

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

2T25

11 DE AGOSTO DE 2025



zamp

DESTAQUES

2T25 vs. 2T24

LTM 2T25 vs. LTM 2T24

Receita

Receita operacional líquida de R\$ 1,3 bilhão, crescimento de 16%;

Vendas Comparáveis

SSS de +1,1% Burger King®, +22,3% Popeyes®, +21,7% Starbucks® e +30,1% para Subway®;

System-wide

Vendas brutas do sistema atingiram o patamar de R\$ 2,3 bilhões no 2T25, crescimento de 51% em relação ao 2T24;

Digitalização das Vendas

Vendas Digitais representaram 53% da receita total, +22% vs 2T24; 55,3% vendas Identificadas BK;

EBITDA

Ebitda Ajustado de R\$ 173,5 milhões, aumento de 16,5% YoY;

Restaurantes

Atingimos 2.668 unidades, sendo 958 da marca Burger King®, 89 Popeyes®, 114 Starbucks® e 1.507 Subway®.

2T25: PERÍODO DE EVOLUÇÃO E CONSOLIDAÇÃO

	2T24		2T25	
Marcas no Portfólio				
Número de Unidades	1.028	➤➤	2.668	2.6x
Vendas Bruta do Sistema (R\$ Bi) ¹	1,5	➤➤	2,3	+51%
Receita Líquida Zamp (R\$ Bi) ²	1,1	➤➤	1,3	+16%

(1) Receita bruta transacionada no ecossistema (lojas próprias e franquias).

(2) Receita líquida para as novas marcas considera somente o período sob gestão Zamp.

PORTFÓLIO DE LOJAS SISTEMA ZAMP



958

+21 vs 2T24



POPEYES

89

-2 vs 2T24



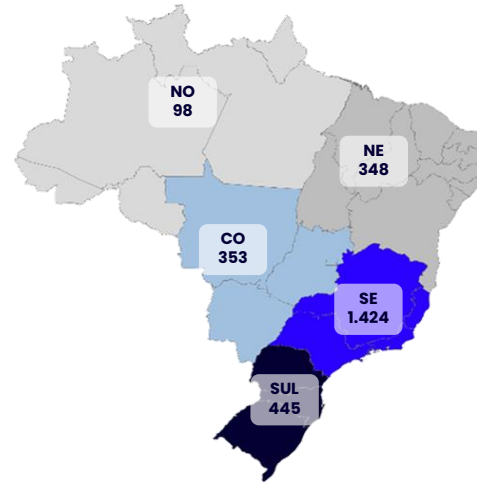
114



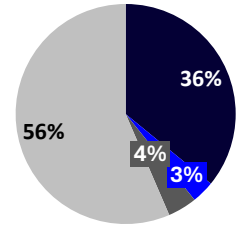
1.507

zamp

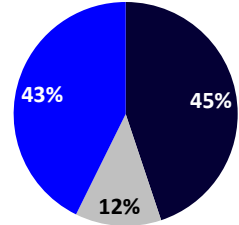
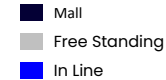
2.668
+1.640 vs 2T24



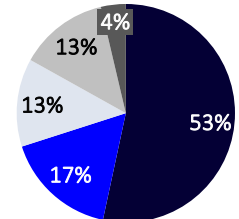
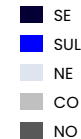
DISTRIBUIÇÃO POR MARCA



DISTRIBUIÇÃO POR FORMATO⁽¹⁾



DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA

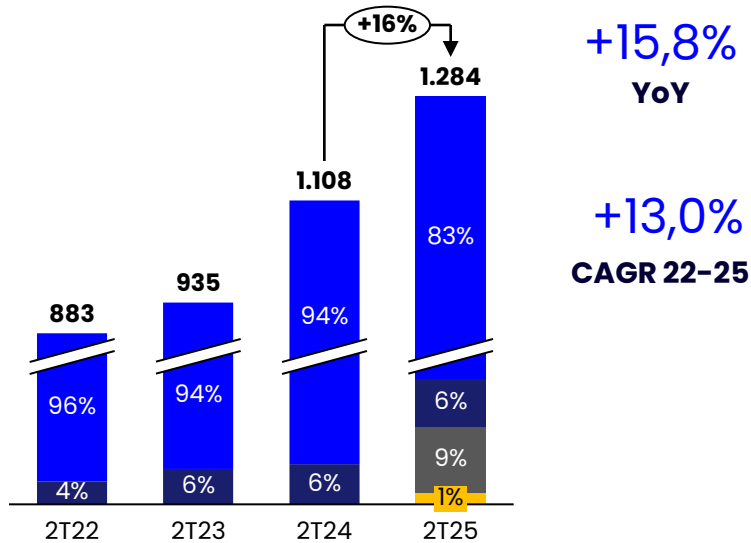


A Zamp fechou 2T25 com **2.668** restaurantes, entre franquias e próprios, das quatro marcas que compõem o portfólio. Com ampla capilaridade, a Companhia está presente em todas as regiões do país, em diferentes formatos

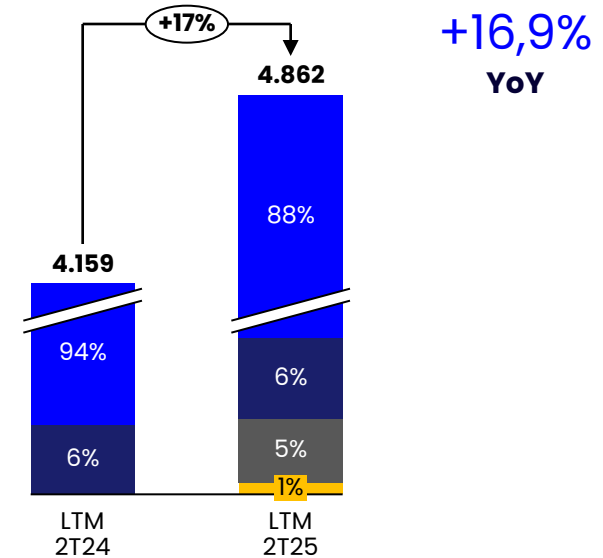
(1) Formato Mall considera lojas Food Court, Aeroportos, Universidade e Ghost kitchen; Lojas Office e em rodovias sem drive-thru, consideradas como In-Line.

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA ZAMP

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA TRIMESTRAL
(R\$ milhões)



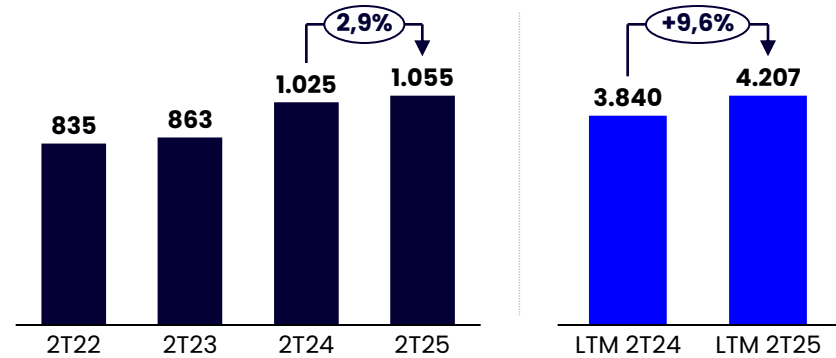
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA LTM
(R\$ milhões)



■ Burger King®
 ■ Popeyes®
 ■ Starbucks®
 ■ Subway®

BURGER KING®

Venda Líquida de Restaurantes (R\$M)



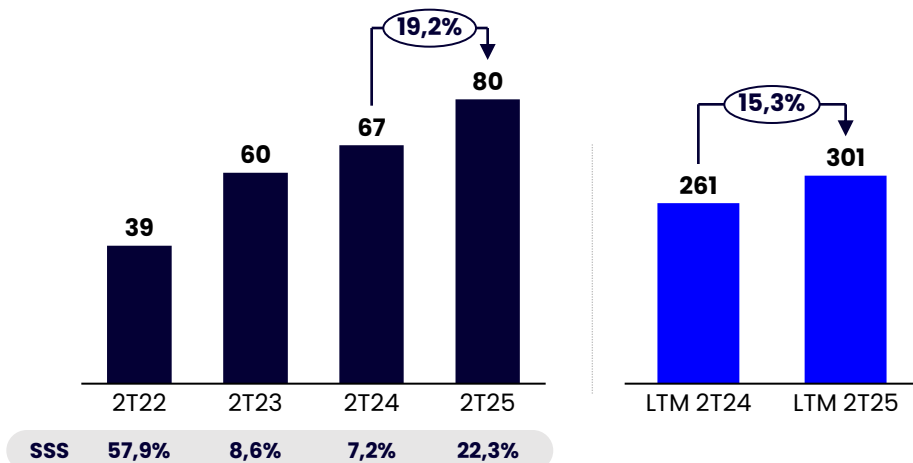
SSS	2T22	2T23	2T24	2T25
	33,3%	0,3%	16,2%	1,1%

Fonte: ZAMP

- +1,1% SSS no 2T25, acumulado em 17,3% em uma visão de 2 anos;
- Crescimento consistente de vendas dos restaurantes, com R\$1,1 bilhão de receita líquida, +2,9% vs. o 2T24;
- No acumulado dos últimos 12 meses, a receita foi de R\$4,2 bilhões – um aumento de 9,6% vs. o 2T24.

POPEYES®

Venda Líquida de Restaurantes (R\$M)

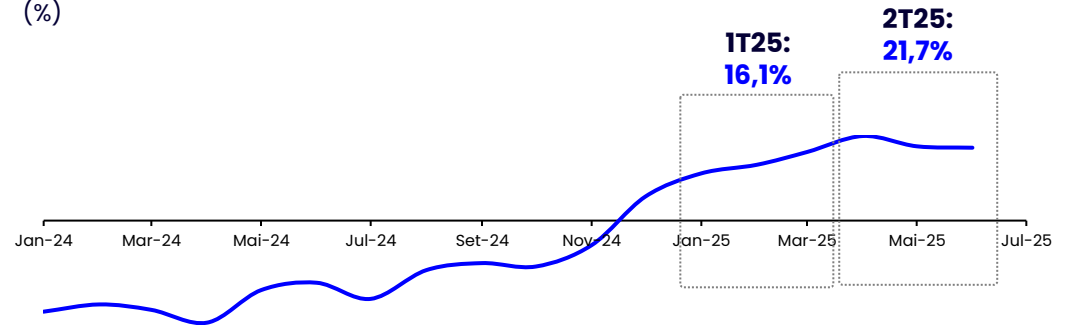


- Receita de vendas no 1T25 atingiu R\$ 80 milhões com SSS de +22,3%;
- A estratégia segue em aumentar **consideração da marca**, executar as frentes para **crescimento de vendas** e **ganho de eficiência operacional**;
- Sucesso da campanha “**Molhão**”, que mudou o patamar de **conhecimento de marca, tráfego e vendas**.



STARBUCKS®

Same Store Sales (%)



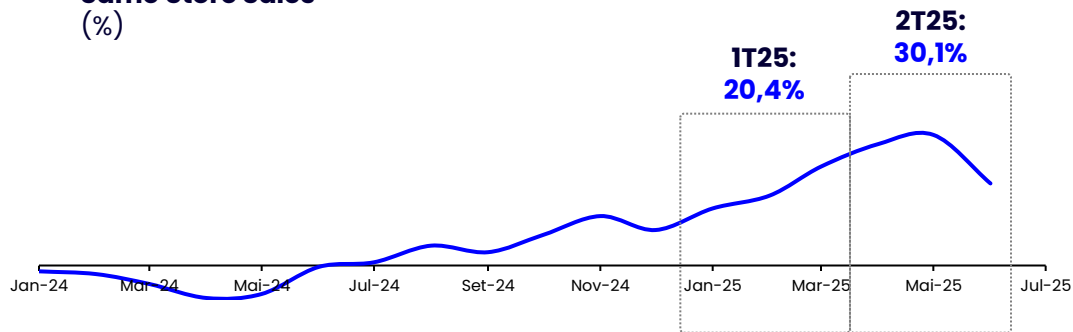
Em **Starbucks®**, capturamos um ganho de 34 p.p. em SSS desde o início da operação, fechando o trimestre com 21,7%.

- Foco em **reestabelecer a operação** e **restaurar a experiência dos consumidores** para os padrões mundialmente conhecidos de Starbucks;
- Retomada de **investimentos em marketing** e **lançamento** de novos produtos;
- As vendas líquidas¹ do 2T25 atingiram R\$ 112,7 milhões com SSS de +21,7%.

(1) Venda líquida de Starbucks considera as vendas de março a junho, uma vez que a venda reportada no 1T25 contemplava apenas Janeiro e Fevereiro.

SUBWAY®

Same Store Sales (%)



Subway® com duplo dígito de Same Store Sales desde 4T24, triplicando no segundo trimestre de 2025.

- Foco em **retomar o desenvolvimento da marca** no Brasil, através de **investimentos mais eficientes** em marketing, lançamento de novos produtos e **maior proximidade dos franqueados**;
- **SSS de +30,1%** no 2T25;
- Continuidade das plataformas **Sub Séries** e **2 por R\$ 24,90**.

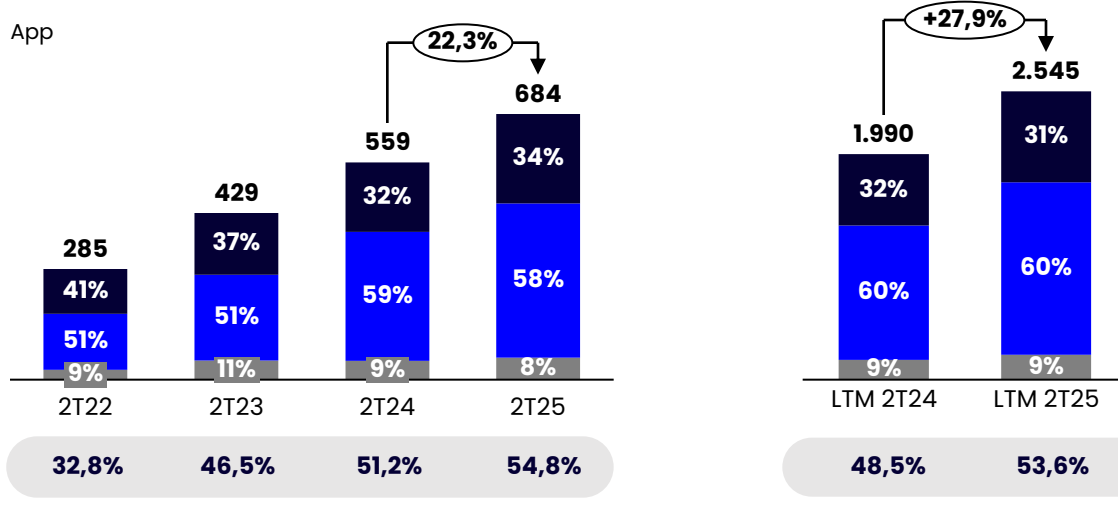


VENDAS DIGITAIS

Vendas Digitais

(R\$ milhões)

■ Delivery ■ Totem ■ App



- Vendas digitais atingiram R\$684 milhões no 2T25, crescimento 22% versus 2T24 e ganharam +360 bps de *share* dentro de toda a nossa venda dos restaurantes.

ECOSSISTEMA DIGITAL



DELIVERY

33,7%

DAS VENDAS DIGITAIS
DA CIA, CRESCIMENTO
DE +29% YoY EM
TERMOS NOMINAIS



APP

8,3%

REPRESENTATIVIDADE
DAS VENDAS DIGITAIS
(+16% YoY EM
TERMOS NOMINAIS)



TOTEM

58,0%

DAS VENDAS DIGITAIS
(+1,0 P.P NO CANAL VS.
2T24)



CRM

55,3%

DAS VENDAS TOTAIS
COMO VENDAS DE
BK IDENTIFICADAS



LOYALTY

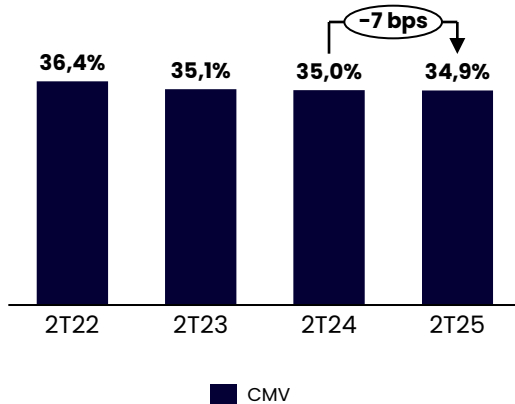
21 MILHÕES

DE INSCRITOS EM
NOSSO PROGRAMA DE
FIDELIDADE,
+2M VS 2T24

CMV e SG&A

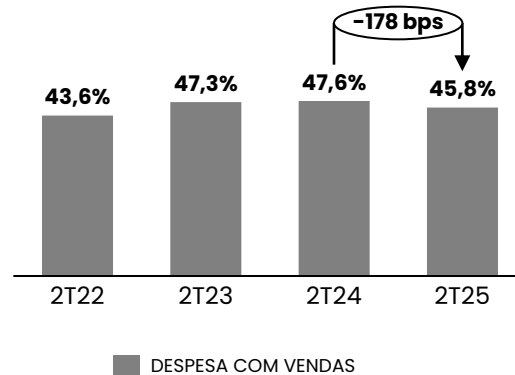
CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA

(% da receita operacional líquida)



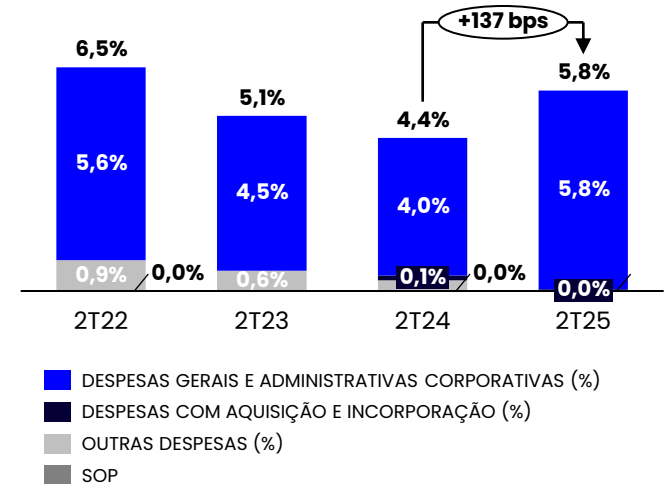
DESPESAS COM VENDAS NOS RESTAURANTES

(% da receita operacional líquida)



DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS⁽¹⁾

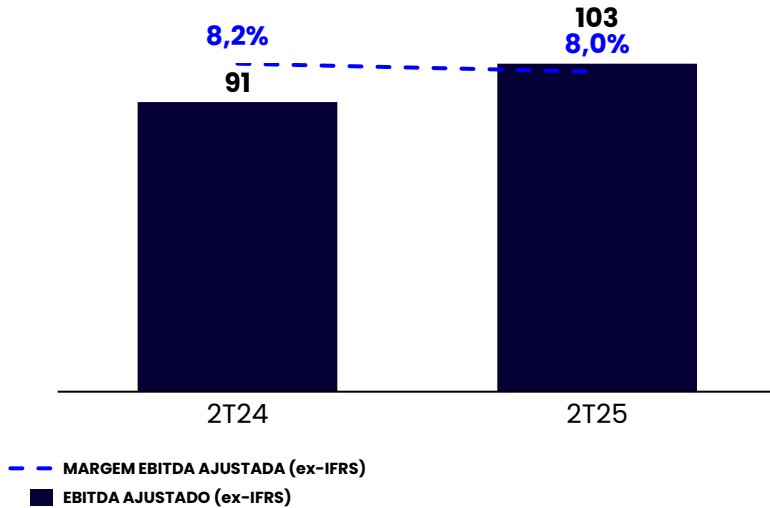
(% da receita operacional líquida)



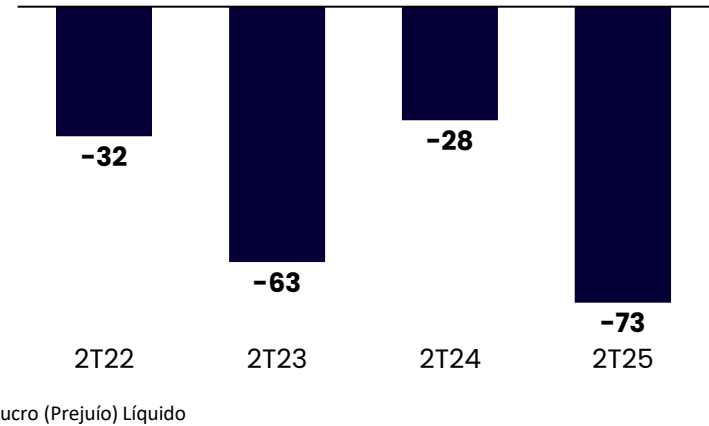
- Redução **7 bps** de CMV em relação ao 2T24;
- As despesas gerais e administrativas, excluindo depreciação e amortização, representaram **5,8%** da receita Operacional líquida no 2T25, um aumento de **137 bps** em relação ao 2T24. Crescimento devido à reestruturação adotada para suportar as novas marcas da Companhia que ainda estão em fase de maturação.

EBITDA AJUSTADO E RESULTADO LÍQUIDO

**EBITDA AJUSTADO (Ex-IFRS16)
E MARGEM EBITDA AJUSTADA**
(R\$ milhões e %)



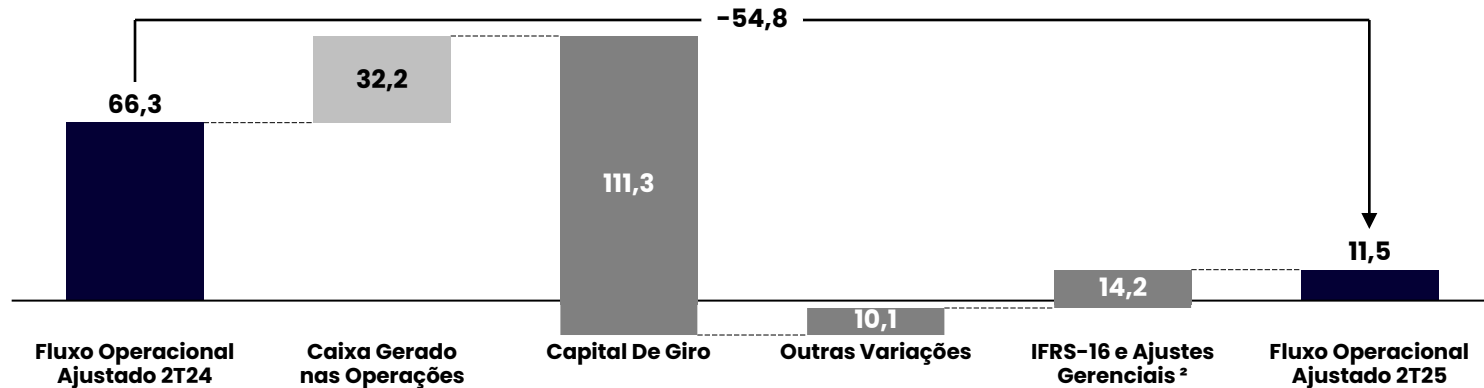
LUCRO/PREJUÍZO LÍQUIDO
(R\$ milhões)



- O EBITDA Ajustado (Ex-IFRS16) da Companhia atingiu o valor de **R\$ 102,5 milhões** no 2T25.
- Prejuízo de **R\$ 73 milhões**, um aumento de R\$ 45 milhões em comparação ao 2T24.

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL AJUSTADO

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL AJUSTADO¹ (R\$ milhões)



- Redução de **R\$ 54,8 milhões** vs. 2T24 com a piora de **R\$ 111,3 milhões** de capital de giro e de **R\$ 10,1 milhões** em outras variações. Efeitos decorrentes principalmente do aumento de impostos a recuperar referente aos créditos tributários da operação, do aumento de estoque com a incorporação da Starbucks® e de antecipação de pagamentos com descontos relevante de despesa.

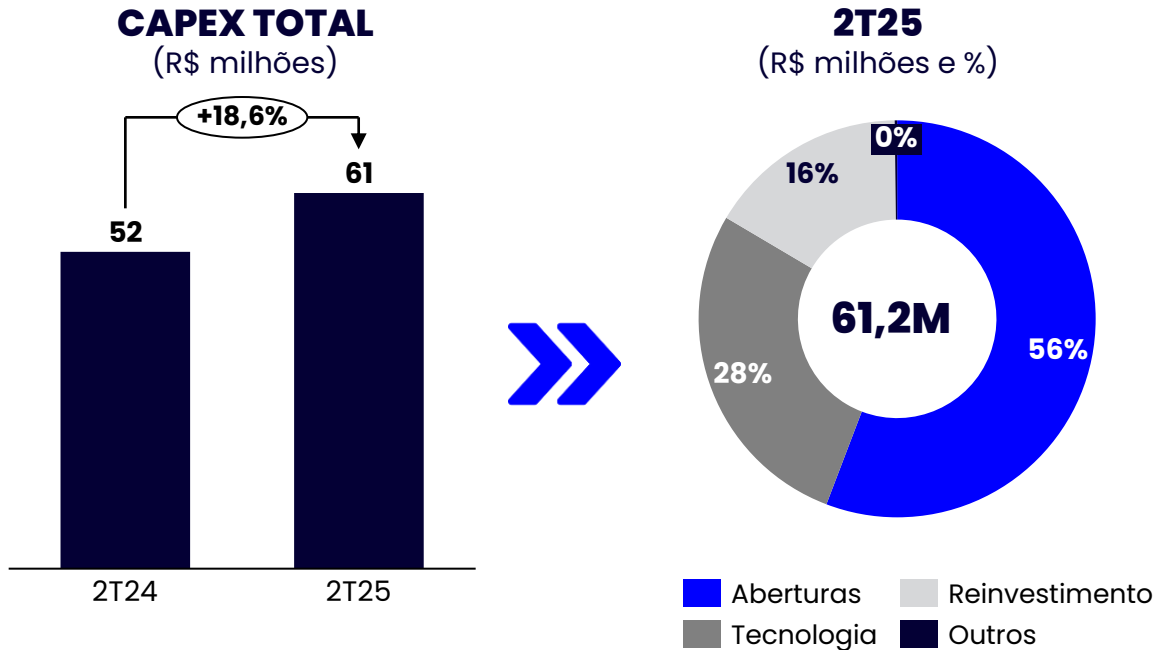
Notas:

¹ O "Fluxo de Caixa Ajustado" é uma medida não contábil elaborada pela Companhia, que corresponde ao Fluxo de Caixa reportado ajustado por exclusão do efeito IFRS-16, transferência entre Atividades das linhas de Pagamento de Juros de Empréstimos, Juros Capitalizados, Movimentação de Títulos e Valores Mobiliários e Receita de Aplicações;

² Ajustes Gerenciais são transferências das Atividades Operacionais para Atividades de Financiamentos e Investimentos das linhas de Pagamento de juros sobre empréstimos e financiamentos, Pagamentos de juros sobre passivos de arrendamentos, Movimentação de títulos e valores mobiliários, Rentabilidade de aplicações financeiras e Juros Capitalizados.

CAPEX

A Companhia teve um aumento de **19%** nos investimentos.



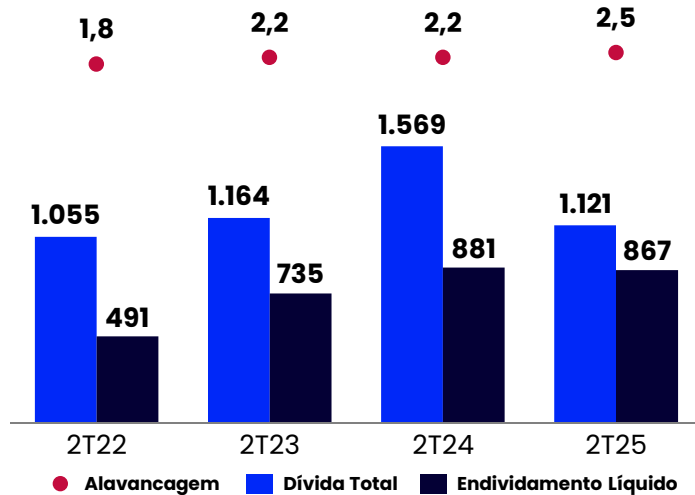
- Alocação dos recursos foram majoritariamente em **aberturas** previstas para 2025, investimentos em **tecnologia e transformação**, além de **reinvestimento no parque de ativos**, visando ampliar a vida útil dos ativos.

Nota: Valores incluem capitalização de juros.

ENDIVIDAMENTO

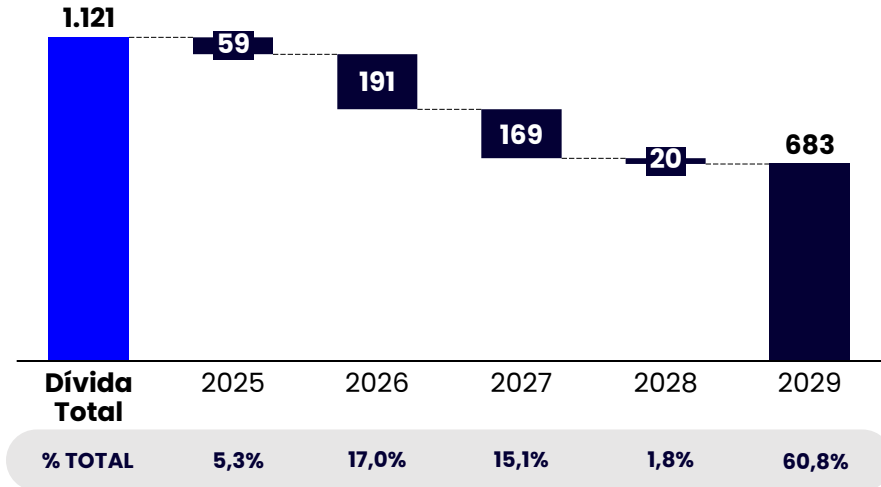
ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO E ALAVANCAGEM¹

(R\$ milhões, EBITDA ajustado)



ESTRUTURA DA DÍVIDA

(R\$ M; % da Dívida Total)



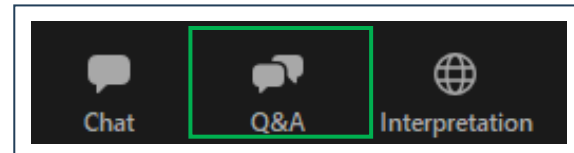
- R\$ 1,121 bilhão de dívida bruta, ou R\$ 867 milhões líquida, e 2,5x de alavancagem (Dívida líquida/EBITDA Ajustado ex-IFRS16).
- A companhia encerrou o período com um Caixa de R\$ 254,6 milhões.

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



PERGUNTAS E RESPOSTAS

Para fazer **perguntas**, orientamos que sejam enviadas via **ícone de "Q&A"**, no **botão inferior de sua tela**. Por padrão da dinâmica, seus nomes serão anunciados para que façam sua pergunta ao vivo. Nesse momento, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela.



The logo for ZAMP, featuring a blue vertical bar to the left of the word 'zamp' in a bold, lowercase, sans-serif font.

Pedro Zemel

CEO

Gabriel Guimarães

CFO e DRI

Suelen Barão

RI

Time de RI

Contato de RI:

ri@zamp.com.br

DISCLAIMER:

Esta apresentação contém informações gerais sobre os negócios e as estratégias da ZAMP S.A. Essas informações não se propõem a serem completas e estão sob a forma de resumo. Pelo fato das informações serem apresentadas de forma resumida e estarem sujeitas a fatores externos, não se pode confiar em sua plena exatidão e nenhuma declaração ou garantia, expressa ou implícita, é feita em relação à exatidão das informações aqui contidas.