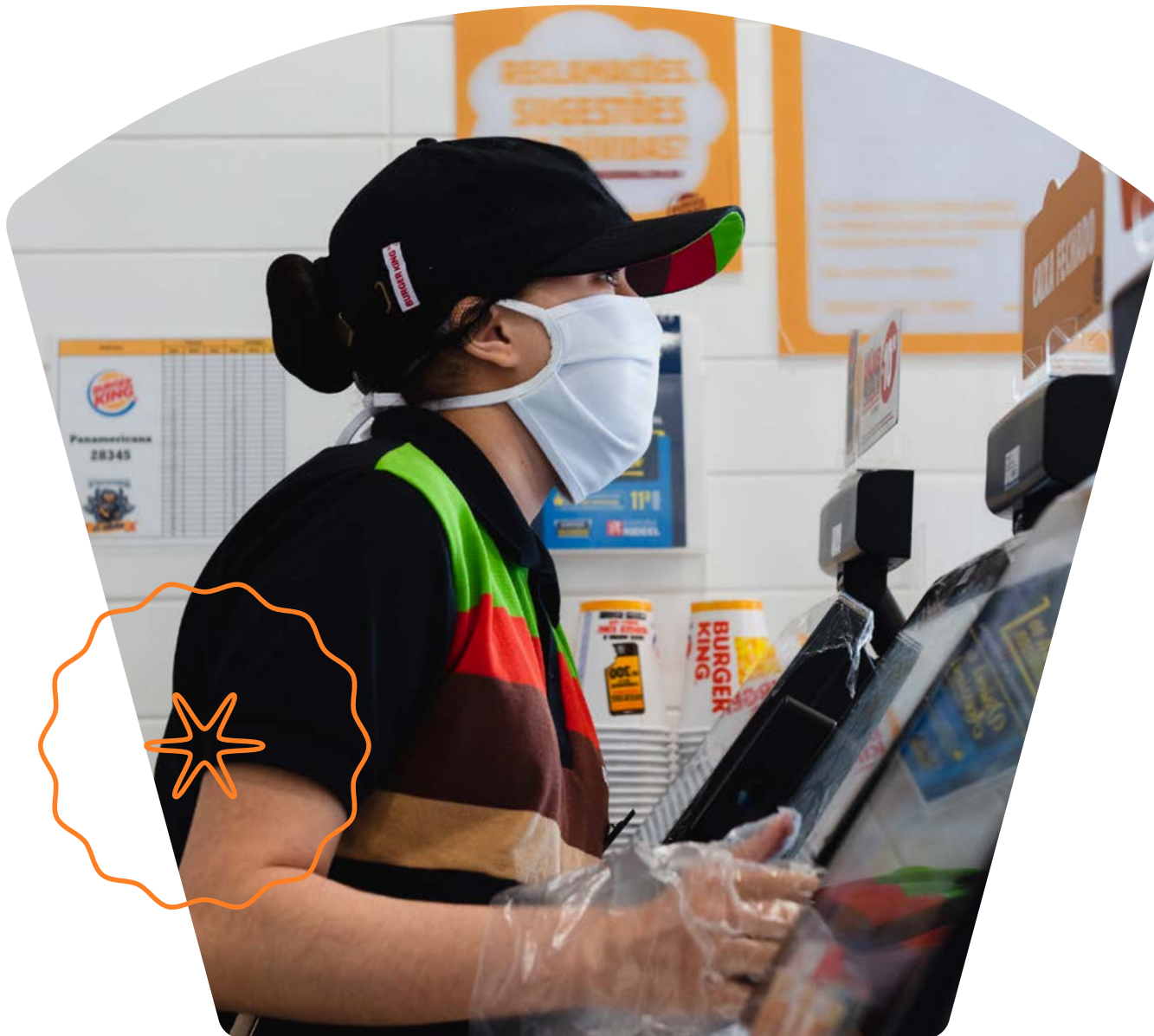
48 **Anexos**

56 **Sumário de Conteúdo GRI**

72 **Relatório de asseguração**

74 **Créditos**





## BOAS-VINDAS

Somos a ZAMP S.A., responsável pela gestão e operação das marcas Burger King® e Popeyes® no Brasil. Temos 11 anos de história de crescimento e legado, sempre comprometidos com o futuro. Sendo assim, apresentamos ao nosso público, ao mercado e *stakeholders*, o nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade, reforçando o compromisso de contribuir para o desenvolvimento sustentável e reafirmar nossa postura transparente. A publicação contém informações relevantes sobre a atuação da Companhia no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2021, com asseguração externa da PwC Auditores Independentes. [GRI 102-50, 102-56](#)

O conteúdo segue as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), opção Essencial – normas reconhecidas como melhores práticas globais para o relato público de diferentes impactos econômicos, ambientais e sociais – bem como alguns indicadores da Sustainability Accounting Standards Board (SASB). [GRI 102-46, 102-52, 102-54](#)

Relacionamos a nossa atuação aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU), e ao adotarmos esse relato buscamos avançar em nossa agenda de sustentabilidade, aprimorando a comunicação com os públicos interessados, além de fortalecer nossa gestão de temas econômicos, sociais, ambientais e de governança.

Dúvidas ou sugestões podem ser enviadas para o e-mail: [ri@zamp.com.br](mailto:ri@zamp.com.br)

[GRI 102-53](#)

**Boa leitura!**

**Conectar nossa atuação aos ODS possibilita avançar em nossa agenda de sustentabilidade**



# MENSAGEM DA LIDERANÇA

GRI 102-14

Estamos no segundo semestre de 2022, ano de importante mudança na nossa marca corporativa para ZAMP, para abrigar as marcas Burger King®, Popeyes® e outras que possam vir a compor nosso portfólio no futuro. Para chegarmos aqui, superamos grandes desafios em 2021, período retratado por nosso Relatório de Sustentabilidade, em decorrência das restrições causadas pela continuidade da pandemia de covid-19 no setor de alimentação.

Conseguimos nos superar, alcançando 945 restaurantes e abrindo 43 novos Burger King® no país. Demonstramos assim o quanto as nossas marcas são fortes. Não perdemos nenhum dos mais de 16 mil integrantes do nosso time para o coronavírus e não houve qualquer relato de problemas com clientes diante dos protocolos de saúde implantados.

Aceleramos o ritmo de crescimento no digital, pois entendemos que a tecnologia faz diferença na transação dos clientes, na customização do produto e garante maior produtividade no varejo. Aumentamos o número de totens de autoatendimento nos restaurantes e fomos um dos pioneiros em lançar um programa de fidelidade no mercado.

Na parte financeira, adotamos medidas de proteção de caixa, fechando o ano de forma sólida, com recuperação nos dois últimos trimestres e excelentes projeções de vendas para 2022. Tornamo-nos a empresa que mais arrecada para o Movimento Arredondar. A cada compra de sanduíche, o colaborador pede para o cliente arredondar o troco, com valor máximo de R\$ 1,00, para apoiar projetos sociais que são feitos em parcerias com 15 Organizações Não Governamentais (ONGs). Em 2022, chegamos no valor de R\$ 4 milhões doados, sendo mais de R\$ 1,2 milhão só em 2021. Investir no Social faz parte da nossa preocupação com os pilares ESG (Ambiental, Social e de Governança, na sigla em inglês), que têm compromissos claros a serem alcançadas nos próximos anos.

No final de 2022, teremos uma mudança na liderança, com Ariel Grunkraut – atual Diretor Vice-Presidente de *Marketing* e Vendas – assumindo como CEO, e com quem compartilho esse editorial. Ariel está na Companhia desde o começo, em 2011. Em parceria com os nossos acionistas, clientes, fornecedores, franqueados e, principalmente, com o nosso time, temos a certeza de que cumprimos os nossos objetivos e seguiremos ampliando o número de restaurantes no Brasil de forma acelerada.

Faremos isso com segurança, saúde, ética, diversidade, respeito ao meio ambiente e valorização dos profissionais. A ZAMP tem uma história consolidada, mas com muitos novos capítulos de sucesso a serem escritos por todos nós, juntos e em harmonia.



**Iuri Miranda**  
CEO



**Ariel Grunkraut**  
Diretor Vice-Presidente de *Marketing* e Vendas  
(CEO a partir de janeiro de 2023)





# 2021 EM DESTAQUE



**Aumento de 23%**

da receita operacional líquida  
para **R\$ 2.753,3 milhões**

**6%**

de aumento  
nas vendas  
Burger King®

**15,3%**

de aumento  
nas vendas de  
Popeyes®



**43**

novos restaurantes  
abertos

**893**

restaurantes  
Burger King®

**52**

restaurantes  
Popeyes®



**16.601**

colaboradores em restaurantes  
próprios e corporativo

**89,37%**

do nosso quadro é formado por  
jovens abaixo dos 30 anos

**Selo  
Women on Board**

(WOB), iniciativa independente  
da ONU Mulheres



**Compromisso  
atingido**

**100%** do óleo coletado<sup>1</sup> em nossos  
restaurantes são reciclados por parceiros

**44,38%**

da energia consumida é renovável

**262,46**

toneladas de resíduos  
destinados à reciclagem

<sup>1</sup> Não foram contabilizadas as bombonas de óleo  
furtadas, extraviadas e/ou danificadas.



**84%**

de crescimento na receita dos canais digitais  
(*delivery*, totem e app), representando **32%** das  
vendas da Companhia



**3,7 milhões**

de usuários em nove meses no **Clube BK**, programa de  
fidelidade, representando 10% das vendas totais com  
significativo aumento de *ticket* médio e frequência.



**Popeyes® foi eleita a  
terceira marca favorita**

de *fast-food* na cidade de São Paulo

# NOSSA ESSÊNCIA





# NOSSA ESSÊNCIA

Ser a mais prazerosa experiência de alimentação, essa é a nossa missão. Somos a ZAMP, a antiga BK Brasil, companhia máster franqueada das marcas Burger King® e Popeyes® no país, e outras que possam compor futuramente nosso portfólio. Os principais produtos das nossas centenas de restaurantes são nossos hambúrgueres grelhados no fogo, como churrasco, e nossos frangos fritos, suculentos e marinados por 12 horas, e crocantes. [GRI 102-1, 102-2, 102-4, 102-6](#)

Com sede em Barueri (SP), nossa empresa é uma sociedade anônima por ações com capital aberto na Bolsa de Valores (B3) em 2017, sob a sigla ZAMP3. Temos o direito à exploração de restaurantes da marca Burger King® no país desde 9 de julho de 2011, por 20 anos, prorrogáveis por igual período. Já a marca Popeyes® obtivemos em contrato *master franchise* assinado em 20 de março de 2018, também por duas décadas e com possibilidade de prorrogação por mais duas.

[GRI 102-3, 102-5](#)

A marca Burger King® está no Brasil desde 2004, quando inauguramos nosso primeiro restaurante no Shopping Ibirapuera, em São Paulo. Mas foi em 2011, após a Burger King Corporation ser adquirida pelo grupo 3G capital, que iniciamos a nossa operação própria no país, por meio de uma *joint venture* entre Vinci Partners e 3G Capital. [GRI 102-7](#)



**Valores como ética,  
transparência,  
integridade e  
respeito às leis  
são transversais  
aos negócios**

## Uma ótima refeição vem primeiro

Fundado em 1954, o Burger King® é a segunda maior rede de hambúrgueres do mundo. Casa original do Whopper® (nosso tradicional e mais famoso sanduíche), em nossa operação própria, possuímos cerca de 16 mil colaboradores em cerca de 78% dos restaurantes da marca no Brasil. Aproximadamente 22% dos restaurantes pertencem e são operados por franquias independentes, muitas delas administradas por empresas familiares que estão no ramo há décadas.



## Na nossa mesa sempre cabe mais um

Fundada em 1972, em Nova Orleans, na Louisiana, Popeyes® é uma das maiores cadeias de restaurantes de frango frito e uma das marcas de *fast-food* que mais cresce no mundo, com mais de três mil restaurantes nos Estados Unidos e em todo o mundo. A marca inaugurou sua primeira loja no Brasil em 2018, onde é controlada pela ZAMP®.





# ZAMP

Nosso compromisso é evoluir as boas práticas do mercado de alimentação com foco em resultados e crescimento do portfólio. Usamos a tecnologia para trazer mais agilidade e autonomia aos colaboradores e conhecer cada cliente de forma customizada, para oferecermos experiências e os melhores serviços.

Temos apetite pelo futuro e ousadia para construir marcas cada vez mais autênticas para conquistar e nos conectar a novos mercados, sabores e consumidores.

## ENERGIZADA

Na nossa mesa, há sempre espaço para mais um. Celebramos e investimos juntos para fortalecer o mercado e provocar novas descobertas.

## HUMOR TEM MAIS SABOR

Se comida é o nosso negócio, o tempero é muito bem-humorado e nossa comunicação é um prato cheio para dar autenticidade ao mercado.

## ASSERTIVIDADE DIGITAL

Pela lógica dos dados e tecnologia, utilizamos um *mindset* digital para gerar conexão e argumentos com colaboradores, clientes e expandir nossos desafios.

## APAIXONADA POR DESCOBERTAS

Trazemos as melhores referências para o nosso negócio. Expressamos nossa paixão por novos sabores e pelas incríveis culturas do mundo.

C  NECTADOS A CADA M  RDIDA




## NOSSO SONHO


GRI 102-16


**Ser a melhor  
operadora de marcas  
de restaurantes do  
mundo, transformando  
positivamente a  
vida das pessoas.**


## NOSSOS VALORES


GRI 102-16


**Coragem para inovar.** 


**Pessoas no centro de tudo.** 

**Humildade sempre.** 

**Fazer o certo, sem atalhos.** 

**Esse negócio é nosso.** 

**Você faz, você merece.** 

**Vibrar ao longo da jornada.** 

# O QUE FAZEMOS E ONDE ATUAMOS

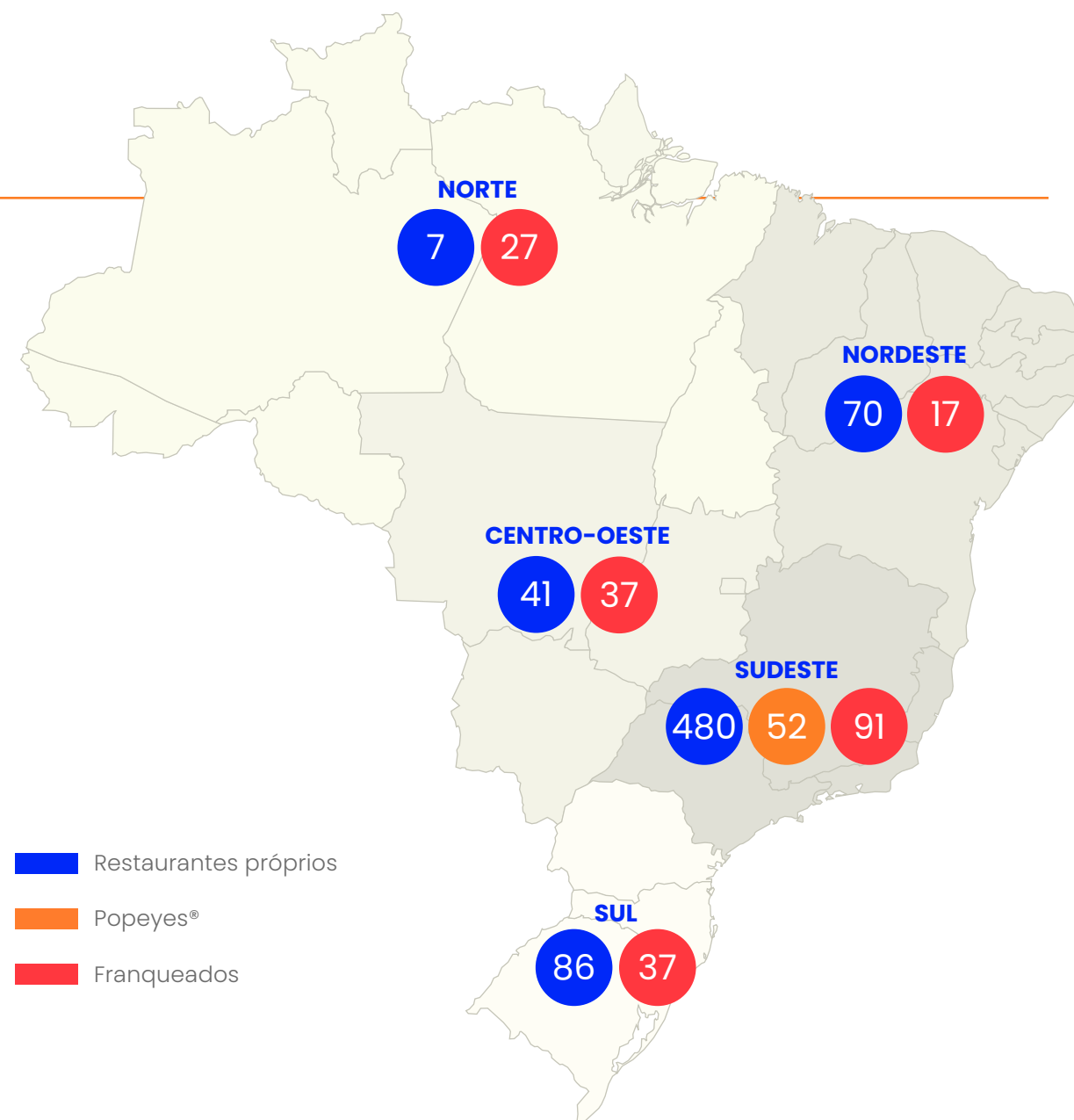
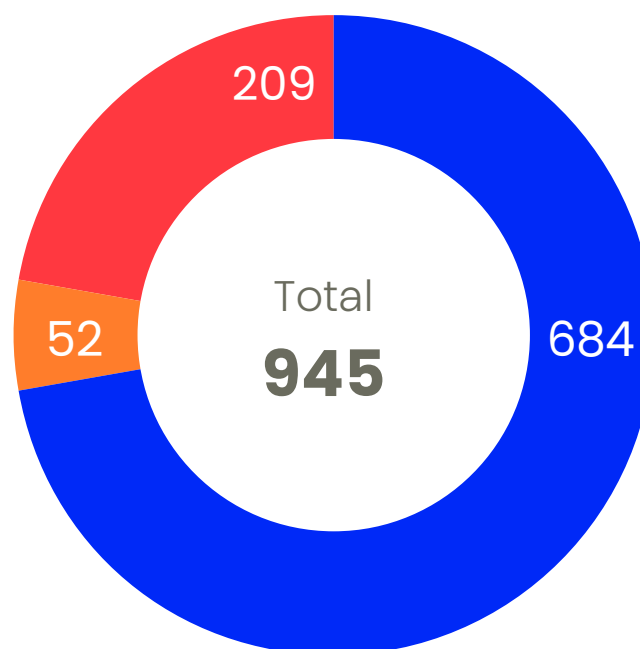
GRI 102-4, 103-2, 103-3 | 202

Nossa comida está presente em todos os estados brasileiros. Temos 945 restaurantes, 893 da marca Burger King® (hambúrgueres) e 52 da marca Popeyes® (frango frito). Nossos levantamentos mostram que 50% dos brasileiros se enquadram no público-alvo dos nossos restaurantes, classes A, B e C.

Atualmente, concentramos grande parte das nossas operações em *shoppings*, que viabilizam a junção necessária de infraestrutura e mercado consumidor para um rápido crescimento. Agora, entendemos que o Burger King® está consolidado no mercado nacional e o nosso foco de expansão atual está nos restaurantes de rua, com espaços para *drive-thru*. Para o Popeyes®, investiremos em restaurantes de praças de alimentação. Estamos fazendo o trabalho de construção de marca e consolidação do mercado de frango frito no país para chegarmos em lugares onde não temos operações.

## Presença geográfica

Estamos presentes com nossos restaurantes em todos os estados brasileiros.





# RESULTADOS FINANCEIROS

GRI 103-2, 103-3 | 201

Em 2021, reportamos uma receita líquida de R\$ 2.753,3 milhões, aumento de 23% em relação a 2020, em razão da gradual recuperação do fluxo nos *shoppings* (onde grande parte de nossas operações estão concentradas) e a resiliência dos canais digitais, que continuam apresentando forte desempenho mesmo com a volta do consumo no local.

A receita dos canais digitais (*delivery*, totem e app) representou mais de 30% das vendas. Atingimos um EBITDA ajustado de R\$ 241,5 milhões e uma margem EBITDA de 8,8% em 2021. Nosso desempenho é avaliado por meio de metas internas que são estabelecidas no início de cada ano e acompanhadas mensalmente pelas áreas responsáveis.

Em dezembro de 2021, o nosso endividamento bruto total atingiu R\$ 790,3 milhões, que combinado a um caixa total disponível de R\$ 450,8 milhões nos levou a uma dívida líquida de R\$ 339,5 milhões. Seguimos com uma forte estrutura de capital que, associada à geração de caixa operacional, irá sustentar nosso crescimento no decorrer dos próximos anos. Ao longo de

2021, abrimos 43 restaurantes, sendo 26 restaurantes Burger King® próprios, nove franqueados e outros oito Popeyes®. Durante o ano, ocorreram três fechamentos e três repasses da marca.

## VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO (R\$) – 2021 GRI 201-1

Receitas	3.017.874.000
----------	---------------

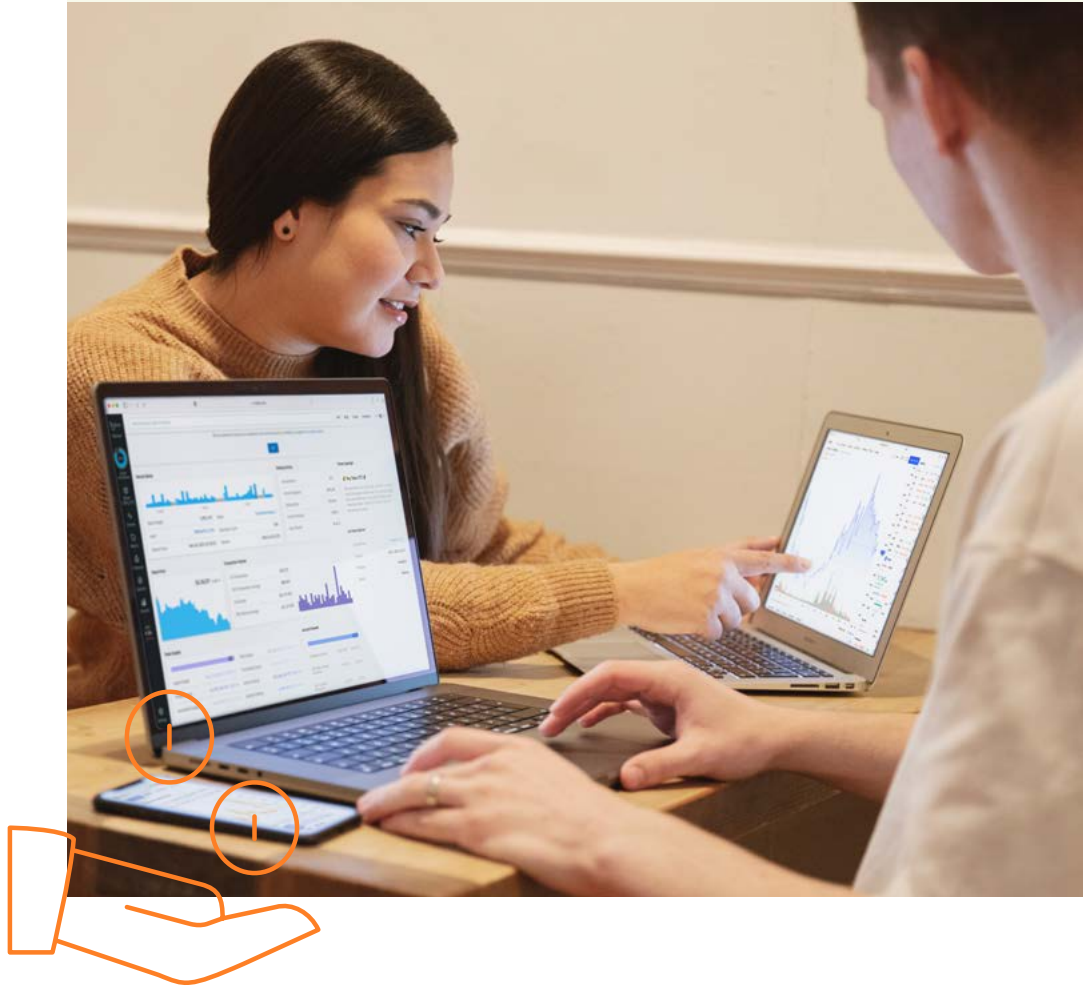
## VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO¹ (R\$) – 2021 GRI 201-1

Custos operacionais	1.881.072.000	63,54%
Salários e benefícios de empregados	525.638.000	17,76%
Pagamentos a provedores de capital	208.442.000	7,04%
Pagamentos ao governo	345.123.000	11,66%
<b>Total</b>	<b>2.960.275.000</b>	<b>100%</b>

¹ A empresa não possui dados consolidados sobre os investimentos na comunidade.

## VALOR ECONÔMICO RETIDO (R\$) – 2021 GRI 201-1

“Valor econômico direto gerado” menos	57.599.000
“Valor econômico distribuído”	



**Adotamos medidas de proteção  
de caixa, fechando o ano de forma  
sólida e com excelentes projeções  
para 2022**

# LINHA DO TEMPO

Uma história de pioneirismo, sucesso e inovação



**Temos 11 anos de história de crescimento e legado, sempre comprometidos com o futuro**



**1954**

Abertura do primeiro restaurante Burger King, em Miami (EUA)



**1957**

Criação do Whopper, um dos sanduíches mais famosos do mundo



**2004**

Inauguração do primeiro restaurante Burger King® no Brasil, em São Paulo



**2011**

Lançamento do BK Brasil após *joint venture* entre Vinci Partners e 3G Capital



**2016**

Início do modelo de franquias no Brasil



**2017**

Abertura do IPO



**2018**

Chegada da marca Popeyes® no portfólio BK Brasil



**2021**

Publicação dos compromissos ESG para os pilares **Nossa Comida**, **Nossa Pegada** e **Nossa Gente**

**ZAMP**

**2022**

Criação da ZAMP, responsável pela gestão e operação das marcas no Brasil

# JORNADA PELA SUSTENTABILIDADE

GRI 102-21, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-46

Acreditamos que o sucesso dos negócios só é sustentável quando a sociedade e o meio ambiente também prosperam. Por isso, colocamos a sustentabilidade no centro, disseminando valores e boas práticas por todas as nossas equipes e áreas de negócios.

Para direcionarmos o nosso trabalho em busca de satisfazer as necessidades atuais, sem comprometer a capacidade de atender às necessidades das gerações futuras, assumimos publicamente compromissos baseados nos critérios ambiental, social e de governança (ESG, na sigla em inglês). Eles estão distribuídos em três pilares de sustentabilidade: **Nossa Comida, Nossa Pegada e Nossa Gente** alinhados às estratégias da Companhia. Construímos também a nossa matriz de materialidade, que define e prioriza sete temas mais importantes para os nossos públicos em termos de sustentabilidade. Os tópicos levantados também servem de diretrizes para nossa estratégia ESG.

A identificação dos temas materiais do nosso negócio foi feita com apoio de consultoria externa, que realizou análises de documentos internos, *players* de mercado e instrumentos

setoriais (como a materialidade setorial fornecida pelo SASB e o Sustainability Yearbook 2022, fornecido pela S&P Global), entrevistas com a liderança da ZAMP e colaboradores, e externas, com fornecedores, sindicato dos trabalhadores, clientes, acionistas e investidores, franqueados, colaboradores franqueados, RBI, comunidades locais e governos e órgãos de regulação – envolvendo 295 pessoas consultadas durante o processo. A definição dos temas passou por quatro etapas:

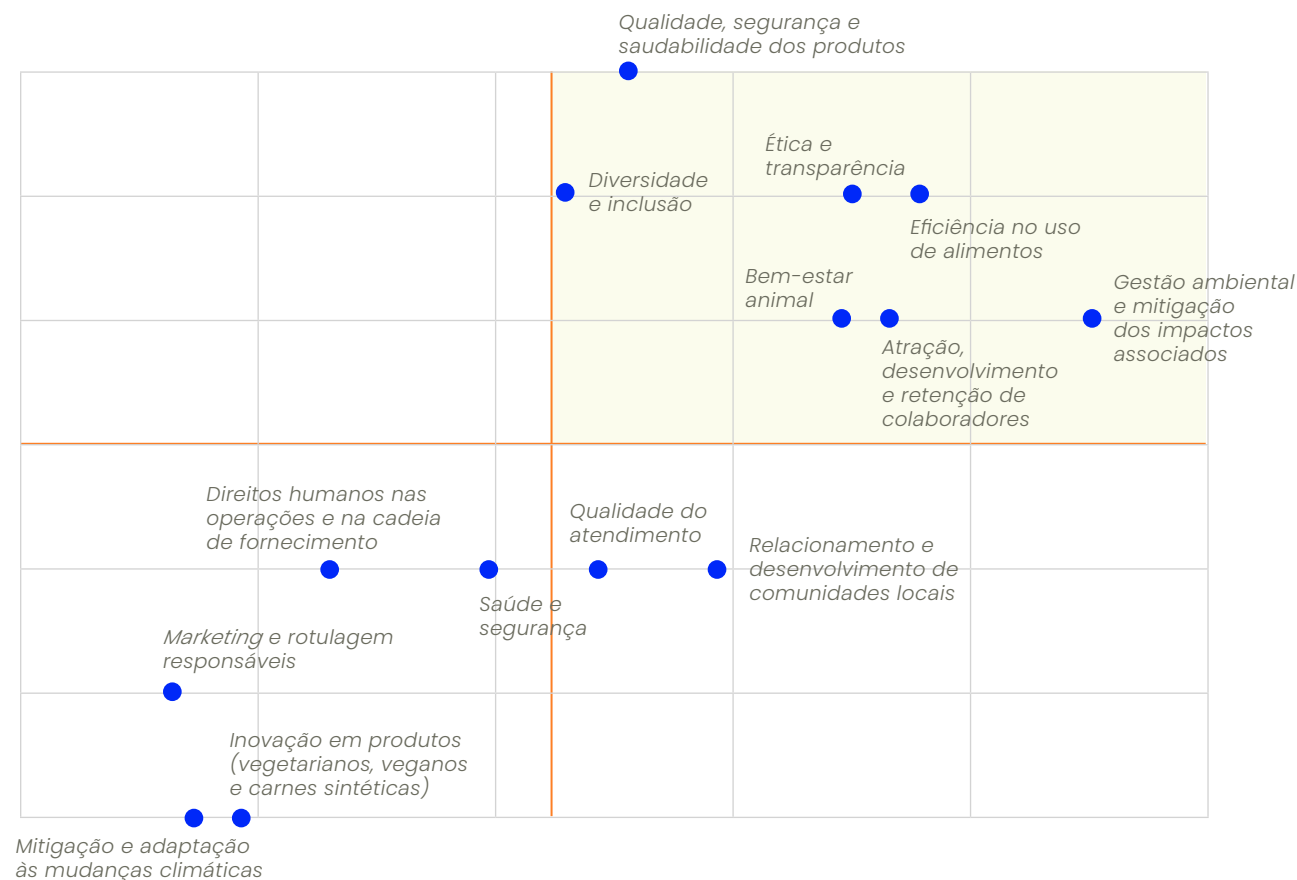
**1. Identificação: mapeamento dos públicos e impactos da organização.**

**2. Priorização: levantamento da percepção dos stakeholders.**

**3. Análise: análise dos resultados e elaboração da matriz.**

**4. Validação: com as lideranças e apresentação de riscos e oportunidades.**

## Matriz de materialidade





# Temas materiais

GRI 102-47, 103-1

Em linha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), agenda global adotada em 2015 pelos países que participam da Organização das Nações Unidas (ONU), foram identificados os seguintes temas materiais:



Pilar ESG	Tema material¹	Definição	GRI	ODS
 AMBIENTAL	<b>1. Gestão ambiental e mitigação de impactos associados</b>	Gestão do consumo de recursos naturais, como água, energia, materiais relacionados à construção de restaurantes, operação de negócios e embalagem de produtos. Investir em iniciativas de circularidade, reciclagem, reaproveitamento e uso de materiais renováveis e/ou provenientes de operações de recuperação.	301-1, 301-2, 302-1, 303-1, 303-2, 303-3, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 307-1, FB-RN-130 a.1	 (12.2, 12.5)  (13.3)
	<b>2. Bem-estar animal</b>	Impulsionar a cadeia de fornecimento com boas práticas relacionadas ao manejo animal em uma perspectiva de bem-estar sobre todas as espécies cuja proteína animal é adquirida.	FB-RN-430 a.2, FB-RN-430 a.3	-
	<b>3. Eficiência no uso de alimentos</b>	Uso consciente e eficiente de ingredientes com o objetivo de reduzir o desperdício de alimentos, bem como o tratamento daqueles que estão fora do padrão visual. Direcionamento sustentável de ingredientes que não puderam ser utilizados nos produtos e subprodutos do processo, como o óleo, por exemplo.	FB-RN-000A	 (12.3)
	<b>4. Qualidade, segurança e saudabilidade dos produtos</b>	Gestão e esforços direcionados para manter e melhorar a qualidade dos produtos, inclusive, em relação à segurança do consumo e saudabilidade de sua composição.	416-1, 416-2, 417-1, 417-2, 417-3, FB- RN- 250 a.2, FB-RN-430 a.1	
 SOCIAL	<b>5. Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores</b>	Buscar a atração e retenção de talentos, estruturar planos de carreira, reconhecimento, remuneração, benefícios, engajamento e estratégias de capacitação de funcionários. Buscar a redução na rotatividade de funcionários ( <i>turnover</i> ) e pautando a criação e manutenção de um bom ambiente profissional.	401-1, 401-2, 401-3, 404-1, 404-2, 404-3, FB-RN-000B	 (8.5 8.6 8.8)
	<b>6. Diversidade e inclusão</b>	Garantir a equidade e promoção da inclusão em termos de cor/raça, gênero, sexualidade, idade, origem, além de garantir a pluralidade de opiniões. Impulsionar a acessibilidade para atender o público que demanda adaptações físicas ou virtuais para acesso aos produtos e/ou atendimento.	202-1, 405-1, 405-2, 406-1	 (5.1, 5.5),  (10.2, 10.3)
 GOVERNANÇA	<b>7. Ética e transparência</b>	Garantir a transparência contábil, conformidade com normas, leis, práticas anticorrupção, bem como a promoção do código de conduta e dos atributos de ética nos processos organizacionais, e combate a práticas anticompetitivas e ao suborno.	205-1, 205-2, 205-3, 206-1, 415-1, 418-1, 419-1	 (16.6)

¹ Os limites de impacto dos temas de números 1, 3, 4, e 7 são dentro e fora da empresa. Para os temas 5 e 6, os impactos ocorrem majoritariamente dentro da Companhia.

# OS 17 ODS DA ONU



Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável compõem uma agenda global com 169 metas em áreas de extrema importância para a humanidade e para o planeta, com prazo de cumprimento até 2030.

# NOSSA GOVERNANÇA





# GESTÃO E LIDERANÇA

GRI 102-18



## Tema material

Ética e transparência



Entendemos que podemos ter participação ativa na construção do legado que queremos perpetuar para as atuais e futuras gerações, atendendo às demandas da sociedade por um mundo mais sustentável, às expectativas dos *stakeholders* e ainda agregar valor aos negócios e longevidade às estratégias.

Nossas ações são negociadas no segmento do Novo Mercado da B3 (ZAMP3) – o mais alto nível de governança corporativa da bolsa de valores brasileira, com sede em São Paulo, e não temos acionistas controladores. Em 2021, recebemos o selo Women on Board (WOB), iniciativa independente com a ONU Mulheres, que reconhece e valoriza ambientes corporativos com a presença de mulheres nos conselhos de administração ou conselhos consultivos.

Com um olhar para o futuro, trilhamos o caminho para integrar os critérios socioambientais e de governança (ESG) ao nosso modelo de negócio. Nesse sentido, estamos em constante desenvolvimento de boas práticas e na evolução de uma governança que priorize investimentos em pessoas, inovação, tecnologia e sustentabilidade.

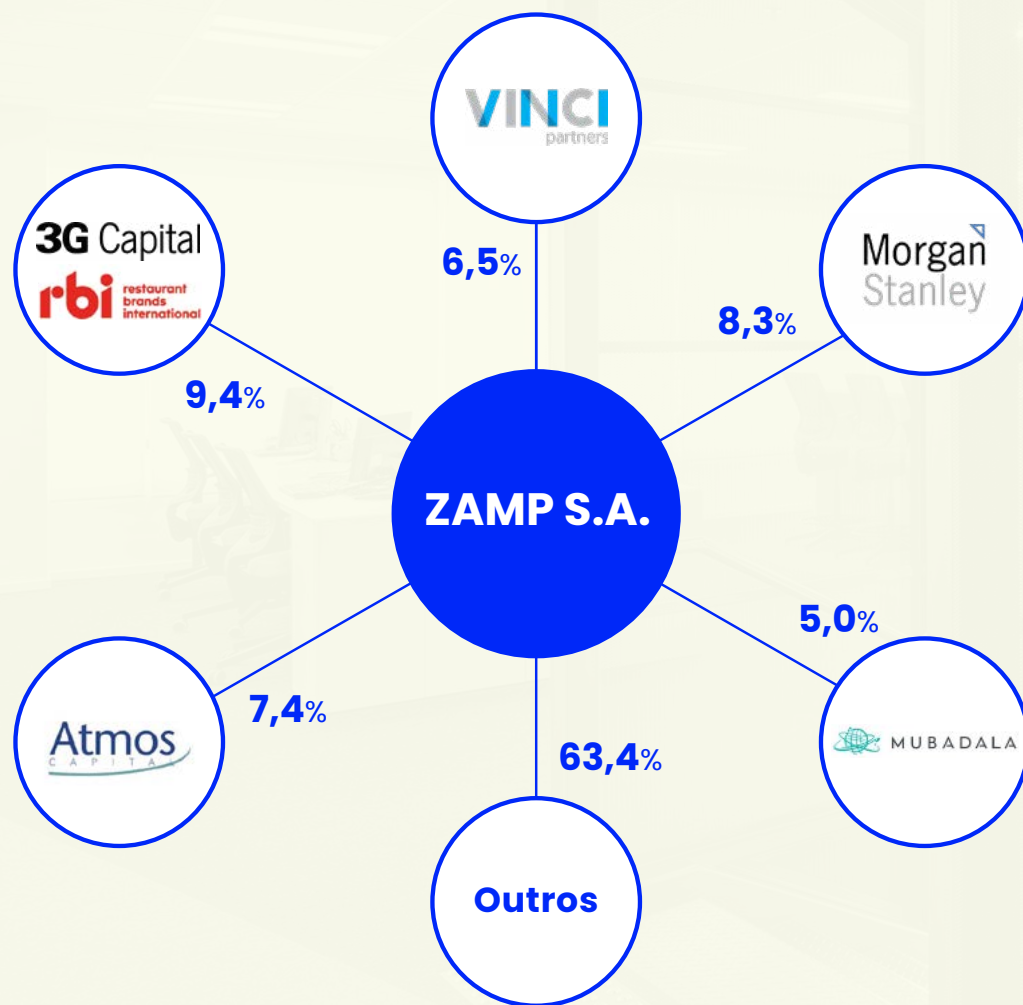
Temos convicção, sobretudo, que o desenvolvimento de uma agenda socioambiental está vinculado a uma boa governança corporativa.

## Priorizamos boas práticas

Nosso modelo de governança está fundamentado nos princípios éticos e padrões de conduta que norteiam o comportamento de acionistas, conselheiros, diretores, lideranças e colaboradores. Dessa maneira, conseguimos o cumprimento de nossa missão, visão e valores, que é necessário para posicionar a empresa em sua trajetória de crescimento e criação de valor. Para mais informações sobre a formação e as obrigações de todos os órgãos de governança, entre em contato conosco. GRI 102-22

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

## COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA<sup>1</sup>

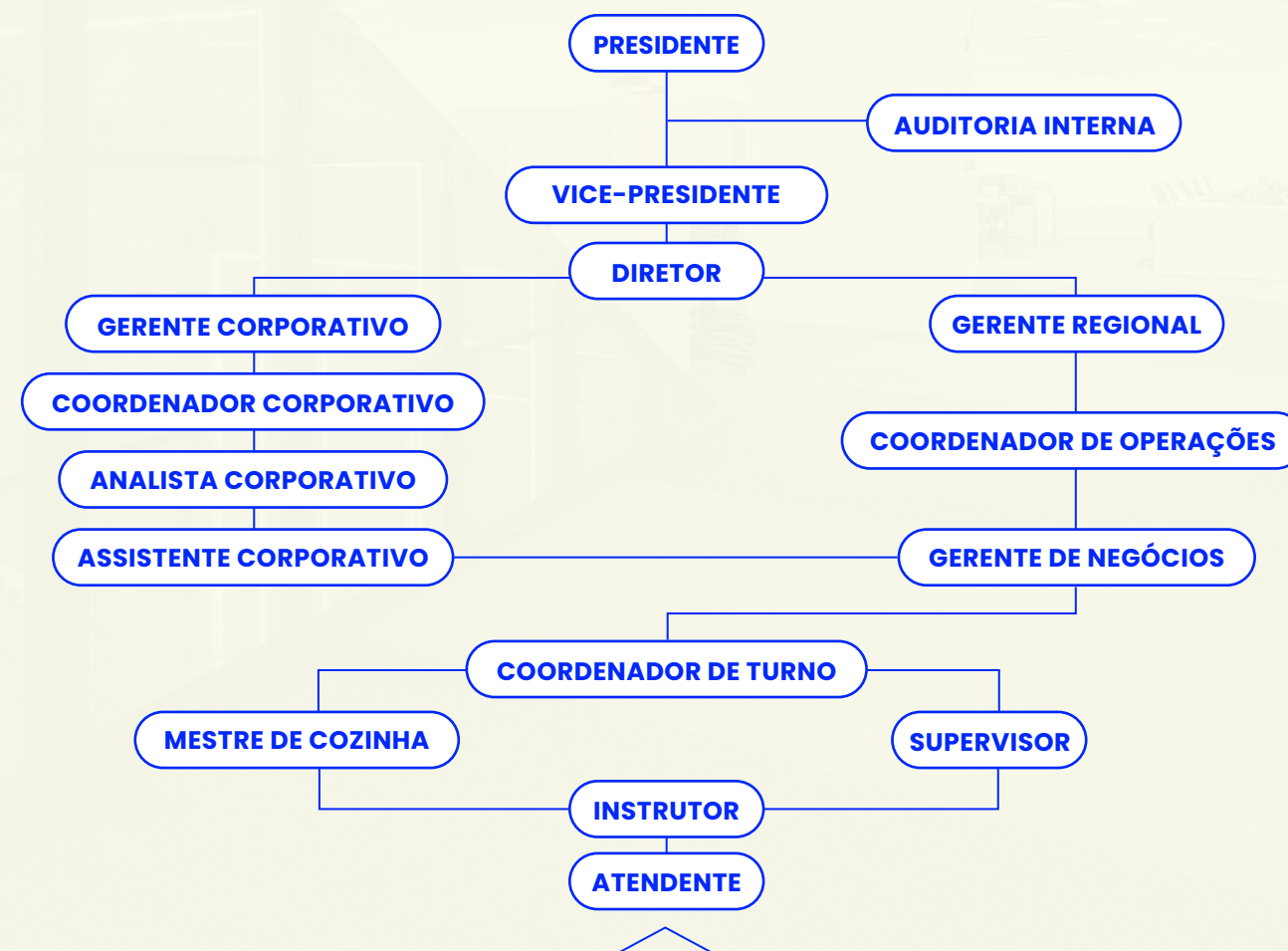


<sup>1</sup> A composição acionária reflete o segundo trimestre de 2022.

## ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

A estrutura de governança foi construída para embasar as nossas atuações em busca de bom desempenho, da diminuição de riscos e do monitoramento dos objetivos estratégicos.

Para isso, contamos com a Diretoria Executiva, o Conselho de Administração e os comitês ligados a esses órgãos, cujo papel é o de propor melhorias em suas devidas áreas e legitimar as escolhas do colegiado.



## Conselho de Administração

Estabelece as diretrizes e políticas gerais para os nossos negócios. Estão sob sua responsabilidade, também, a supervisão e monitoramento das atividades dos diretores, a escolha de auditores independentes e a instituição de comitês, estabelecendo os respectivos regimentos e competências.

Sua composição é definida por meio de eleições na Assembleia Geral de Acionistas devendo ter, no mínimo cinco e no máximo 11 membros para um mandato de dois anos renováveis.

A seguir, conheça a composição do Conselho de Administração da ZAMP. Para uma breve biografia dos conselheiros, acesse: [burgerking.riweb.com.br](http://burgerking.riweb.com.br)

<sup>1</sup> Iuri Miranda assumiu a posição renunciada por Paula Bellizia, conforme Comunicado ao Mercado publicado em 22 de setembro de 2022, no site de Relações com os Investidores.



## Diretoria Executiva

Reporta suas atividades diretamente ao Conselho de Administração e o Estatuto Social da Companhia prevê que seja composta por no mínimo dois e, no máximo, sete membros. As atribuições desse órgão são executar o planejamento estratégico aprovado pelo Conselho de Administração e aplicar eficientemente os recursos definidos para cada área. A atual diretoria é composta por seis executivos eleitos, com mandatos de dois anos, sendo permitida a reeleição.

## Conselho Fiscal

Órgão societário de caráter não permanente. As principais responsabilidades do conselho, que tem mandato de um ano, consistem em fiscalizar as atividades da administração, rever as demonstrações financeiras e reportar as conclusões aos acionistas.

## Comitês Executivos

Para assessorar o Conselho de Administração e órgãos de governança no fornecimento de insumos estratégicos para a tomada de decisão, foram criados comitês especializados. Todos possuem regimento interno próprio e estão subordinados ao Conselho de Administração e à Diretoria Executiva.

A empresa tem cinco comitês executivos: Comitê de Auditoria; Comitê Gente e Remuneração; Comitê de Finanças; Comitê de Conduta e Comitê de Estratégia e Inovação. **GRI 102-201**

**Em 2021,  
33,33% do conselho era  
composto por mulheres<sup>1</sup>**

**Durante 2021, 71,43% dos  
membros eram conselheiros  
independentes; em 2022 o  
índice foi de 57,14%**

<sup>1</sup> Um membro do conselho não foi contabilizado no reporte por ser membro dependente e não constar na folha de pagamento da Companhia.



# ÉTICA E COMPLIANCE

GRI 102-16, 103-2, 103-3 | 205 | 206 | 415 | 419

Para que valores como ética, transparência, integridade e respeito às leis sejam transversais aos negócios e na relação com nossos *stakeholders*, contamos com diversos instrumentos, como o Programa de *Compliance*, que conscientiza sobre os riscos relacionados ao tema, reforça a integridade como valor e padrão de comportamento esperado dos colaboradores e parceiros.

Sendo assim, implementamos uma série de ações, como treinamentos, planos de comunicação, monitoramento de adesão às políticas, auxílio dos colaboradores com dúvidas sobre o Código de Conduta, normas e diretrizes internas, entre outros aspectos.

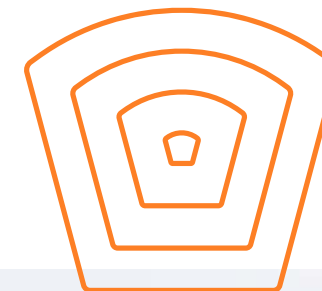
Ao ingressar na Companhia, todos os novos colaboradores e membros dos órgãos de governança recebem o Código de Conduta junto aos documentos admissionais. Após a assinatura, essa documentação é anexada no Portal do MeuBK. O Código descreve as normas de comportamentos adotadas pela empresa, sendo claro o comprometimento exigido com nossos padrões.

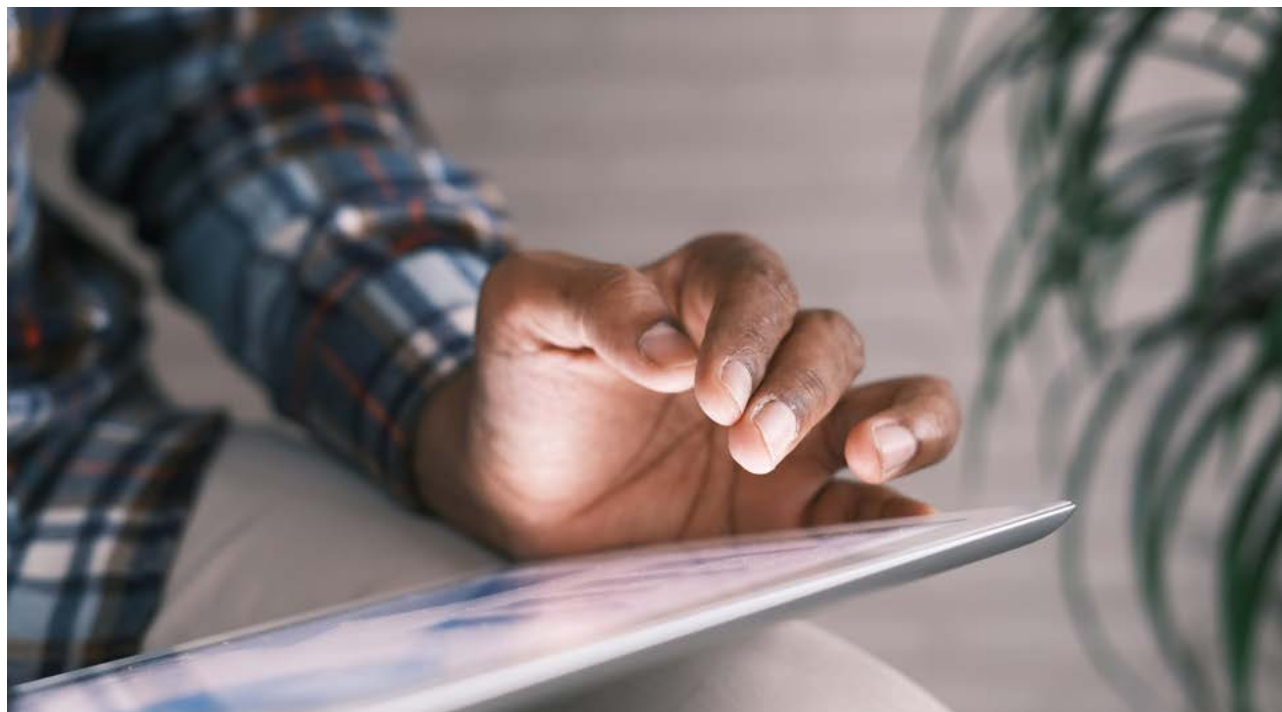
Trabalhamos com iniciativas e políticas em busca de evitar atitudes antiéticas em nossa atuação. Para isso, contamos com um amplo escopo de diretrizes, de políticas anticorrupção (baseadas na Lei Anticorrupção Brasileira, 12.846/2013 e na Lei Americana Anticorrupção - Foreign Corrupt Practice Act - FCPA) à gestão de riscos financeiros; bem como conflito de interesses; privacidade e proteção de dados; transações com partes relacionadas; negociações das ações da Companhia; divulgação de ato ou fato relevante; contratação e relacionamento com o poder público; brindes e hospitalidades; contratações de serviços de auditoria externa; destinação de resultados; e *due diligence* de integridade. Como meta para 2022, teremos uma política de doações e patrocínios.

Conforme o mapeamento de riscos da Companhia, elaborado em parceria com a consultoria Deloitte, em 2021, as operações que possuem alguma fragilidade relacionada à corrupção estão ligadas a licenciadoras, construtoras e órgãos públicos, embora nunca tenha havido registros de tais práticas ao longo da existência

da Companhia. A equipe jurídica também avalia potenciais causas que levam à concorrência desleal para mitigar os riscos da empresa nesse tema. Até o momento, não sofremos ações de práticas de truste e monopólio. [GRI 205-1, 205-3, 206-1](#)

Os relatos de potenciais violações às políticas da Companhia e à legislação vigente são recebidos pelo Canal de Denúncias, que conta com atendimento independente e está disponível 24 horas, para todos os *stakeholders* internos da empresa, como colaboradores, parceiros de negócios e franqueados. Em 2021, a Companhia recebeu 925 denúncias, das quais 56 não foram apuradas por motivos de dados insuficientes. Sendo assim, ao todo foram 844 denúncias endereçadas e apenas uma delas considerada inconclusiva. Por meio das mídias sociais, recebemos 106.715 reclamações operacionais nas unidades, das quais 83.325 foram solucionadas. [GRI 103-2](#)





## CANAL DE DENÚNCIAS

Site – Canal confidencial

**Telefone:** 0800-721-0745

(de segunda a sexta-feira, das 9h às 17h)

O Código de Conduta é disponibilizado aos colaboradores pelo portal MeuBK, e fazemos ampla divulgação do documento por meio de ações, e-mails, banners e treinamentos presenciais e on-line. Para a sociedade, nosso Código pode ser acessado no site: [zamp.com.br/quem-somos/](http://zamp.com.br/quem-somos/)

## TRANSPARÊNCIA PARA TODOS

A integridade e a ética são valores reforçados com nossos colaboradores, parceiros e comunidades onde atuamos. Para isso, o Programa de *Compliance* que nos orienta para o caminho da excelência, está estruturado em oito passos:

- 1. Suporte da alta administração:** participação dos executivos, comissões, nomeação de um profissional para disseminar o programa de *compliance*;
- 2. Código de Conduta e políticas de *compliance*:** regras claras e acessíveis, formalizando o comportamento esperado das partes envolvidas no negócio;
- 3. Treinamento, comunicação e engajamento:** programas de treinamento, comunicação e engajamento para entendimento claro das regras;
- 4. Canal de Denúncias:** garante o anonimato, disponível a todos para colher denúncias relacionadas a fraude, corrupção e ética;
- 5. Investigações internas:** denúncias tratadas de forma independente e sigilosa, apuradas de modo profissional e isento;
- 6. Avaliação de riscos de *compliance*:** mapear riscos com o objetivo de identificar pontos críticos, priorizando tratativas para mitigá-los e otimizar resultados;
- 7. Controles internos, monitoramento e auditoria:** implantação de controles e monitoramento de regras de negócio, utilizando também a auditoria como meio de verificação;
- 8. Due Diligence de terceiros:** conhecimento e monitoramento de riscos advindos de terceiros para evitar ações de responsabilizações.





## PRIVACIDADE DO CLIENTE

GRI 102-16, 103-2, 103-3 | 418

Para cumprimos a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) – nº13.709/2018, contamos com políticas voltadas para nossos clientes que incluem: diretrizes de privacidade (documento que esclarece aos clientes como fazemos uso de seus dados pessoais) e política interna de privacidade, um conjunto de regras aos colaboradores orientando como eles devem lidar com as informações que circulam na Companhia. Para reforçar essas práticas, oferecemos ciclos de treinamentos sobre o tema e nossos processos de controle à disposição de auditorias interna e externa para averiguação.

Monitoramos as queixas relativas à violação de privacidade e à perda de dados de clientes por meio de [canal exclusivo](#) (aba opções de privacidade) e nos aplicativos Burger King® e Popeyes® (aba direitos e solicitações). Monitoramos também os relatos pelo SAC, bem como temos um encarregado pela proteção de dados (DPO) na empresa, conforme exigência da lei. Durante o ano, não foram registradas reclamações sobre violação da privacidade de informações de clientes. [GRI 418-1](#)

## GESTÃO DE RISCOS

GRI 102-11, 103-2, 103-3

A gestão de riscos faz parte da preservação de valor da empresa, compõe o processo de tomada de decisão e contribui para o alcance dos nossos objetivos estratégicos e para a nossa longevidade. A preservação ambiental e social no desenvolvimento das atividades e temas ligados à governança são considerados os principais fatores, especialmente, os relacionados ao cumprimento dos 16 compromissos no escopo dos critérios ESG.

Por essa razão, nosso mapeamento de riscos, elaborado pela área de gestão de riscos em parceria com a consultoria externa Deloitte, contempla e monitora a evolução dos temas em conjunto com as demais frentes de governança: *compliance*, auditoria interna e gestão de processos.





## MONITORAMOS NOSSOS TEMAS

### Posicionamento de Mídia

Ações publicitárias, posicionamentos, manifestações ou eventos de repercussão em veículos de comunicação com impactos negativos relacionados à reputação, imagem e valor de mercado da Companhia.

### Dependência de Parceiros

Dependência de distribuidores (incluindo os intermediários) para a colocação de produtos no mercado; inexistência de alternativas de fornecimento e insumos que assegurem a manutenção e a continuidade das operações da Companhia e a dependência de fornecedor único ou exclusivo; e dependência de franquias em relação ao total de restaurantes.

### Precificação e Margem Operacional

Dados e premissas incorretos no modelo de precificação, diminuindo poder de precificação ou perdendo oportunidades de se obter margens maiores e aumento de *market share*.

### Saúde Pública e Força Maior

Alterações nos critérios legais e sanitários sobre embalagem, reembalagem e manipulação de seus produtos; necessidade emergencial de fechamento dos restaurantes vinculada a questões de higiene, casos fortuitos ou força maior.

### Efetividade e Eficiência de Processos

Obtenção de resultados que não atendem aos objetivos de negócios definidos e custos desnecessários devido às características do fluxo de informações e à forma ineficaz e ineficiente de execução dos processos de negócios.

### Logística e Expedição

Canais de distribuição inadequadamente posicionados e com custos não competitivos, o que impacta a execução e o gerenciamento dos aspectos logísticos e de qualidade da Companhia.

### Segurança Alimentar

Não atendimento às boas práticas de alimentação ou avaliações incorretas sobre impactos em saúde e segurança dos clientes.

### Ataque Cibernético

Invasões nos sistemas, informações e estruturas da Companhia.

### Tributário/Fiscal/Regulatório Cia Aberta

Ações ou omissões que gerem processos, ações judiciais, procedimentos tributários, fiscalizações, ou descumprimento de normas regulatórias relativas a Companhia Aberta (B3 e CVM).

### Trabalhista

Processos e ações judiciais, práticas incompatíveis com leis e acordos trabalhistas, discriminação ou diferenciação no tratamento dos funcionários.







# NOSSA COMIDA

# NOSSA COMIDA

Dentro desse pilar, concentramos diversas iniciativas que garantem práticas sustentáveis em relação à origem, prospecção, desenvolvimento, preparação e fornecimento de alimentos aos nossos consumidores. Sendo assim, temos cinco compromissos que envolvem saúde, controle de origem e destinação:

**1.** Remover 100% dos corantes e aromatizantes artificiais dos nossos sanduíches e sobremesas Burger King® e Popeyes® até 2025

**2.** Adquirir 100% das embalagens de nossos produtos com certificação de origem até 2025;

**3.** Manter a exigência de desmatamento zero em toda a nossa cadeia de fornecedores de proteína bovina até 2025;

**4.** Reciclar 100% do óleo coletado<sup>1</sup> em nossos restaurantes até 2021; **Compromisso 100% atingido.**

<sup>1</sup> Não foram contabilizadas as bombonas de óleo furtadas, extraviadas e/ou danificadas.

**5.** Atingir 90% de reciclagem/ compostagem de lixo dos nossos restaurantes de rua até 2025.





# COMER É UMA EXPERIÊNCIA



## Temas materiais

Eficiência no uso dos alimentos;



Qualidade, segurança e saudabilidade dos produtos; Bem-estar animal

Não vendemos apenas *fast-food*. Acreditamos que uma alimentação rápida pode ser saudável, saborosa e cumprir rígidos processos, do fornecedor ao cliente final. Queremos ser a melhor operadora de marcas de restaurantes do mundo, transformando positivamente a vida das pessoas e, para isso, pensamos em cada detalhe. [FB-RN-000.A](#)

Diferentemente da maioria dos concorrentes do setor, nossas carnes Burger King® são grelhadas diretamente no fogo, sem óleo, corante ou aroma artificiais. Fomos a primeira rede de alimentação a lançar um sanduíche com 100% de proteína vegetal (Veggie Burger), depois o Whopper® de plantas (*plant based*).

Por sua vez, na rede Popeyes®, nossos frangos são marinados por no mínimo 12 horas e empanados dentro de cada um dos nossos restaurantes, em um processo que confere sabor único.

Nossos pães também não têm qualquer corante, ou aroma artificiais. O objetivo é, em alguns anos,

trabalhar somente todos os produtos livres de corantes, ou aromas artificiais (com exceção das bebidas e sobremesas de lançamentos temporários).

Trabalhamos com insumos certificados quanto às práticas sustentáveis e modernas de produção, como Rainforest FSC para nossas embalagens. Em 2021, o óleo usado em frituras nos nossos restaurantes passou a ser recolhido e reaproveitado por 20 empresas parceiras homologadas desde 2017. Durante esses anos, já foram coletados mais de 2 milhões de litros transformados em biodiesel e sabão biodegradável.

É por isso que Nossa Comida é um pilar tão importante de sustentabilidade. Temos iniciativas que garantem práticas sustentáveis em relação a origem, prospecção, desenvolvimento, preparação e fornecimento dos nossos alimentos aos nossos consumidores.



**Grelhadas no fogo como churrasco, assim são feitas as carnes para conferir sabor único aos hambúrgueres**

**Para ficarem suculentos e crocantes, os frangos são marinados por no mínimo 12 horas antes de serem fritos**



## EFICIÊNCIA NO USO DE ALIMENTOS

Temos consciência que o desperdício de alimentos é um problema mundial. Dados da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) apontam que cerca de 1,3 bilhão de toneladas de alimentos produzidos no mundo são desperdiçados. Para minimizar esse impacto em nossos restaurantes, no Burger King® todos os sanduíches são preparados no momento do pedido. Por meio da iniciativa “Faça do seu jeito”, proporcionamos a customização dos lanches pelos clientes, possibilitando assim a redução do desperdício.

Fazemos também o acompanhamento e a gestão do estoque (alimentos na prateleira, validade e quantidade em loja) e desenvolvemos cálculos para prever a demanda. Toda a movimentação de entrada e saída de mercadorias,

descartes e vendas são alvo de análise. Quando registrados descartes maiores do que a meta estabelecida, fazemos um estudo da causa e elaboramos uma ação corretiva.

Por meio do uso de dados é possível ter um diagnóstico do principal causador de desperdício e acionar a área responsável para que faça a correção e o acompanhamento do número. Um *software* em desenvolvimento nos auxiliará na gestão de pedidos dos restaurantes. [GRI 103-2, 103-3](#)

### A customização do sanduíche por parte dos clientes auxilia na redução do desperdício



# QUALIDADE, SEGURANÇA E SAUDABILIDADE DOS PRODUTOS

GRI 103-2, 103-3 | 416 | 417

Os alimentos, bebidas e embalagens das marcas Burger King® e Popeyes® passam por um processo de homologação junto à equipe global da Burger King® Corporation (RBI). Já o desenvolvimento de novos produtos e fornecedores tem uma criteriosa avaliação dos setores de Qualidade de Produtos e de Inovações, da nossa Diretoria de *Marketing* e Inovações. Ao ser criado, o produto é homologado junto à Restaurant Brands International (RBI) – responsável pelas redes – para garantir a segurança do alimento para o consumidor.

Para que essa homologação seja permanente, fazemos auditorias nas fábricas e nos produtos dos nossos fornecedores, garantindo que as especificações não tenham desvios de qualidade. Monitoramos, ainda, a logística de entrega, verificando se as mercadorias estão íntegras, com a validade adequada e dentro dos padrões de temperatura (refrigeradas ou congeladas). Além disso, temos um indicador para acompanhar a qualidade das entregas dos produtos em loja.

Dentro dos restaurantes, os processos são verificados pela área de Qualidade Operacional. É necessário que os padrões criados no momento da concepção dos produtos sejam respeitados. As proteínas, por exemplo, precisam ser grelhadas, cozidas ou fritas no tempo adequado. Esses processos garantem a qualidade, com segurança alimentar e saúde dos nossos clientes.

Em um esforço para melhorar os padrões de marca e maximizar a aplicação da segurança de alimentos, contamos também com uma fiscalização interna realizada pelo menos duas vezes por ano em nossos restaurantes.

**Avaliamos os impactos à saúde e segurança de 100% dos nossos produtos**







## SEGURANÇA DO ALIMENTO

Dos nossos 736 restaurantes próprios (entre Burger King® e Popeyes®), 9% foram inspecionados por um órgão de supervisão à segurança do alimento e 3% receberam notificações, em 2021. Os restaurantes notificados não registraram casos inadequados de segurança alimentar. O motivo foi aglomeração e adequações por conta das normativas estabelecidas em alguns municípios no cenário da pandemia de covid-19. Não dispomos de informações sobre os franqueados.

**FB-RN-250a.1**

Avaliamos os impactos à saúde e à segurança de 100% dos nossos produtos ou serviços em busca de melhorias. Em 2021, não registramos situações de não conformidade com leis ou códigos voluntários nessa questão e não foi necessário recolhimento de produtos. **GRI 416-1, 416-2, FB-RN-250a.2**

Temos dois programas globais de qualidade voltados para os fornecedores de embalagens: auditorias de fábricas para monitorarmos questões relacionadas à segurança alimentar e análises físico-químicas dos materiais, a fim de garantirmos a segurança dos nossos consumidores.

## MARKETING E ROTULAGEM

Nossa empresa tem a transparência como marca e não deixa os clientes em dúvida em relação ao que será consumido nos restaurantes. As informações detalhadas dos produtos estão em materiais físicos nos restaurantes e disponíveis nos *sites* institucionais, incluindo tabelas nutricionais e alimentos que possam gerar alergias. A rotulagem das embalagens dos produtos é feita pelos próprios fornecedores e aprovada pelo nosso time.

A área de Qualidade de Produtos é responsável pelo cálculo nutricional dos novos lanches e o mapeamento dos alergênicos. Além disso, estamos fazendo uma força-tarefa e adequando as informações ao consumidor sobre as mudanças feitas nos produtos, já que temos a meta de remover 100% dos corantes e aromatizantes artificiais de nossos lanches até 2025. Não hesitamos em nos posicionar e mudar o nome do produto quando a comunicação não se mostra eficiente, como aconteceu no início de 2022, com o sanduíche de paleta suína vendido anteriormente como de costela, por ter o aroma natural dessa parte da carne do porco.

Agimos em conformidade com os regulamentos e códigos voluntários em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços. Em 2021, não registramos nenhum caso de não conformidade em relação à comunicação de *marketing*. **GRI 417-3**

Na rotulagem de produtos e serviços exigimos dos fornecedores informações sobre a terceirização de componentes; conteúdo, principalmente com respeito a substâncias que possam gerar um impacto ambiental ou social; forma de uso seguro e disposição do produto e impactos ambientais ou sociais. **GRI 417-1**

**Temos a meta de remover 100% dos corantes e aromatizantes artificiais de nossos lanches até 2025**



# NOSSA PEGADA



# NOSSA PEGADA

Tratamos essencialmente dos impactos diretos e indiretos das atividades dos restaurantes ao meio ambiente. Um dos principais temas neste pilar é a redução da geração de resíduos. Todos os nossos seis compromissos estão focados em reduzir o número de embalagens, pacotes e materiais, que iriam para o lixo após o consumo.

**1.** Eliminar o fornecimento de plásticos para os nossos clientes até 2025;

**2.** Reciclar 100% de papelão dos nossos restaurantes de rua até 2023;

**3.** Garantir a utilização de ovos 100% *cage free* (galinhas criadas soltas, sem gaiolas) até 2025;

**4.** 100% das unidades produtoras de aves para produtos certificados quanto ao bem-estar animal até 2025;

**5.** Garantir que 100% dos novos equipamentos ou substituições utilizam tecnologias ecologicamente eficientes (LED, A/C Inverter e reúso de água) até 2025;

**6.** Reduzir em 30% as emissões de gases de efeito estufa em nossa Companhia até 2030.





# GESTÃO AMBIENTAL

GRI 103-2, 103-3 | 301



## Tema material

Gestão ambiental e  
mitigação de impactos  
associados

## Um dos principais temas no pilar Nossa Pegada é a redução da geração de resíduos

O nosso olhar está no futuro. Trabalhamos para construir um mundo mais eficiente, sustentável e para isso temos investido no nosso propósito e legado. Seguimos os pilares da sustentabilidade, adotamos os ODS mais relevantes para os nossos negócios, tudo alinhado com nossa forma de gestão que considera práticas socioambientais e de governança (ESG).

Nossas diretrizes e ambições dentro do pilar Nossa Pegada definem as ações para o avanço do tema na Companhia. Por meio dele, tratamos dos impactos (diretos ou indiretos) que as atividades dos nossos restaurantes geram ao meio ambiente e um dos principais é a redução de geração de resíduos.

Antes mesmo do lançamento oficial dos nossos compromissos ESG, em 2021, nossos restaurantes já adotavam práticas para a diminuição da quantidade de embalagens e de pacotes, e deixamos de usar caixas de papelão para nossos combos infantis. Adotamos papeleiras de guardanapos, que evitam o uso de embalagens para envolvê-los.

## ENERGIA GRI 103-2, 103-3 | 302

Dentro dos nossos restaurantes adotamos tecnologias que minimizem a utilização de água e energia elétrica adquirida por meio de mercado livre e de distribuidoras. Desde



2020, desenvolvemos um projeto em parceria com cinco usinas de geração distribuída, que produzem energia limpa e renovável, contribuindo para uma redução anual projetada de 270 mil toneladas no volume de emissão de gás carbônico. Com essas usinas em operação, temos 57% dos restaurantes próprios em baixa tensão com geração distribuída. Dos 248.395 GJ de energia elétrica consumida em 2021, 88,76% são provenientes exclusivamente de fontes renováveis (solar, eólica e hidrelétrica) e o restante é proveniente de fontes não renováveis (nuclear e termelétrica). Dessa maneira, o total de energia consumida, em 2021, foi de 496.790 GJ, sendo 100% dessa energia proveniente da rede. **FB-RN-130 a.1**

## TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA<sup>1</sup> (GJ) – 2021 GRI 302-1

Energia comprada (fontes não renováveis)	27.919,6
Energia comprada (fontes renováveis)	220.475,4
Energia comprada total (rede)	248.395

<sup>1</sup> A ZAMP não produz ou comercializa energia elétrica, vapor, refrigeração e aquecimento. Os dados de consumo de combustíveis não estão disponíveis neste momento.





## ÁGUA E EFLUENTES

GRI 103-2, 103-3 | 303 | 303-1 | 303-2

Em 2021, implementamos um sistema de reúso de água para minimizar desperdício em 144 restaurantes, representando aproximadamente 15% deles em 2021. A água captada (inclusive via condensamento de ar-condicionado) é reutilizada na jardinagem e descarga de banheiros. Além disso, os produtos de limpeza são biodegradáveis e 100% do óleo coletado nos nossos restaurantes são reciclados, não havendo a possibilidade de descarte inapropriado e poluição da água.

Cada unidade monitora o consumo próprio de água e os resultados são acompanhados semanalmente. Em algumas delas foram implantadas válvulas de redução de consumo. Durante o ano, foram mapeados planos de melhorias a serem implementados em nossos restaurantes para atingimento de metas até 2025, além de pesquisa de melhores práticas, balanços hídricos e projetos de inovação.

Para as regiões que apresentam estresse hídrico, existem iniciativas para a implementação de sistemas de reúso e campanhas de conscientização sobre o uso da água. Em paralelo, avaliamos constantemente a escassez hídrica por meio de monitoramentos divulgados pelas autoridades locais em todas as unidades.

Nossa captação de água é feita por meio das companhias locais e o descarte, pelo sistema de esgoto da região. Com uso de tecnologia, iniciamos um projeto de medição, coleta e controle de dados, para transmiti-los para um receptor que fará o processamento das informações, identificando possíveis problemas nas unidades. A meta é que até 2030 todos os restaurantes usem essa tecnologia.

Em relação ao tratamento de efluentes, não existem impactos significativos quanto ao tratamento de esgoto das unidades, tendo em vista que são orgânicos.

### VOLUME TOTAL DE ÁGUA CAPTADA EM TODAS AS ÁREAS E ÁREAS COM ESTRESSE HÍDRICO, POR FONTE (mL)<sup>1</sup> – 2021 GRI 303-3

Fonte	Todas as áreas (ML)	Áreas com estresse hídrico
Água de terceiros (Total)	-	-
Água Doce (≤1000 mg/l de Sólidos Dissolvidos Totais)	393,54	0
<b>Total</b>	<b>393,54</b>	<b>0</b>

<sup>1</sup> As informações foram obtidas de acordo com o histórico proveniente das bases de dados fornecidas pelas companhias de saneamento básico que abastecem os restaurantes.

## RESÍDUOS

GRI 103-2, 103-3 | 306 | 306-1 | 306-2 | 306-6

Nosso compromisso é melhorar, ano a ano, a gestão de resíduos por meio do uso de materiais menos poluentes e certificados, e com maior reaproveitamento e destinação ambientalmente correta para os que não podem ser reutilizados. Somos categorizados como grandes geradores, devido a produção de mais de 200 litros de resíduos por dia, em grande parte dos nossos restaurantes, o que nos traz grande responsabilidade.

Além do óleo, que já é reaproveitado – um dos compromissos do pilar Nossa Comida integralmente atingido–, nos preocupamos com as embalagens dos nossos lanches. Exigimos que elas não tenham isopor, que recebam o selo FSC (garante a origem da madeira utilizada para a produção) e fizemos parceria com a BO Packing para que nossos copos sejam destinados corretamente. Iniciamos esse processo em 2021 em dois restaurantes e temos previsão de expansão em 2022. Pensamos sempre em reduzir a quantidade de embalagens para os clientes. Nossos lanches passaram a utilizar lâminas de papel passíveis de reciclagem, gerando menos impacto que as caixinhas de papelão. Os copos são de polipapel e as tampas são entregues apenas em compras para viagem. Os canudos são de papel ou biodegradáveis. [GRI 306-1, 306-2](#)

No ano de 2021, destinamos 262,46 toneladas de resíduos para reciclagem, dado estimado com base no projeto Aterro Zero e informação da Ambiensys. Para 2022 iremos aumentar em 36% esse número, garantindo que cada vez mais nossos resíduos sejam destinados com menos impactos. [GRI 306-4](#)

Os resíduos gerados pelos 152 restaurantes localizados fora de *shoppings* e condomínios, são coletados por empresa parceira (Ambiensys). Para 15 desses restaurantes localizados na Grande São Paulo iniciamos o projeto-piloto Aterro Zero a fim de enviar os resíduos (em torno de 45 toneladas por mês) para compostagem, reciclagem e coprocessamentos. Dessa forma, deixamos de encaminhar para os aterros sanitários cerca de 300 toneladas por mês de resíduos, com base nos dados do projeto Aterro Zero e informações da Ambiensys.

Realizamos um acompanhamento mensal dos manifestos de transporte de resíduos (MTR) e acompanhamos a situação de todos os depósitos de resíduos dos restaurantes, garantindo que o descarte correto seja feito para evitar a geração de pragas e vetores. Os restaurantes que não têm o serviço particular, possuem a coleta realizada pelas prefeituras.



### TOTAL DE RESÍDUOS GERADOS, POR COMPOSIÇÃO¹ (t) – 2021

GRI 306-3

Categoria	Quantidade gerada
Óleo vegetal	801,19
Resíduos não recicláveis (Serviço terceirizado)	612,40
Resíduos recicláveis (Serviço terceirizado)	262,46
Resíduos não recicláveis (Coleta pública)	42.051,72
<b>Total</b>	<b>43.727,78</b>

¹ Os dados foram obtidos pela base de indicadores informada pela empresa Ambiensys. Cada loja produz em média 4,84 toneladas por mês.



# BEM-ESTAR ANIMAL E CADEIA DE FORNECIMENTO

GRI 102-9, 103-2, 103-3 | 307

Em linha com as iniciativas globais das nossas marcas, também estamos trabalhando com práticas relativas ao bem-estar animal. Uma delas diz respeito aos ovos (utilizados na fabricação de nossos insumos) adquiridos de nossos fornecedores: até 2025, esse alimento precisa ser proveniente somente de aves criadas livres de gaiolas.

Comprometemo-nos também a certificar 100% as unidades produtoras de aves quanto ao bem-estar animal, junto aos nossos fornecedores, com base na *National Chicken Council* (NCC). Vamos nos dedicar à melhoria contínua em nossa estratégia de fornecimento sustentável, comprometidos em trabalhar com parceiros que apoiem resultados positivos e políticas de bem-estar animal.

Estamos avançando na quantidade de carne suína utilizada sem o uso de gaiolas de gestação por parte dos nossos fornecedores. Até 2025, eles não mais poderão fazer uso desse sistema de produção.

Além dessas questões ligadas às carnes, outros requisitos estão relacionados à compra de produtos dos fornecedores diretos (90 deles), tais

como: os que utilizam formulações que contenham mais de 1% de óleo de palma precisam garantir que a matéria-prima tenha certificação Mesa Redonda de Óleo de Palma Sustentável (RSPO) e ausência de isopor nas embalagens da Popeyes® a partir de 2021. Nos restaurantes Burger King®, esse material foi eliminado em 2020.

Todas as embalagens desenvolvidas pelos fornecedores passam por aprovações; as fábricas precisam ter uma certificação da iniciativa GFSI (FSSC 22.000, IFS, SQF ou BRC), bem como o selo FSC (rastreabilidade de origem); as fábricas que ainda não têm as certificações possuem compromissos visando à retirada e à adequação referente às certificações, os produtos precisam ser isentos de bisfenol, PFOA e provenientes de materiais que possam ser reciclados. Seguimos as leis locais e globais acerca da retirada do plástico de nossos produtos.

Disponibilizamos para todos os parceiros, incluindo os 300 principais fornecedores indiretos, um Código de Conduta nos Negócios e um Termo de Condições Gerais específico para eles, que prevê cláusulas relacionadas ao respeito aos Direitos Humanos, à não exploração



do trabalho infantil ou em condição análoga ao escravo, bem como exigências específicas anticorrupção, trabalhistas e previdenciárias. Contamos também com uma política específica para compras, processo de *due diligence*, e avaliação de antecedentes, mídias negativas etc. [FB RN 430 a.1](#), [FB RN 430 a.2](#), [FB RN 430 a.3](#)

Atualmente, os vegetais (alface e tomate) fornecidos para o Burger King® e Popeyes® possuem certificações de boas práticas agrícolas (Global GAP), reconhecidas pela norma GFSI (Global Food Safety Initiative), e os

parceiros que fornecem carne bovina e de frango precisam submeter anualmente, para a aprovação da RBI, relatórios de auditorias de bem-estar animal conduzidas por uma empresa terceirizada e alinhada aos padrões do North American Meat Institute (NAMI) e NCC. Para toda a cadeia de parceiros que fornecem proteína bovina, especificamente, temos a exigência de desmatamento zero até 2025. Em relação à carne suína, para a homologação de novas fábricas que vão produzir para o Burger King®, a BKC pede o relatório de auditoria de bem-estar animal. [FB RN 430 a.1](#)

# NOSSA GENTE





# NOSSA GENTE

Todas as pessoas são bem-vindas, independentemente de idade, gênero ou expressão de gênero, orientação sexual, identidade, raça e etnia, cor, deficiência, religião, estado civil, nacionalidade, regionalidade ou qualquer outro marcador identitário. Acreditamos que todas as pessoas devem ter oportunidade de deixar a sua marca registrada e queremos contribuir com isso, cada vez mais, a partir de cinco compromissos:

**1.** Garantir treinamento aos colaboradores da Companhia sobre equidade, inclusão e diversidade até 2023;

**2.** Garantir acessibilidade dos canais de relacionamentos digitais da Companhia para pessoas com deficiência até 2025;

**3.** Evoluir nos processos de recrutamento e seleção livres de pré-julgamento até 2023;

**4.** Garantir 50% de representatividade feminina na liderança corporativa e em nossos restaurantes;

**5.** Aumentar a representatividade de grupos diversos (pessoas negras, com deficiência, LGBTQIA+ e 50+) em nosso time corporativo até 2025.





# TIME ZAMP

GRI 102-8, 103-2, 103-3 | 401



## Temas materiais

Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores;  
Diversidade e inclusão

Acreditamos que o sucesso é a soma dos talentos de muitas pessoas. Na estratégia de cuidado com a nossa gente, trabalhamos para criar uma experiência que inspire os profissionais a serem cada dia melhores, construírem suas histórias e serem protagonistas de suas vidas e carreiras. Dessa maneira, a equipe atua alinhada aos nossos valores para o bom desempenho dos negócios e dos compromissos da empresa com a sociedade e o planeta.

Contamos com 16.601 colaboradores<sup>1</sup>, sendo 46% deles homens e 54% mulheres. Somos formadores de mão de obra, principalmente, de jovens em primeiro emprego formal: 89,37% do nosso quadro é composto por jovens abaixo de 30 anos e 73,24% estão na região Sudeste do país – os dados não incluem as franquias. Para cargos corporativos, exigimos requisitos específicos para executar a função, como cursos, conhecimentos ou habilidades específicas. **FB-RN-000.B**

<sup>1</sup> O total de 16.601 pessoas se refere a empregados e trabalhadores.

Oferecemos um pacote de benefícios com plano de saúde, seguro de vida, licença maternidade/paternidade, Gympass, Programa Confio, auxílio-deficiência e invalidez. Criamos um *chatbot* para tirar dúvidas sobre remuneração e benefícios (como vale-transporte e férias), que responde, em média, 86% dos questionamentos do nosso time. Foram 748.312 interações registradas em 2021. **GRI 401-2**

Fazemos a gestão de recursos humanos mensalmente, em cada setor, de acordo com as vagas que são determinadas para que sejam preenchidas por contratações externas ou promoções internas. Acompanhamos os indicadores continuamente utilizando ferramentas de Gestão de Resultados e Metas.

Temos pesquisa de clima interna três vezes ao ano – a Fala BK Colaboradores – que foca na percepção e experiência do colaborador. Em 2021, realizamos uma pesquisa para conhecer melhor o perfil da nossa equipe. Dos 12.839 participantes (77,33% do total de colaboradores), 95% deles trabalham em nossos restaurantes; 38% são pardos e 34% brancos; 68% afirmaram ser heterossexuais (os outros 32% são a soma de pessoas que se declararam como LGBTQIA+ e pessoas que preferiram não declarar) e 62% cisgêneros (se identificam com o próprio gênero); e 56% têm ensino médio completo.

**Desenvolvemos habilidades com nossos colaboradores em quatro pilares estratégicos: experiência do cliente, liderança, excelência operacional e gestão de alta performance**



# PERFIL DOS NOSSOS EMPREGADOS

## EMPREGADOS POR TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO E GÊNERO¹ – 2021

GRI 102-8

Tipo de contrato	Homens	Mulheres	Total
Permanente	7.626	8.966	16.592
Temporário	0	0	0
<b>Total</b>	<b>7.626</b>	<b>8.966</b>	<b>16.592</b>

¹ Os trabalhadores temporários são terceirizados, portanto, não possuímos as informações para divulgação desses dados.

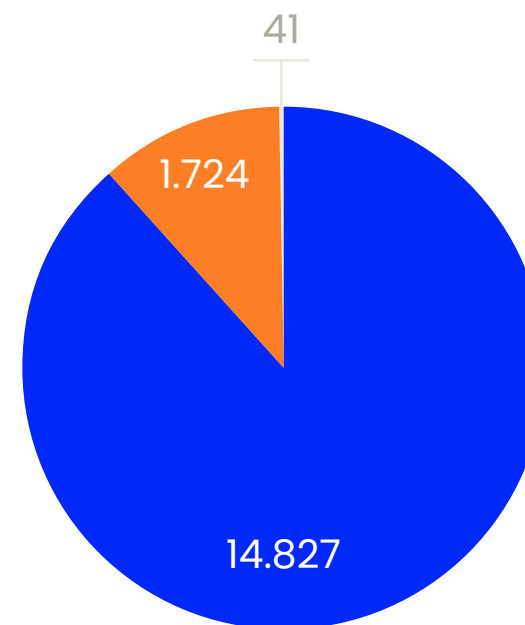
## EMPREGADOS POR TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO E REGIÃO – 2021

GRI 102-8

Região	Permanente	Temporário	Total
Norte	202	0	202
Nordeste	1.558	0	1.558
Centro-Oeste	915	0	915
Sudeste	12.153	0	12.153
Sul	1.764	0	1.764
<b>Total</b>	<b>16.592</b>	<b>0</b>	<b>16.592</b>

## Empregados por faixa etária

GRI 102-8



Total  
**16.592**

- Abaixo de 30 anos
- Entre 30 e 50 anos
- Acima de 50 anos







## CULTURA, PERTENCIMENTO E CARREIRA

GRI 103-2, 103-3 | 404

Nós temos orgulho dos empregos e oportunidades que geramos, das vidas que transformamos e, conseqüentemente, do desenvolvimento econômico que ajudamos a proporcionar ao país. Após enfrentar a grave crise sanitária, voltamos para a trilha de crescimento com novas contratações. Nosso objetivo de servir comida de verdade, com a melhor qualidade, só é possível com pessoas de verdade e com respeito a cada colaborador.

Nossos restaurantes são admirados pelo atendimento rápido e cordial. Isso porque, em cada loja, todos se comportam como “donos do negócio”. Essa é nossa cultura e o time de recursos humanos trabalha para reforçá-la. E treinamos muito.

Temos uma estratégia de aprendizagem desde 2018, chamada *Unboxing* (pensar fora da caixa), que está pautada na filosofia do aprendizado ao longo da vida. O objetivo é responder aos desafios estratégicos de forma inclusiva e moderna, trazendo nossos colaboradores para o centro das experiências de aprendizagem. Nada fica restrito à sala de aula ou curso *on-line*.

Desenvolvemos habilidades com os nossos colaboradores em quatro pilares estratégicos da nossa atuação: Experiência do Cliente, Liderança, Excelência Operacional e Gestão de Alta Performance.

Em 2020 e parte de 2021, os planos de expansão da *Unboxing* para o público corporativo tiveram que ser adiados devido à pandemia e foi preciso direcionar esforços para transformar todos os conteúdos para o formato *webinar* e *on-line*, bem como produzir e aplicar novos cursos para o time de restaurantes no desafio da operação de *delivery* e intensificação do *drive-thru*.

**Até 2023, assumimos o compromisso de evoluir nos processos de recrutamento e seleção livres de pré-julgamento**





## Somos uma das empresas que mais oferece oportunidades aos jovens para o primeiro emprego, colaborando para a inserção deles no mercado de trabalho



No entanto, no último trimestre de 2021, retomamos o plano de implementação do *Unboxing*, resgatando os principais aprendizados e oportunidades dos últimos anos. Por meio da escuta dos nossos clientes e dos processos de cocriação, priorizamos da seguinte forma o escopo de trabalho para 2022:

- **Gestão de modelo de aprendizagem:** retomada do plano de gestão da mudança (compreensão do *Unboxing*), resgatar rituais com responsáveis das áreas,
- **Desenho das soluções de aprendizagem:** revistar as trilhas de aprendizagem para cargos de restaurantes e formar aquelas voltadas para o time corporativo; revisão e formação de liderança,
- **Ferramentas de apoio:** implementar nossa plataforma de experiência de aprendizagem (Learning Experience Platform) e o Unboxing Play, centralizando em um único local todas as iniciativas e canais de treinamento,
- **Processos operacionais:** retomada da governança conjunta do restaurante treinador com as áreas de apoio e operações, revisão de indicadores de qualidade das formações e da política de incentivos para treinadores, com foco em aumentar o desempenho das lideranças formadas em nossos centros de excelência.

## Incentivo ao desenvolvimento

GRI 103-2, 103-3 | 404, 404-2

Valorizamos os nossos colaboradores e, por isso, oferecemos uma série de iniciativas que proporcionam o aprimoramento constante das nossas equipes. Entendemos que um ambiente de trabalho acolhedor e produtivo precisa estar ligado a uma cultura que valoriza o desenvolvimento das pessoas. Sendo assim, disponibilizamos programas de aperfeiçoamento e assistência para a transição de carreira (confira ao lado) e os colaboradores recebem análises de desempenho por categoria – em 2021, 80,29% deles passaram por essa avaliação. [GRI 404-3](#)



## Formação Inicial

Promover uma boa experiência e aculturação dos novos colaboradores durante a chegada na empresa, com conteúdos sobre os processos e diretrizes essenciais da Companhia e vivência operacional no restaurante.

## Capacitação Funcional

Capacitação sobre os padrões de trabalho, processos, rituais específicos da estrutura ou da empresa. Os conteúdos são diversos dentro dos temas código de conduta, diversidade e inclusão, manutenção, experiência do cliente e vendas.

## Formação na Função

Atendente, instrutor, supervisor, liderança, capacitação operacional e comportamental para formação dos colaboradores de restaurantes que passarão a assumir uma nova função seguindo a trilha de carreira.

## Formação Continuada

- **King Belt:** programa de melhoria contínua e inovação para sustentar o crescimento da empresa, com objetivo de trazer resultados por meio da disseminação de conhecimento e capacitação aos colaboradores em metodologia de solução de problemas.
- **Programa de multiplicadores:** formação de multiplicadores a fim de incentivar a cultura de aprendizagem contínua por meio da disseminação de conhecimento e apoio às iniciativas de aprendizagem.
- **Curso de Especialistas Burger King:** especialização nos temas da nossa operação em diferentes frentes, tais como segurança dos alimentos, qualidade dos produtos, manutenção dos equipamentos, preparação e montagem dos produtos e segurança dos colaboradores.
- **Circuito de RT:** capacitação das lideranças de restaurante treinador visando ao desenvolvimento dessas lideranças para qualidade da formação de novas lideranças, assim como a garantia dos padrões operacionais e excelência do cliente.
- **Dia de excelência:** capacitação das lideranças de restaurante focada nos temas de modelo de liderança e experiência do cliente.
- **PDL:** programa de desenvolvimento e aprimoramento de habilidades comportamentais (*soft skills*) da liderança.
- **Programa Jovem Aprendiz Corporativo:** Voltado para a preparação e inserção de jovens no mercado de trabalho, que se apoia na Lei 10.097/2000 (Lei da Aprendizagem).
- **Programa de estágio corporativo:** Desenvolver estudantes durante um ano, no intuito de criar ou alavancar habilidades para que ao final do programa possam assumir posições de assistentes e analistas dentro da Companhia.
- **Programa Trainee Corporativo:** Voltado para os recém-formados, com o objetivo de acelerar o desenvolvimento de carreira, para que ao final do programa os *trainees* possam assumir posições de analistas sêniores ou de coordenadores.
- **Whoportunidades:** Programa interno de transição de carreira. As vagas abertas são publicadas internamente e ficam disponíveis no Portal de Gente, ao qual todos os colaboradores possuem acesso e podem se inscrever.



# DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

GRI 103-2, 103-3 | 405

Acreditamos que a pluralidade de colaboradores agrega diferentes visões e experiências para a competitividade do negócio. Nosso objetivo é refletir a diversidade do país e colaborar para a superação das desigualdades sociais. Por esse motivo, criamos uma área de Diversidade, Equidade e Inclusão, que busca continuamente promover a representatividade de diferentes públicos, assim como condições de acesso, permanência e mobilidade dentro da organização, assegurando que todos tenham seus direitos preservados.

Estamos comprometidos em estabelecer políticas, processos, programas e iniciativas que fomentem uma cultura interna que apoie e respeite os valores e necessidades de todos os indivíduos, independentemente de sua idade, gênero e expressão de gênero, orientação sexual, identidade, raça e etnia, cor, deficiência, religião, estado civil, nacionalidade, regionalidade, ou qualquer outro marcador identitário. Focamos na criação de processos seletivos de *trainees* e estagiários nos quais dados socioeconômicos, de raça e gênero são divulgados apenas após a seleção dos candidatos.

Entendemos como vantagem competitiva a ascensão de um número cada vez maior de mulheres às nossas posições de liderança. Temos

25% de mulheres ocupando cargos na alta liderança, 30,61% em gerências e 41,84% em cargos de coordenação na nossa sede. Nos restaurantes, em posição de liderança, temos 52,40% de mulheres ocupando cargos de gerência e 52,92% em posições de coordenação.

Investimos na criação de restaurantes totalmente acessíveis para nossos clientes desde 2012, sendo a primeira grande rede de alimentação a ter desenvolvido um *site* dedicado a atender clientes surdos sinalizados, aqueles que utilizam a linguagem de sinais.

Envolvemo-nos em causas sociais. Fomos a primeira marca a trazer uma *drag queen* para um comercial em TV aberta. Outros debates, com foco em abordar e conscientizar a sociedade, também foram temas das nossas campanhas, como o poliamor, inclusão social e exercício do direito de voto.

Os indicadores de grupos de diversidade também são monitorados por meio da pesquisa de engajamento, aplicada anualmente com objetivo de acompanhar como está sendo a experiência de trabalho dos nossos colaboradores. O Censo Incluir +, estruturado em 2020, tem o objetivo de ser aplicado a cada dois anos, visando mapear indicadores diretamente relacionados com a pauta de Diversidade, Equidade e Inclusão.





## NÃO À DISCRIMINAÇÃO

GRI 103-2, 103-3 | 406

Contamos com uma Política de Não Discriminação, que norteia a forma como tratamos os nossos colaboradores e como esperamos que tratem uns aos outros. Não fazemos qualquer tipo de discriminação em nossos processos de recrutamento e de promoções, nos quais avaliamos os candidatos exclusivamente pelas competências apresentadas.

Garantimos oportunidades de trabalho iguais a todos os colaboradores independentemente das características pessoais, bem como proibimos discriminação, assédio e intimidação contra qualquer pessoa. Em 2021, registramos quatro casos ligados à discriminação, todos foram investigados, tratados e deliberados de acordo com a matriz disciplinar da Companhia.

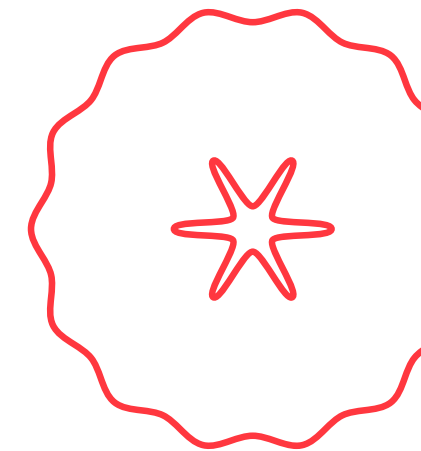
GRI 406-1

Com o objetivo de fortalecer iniciativas voltadas para Diversidade e Inclusão, assumimos alguns compromissos de responsabilidade social, visando a representatividade, acessibilidade e inclusão. Entre os exemplos estão o de garantir o treinamento dos colaboradores sobre equidade, inclusão e diversidade até 2023 e aumentar a representatividade de grupos diversos em

nossos times até 2025. Além disso, está em processo de elaboração a política de Diversidade e Inclusão da Companhia, que conta com as principais diretrizes a respeito do tema.

Em nossos restaurantes, cada consumidor é atendido de acordo com suas necessidades especiais. Nossos colaboradores são orientados a prestar apoio, seja para fazer e transportar o pedido, transitar pelo restaurante, por exemplo, colocando em prática o treinamento que receberam sobre atendimento às pessoas com deficiência. Os restaurantes também têm cardápios em *braille*.

## Temos como compromisso garantir treinamento aos colaboradores sobre equidade, inclusão e diversidade, e evoluir em nossos programas e práticas sobre o assunto até 2025



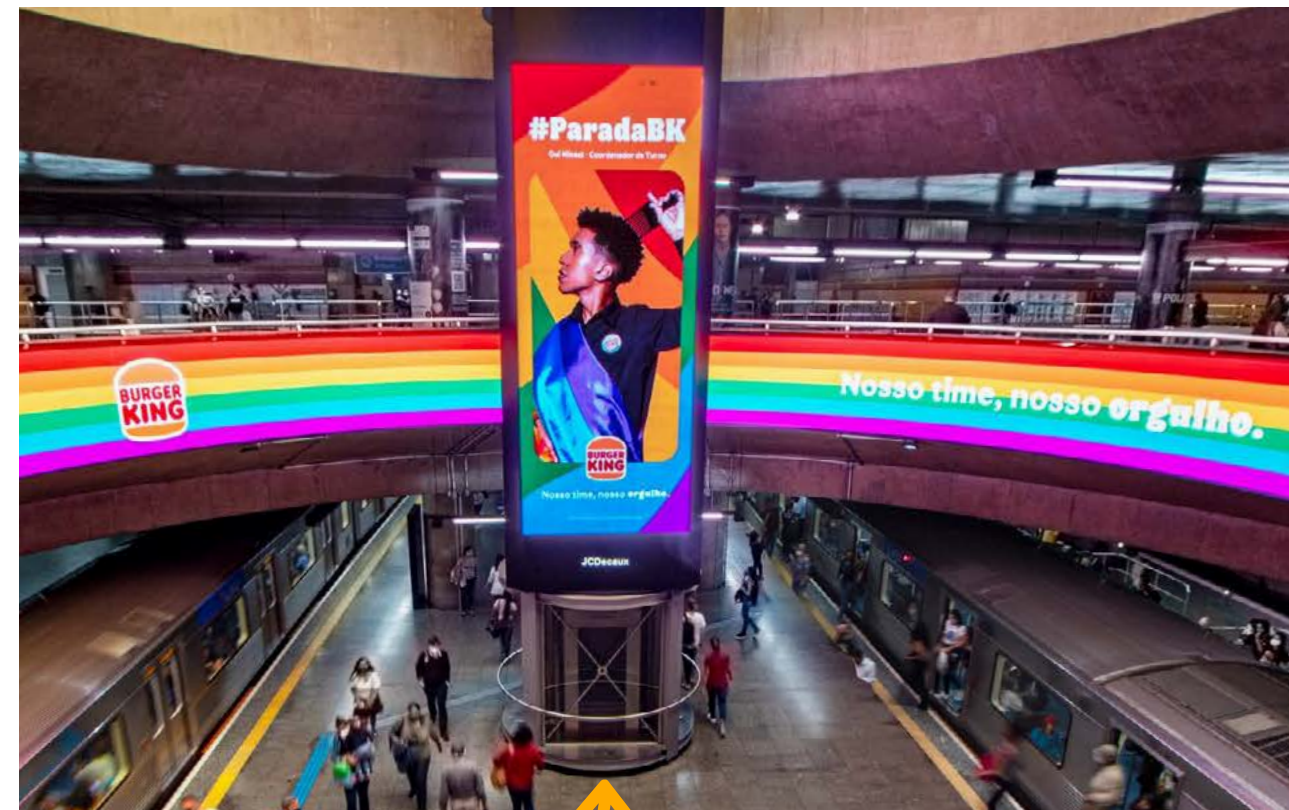


## PARCERIAS QUE FORTALECEM GRI 102-12

Acreditamos que as empresas precisam se engajar nas transformações da sociedade e, por isso, nos envolvemos em duas causas em particular. Uma delas está ligada ao Movimento Arredondar, ONG com a qual colaboramos desde 2018. Por meio do arredondamento em centavos das compras, os clientes são inspirados a apoiar junto ao Burger King® a causa Educação e, com Popeyes®, o combate à fome. Os centavos doados são destinados a 15 ONGs, presentes em sete estados do Brasil, que têm como objetivo oferecer um futuro melhor para milhares de pessoas. De janeiro a dezembro de 2021 a arrecadação, atingiu R\$ 1.210.132,48, com 7.108.740 doações, 681 por hora.

**Mais de R\$ 4 milhões foram arrecadados pelo Burger King® e Popeyes® para o Movimento Arredondar, desde 2018**

Por quatro anos consecutivos, somos patrocinadores oficiais da Parada do Orgulho LGBTQIA+ de São Paulo e participamos da Feira da Diversidade, que acontece durante a semana da parada. Entendemos que conversas relevantes precisam ser realizadas e, como marca, defendemos nosso posicionamento de que todas as pessoas são bem-vindas.



**Por quatro anos consecutivos, patrocinamos a Parada do Orgulho LGBTQIA+ de São Paulo e promovemos doações especiais para a causa**

# SAÚDE E SEGURANÇA

A segurança é um valor inegociável, ainda que as atividades da Companhia não apresentem risco alto. Por isso, em cumprimento à legislação, apoiamos a atuação das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (Cipas) em nossas operações, que atuam em conjunto na implementação de ações integradas, como a Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho e Meio Ambiente (SIPATMA).

Dessa maneira, nossos profissionais assumem o compromisso de relatar situações de risco por meio de ferramentas existentes nas operações e alertar os demais colegas para que juntos possamos chegar à melhor forma de lidar com as situações do dia a dia. Em 2021, registramos 202 colaboradores afastados por acidente de trabalho (87 homens e 115 mulheres).

No mesmo grau de prioridade estão a saúde e o bem-estar dos profissionais. Para que o desenvolvimento sustentável seja possível, é fundamental que atuemos na promoção e na orientação de comportamentos que proporcionem mais qualidade de vida aos nossos colaboradores. Usamos todas as nossas formas de comunicação interna para falar sobre saúde física e mental (com *lives*, inclusive), aulas de *mindfulness*, yoga e ginástica laboral. Aderimos ao

“calendário colorido”, com campanhas preventivas, tais como: Janeiro Branco (saúde mental), Maio Amarelo (acidentes de trânsito), Agosto Dourado (aleitamento materno), Setembro Amarelo (Prevenção ao Suicídio), Outubro Rosa (câncer de mama); Novembro Azul (câncer de próstata) e oferecemos vacinação contra a gripe.

Desde 2019, temos o programa Qualidade de Vida, direcionado para todos os colaboradores e por meio do qual atuamos em diversas frentes, tais como:

- **Programa Bem-gestar:** direcionado para as futuras mães, que são acompanhadas mensalmente por enfermeira especializada, recebem um curso para gestantes e um *voucher*. Para as gestantes dos restaurantes, particularmente, proporcionamos a isenção de coparticipação nos planos de saúde, para que elas cuidem da própria saúde e a do bebê. Até o momento, tivemos 1300 gestantes inscritas, sendo que atualmente são 200 ativas.
- **Confio:** presta apoio por meio de uma rede formada por psicólogos, assistentes sociais, advogados e consultores financeiros. Em três anos de programa, foram realizados mais de 3 mil atendimentos.

- **Dr. Aon:** canal de telemedicina voltado para o cuidado da saúde de colaboradores e dependentes, com acesso a médicos, enfermeiros, nutricionistas e *coaches* esportivos, 24h por dia, totalmente gratuito. Por meio do canal, R\$ 450 mil de custos com saúde foram evitados, inclusive para o próprio colaborador, que tem coparticipação no plano de saúde. O Dr. Aon está disponível a partir da admissão, sendo, especialmente, uma vantagem para os colaboradores dos restaurantes em razão do período de carência para entrada no plano de saúde.

- **Movimente-se:** programa considerado “guarda-chuva” das atividades físicas e mentais que oferecemos. Por meio dele, todos têm acesso a vídeos (no nosso canal de youtube) com várias atividades exclusivas para a Companhia; ao Gympass, ao plano digital gratuito com acesso a aulas (yoga, *hit*, cardio, funcional etc.), aplicativos de bem-estar e planos pagos, que permitem utilização de várias academias e estúdios.







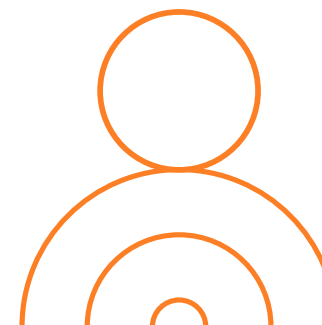
## Juntos somos mais fortes

No período mais severo da pandemia, em 2020, fizemos mais de 12,5 mil testes de covid em nossos colaboradores e garantimos o apoio psicológico, social, financeiro e jurídico. Tivemos contaminações diárias, mas nenhuma vida perdida. O resultado pode ser atribuído à agilidade na prevenção contra o vírus, bem como seguimos os protocolos de segurança da Organização Mundial de Saúde. A frente de atendimento focou nos formatos *delivery*, *drive-thru* e *take away*, para evitar o contágio. Reforçamos o nosso Programa Confio – canal sigiloso – aos colaboradores que buscam apoio psicológico, jurídico e financeiro.

Firmamos, também, o compromisso da manutenção dos empregos por meio da aplicação das medidas provisórias (MPs) 927 e 936, do governo federal, que possibilitaram férias

coletivas, prorrogação de quitação do banco de horas, suspensão dos contratos de trabalho e redução da jornada. E reconhecemos os colaboradores que permaneceram na linha de frente dos restaurantes durante a pandemia com o “cheque-herói”, uma bonificação que totalizou R\$ 6 milhões.

Não deixamos de lado os investimentos sociais ligados à saúde. Fomos uma das primeiras empresas a doar uma parte do nosso faturamento de venda de sanduíches para o Sistema Único de Saúde (SUS). Fizemos cartilhas junto ao SUS para orientar a população sobre alimentação segura.



**Não perdemos nenhum dos mais de 16 mil integrantes do nosso time para o coronavírus**

# ANEXOS

## ABORDAGEM PARA ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS E PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES E TÓPICOS LEVANTADOS GRI 102-43, 102-44

Nome do Público	Tipo de Engajamento	Frequência do Engajamento	O engajamento foi especificamente promovido como parte do processo de preparação do relatório?	Tópicos e preocupações levantados
Colaboradores	Fala BK Colaboradores	Três vezes ao ano	Não	<ul style="list-style-type: none"><li>Percepção e Experiência do colaborador.</li><li>Os resultados são cascateados por cada gerência, que gera o seu plano de ação de engajamento e temos um focal por VP que acompanha o andamento.</li></ul>
Fornecedores	Fórum com Fornecedores	Anual	Não	<ul style="list-style-type: none"><li>Informações técnicas, inovação, sustentabilidade, suprimentos.</li><li>Os tópicos e problemas abordados são direcionados pelos times responsáveis, como qualidade, inovações, ESG.</li></ul>
Investidores	Divulgação de Resultados	Trimestral	Não	<p>1 – Desempenho 2 – Rede de Restaurantes; 3 – Receita Operacional Líquida; 4 – Informações da Companhia; 5 – Compromissos de ESG; 6 – Expansão das Marcas.</p> <p>Todos os temas abordados na divulgação de resultados são acompanhados pelos times responsáveis.</p>

## MECANISMOS DE QUEIXAS – CANAL DE DENÚNCIAS<sup>1</sup> – 2021 GRI 103-2

Número de queixas identificadas por meio do mecanismo	925
Número de queixas endereçadas	844
Número de queixas resolvidas	843
Número de queixas registradas antes do período coberto pelo relatório resolvidas no decorrer deste período	123

<sup>1</sup> Das 925 denúncias registradas em 2021, 56 delas não foram apuradas em razão de dados insuficientes.

## MECANISMOS DE QUEIXA – REDES SOCIAIS<sup>12</sup> – 2021 GRI 103-2

Número de queixas identificadas por meio do mecanismo	106.715
Número de queixas endereçadas	68.807
Número de queixas resolvidas	83.325
Número de queixas registradas antes do período coberto pelo relatório resolvidas no decorrer deste período <sup>2</sup>	-

<sup>1</sup> Inclui as redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Linkedin, bem como Google my business, Guest Trac; Reclame Aqui, SAC, FAQ APP e Backoffice.

<sup>2</sup> O dado não foi possível devido às limitações das API's dos canais e ferramentas Keepcon e Hugme.



# CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO

## CONSUMO DE COMBUSTÍVEIS DE FONTES NÃO RENOVÁVEIS (GJ) – 2021

GRI 302-1

Nuclear¹	2.245
Termelétrica	19.372
Total	21.617

¹ Energia proveniente da Usina Nuclear de Angra dos Reis (RJ)

## CONSUMO DE COMBUSTÍVEIS DE FONTES RENOVÁVEIS (GJ) – 2021

GRI 302-1

Solar	2.707
Eólica	25.830
Hidrelétrica	142.161
Total	170.698

## ENERGIA CONSUMIDA (GJ) – 2021

GRI 302-1

Eletricidade	248.395
Total	248.395

Os dados foram obtidos em MWh e convertidos para GJ em atendimento aos critérios GRI, conforme fator de conversão: 1 Megawatt-hora [MWh] = 3,6 Gigajoules [GJ].

## TOTAL DE RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL, POR COMPOSIÇÃO EM TONELADAS MÉTRICAS (t) – 2021

GRI 306-4

Composição	Quantidade não destinada a disposição final
Plásticos	131,23
Papéis e Papelão	131,23
Total	262,46

## TOTAL DE RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL, POR OPERAÇÃO DE RECUPERAÇÃO, EM TONELADAS MÉTRICAS (t)¹ – 2021

GRI 306-4

Resíduos não perigosos	Dentro da organização (Onsite)	Fora da organização (Offsite)	Total
Reciclagem	262,46	0	262,46
Total de resíduos não destinados para disposição final	262,46	0	262,46

¹ O volume foi contabilizado a partir do projeto-piloto em parceria com a empresa Ambiensys. Por quatro meses, os caminhões realizaram coleta exclusiva para a Burger King®, com pesagem.

TOTAL DE RESÍDUOS DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL, POR COMPOSIÇÃO EM TONELADAS MÉTRICAS (t)<sup>1</sup> – 2021 GRI 306-5

Composição	Quantidade destinada para disposição final
Resíduos em restaurantes (serviço terceirizado)	612,40
Resíduos em restaurantes (coleta prefeitura)	42.051,72
Total	42.664,13

<sup>1</sup> Os dados reportados são apenas em volume (t) destinados para a disposição final, não havendo informação em relação à composição dos resíduos.

TOTAL DE RESÍDUOS DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL, POR OPERAÇÃO, EM TONELADAS MÉTRICAS (t)<sup>1</sup> – 2021 GRI 306-5

Resíduos não perigosos	Dentro da organização (Onsite)	Fora da organização (Offsite)	Total
Aterro	612,40	42.051,72	42.664,13
Total de resíduos destinados para disposição final	612,40	42.051,72	42.664,13

<sup>1</sup> A empresa não possui resíduos do tipo perigoso.

NOSSA GENTE

EMPREGADOS POR TIPO DE EMPREGO<sup>1</sup> – 2021 GRI 102-8

Tipo de emprego	Homens	Mulheres	Total
Jornada integral	7.626	8.966	16.592
Jornada parcial	0	0	0
Total	7.626	8.966	16.592

<sup>1</sup> A organização não possui trabalhadores em período parcial. Temos diferentes tipos de jornadas, conforme contrato dos trabalhadores.

EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO<sup>1</sup> – 2021 GRI 102-8

	Homens	Mulheres	Total
Conselho	4	2	6
Presidente, Vice-Presidente e Diretores	9	3	12
Gerência	34	15	49
Coordenadores	139	100	239
Analistas	153	159	312
Assistentes	69	42	111
Operacional	7.218	8.645	15.863
Total	7.626	8.966	16.592

Trabalhadores por categoria funcional e gênero

Trainees	5	4	9
Total	7.631	8.970	16.601

<sup>1</sup> Aprendiz e estagiários não se enquadram na categoria de funcionários. Um membro do conselho não está sendo contabilizado no reporte por ser membro dependente e não constar na folha de pagamento da Companhia.



INDIVÍDUOS DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA – 2021 GRI 102-8

Membros dos órgãos de governança	18
----------------------------------	----

VARIAÇÃO ENTRE O SALÁRIO MAIS BAIXO (SALÁRIO-MÍNIMO), POR GÊNERO¹ – 2021 GRI 202-1

	Homens	Mulheres
Menor salário pago pela organização	1.100	1.100
Salário-mínimo determinado por legislação ou sindicato	1.100	1.100
Relação percentual	100%	100%

¹ Os dados são com base no piso da categoria considerando o salário-mínimo no Brasil e não particularidade por sindicato, de colaboradores mensalistas (7:20h). Os dados não consideram Aprendizizes e Estagiários, pois a gestão é feita em folha terceira.

LICENÇA MATERNIDADE/PATERNIDADE – 2021 GRI 401-3

	Homens¹	Mulheres
Empregados que tiveram direito a tirar a licença	7.631	8.970
Empregados que tiraram a licença	-	698
Empregados que retornaram ao trabalho, no período do relatório, após o término da licença	-	826
Empregados que retornaram a trabalhar após a licença e continuaram empregados 12 meses após o retorno ao trabalho	-	345
Taxa de retorno²	-	100%
Taxa de retenção³	-	37%

¹ A licença paternidade não é um afastamento e sim um abono no ponto, não havendo como rastrear.

² Razão entre número total de empregados que retornaram ao trabalho após a licença-maternidade/paternidade e número total de empregados que deveriam retornar ao trabalho após a licença-maternidade/paternidade x 100.

³ Razão entre número total de empregados retidos 12 meses depois de terem retornado ao trabalho após a licença-maternidade/paternidade e número total de empregados que retornaram da licença-maternidade/paternidade - no período de relato anterior x 100.

EMPREGADOS CONTRATADOS, POR FAIXA ETÁRIA¹ – 2021 GRI 401-1

	Nº Total	Contratados	Taxa
Abaixo de 30 anos	14.827	6.762	0,46
Entre 30 e 50 anos	1.724	381	0,22
Acima de 50 anos	41	7	0,17
Total	16.592	7.150	0,43

¹ As taxas de contratações foram calculadas levando-se em consideração o total de contratados em cada categoria sobre o total de empregados em cada categoria. Os dados consideram os colaboradores ativos no período.

EMPREGADOS CONTRATADOS, POR GÊNERO¹ – 2021 GRI 401-1

	Nº Total	Contratados	Taxa
Homens	7.626	3.221	0,42
Mulheres	8.966	3.929	0,44
Total	16.592	7.150	0,43

¹ As taxas de contratações foram calculadas levando-se em consideração o total de contratados em cada categoria sobre o total de empregados em cada categoria. Os dados consideram os colaboradores ativos no período.

EMPREGADOS CONTRATADOS, POR REGIÃO¹ – 2021 GRI 401-1

	Nº Total	Contratados	Taxa
Norte	202	98	0,49
Nordeste	1.558	558	0,36
Centro-Oeste	915	371	0,41
Sudeste	12.153	5.204	0,43
Sul	1.764	919	0,52
Total	16.592	7.150	0,43

¹ As taxas de contratações foram calculadas levando-se em consideração o total de contratados em cada categoria sobre o total de empregados em cada categoria. Os dados consideram os colaboradores ativos no período.

EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA, POR FAIXA ETÁRIA¹ – 2021 GRI 401-1

	Nº Total	Desligamentos	Taxa
Abaixo de 30 anos	14.827	9.868	0,67
Entre 30 e 50 anos	1.724	887	0,51
Acima de 50 anos	41	24	0,59
Total	16.592	10.779	0,65

¹ As taxas de desligamento foram calculadas levando-se em consideração o total de desligamentos em cada categoria sobre o total de empregados em cada categoria. Os dados consideram os colaboradores ativos e afastados no período.

EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA, POR GÊNERO¹ – 2021 GRI 401-1

	Nº Total	Desligamentos	Taxa
Homens	7.626	5.235	0,69
Mulheres	8.966	5.544	0,62
Total	16.592	10.779	0,65

¹ As taxas de desligamento foram calculadas levando-se em consideração o total de desligamentos em cada categoria sobre o total de empregados em cada categoria. Os dados consideram os colaboradores ativos e afastados no período.

EMPREGADOS QUE DEIXARAM A EMPRESA¹, POR REGIÃO – 2021 GRI 401-1

	Nº	Desligamentos	Taxa
Norte	202	141	0,7
Nordeste	1.558	712	0,46
Centro-Oeste	915	596	0,65
Sudeste	12.153	7.851	0,65
Sul	1.764	1.479	0,84
Total	16.592	10.779	0,65

¹ As taxas de desligamento foram calculadas levando-se em consideração o total de desligamentos em cada categoria sobre o total de empregados em cada categoria. Os dados consideram os colaboradores ativos e afastados no período.



EMPREGADOS QUE RECEBEM ANÁLISES DE DESEMPENHO POR CATEGORIA FUNCIONAL¹  
(%) – 2021 GRI 404-3

	Homens	Mulheres	Total
Conselho	0	0	0
Presidente, Vice-Presidente e Diretores	100	100	100
Gerência	90,63	78,57	86,96
Coordenadores	90,78	87,13	89,26
Analistas	67,97	66,04	66,99
Assistentes	73,53	80,49	76,15
Operacional	85,15	81,68	83,33
Total	81,68	78,68	80,23

¹ a) Os percentuais foram calculados dividindo-se o total de empregados que receberam avaliação em cada categoria pelo número total de empregados em cada categoria. Os dados consideram os colaboradores ativos no período; b) Da categoria Operacional, apenas a função de “Gerente de Negócios” recebe análises de desempenho; c) Dois colaboradores que se encontram na folha de ativos de dezembro de 2021 com o cargo de “Analista de Treinamento III” foram avaliados como “Gerente de Negócios” e depois promovidos. A Companhia avalia os colaboradores nas cadeiras que os mesmos estavam ocupando nos últimos três meses, antes do início da avaliação; d) Três colaboradores que se encontram na folha de ativos de dezembro de 2021 com o cargo de “Gerente” (dois homens e uma mulher) foram avaliados como “Coordenadores”, pois no momento da avaliação, os mesmos ocupavam o cargo de “Coordenadores”. Sendo assim, estes colaboradores foram contabilizados no total da categoria “Coordenadores”; e) Dois colaboradores que se encontram na folha de ativos de dezembro de 2021 com o cargo de “Assistentes” (um homem e uma mulher) foram avaliados como estagiários, pois no momento da avaliação, os mesmos ocupavam o cargo de “Estagiários”. Sendo assim, estes colaboradores foram contabilizados no total da categoria “Estagiários”.

TRABALHADORES QUE RECEBEM ANÁLISES DE DESEMPENHO POR CATEGORIA FUNCIONAL¹ (%) – 2021 GRI 404-3

	Homens	Mulheres	Total
Aprendizes	0	0	0
Estagiários	80	67	72,73
Trainees	100	100	100
Total	90	80	85

¹ Os percentuais foram calculados dividindo-se o total de trabalhadores que receberam avaliação em cada categoria, pelo número total de trabalhadores em cada categoria. Os dados consideram os colaboradores ativos no período. a) Aprendizes e estagiários não se enquadram na categoria de funcionários; b) Dois colaboradores que se encontram na folha de ativos de dezembro de 2021 com o cargo de “Assistentes” (um homem e uma mulher) foram avaliados como estagiários, pois no momento da avaliação, os mesmos ocupavam o cargo de “Estagiários”. Sendo assim, estes colaboradores foram contabilizados no total da categoria “Estagiários”; c) Três estagiários, correspondente a 27,27% do total, não foram contabilizados no “total de estagiários que receberam avaliação”, pois os mesmos não completaram o ciclo de avaliação conforme os demais estagiários.

INDIVÍDUOS DENTRO DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO, POR GÊNERO¹ (%) – 2021 GRI 405-1

Homens	66,66
Mulheres	33,33
Total	100

¹ Um membro do conselho não está sendo contabilizado no reporte por ser membro dependente e não constar na folha de pagamento da Companhia. Os percentuais foram calculados levando-se em consideração o total de conselheiros por gênero sobre o total de conselheiros.

INDIVÍDUOS DENTRO DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO, POR FAIXA ETÁRIA¹ (%) – 2021 GRI 405-1

Abaixo de 30 anos	0
Entre 30 e 50 anos	50
Acima 50 anos	50
Total	100

¹ Um membro do conselho não está sendo contabilizado no reporte por ser membro dependente e não constar na folha de pagamento da Companhia. Os percentuais foram calculados levando-se em consideração o total de conselheiros por faixa etária sobre o total de conselheiros.

EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO (%) – 2021 GRI 405-1

	Homens	Mulheres
Presidente, VP e Diretores	75	25
Gerência	69,39	30,61
Coordenadores	58,16	41,84
Analistas	49,04	50,96
Assistentes	62,16	37,84
Operacional	45,50	54,50
Total	45,95	54,05

¹ Os percentuais foram calculados a partir do total de empregados em cada categoria funcional, considerando o gênero dos empregados nestas categorias.

TRABALHADORES, POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO (%) – 2021 GRI 405-1

	Homens	Mulheres	Total
Trainees	55,56	44,44	100

EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA¹ (%) – 2021 GRI 405-1

	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos
Presidente, VP e Diretores	0	91,67	8,33
Gerência	8,16	89,80	2,04
Coordenadores	31,80	67,78	0,42
Analistas	59,62	40,38	0
Assistentes	52,25	45,95	1,80
Operacional	91,43	8,37	0,21

¹ Os percentuais foram calculados a partir do total de empregados em cada categoria funcional, considerando a faixa etária dos empregados nestas categorias.

TRABALHADORES, POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA¹ (%) – 2021 GRI 405-1

	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos
Trainees	100	0	0

¹ Aprendizizes e estagiários não se enquadram na categoria de funcionários. Os percentuais foram calculados levando-se em consideração o total de trabalhadores por faixa etária sobre o total de trabalhadores.

EMPREGADOS DOS GRUPOS DE SUB-REPRESENTADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL¹ (%) – 2021 GRI 405-1

	Pretos e Pardos	LGBT	PCDs
Conselho	0	0	0
Presidente, VP e Diretores	25	0	0
Gerência	34,69	0	0
Coordenadores	47,7	0,42	1,26
Analistas	32,69	0,64	0,64
Assistentes	52,25	1,80	1,80
Operacional	74,32	1,19	3,76

¹ O indicador considera colaboradores ativos no período. Os dados declarados são baseados na autodeclaração voluntária dos colaboradores. A Companhia não interfere nas informações declaradas pelos respondentes. Pretos e pardos: soma de autodeclarados pardos e pretos (corporativo e operacional); LGBT: soma de autodeclarados transgêneros e não binários (corporativo e operacional); PCD's: soma de colaboradores com enquadramentos assinados pela Medicina e Segurança do Trabalho (corporativo e operacional).

² Os percentuais foram calculados levando-se em consideração o total de empregados autodeclarados em cada categoria funcional sobre o total de empregados em cada categoria.

TRABALHADORES DOS GRUPOS DE SUB-REPRESENTADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL (%) – 2021 GRI 405-1

	Pretos e Pardos	LGBT	PCDs
Trainees	11,11	0	11,11

O indicador considera colaboradores ativos no período. Os dados aqui declarados são baseados na autodeclaração voluntária dos colaboradores. Pretos e pardos: soma de autodeclarados pardos e pretos (corporativo e operacional); LGBT: soma de autodeclarados transgêneros e não binário (corporativo e operacional); PCD's: soma de colaboradores com enquadramentos assinados pela Medicina e Segurança do Trabalho (corporativo e operacional). Os percentuais foram calculados levando-se em consideração o total de trabalhadores autodeclarados sobre o total de trabalhadores

CASOS DE DISCRIMINAÇÃO – 2021 GRI 406-1

A organização analisou o caso	4
Um plano de reparação está sendo implementado	0
O plano de reparação foi implementado e seus resultados analisados por meio de processos rotineiros de análise de gestão interna	0
O caso não está mais sujeito a ação (ou seja, está resolvido, concluído)	4
<b>Total</b>	<b>4</b>



# SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

GRI 102-55

## Conteúdos gerais

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	ODS
GRI 101: FUNDAMENTOS 2016				
GRI 101 não possui Conteúdos				
PERFIL ORGANIZACIONAL				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-1 Nome da organização	7		
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	7		
	102-3 Localização da sede da organização	7		
	102-4 Local de operações	7		
	102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	7		
	102-6 Mercados atendidos	7		
	102-7 Porte da organização	7		
	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	39, 50, 51. Para mais detalhes sobre as premissas utilizadas, vide Base de Preparação.		8, 10
	102-9 Cadeia de fornecedores	35		
	102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não se aplica		
	102-11 Princípio ou abordagem da precaução	22		
	102-12 Iniciativas externas	45		
	102-13 Participação em associações	Associação Nacional de Restaurantes Instituto Foodservice Brasil		
ESTRATÉGIA				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-14 Declaração do mais alto executivo	4		

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	ODS
ÉTICA E INTEGRIDADE				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	9, 20, 22.		16
GOVERNANÇA				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-18 Estrutura de governança	17		
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-40 Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	13		
	102-41 Acordos de negociação coletiva	93% dos funcionários são cobertos por acordos de negociação coletiva.		8
	102-42 Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	13		
	102-43 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	13, 48		
	102-44 Principais preocupações e tópicos levantados	13, 48		
PRÁTICAS DE REPORTE				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	ZAMP S.A. Para mais detalhes de informações financeiras, acesse ri.zamp.com.br.		
	102-46 Definição do conteúdo do relatório e limites de tópicos	13		
	102-47 Lista de tópicos materiais	14		
	102-48 Reformulações de informações	Não se aplica		
	102-49 Alterações no relato	Não se aplica		
	102-50 Período coberto pelo relatório	3		
	102-51 Data do relatório mais recente	A atual publicação é o primeiro relatório de sustentabilidade da organização.		
	102-52 Ciclo de emissão do relatório	3		
	102-53 Contato para perguntas sobre o relatório	3		
	102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Este relatório foi preparado em conformidade com as Normas GRI opção “Essencial”.		
	102-55 Sumário de conteúdo da GRI	56		
	102-56 Verificação externa	3, 73		

## Tópicos materiais

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	ODS
DESEMPENHO ECONÔMICO				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	11, 20, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	20		
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	11		8, 9
PRESENÇA NO MERCADO				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	10, 20, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	10		
GRI 202: Presença no mercado 2016	202-1 Proporção entre o salário mais baixo e salário-mínimo local, com discriminação por gênero	51		1, 5, 8
COMBATE À CORRUPÇÃO				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	20		
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	20		16
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção		Em 2022, realizamos a migração para uma nova plataforma focada na gestão e experiência de aprendizagem, o Unboxing Play, dando continuidade no investimento em capacitação da nossa gente. Em razão dessa mudança de plataforma, que influencia a gestão dos dados históricos relativos ao indicador GRI 404-1, as informações não estão disponíveis para o período de 2021. A partir do próximo relatório, referente ao ano de 2022, os dados passarão a ser divulgados com as informações registradas no novo sistema.	16
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	A empresa não registrou casos de corrupção no período coberto pelo relatório.		16



GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	ODS
CONCORRÊNCIA DESLEAL				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	20		
GRI 206: Concorrência desleal 2016	206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	20		16
MATERIAIS				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 32, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	32		
GRI 301: Materiais 2016	301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume		As informações não estão disponíveis para este ciclo do relatório, pois a empresa está adequando a sua base de dados. A ZAMP está continuamente aprimorando sua gestão sobre o tema de materiais utilizados e passaremos a divulgar o dado a partir do relatório referente ao ano de 2022.	8, 12
	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados		As informações não estão disponíveis para este ciclo do relatório, pois a empresa está adequando a sua base de dados. A ZAMP está continuamente aprimorando sua gestão sobre o tema de materiais utilizados e passaremos a divulgar o dado a partir do relatório referente ao ano de 2022.	8, 12
ENERGIA				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 32, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	32		
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	32		7, 8, 12, 13

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	ODS
ÁGUA E EFLUENTES				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 33, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	33		
GRI 303: Água e efluentes 2019	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	33		6, 12
	303-2 Gestão dos impactos relacionados ao descarte de água	33		6
	303-3 Captação de água	33		6, 8, 12
RESÍDUOS				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação sobre o tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 34, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	34		
GRI 306: Resíduos 2020	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	34		3, 6, 11, 12
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	34		3, 6, 11, 12
	306-3 Resíduos gerados	34		3, 6, 12, 14, 15
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	34		3, 11, 12
	306-5 Resíduos destinados a disposição final	50		3, 6, 11, 12, 14, 15
CONFORMIDADE AMBIENTAL				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 35, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	35		

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	ODS
GRI 307: Conformidade ambiental 2016	307-1 Não conformidade com leis e regulamentos ambientais	A empresa não possui nenhum caso de não conformidade com leis/regulamentos ambientais.		16
EMPREGO				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 38, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	38		
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	51, 52		5, 8, 10
	401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	38		3, 5, 8
	401-3 Licença maternidade/ paternidade	51		5, 8
CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 42, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	42		
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado		Em 2022, realizamos a migração para uma nova plataforma focada na gestão e experiência de aprendizagem, o Unboxing Play, dando continuidade no investimento em capacitação da nossa gente. Em razão dessa mudança de plataforma, que influencia a gestão dos dados históricos relativos ao indicador GRI 404-I, as informações não estão disponíveis para o período de 2021. A partir do próximo relatório, referente ao ano de 2022, os dados passarão a ser divulgados com as informações registradas no novo sistema.	4, 5, 8, 10
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	42		8
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	53		5, 8, 10



GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	ODS
DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 43, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	43		
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	53, 54, 55		5, 8
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	A empresa não divulga essas informações por tratá-las como confidenciais. Porém, a empresa se compromete a buscar a equidade salarial entre homens e mulheres.		5, 8, 10
NÃO DISCRIMINAÇÃO				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 44, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	44		
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	44		5, 8
POLÍTICAS PÚBLICAS				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	20		
GRI 415: Políticas públicas 2016	415-1 Contribuições políticas	Não aplicável devido à natureza de negócio da empresa.		16
SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 28, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	28		
GRI 416: Saúde e segurança do consumidor 2016	416-1 Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	29		
	416-2 Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	29		16

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	ODS
MARKETING E ROTULAGEM				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 28, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	28		
GRI 417: Marketing e rotulagem 2016	417-1 Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	29		12
	417-2 Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	A empresa não registrou casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços no período do relatório.		16
	417-3 Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing	29		16
PRIVACIDADE DO CLIENTE				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação sobre o tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 22, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	22		
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	22		16
CONFORMIDADE SOCIOECONÔMICA				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação sobre o tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	20		
GRI 419: Conformidade socioeconômica 2016	419-1 Não conformidade com leis e regulamentos socioeconômicos	A empresa e suas coligadas não possuem nenhum caso de não conformidade com leis e regulamentos na área socioeconômica.		16
EFICIÊNCIA NO USO DE ALIMENTOS				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação sobre o tópico material e seu limite	14		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	20, 28, 48		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	27		

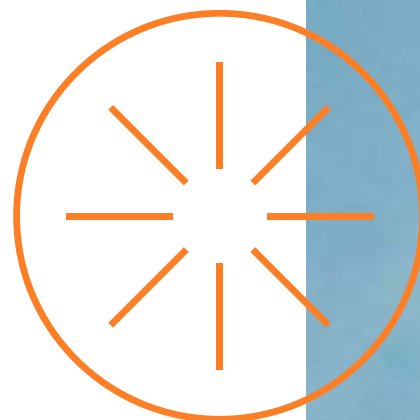
# INDICADORES SASB

INDICADORES SASB	CONTEÚDO	PÁG.
GESTÃO DA ENERGIA		
FB-RN-130a.1	(1) Total de energia consumida (2) porcentagem de eletricidade da rede (3) porcentagem de energia renovável	33
SEGURANÇA DE ALIMENTOS		
FB-RN-250a.1	(1) Porcentagem de restaurantes inspecionados por um órgão de supervisão a segurança do alimento, (2) porcentagem que recebe notificações críticas	29
FB-RN-250a.2	(1) Número de recalls emitidos, (2) quantidade total de produtos alimentícios recolhidos	29
GESTÃO DA CADEIA DE FORNECIMENTO E ABASTECIMENTO DE ALIMENTOS		
FB-RN-430a.1	(1) Porcentagem de alimentos comprados que cumprem as normas ambientais e sociais de abastecimento, (2) Porcentagem de alimentos comprados que estão certificados segundo as normas ambientais ou sociais de terceiros	35
FB-RN-430a.2	(1) Porcentagem de ovos originados de ambiente livre de gaiolas, (2) Porcentagem de carne suína produzida sem o uso de gaiolas de gestação	35
FB-RN-430a.3	Análise da estratégia para administrar os riscos ambientais e sociais na cadeia de fornecimento, incluindo o bem-estar animal	35
PARÂMETROS DA ATIVIDADE	CONTEÚDO	PÁG.
FB-RN-000.A	(1) Número de restaurantes próprios da empresa, (2) Número de franquias	26
FB-RN-000.B	(1) Número de empregados em estabelecimentos próprios da empresa, (2) Número de empregados em franquias	38



# OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

1. Erradicação da pobreza
2. Fome zero e Agricultura sustentável
3. Saúde e bem-estar
4. Educação de qualidade
5. Igualdade de gênero
6. Água potável e saneamento
7. Energia limpa e acessível
8. Trabalho decente e crescimento econômico
9. Indústria, inovação e infraestrutura
10. Redução das desigualdades
11. Cidades e comunidades sustentáveis
12. Consumo e produção responsáveis
13. Ação contra a mudança global do clima
14. Vida na água
15. Vida terrestre
16. Paz, justiça e instituições eficazes
17. Parcerias e meios de implementação



# BASE DE PREPARAÇÃO

## RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2021

### INTRODUÇÃO

Apresentamos a Base de Preparação do Relatório de Sustentabilidade de 2021, que tem como objetivo tornar transparente e expor de maneira mais detalhada as premissas, conceitos e definições utilizados para o processo de resposta dos indicadores GRI presentes neste relatório e em seu processo de asseguuração, conduzido pela PwC. Este relatório foi elaborado seguindo a metodologia proposta pela GRI Standards, de acordo com o modelo essencial, bem como indicadores SASB – Sustainability Accounting Standards Board, propostos para o Setor de Food & Beverage, no caderno Restaurantes. Também são referências importantes para a publicação referências internacionais como os princípios do Pacto Global, da Organização das Nações Unidas (ONU), e os Objetivos de Desempenho Sustentável (ODS).

No Sumário de Conteúdo GRI, das páginas 56 a 63, pode ser encontrada a localização de cada um dos conteúdos dos temas materiais para o reporte. Os indicadores relacionados neste anexo são aqueles que demandam premissas, conceitos ou definições adicionais aos protocolos da GRI, trazendo informações que ajudarão o leitor a ter uma compreensão mais profunda do objeto do indicador. Os indicadores presentes neste relatório e que não estão listados neste anexo não demandam complementação de critérios ou premissas, além dos já solicitados pelos protocolos e diretrizes da GRI.

### INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

Os dados financeiros do Relatório de Sustentabilidade de 2021 da ZAMP S.A. são apresentados de forma consolidada conforme divulgação de resultados do ano apresentado. A moeda da apresentação dos dados financeiros é o Real (BRL).

### LIMITES ORGANIZACIONAIS

O escopo deste relatório contempla todas as operações próprias da ZAMP®, incluindo as atividades corporativas e as atividades relacionadas à operação dos restaurantes próprios das marcas Burger King® e Popeyes®, não incluindo as unidades franqueadas destas operações. As operações próprias destes restaurantes representam aproximadamente 78% das operações totais.

### SISTEMAS DE REPORTE

A gestão das informações reportadas ao longo do Relatório de Sustentabilidade 2021 é feita pelas áreas internas da ZAMP® com o suporte da coordenação de ESG. As principais informações sobre os processos de gestão dos temas materiais também estão presentes e identificadas no relatório, bem como no sumário de conteúdos GRI. Para fins de produção do relatório, as informações foram coletadas através de um sistema web de coleta de indicadores de consultoria parceira, envolvendo profissionais de diferentes áreas da organização e com diferentes expertises para a coleta de informações referentes ao período do presente relatório – 2021. Além disso, o processo contou com entrevistas realizadas com lideranças da ZAMP® e consulta a documentos internos e públicos. O processo de asseguuração limitada, conduzido pela PwC Brasil, partiu de uma amostra alinhada à materialidade da organização e foi complementado pelas especificações de cada indicador listado a seguir.

INDICADOR/CONTEÚDO/ DIVULGAÇÃO GRI¹	TÍTULO	CRITÉRIOS E PREMISSAS DE REPORTE
102-1	Nome da Organização	A organização está reportando a sua razão social: ZAMP S.A. Nossa razão social mudou em 2022 e nos tornamos ZAMP. Mais informações na p. 3 do relatório.
102-7	Porte da organização	Para a definição e informações de contabilização dos empregados, consultar os critérios detalhados no indicador 102-8. Em relação às operações, foram consideradas as atividades corporativas e operacionais dos restaurantes Burger King® e Popeyes® e a lista de produtos oferecidos aborda os principais, não sendo uma lista exaustiva, produto a produto. A gestão do tema em questão é feita pelo time de serviços de gente. Mais informações na página 7 do relatório.
102-8	Informações sobre empregados e outros trabalhadores	A organização reporta o espelho de dezembro. Empregados: Conselho, Presidente, Vice-presidente, Diretores, Gerentes, Coordenadores, Analistas, Assistentes, Operacional. Trabalhadores: Aprendizes, Estagiários, <i>Trainees</i> , Aprendiz Operacional. A organização não possui trabalhadores em período parcial. Temos diferentes tipos de jornadas, conforme contrato dos trabalhadores. A gestão do tema em questão é feita pelo time de serviços de gente, para consultar os dados quantitativos, acesse as páginas 38 e 39 do relatório. Aprendizes e estagiários não se enquadram na categoria de funcionários; Um membro do conselho não está sendo contabilizado no reporte dos dados por ser um membro dependente, e não constar na folha de pagamento da Companhia.
102-09	Cadeia de fornecedores	Em “principais elementos” foram considerados os tipos de fornecedores contratados, número total de fornecedores contratados, características setoriais específicas da cadeia de fornecedores. Em “principais marcas” foi considerado valor monetário estimado de pagamentos efetuados a fornecedores. Em “principais produtos e serviços” foram consideradas características setoriais específicas. Foram consideradas as categorias de fornecedores diretos e de fornecedores indiretos. A gestão do tema em questão é feita pelo time de Compras, mais informações na página 35.
102-10	Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não aplicável, pois se trata do primeiro relatório de Sustentabilidade na metodologia GRI feito pela organização.
102-11	Princípio ou abordagem da precaução	A Organização segue as premissas adotadas pelas Nações Unidas no Princípio 15 da “Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento”. Mais informações sobre o princípio ou abordagem de precaução na Companhia na página 22 e 23.
102-41	Acordos de negociação coletiva	Empregados: Conselho, Presidente, Vice-presidente, Diretores, Gerentes, Coordenadores, Analistas, Assistentes, Operacional. Está sendo considerada a quantidade de empregados que possuem representatividadepor meio de Acordo Coletivo ou Convenção Coletiva vigentes. Há colaboradores que estão descobertos devido à expiração da vigência destes documentos, porém a ZAMP realiza análises constantes das tratativas que podem ser feitas nestes casos. As categorias profissionais foram introduzidas na resposta ao item 102-8.
102-49	Alterações no relato	Não aplicável, pois se trata do primeiro relatório de Sustentabilidade na metodologia GRI feito pela organização.
103-1	Explicação do tópico material e seu Limite	A descrição dos tópicos materiais e seus respectivos limites estão expostos na seção de materialidade deste relatório (página 14). Para a definição dos limites dos impactos relacionados a cada tópico (dentro ou fora da organização), foram consideradas as informações levantadas nas interações com as partes interessadas, bem como a avaliação de uma consultoria externa e as informações estão descritas como nota de rodapé do indicador, no corpo do relatório, página 14. Para os tópicos “gestão ambiental e mitigação de impactos associados”, “eficiência no uso de alimentos”, “atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores” e “qualidade, segurança e saudabilidade dos produtos”, entende-se que os impactos da atuação da organização são diretos em razão de suas atividades de negócio. Para os temas de “diversidade e inclusão” e “ética e transparência”, entende-se que são temas que extrapolam os limites da organização, mas que geram impactos significativos para seus negócios.
201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	O DVA está sendo apresentado conforme formato previsto nas Demonstrações Financeiras e no CPC 09 - Demonstração do Valor Adicionado. Os valores foram extraídos da Demonstração Financeira da ZAMP de 2021. Consulte mais informações sobre os resultados financeiros na página 11.



INDICADOR/CONTEÚDO/ DIVULGAÇÃO GRI¹	TÍTULO	CRITÉRIOS E PREMISSAS DE REPORTE
202-1	Proporção entre o salário mais baixo e o salário mínimo local, com discriminação por gênero	a. Os dados citados são com base no piso da categoria, considerando salário-mínimo e não particularidade por sindicato, de colaboradores mensalistas (7:20h). Salário-Mínimo considerado a nível federal. b. Não foram considerados os Aprendizes e Estagiários, pois a gestão é em folha terceira. Salário-Mínimo considerado a nível federal. Consulte a tabela com as informações do indicador na página 51.
205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	a. Segue-se o conceito de que “operação” se refere a um único local utilizado pela organização para a produção, armazenamento e/ou distribuição de seus bens e serviços, ou para fins administrativos. Dentro de uma única operação, pode haver várias linhas de produção, armazéns ou outras atividades. Para efeito deste relatório, foram consideradas as operações próprias ZAMP. b. Foram considerados os riscos abrangidos pela Matriz de Riscos da Companhia. Mais informações na página 20.
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Não aplicável, pois o indicador não foi reportado neste relatório. Para mais detalhes, consultar a razão de omissão no Sumário de Conteúdos GRI, página. 58.
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Casos confirmados de corrupção são considerados aqueles relativos à empresa que foram investigados pela empresa ou pelo poder público e definidos, a partir das respectivas investigações, como casos concretos de corrupção. As categorias profissionais foram introduzidas na resposta ao item 102-8. Mais informações na página 20.
206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Foram consultados os casos de ações judiciais referentes a concorrência desleal e violações de leis antitruste e antimonopólio utilizados pela organização. Neste período, não foi identificado nenhum episódio em nenhuma esfera que pudesse ser considerado como uma violação ou não conformidade. As informações baseiam-se nas eventuais autuações recebidas que já tenham sido analisadas e consideradas procedentes. Definição dos conceitos adotados pela ZAMP S.A para: Concorrência desleal: refere-se a ações adotadas pela organização ou por seus empregados que possam resultar em conluio com potenciais concorrentes com o propósito de limitar os efeitos da concorrência do mercado. São exemplos de ações de concorrência desleal: fixar preços; coordenar licitações; criar restrições de mercado ou produção; impor cotas geográficas ou alocar clientes, fornecedores, áreas geográficas e linhas de produtos. Práticas de truste e monopólio: ações adotadas pela organização que possam resultar em conluio visando à criação de barreiras à entrada no setor ou visando, de qualquer outra forma, evitar a concorrência. Essas ações podem incluir práticas injustas de negócio, abuso de posição de mercado, formação de cartéis, fusões que levem à concorrência desleal e fixação de preços.
301-1	Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	Não aplicável, pois o indicador não foi reportado neste relatório. Para mais detalhes, consultar a razão de omissão no Sumário de Conteúdos GRI, página. 59.
301-2	Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Não aplicável, pois o indicador não foi reportado neste relatório. Para mais detalhes, consultar a razão de omissão no Sumário de Conteúdos GRI, página. 59.
302-1	Consumo de energia dentro da organização	Foram consideradas as operações próprias. Não relatamos as informações de consumo de combustível, somente energia elétrica. Em função de não reportar informações relativas a combustíveis, não foi necessário o uso de nenhuma norma, metodologia ou fator de conversão para a exposição do dado. Consulte a tabela com os dados do indicador e a forma de gestão do tema na página 32.
303-3	Captação de água	O critério utilizado para a definição de áreas com estresse hídrico é a consulta a autoridades locais responsáveis pelo tema. Toda a água utilizada pela organização é proveniente dos serviços de abastecimento locais de água, que fornecem água dentro dos padrões de potabilidade, considerada doce. Consulte a tabela com os dados do indicador e a forma de gestão do tema na página 33.

INDICADOR/CONTEÚDO/ DIVULGAÇÃO GRI¹	TÍTULO	CRITÉRIOS E PREMISSAS DE REPORTE
306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	São considerados impactos significativos aqueles que, caso se realizem, representam danos irreversíveis ou de difícil reversão ao meio ambiente, observando-se também a legislação vigente, quando aplicável. Mais informações, na página 34.
306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	São considerados impactos significativos aqueles que, caso se realizem, representam danos irreversíveis ou de difícil reversão ao meio ambiente, observando-se também a legislação vigente, quando aplicável. Mais informações, na página 34.
306-3	Resíduos gerados	Os dados foram obtidos pela base de indicadores informada pela empresa Ambiensys. Cada loja produz em média 1,94 toneladas por mês. Consulte a tabela com os dados do indicador na página 34.
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	Considera todos os resíduos destinados para operações de reciclagem. Mais informações, nas páginas 34.
306-5	Resíduos destinados para disposição final	Considera todos os resíduos gerados, subtraindo-se o montante destinado para operações de reciclagem. Consulte as tabelas com os dados deste indicador na página 34.
307-1	Não conformidade com leis e regulamentos ambientais	As informações baseiam-se nas eventuais autuações recebidas. Definição dos conceitos adotados pela ZAMP S.A para: Multas Significativas : multas com valores superiores a R\$10.000,00; Leis e regulamentos ambientais são aqueles relacionados a todos os tipos de questões ambientais aplicáveis à organização, tais como emissões, efluentes e resíduos, uso de matéria-prima, energia, água e outros.
401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	As taxas de contratações e desligamentos são calculadas dividindo-se o total de contratações e desligamentos pelo número total de empregados, de acordo com cada segmentação do indicador (faixa etária, gênero e categoria funcional). As categorias profissionais foram introduzidas na reposta ao item 102-8. Consulte as tabelas com os dados deste indicador nas páginas 51 e 52.
401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	As categorias profissionais foram introduzidas na resposta ao item 102-8 desta base de preparação. Mais informações nas páginas 38 e 39.
401-3	Licença maternidade/paternidade	As categorias profissionais foram introduzidas na resposta ao item 102-8 desta base de preparação. Consulte a tabela com os dados deste indicador na página 51.
404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Não aplicável, pois o indicador não foi reportado neste relatório. Para mais detalhes, consultar a razão de omissão no Sumário de Conteúdos GRI, página. 61.
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	As categorias profissionais foram introduzidas na resposta ao item 102-8. As informações das atividades foram abordadas no próprio indicado. Mais informações nas páginas 42 e 53.
405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	As categorias profissionais foram introduzidas na resposta ao item 102-8. Consulte as tabelas com os dados deste indicador nas páginas 53, 54 e 55.
405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	A razão foi calculada dividindo-se o salário médio e remuneração das mulheres de acordo com a estratificação solicitada pelos GRI Standards pelo salário médio e remuneração dos homens. As categorias profissionais foram introduzidas na resposta ao item 102-8 desta base de preparação.

INDICADOR/CONTEÚDO/ DIVULGAÇÃO GRI¹	TÍTULO	CRITÉRIOS E PREMISSAS DE REPORTE
406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Conforme sua política interna, a empresa considera as discriminações provenientes de diferenças de etnia, gênero, nacionalidade, estado civil, condição física, idade, orientação sexual, posição social, credo, política ou quaisquer outras manifestações de preconceito. Foram considerados os relatos realizados via canal de denúncias ou de maneira pessoal. Mais informações na página 44.
415-1	Contribuições políticas	Não aplicável.
416-1	Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços	Avaliamos os impactos à saúde e à segurança de 100% dos nossos produtos ou serviços em busca de melhorias, inclusive atendendo plenamente os requisitos regulatórios das autoridades competentes, como a ANVISA, por exemplo. Mais informações na página 28 e 29.
416-2	Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços	Não foram observados os casos de ações judiciais ou casos de Procon/multas decorrentes da não conformidade com leis, regulamentos ou códigos, em relação a impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços considerando-se todas as esferas (municipal, estadual e federal). Mais informações na página 29.
417-1	Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	Foram observados de acordo com as disposições legais e regulatórias do setor. Mais informações na página 29.
417-2	Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	Foram observados os casos de ações judiciais ou casos de Procon/multas decorrentes da não conformidade com leis, regulamentos ou códigos, em relação a informação e rotulagem de produtos e serviços. Neste período, não foi identificado nenhum episódio em nenhuma esfera que pudesse ser considerado como uma violação ou não conformidade relativos a informação e rotulagem de produtos e serviços. Mais informações na página 29.
417-3	Casos de não conformidade em relação a comunicação de <i>marketing</i>	Foram consultados os casos de não conformidade com leis e/ou códigos voluntários em relação a comunicação de <i>marketing</i> , inclusive publicidade, promoção e patrocínio. Neste período, não foi identificado nenhum episódio em nenhuma esfera que pudesse ser considerada como uma violação ou não conformidade relativos a comunicação de <i>marketing</i> e propaganda. Mais informações na página 29.
418-1	Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	Como “violação da privacidade de dados pessoais de terceiros” são consideradas todas as retenções, exposições e usos de dados pessoais e sensíveis de maneira não consentida ou não autorizada, de acordo com a LGPD. Como “queixas comprovadas” entendem-se as queixas recebidas e, que passando por investigação interna ou externa, sejam entendidas como procedentes. Como “vazamentos, furtos ou perdas” são considerados incidentes relacionados ou não à denúncia, mas que tenham sido investigados interna ou externamente e foram considerados incidentes de acordo com as respectivas investigações. Em relação ao volume de dados para que uma ocorrência possa ser considerada significativa, entendemos que qualquer vazamento comprovado, independentemente do volume de dados, é considerado significativo. Mais informações na página 22
419-1	Não conformidade com leis e regulamentos na área socioeconômica	As informações baseiam-se nas eventuais autuações recebidas. Definição dos conceitos adotados pela ZAMP S.A para: – Multas Significativas: multas com valores superiores a R\$10.000,00. – Sanções não monetárias significativas: são quaisquer penalidades de natureza não pecuniária aplicadas à organização como punição pela não conformidade a leis e regulamentos na área socioeconômica; – Não conformidade com leis e/ou regulamentos na área socioeconômica: Leis e regulamentos na área socioeconômica podem estar relacionados a temas como: fraude contábil e fiscal, corrupção, suborno, concorrência, fornecimento de produtos e serviços, ou questões trabalhistas.

¹ Não foram identificadas exceções em relação aos limites e/ou período dos indicadores. Como se trata do primeiro relatório da organização, não há alterações nos limites e/ou critérios em comparação a relatórios anteriores.



## CONTEÚDOS GRI ASSEGURADOS EXTERNAMENTE PELA PWC

TÓPICO	CONTEÚDO	DESCRIÇÃO
Perfil organizacional	GRI 102-8	Informações sobre empregados e outros trabalhadores
Fornecedores	GRI 102-9	Cadeia de fornecedores
Engajamento de stakeholders	GRI 102-43, 102-44	Abordagem para o engajamento de <i>stakeholders</i>   Principais preocupações e tópicos levantados
Presença no mercado	GRI 202-1	Proporção entre o salário mais baixo e o salário-mínimo local, com discriminação por gênero
Forma de Gestão	GRI 103   205	Forma de gestão - Combate à corrupção
Combate à corrupção	GRI 205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção
Combate à corrupção	GRI 205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas
Forma de Gestão	GRI 103   206	Forma de gestão - Concorrência desleal
Concorrência desleal	GRI 206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio
Forma de Gestão	GRI 103   301	Forma de gestão - Materiais
Forma de Gestão	GRI 103   306	Forma de gestão - Resíduos
Resíduos - Forma de Gestão	GRI 306-1 (2020)	Forma de gestão - Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos
Resíduos - Forma de Gestão	GRI 306-2 (2020)	Forma de gestão - Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos
Resíduos	GRI 306-3 (2020)	Resíduos gerados
Resíduos	GRI 306-4 (2020)	Resíduos não destinados para disposição final
Resíduos	GRI 306-5 (2020)	Resíduos destinados para disposição final
Forma de Gestão	GRI 103   307	Forma de gestão - Conformidade ambiental
Conformidade ambiental	GRI 307-1	Não conformidade com leis e regulamentos ambientais
Forma de Gestão	GRI 103   401	Forma de gestão - Emprego

TÓPICO	CONTEÚDO	DESCRIÇÃO
Emprego	GRI 401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados
Forma de Gestão	GRI 103   404	Forma de gestão - Capacitação e Educação
Capacitação e Educação	GRI 404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira
Forma de Gestão	GRI 103   405	Forma de gestão - Diversidade e igualdade de oportunidades
Diversidade e igualdade de oportunidades	GRI 405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados
Diversidade e igualdade de oportunidades	GRI 405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens
Forma de gestão	GRI 103   406	Forma de gestão - Não discriminação
Não discriminação	GRI 406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas
Forma de gestão	GRI 103   416	Forma de gestão - Saúde e segurança do consumidor
Saúde e segurança do consumidor	GRI 416-1	Avaliação dos impactos na saúde e segurança causados por categorias de produtos e serviços
Saúde e segurança do consumidor	GRI 416-2	Casos de não conformidade em relação aos impactos na saúde e segurança causados por produtos e serviços
Forma de gestão	GRI 103   417	Forma de gestão - <i>Marketing</i> e rotulagem
Marketing e rotulagem	GRI 417-1	Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços
Marketing e rotulagem	GRI 417-2	Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços
Marketingw e rotulagem	GRI 417-3	Casos de não conformidade em relação a comunicação de <i>marketing</i>
Conformidade socioeconômica	GRI 419-1	Não conformidade com leis e regulamentos na área socioeconômica

# RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES SOBRE AS INFORMAÇÕES NÃO FINANCEIRAS CONTIDAS NO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2021

Aos Administradores e Acionistas  
ZAMP S.A.  
São Paulo – SP

## INTRODUÇÃO

Fomos contratados pela ZAMP S.A. (“ZAMP” ou “Companhia”) para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre as informações não financeiras constantes no Relatório de Sustentabilidade 2021 da ZAMP relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2021.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com Relatório de Sustentabilidade 2021, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados.

## RESPONSABILIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DA ZAMP

A administração da ZAMP é responsável por:

- selecionar ou estabelecer critérios adequados para a preparação e apresentação das informações constantes no Relatório de Sustentabilidade;
- preparar as informações de acordo com os critérios e diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI-Standards)* e com a base de preparação, elaborada pela própria Companhia;
- desenhar, implementar e manter controles internos sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relatório de Sustentabilidade, que estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

## RESPONSABILIDADE DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relatório de Sustentabilidade 2021 com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico CTO 01 – “Emissão de Relatório de Asseguração Relacionado com Sustentabilidade e Responsabilidade Social”, emitido pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC), com base na NBC TO 3000 – “Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão”, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*, emitida pelo *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*. Essas normas requerem o cumprimento pelo auditor de exigências éticas, independência e demais responsabilidades referentes a ela, inclusive quanto à aplicação da Norma Brasileira de Controle de Qualidade (NBC PA 01) e, portanto,

a manutenção de sistema de controle de qualidade abrangente, incluindo políticas documentadas e procedimentos sobre o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e requerimentos legais e regulatórios aplicáveis.

Adicionalmente, as referidas normas requerem que o trabalho seja planejado e executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações não financeiras constantes no Relatório de Sustentabilidade 2021 em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da ZAMP e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir, na forma de asseguração limitada, sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a

execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório de Sustentabilidade, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações contidas no Relatório de Sustentabilidade 2021, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre atividades e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2021, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam, dentre outros:

- (a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2021;
- (b) o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores mediante entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações da ZAMP S.A. e suas marcas controladas (Burger King e Popeyes);;

- (c) a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório de Sustentabilidade 2021; e

- (d) para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, o confronto desses indicadores com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam também a análise da aderência às diretrizes e critérios (1) da *Global Reporting Initiative (GRI-Standards)*; (2) ao disposto na base de preparação elaborada pela Companhia, aplicáveis na elaboração das informações constantes do Relatório de Sustentabilidade 2021.

Acreditamos que a evidência obtida em nosso trabalho é suficiente e apropriada para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

## ALCANCE E LIMITAÇÕES

Os procedimentos executados em trabalho de asseguração limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguração razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguração limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se

tivesse sido executado um trabalho de asseguração razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2021. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, nem em relação a projeções futuras e metas.

A preparação e apresentação das informações e indicadores não financeiros seguiu as definições da base de preparação elaborada pela Companhia e as diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI-Standards)* e, portanto, as informações apresentadas no Relatório de Sustentabilidade 2021 não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões preveem, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da

ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguração deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados e previamente mencionados neste parágrafo.

## CONCLUSÃO

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório e nas evidências que obtivemos, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações não financeiras constantes no Relatório de Sustentabilidade para o exercício findo em 31 de dezembro de 2021 da ZAMP S.A. não foram preparadas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os critérios e diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI) (GRI-Standards)*, opção Essencial, e com a base de preparação elaborada pela Companhia.

São Paulo, 30 de novembro de 2022

**PricewaterhouseCoopers**  
**Auditores Independentes Ltda.**  
**CRC 2SP000160/O-5**

**Maurício Colombari**  
**Contador CRC 1SP195838/O-3**





# CRÉDITOS

## **ZAMP**

Vice-Presidência Financeira e RI - Gerência Jurídica

Gabriel Magalhães da Rocha Guimarães, Murilo de Martino Mossin, Luann Almeida Faria e Isadora Hespanhol Cipriani.

## **Agradecimento especial**

Fabio Chaves de Arruda Alves

## **Consultoria de projeto e GRI, conteúdo e design**

grupo report - rpt sustentabilidade

## **Fotos**

Banco de imagens ZAMP

## **Revisão ortográfica**

Catalisando Conteúdo