

# BK BRASIL

**TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS 2T21**  
**06 de Agosto de 2021**



**POPEYES**

## HIGHLIGHTS 2T21

Retomada de vendas

Recorde de vendas nos canais digitais

Maior eficiência nos restaurantes com a digitalização da experiência

Clube BK atinge a marca de 1,1 milhão de usuários em 6 meses

Abertura de 10 lojas no período



# DESTAQUES FINANCEIROS 2T21

## DESEMPENHO 2T21

Receita Operacional Líquida - R\$ 567,9 milhões (+94,0%)

SSS<sup>1</sup> +6,9% BKB e +48,8% Popeyes

Receita dos canais digitais - R\$ 187,0 milhões (+75%)

EBITDA Ajustado<sup>2</sup> R\$ 10,6 milhões

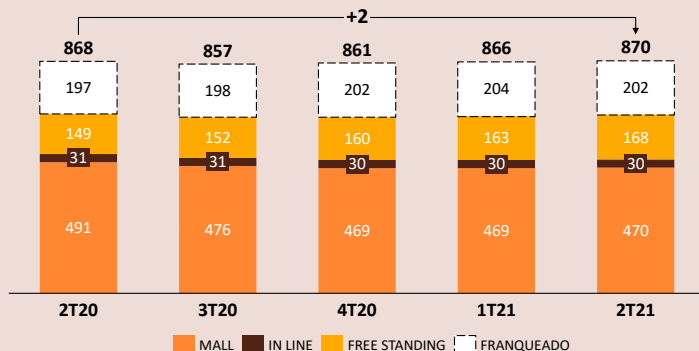
Margem EBITDA Ajustada<sup>2</sup> 1,9%



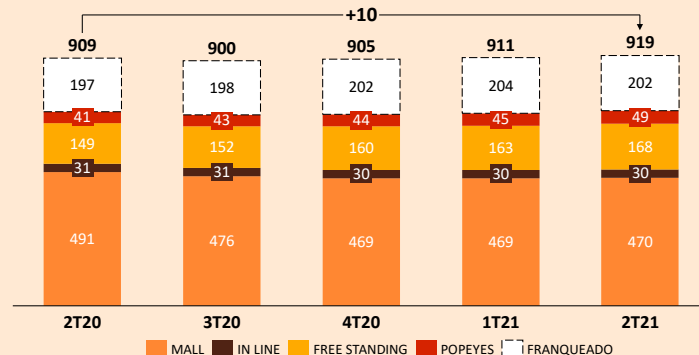
POPEYES

Fonte: BK Brasil / Nota 1: Crescimento de vendas comparáveis nos mesmos restaurantes: Seguindo a metodologia de cálculo da RBI, considera-se as vendas dos restaurantes Burger King operados pelo BK Brasil abertos há mais de 13 meses e de restaurantes Popeyes abertos há mais de 17 meses em relação ao mesmo período do ano anterior. Adicionalmente, restaurantes fechados por mais de 7 dias consecutivos dentro de um mês são expurgados da base comparável. Nota 2: O "EBITDA Ajustado" é uma medida não contábil elaborada pela Companhia, que corresponde ao EBITDA ajustado por despesas pré-operacionais, despesas com aquisições e incorporações e outras despesas, que na visão da Administração da Companhia não fazem parte das operações normais do negócio e/ou distorcem a análise do desempenho da Companhia incluindo: (i) baixas de ativo imobilizado (sinistros, obsolescência, resultado da venda de ativos e provisões de impairment); e (ii) custos com plano de ações.

## REDE BURGER KING (# de restaurantes)



## TOTAL DE RESTAURANTES BK BRASIL (# de restaurantes)



## ABERTURAS

**+6**

**+4**

## FECHAMENTOS

**-2**

## AQUISIÇÃO/REPASSE

**1**

**2T21: encerramento com 919 restaurantes sendo 717 próprios e 202 franqueados**

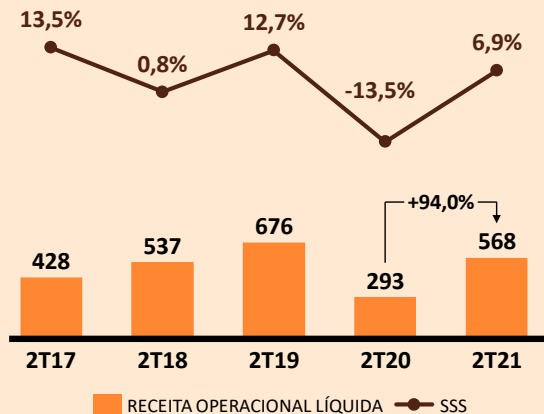
# RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA, SSS E EVOLUÇÃO DAS VENDAS



POPEYES

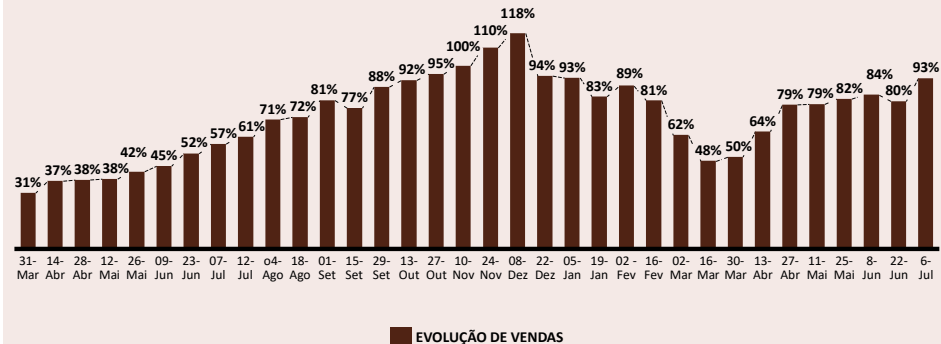
## RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA E SSS' (R\$ mm e %)

- Receita operacional líquida de R\$ 568 milhões (+94,0% vs 2T20).
- SSS de +6,9% para BKB e +48,8% para Popeyes.



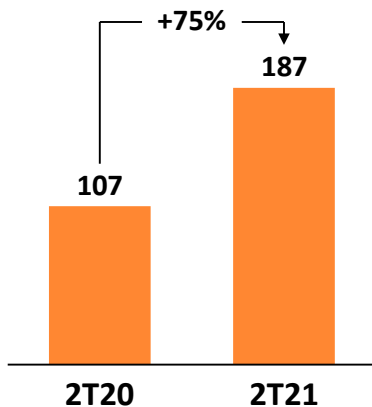
## VARIAÇÃO DE VENDAS VS SEMANAS PRÉ-PANDEMIA<sup>2</sup> (%)

- Consistente retomada de vendas com a suavização das medidas restritivas e o crescimento dos canais digitais.



# DIGITALIZAÇÃO DE VENDAS

## CRESCIMENTO DE VENDAS DIGITAIS SOBRE RECEITA TOTAL (R\$ mm)



*Crescimento de 75% versus o 2T20, atingindo 33,3% de participação sobre as vendas totais*



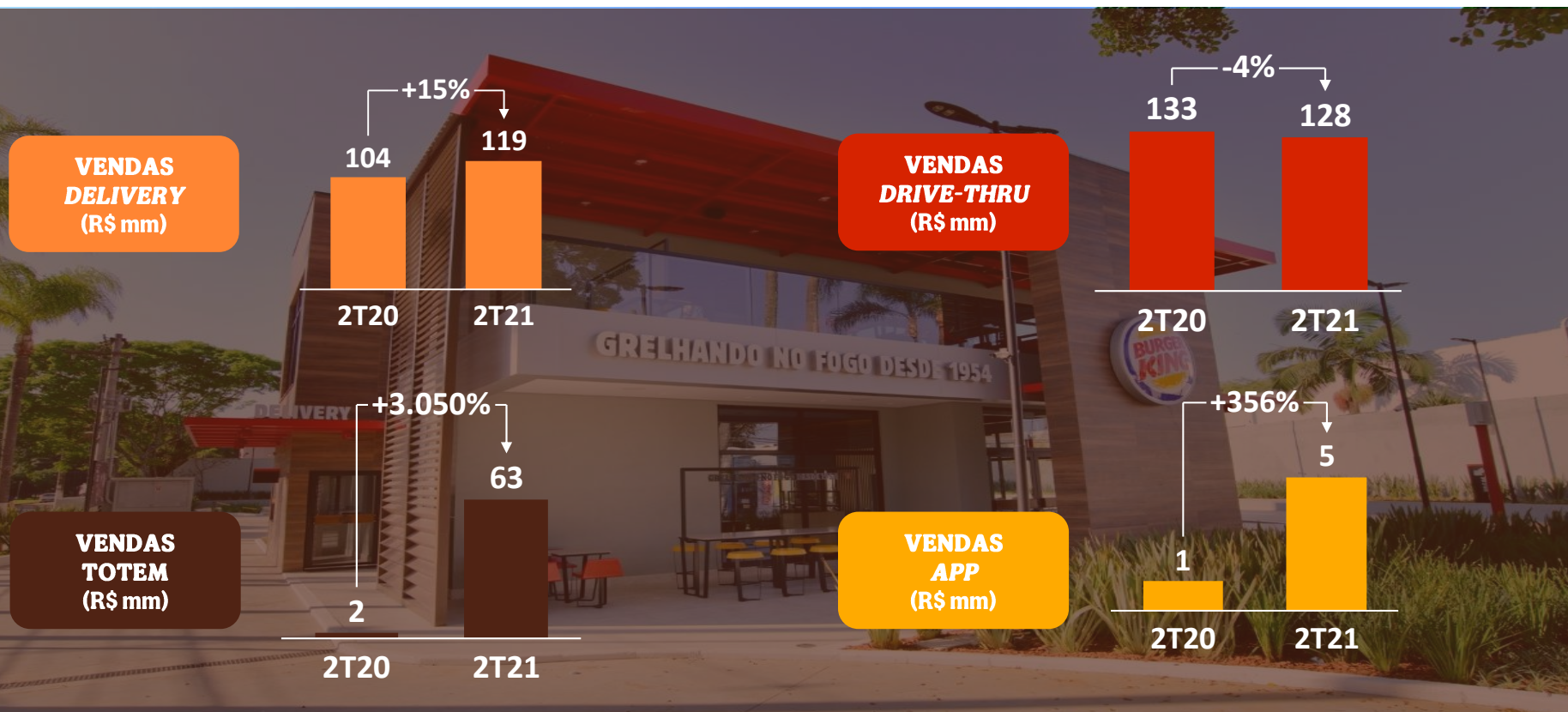
POPEYES



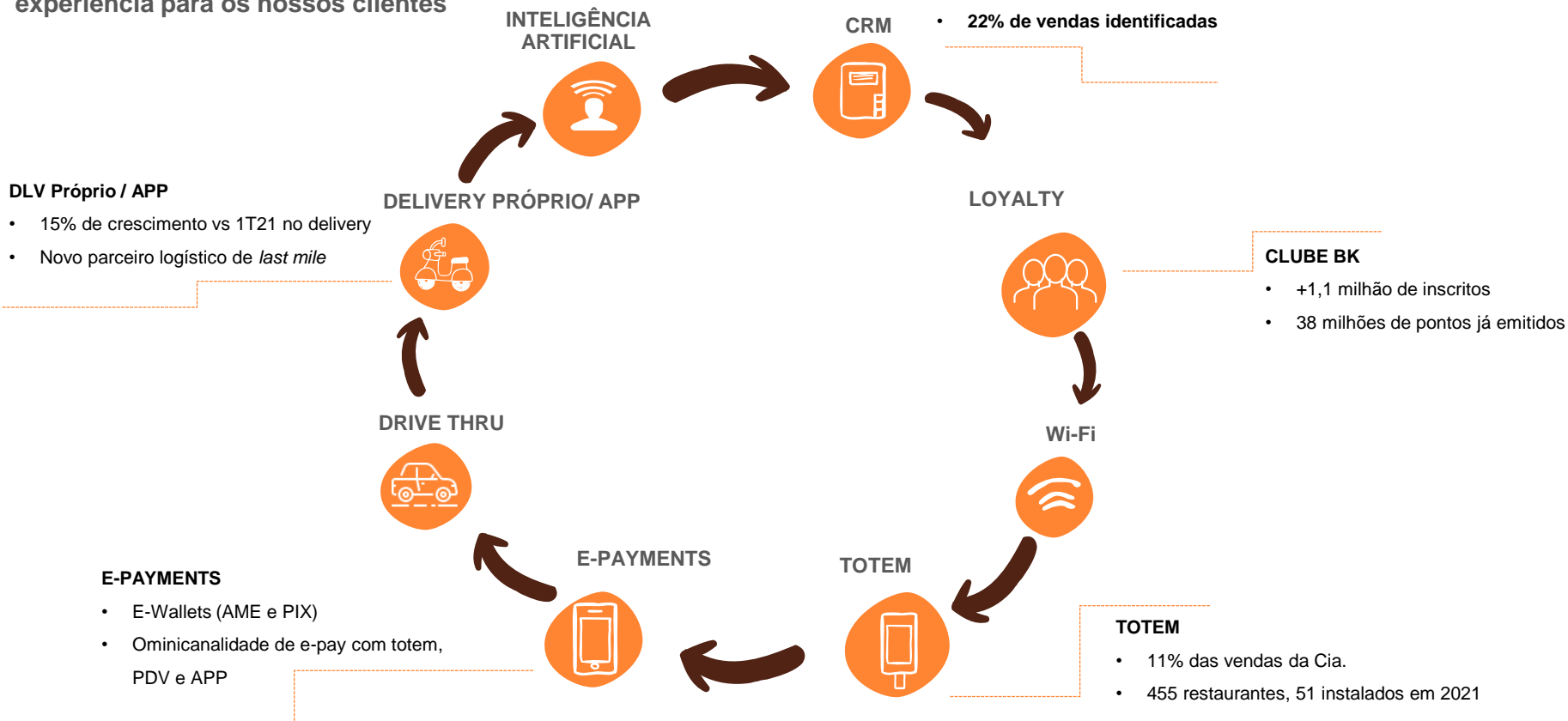
# CANAIS DE VENDAS



POPEYES



Eficiência nos restaurantes e melhor experiência para os nossos clientes



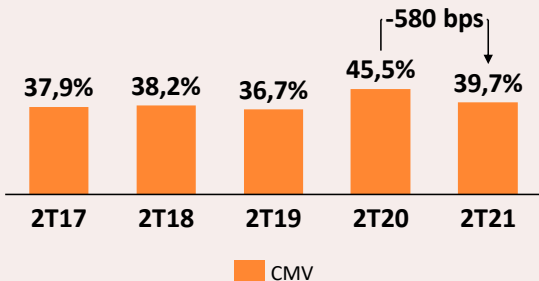
# CMV, DESPESAS COM RESTAURANTES E G&A



POPEYES

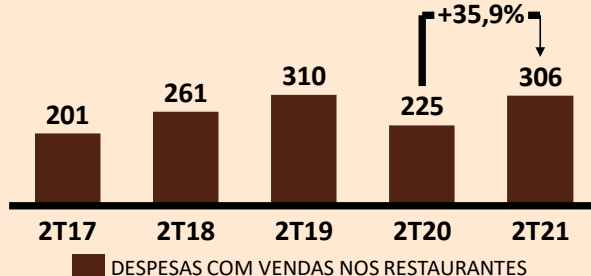
## CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA (% da receita operacional líquida)

Ajustes de preços e plataforma de CRM contribuem para performance da margem bruta.



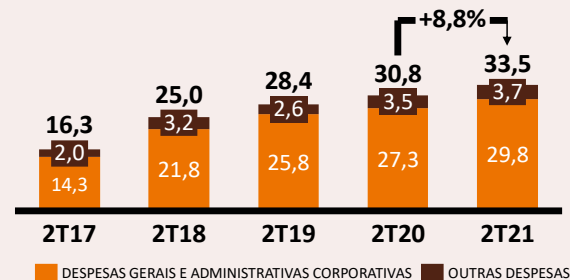
## DESPESAS COM VENDAS NOS RESTAURANTES (R\$ mm)

Alta de 35,9% versus o 2T20, em virtude dos benefícios da MP 936 e pelo número de restaurantes fechados naquele período.



## DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (R\$ mm)

Despesas gerais e administrativas crescem versus 2T20 em virtude da MP 936, mas têm queda quando comparadas ao 1T21.



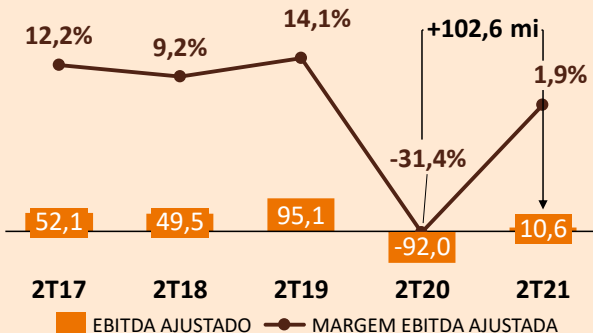
# EBITDA AJUSTADO, LUCRO LÍQUIDO E ALAVANCAGEM



POPEYES

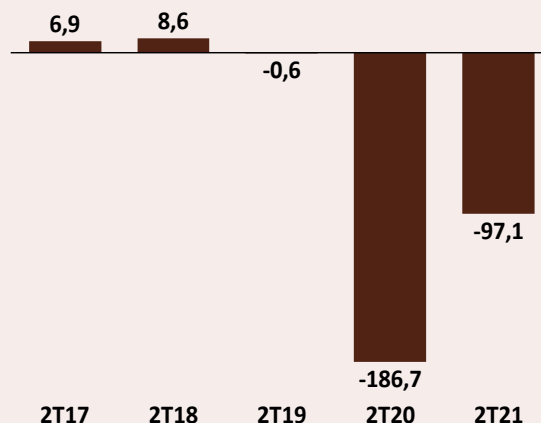
## EBITDA AJUSTADO<sup>1</sup> E MARGEM EBITDA AJUSTADA (R\$ mm e %)

Avanço na atividade operacional, combinado com a eficiência trazida por iniciativas digitais possibilitaram a retomada do patamar positivo de EBITDA no período.



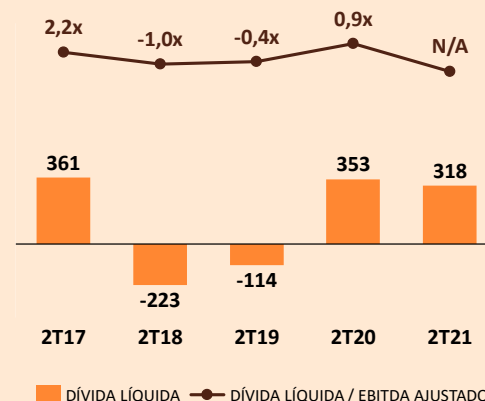
## LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO (R\$ mm)

Resultado R\$89,6 milhões melhor que o 2T20.



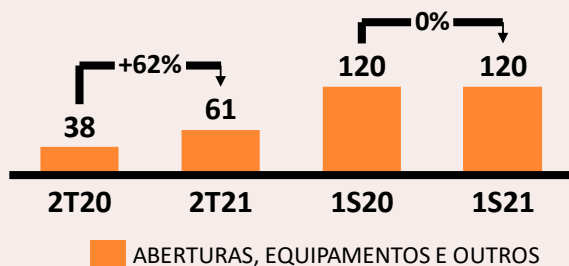
## ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO E ALAVANCAGEM (R\$ mm, EBITDA ajustado<sup>1</sup>)

Dívida líquida de R\$318,0 milhões.



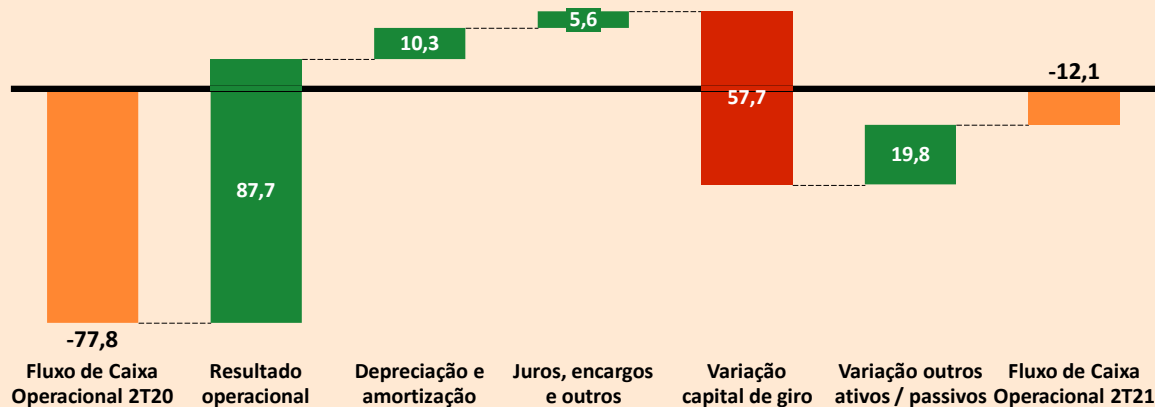
## CAPEX (R\$ mm)

Cia. segue seu plano de aberturas com 10 restaurantes no período.



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

Consumo de caixa operacional significativamente melhor versus 2T20 em razão do avanço das operações da Companhia.



## PRIORIDADES 2021

---

- 
- A background image of a Burger King employee wearing a black cap with the BK logo and a white face mask. The employee is looking directly at the camera.
- 1** Retomada de Vendas
  - 2** Avanço do CRM
  - 3** Digitalização da experiência do cliente
  - 4** Crescimento de *Free Standings* BK e *Food Court* PLK
  - 5** Clube BK
  - 6** Associação com Domino's



POPEYES

# BK

# BRASIL

**Iuri Miranda**  
CEO

**Gabriel Guimarães**  
CFO e DRI

**Caroline Luccarini**  
RI

**Rafaela Moura**  
RI

**Contato RI:**  
[www.burgerking.com.br/ri](http://www.burgerking.com.br/ri)

## DISCLAIMER

Esta apresentação contém informações gerais sobre os negócios e as estratégias do BK Brasil Operações e Assessoria a Restaurantes S.A. e suas controladas ("BK"). Essas informações não se propõem a serem completas e estão sob a forma de resumo. Pelo fato das informações serem apresentadas de forma resumida, não se pode confiar em sua plena exatidão e nenhuma declaração ou garantia, expressa ou implícita, é feita em relação à exatidão das informações aqui contidas.



POPEYES