

3T24 | MEAL3

# Apresentação de Resultados

Restaurante bom tem dono!

**MEAL**  
B3 LISTED NM

FRANGO ASSADO



VIENA



Brunella

R A CATERING



# Estratégia IMC

2021 – 2024...



SER A MELHOR  
PLATAFORMA DE SERVIÇOS  
**DE ALIMENTAÇÃO  
DO BRASIL**





# Destques

	3T24	9M24
Same Store Sale (%YoY – Ex Postos)	+ 3%   -2% Brasil Cons.	+ 2%   0% Brasil Cons.
Receita Sistema (R\$ milhões)	R\$ 818 + 0,6% vs. 3T23	R\$ 2.343 + 3,7% vs. 9M23
Receita Líquida (R\$ milhões)	R\$ 601 + 0,5% vs. 3T23	R\$ 1.675 + 2,1% vs. 9M23
EBITDA Ajustado Crescimento %YoY	R\$ 87 Mi + 7,0% vs. 3T23	R\$ 238 Mi + 20,0% vs. 9M23
Dívida Líquida/EBITDA	2,3x	



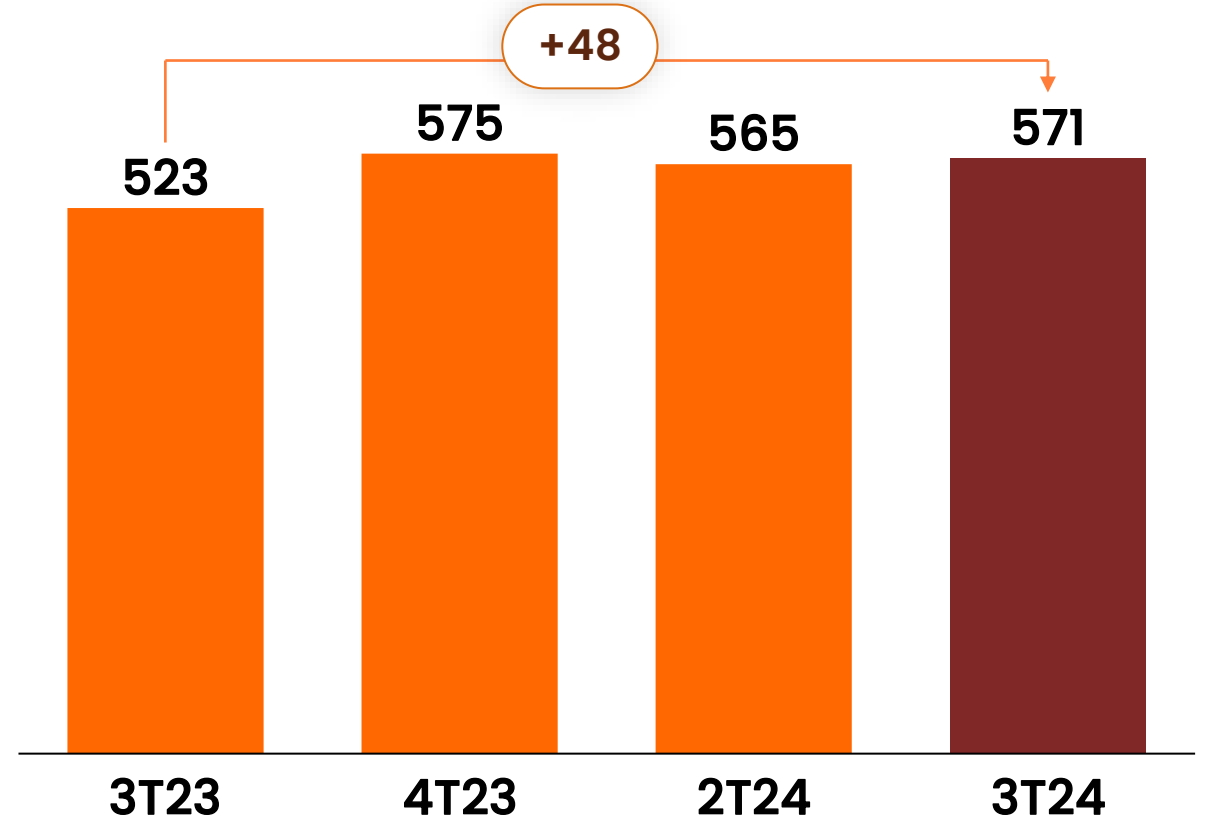
# Número de Lojas 3T24

Total do sistema:

## 571 unidades

53% lojas próprias

### Evolução do # de Lojas<sup>1</sup>



<sup>1</sup> - Excluindo operações descontinuadas



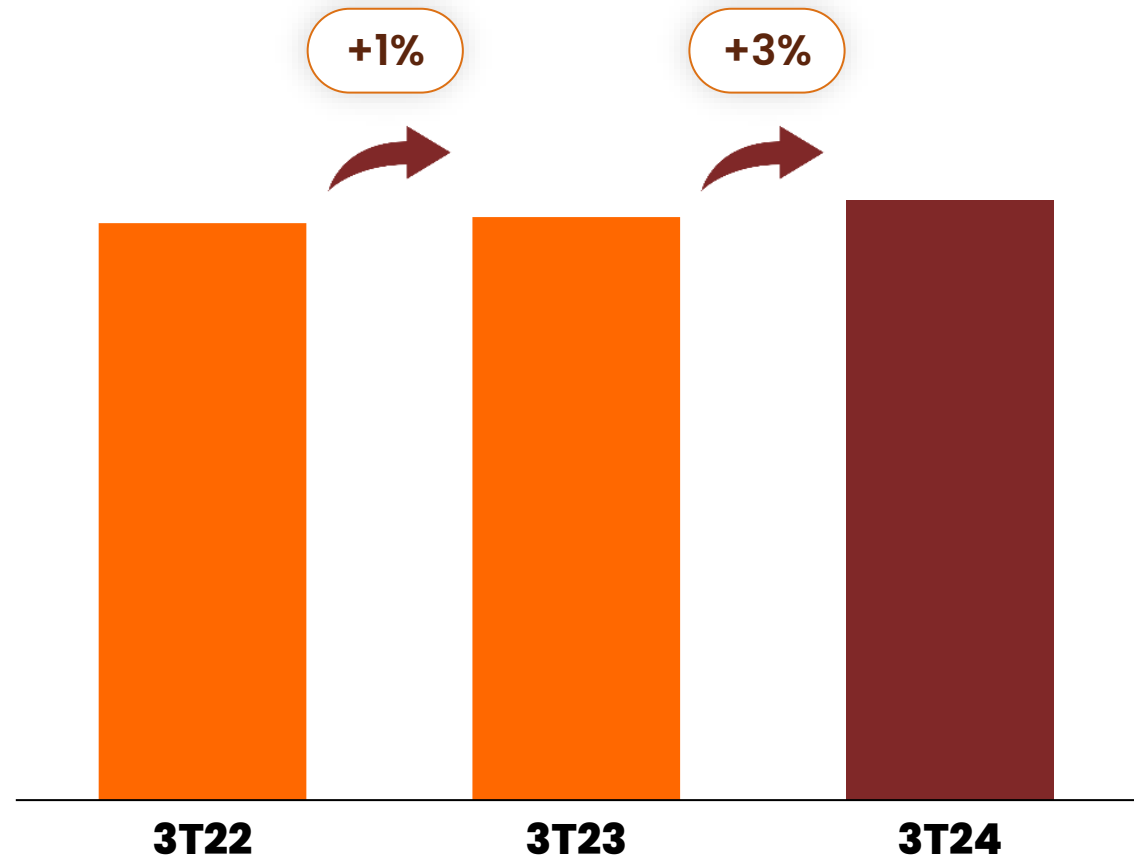
# Vendas nas mesmas lojas

\*Brasil Ex. Postos.

Global Ex. Postos.

**-2%** Vs. 3T23

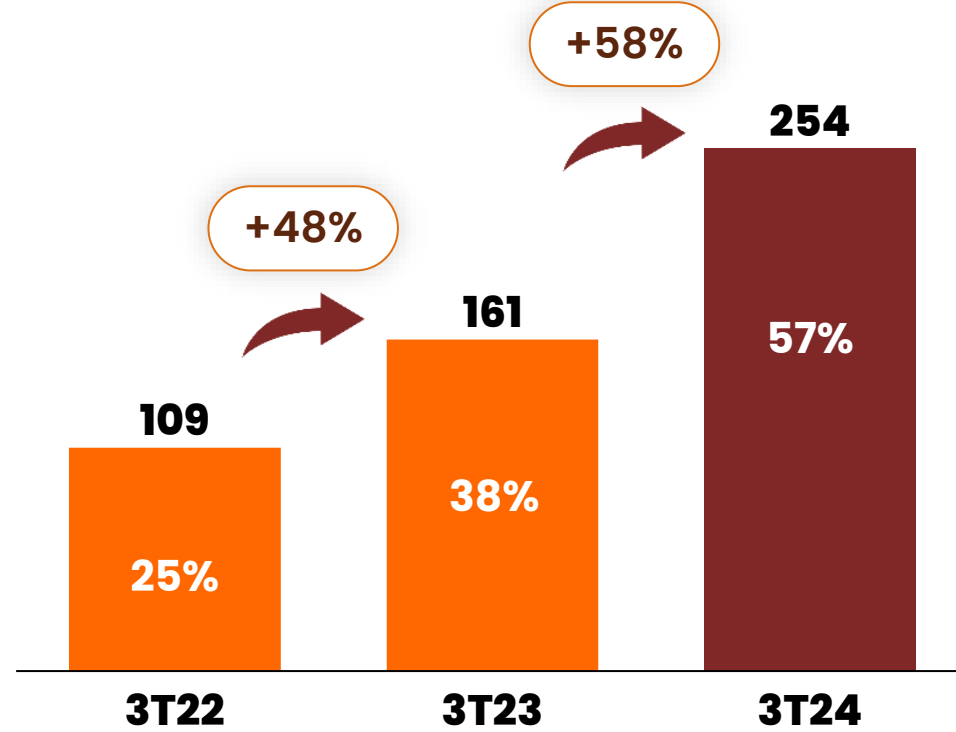
%Crescimento vs. Ano Anterior



Índice base 100

# Vendas Digitais

## Vendas Digitais em R\$ Milhões

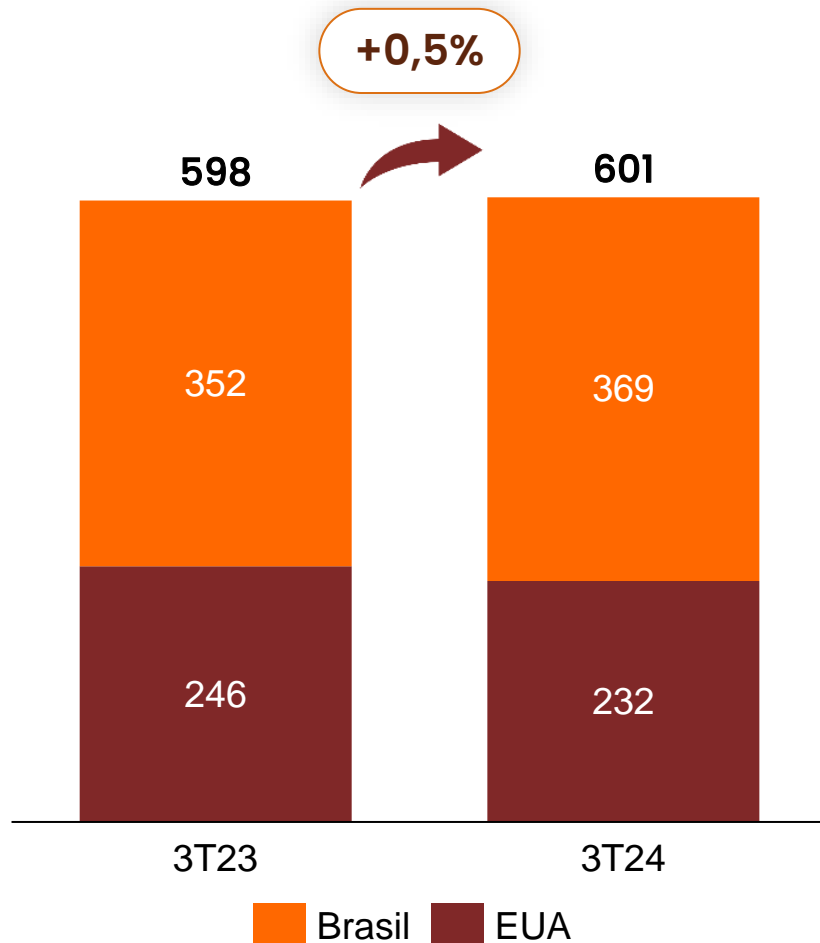


<sup>1</sup> - Vendas digitais nos canais: Totens, aplicativos próprios, aplicativos agregadores, programas de fidelidade e WhatsApp das marcas Frango Assado, KFC e Pizza Hut



# Receita Líquida Global

(em R\$ milhões)



## Crescimento em linha com ano anterior

### Evolução +5% vs. 3T23



- Destaque KFC 21%
- Impacto fechamento de lojas
- Avanço em inovações

### Retração -6% vs. 3T23



- Mercado *food* em retração
- Fechamento de lojas
- Base de comparação 3T23 atípica





PH

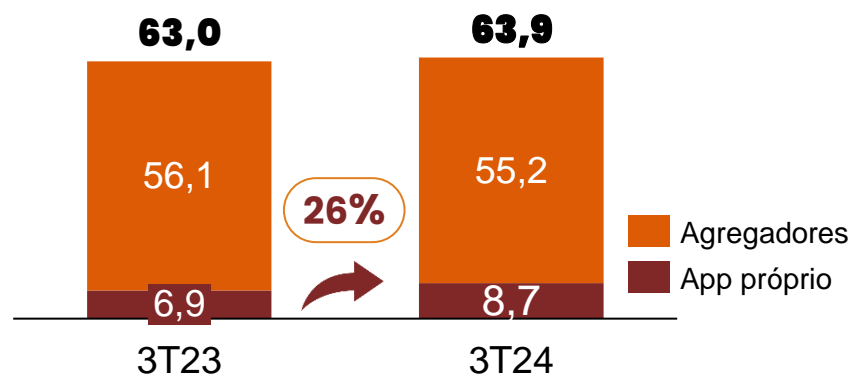
# Dá um Hut



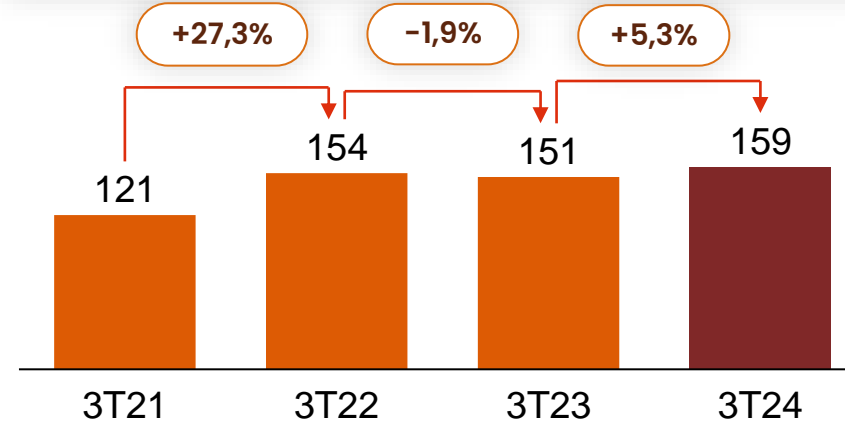
## Destaques

- ✓ **Foco core**
- ✓ **Novas Ocasões de consumo**
- ✓ **Tráfego no aplicativo próprio**

## Vendas Digitais, R\$ milhões

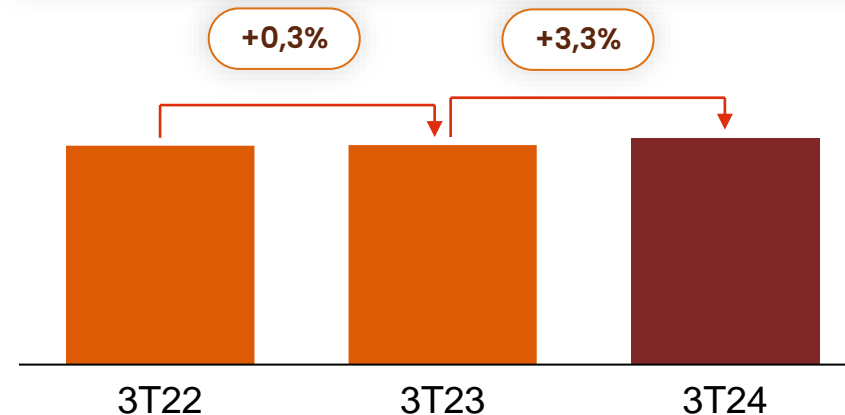


## Vendas no Sistema, R\$ milhões



Venda Bruta Próprias + Franqueados

## Vendas Mesmas Lojas, % Crescimento



Índice base 100





PH

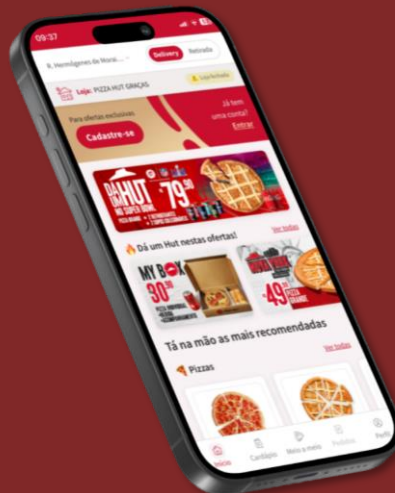
# Prioridades

## Novas ocasiões



Promo madrugada  
Inovações

## Rentabilidade



Aplicativo próprio  
Controle operacional



## Parcerias



AMPM, novos formatos  
Franqueados



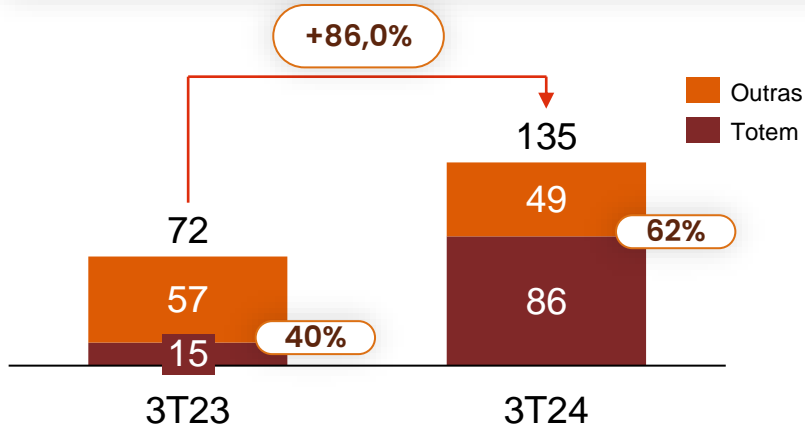
KFC

# É para se esbaldar

## Destaques

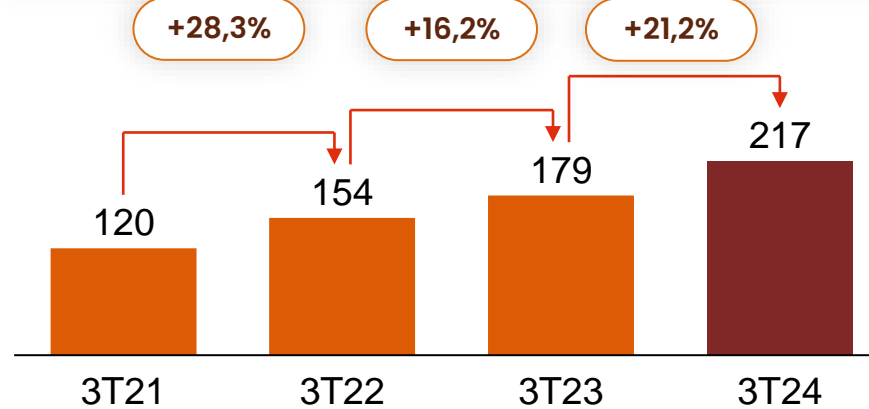
- ✓ Sistema 2x em três anos
- ✓ Redução vendas com agregadores
- ✓ Oportunidade Traffic driver

## Vendas Digitais, R\$ milhões



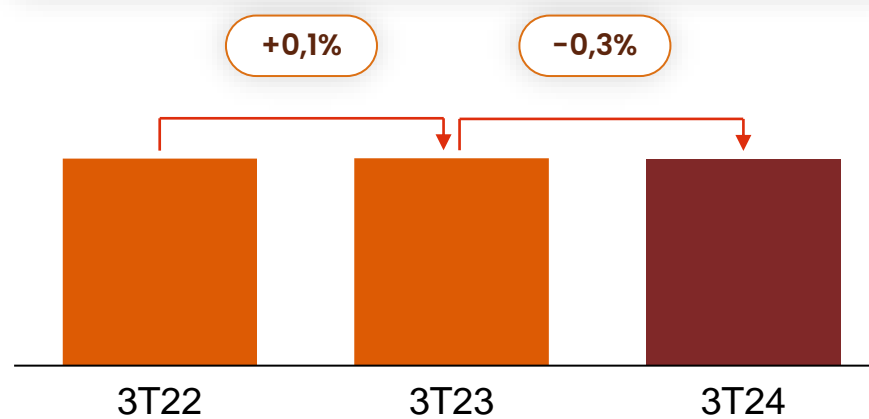
○ Participação

## Vendas no Sistema, R\$ milhões



Venda Bruta Próprias + Franqueados

## Vendas Mesmas Lojas, % Crescimento



Índice base 100





KFC

# Prioridades

É PRA SE  
ESBALDAR

## Traffic Driver



Aumento de Transações  
Plataforma de valor

## Operação



Disponibilidade de lojas  
Maturação novas lojas

## Novas ocasiões



Lanche (Wrap)  
Bowls

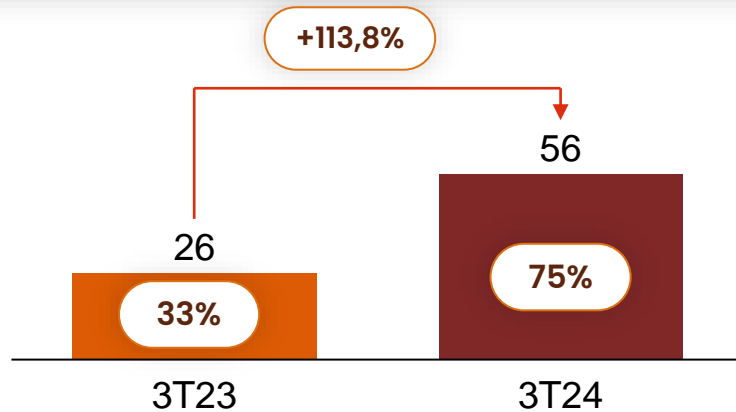


# A melhor parada

## Destaques

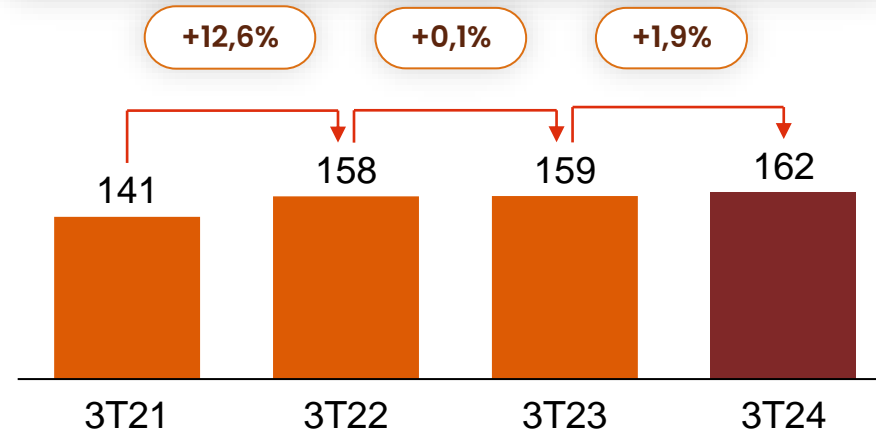
- ✓ **Controle de custo e despesas**
- ✓ **Revitalização e expansão**
- ✓ **Evolução mini-mercado**

## Vendas Digitais, R\$ milhões

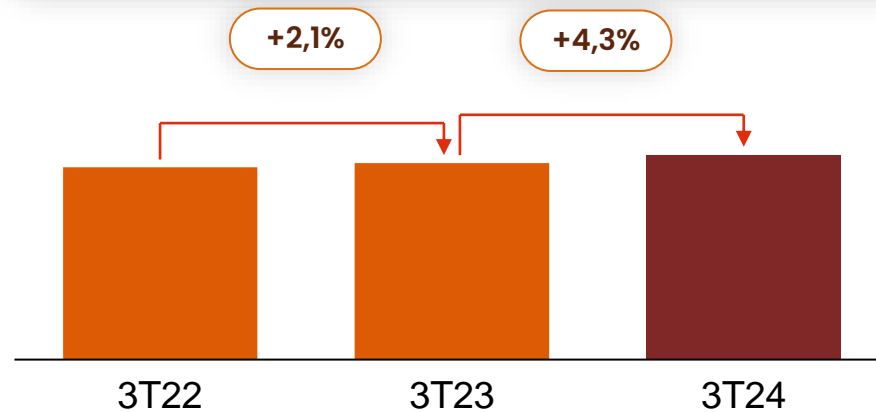


○ Participação vendas restaurantes

## Vendas sistema "road", R\$ milhões



## Vendas Mesmas Lojas, % Crescimento

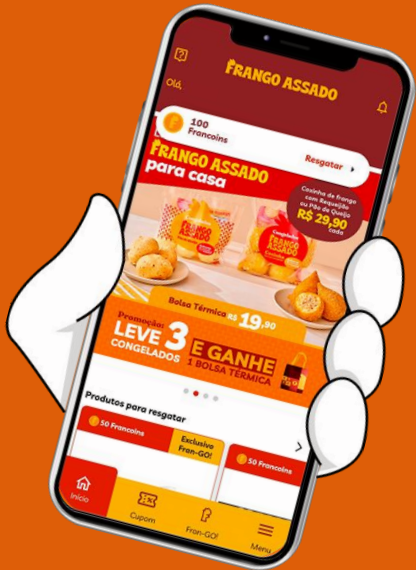


Índice base 100

# Prioridades



## Experiência



Fidelidade (CRM)  
Ambiente e conforto

## Comunicação e expansão



## Sortimento de produtos



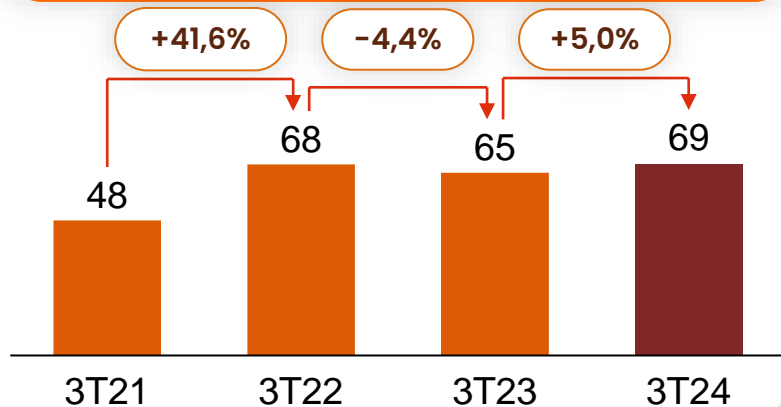
Derivados do core  
Foco em qualidade

# Catering, Brunella, Viena, Batata Inglesa

## Destaques

- ✓ **Air Varejo: SSS e SST**
- ✓ **Execução operacional**
- ✓ **Reabertura Salgado Filho (POA)**

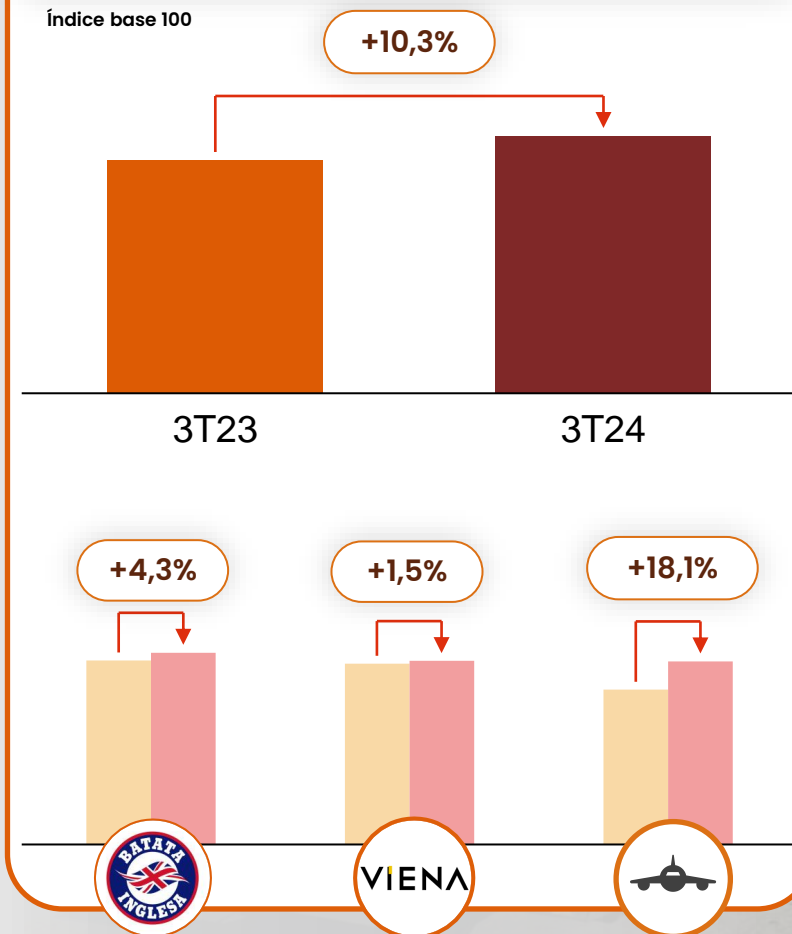
## Vendas Sistema, R\$ milhões



Ex- POA

## Vendas Mesmas Lojas, % Crescimento

Índice base 100





# Prioridades



Ampliação de  
serviços prestados



Ajuste de portfólio  
Experiência do cliente



Produtos  
comunicação visual



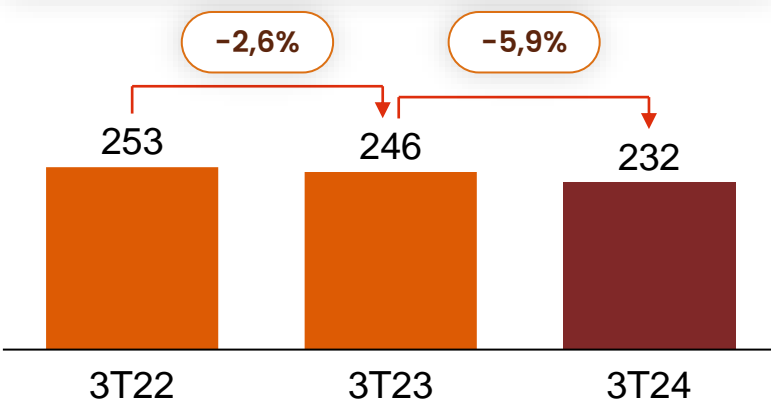
MARGARITAVILLE

# Marca Icônica

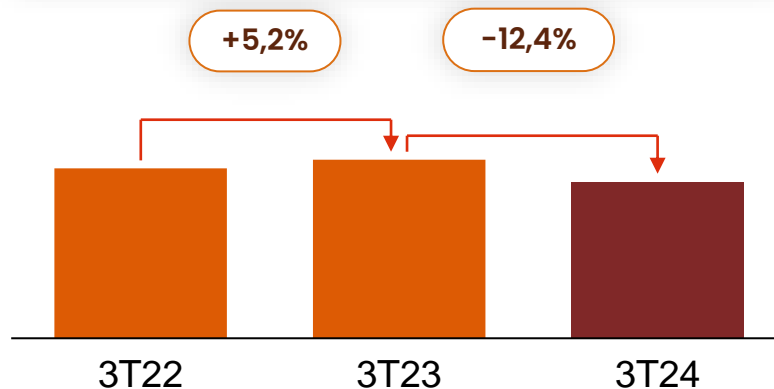
## Destaques

- ✓ **3T23 atípico**
- ✓ **Encerramento de operações**
- ✓ **Cenário mercado adverso**

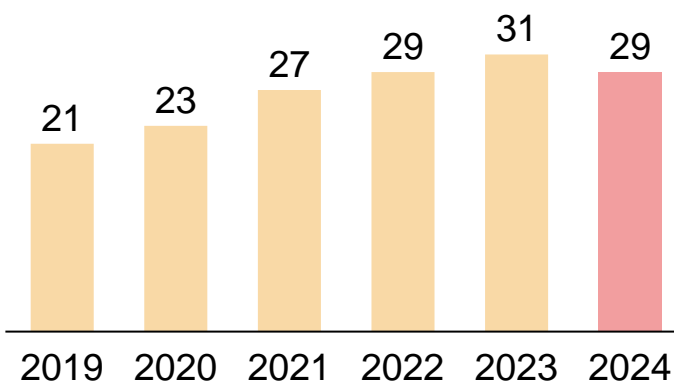
## Vendas Restaurantes, R\$ milhões



## Vendas Mesmas Lojas, % Crescimento



## Evolução número de lojas





# Prioridades

## Incremento de tráfego



Novo menu  
Traffic driver

## Experiência



Programa fidelidade  
CRM

## Rentabilidade

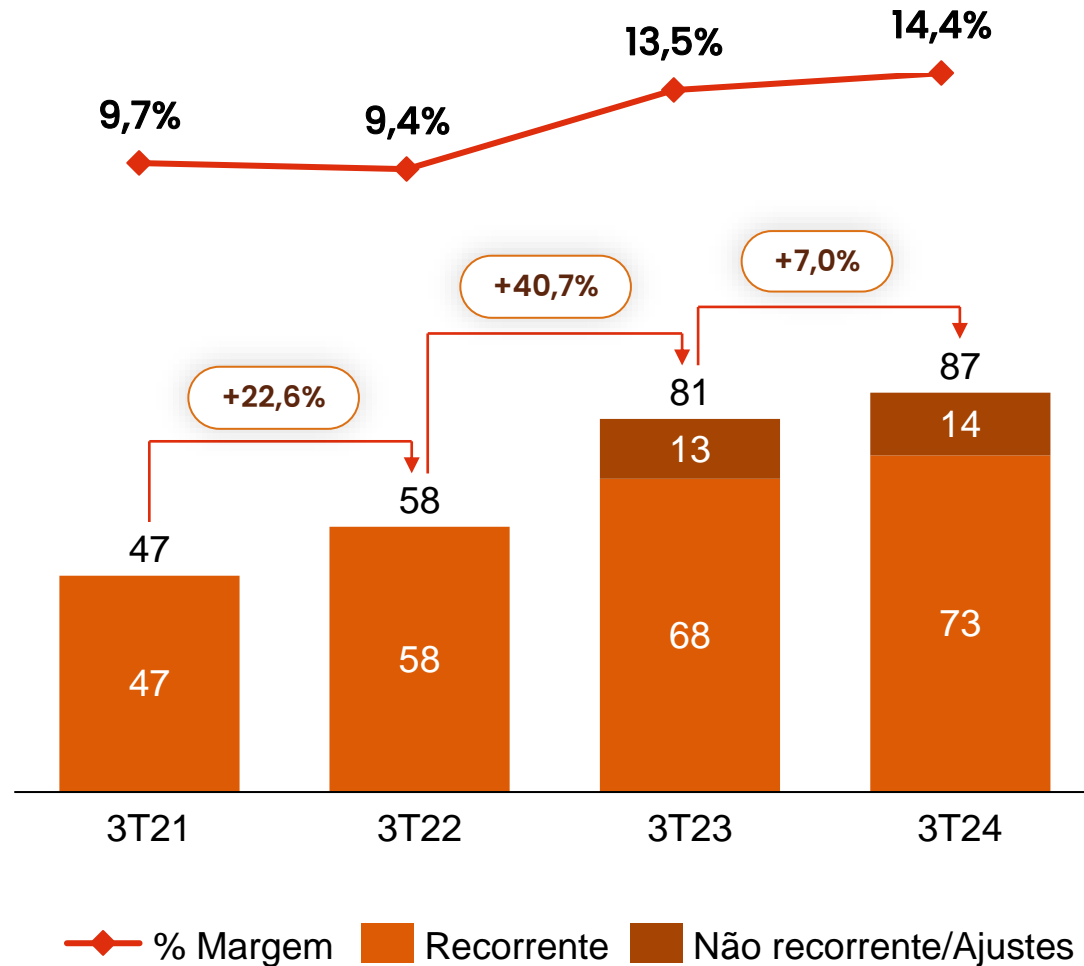


Lojas em maturação  
Performance operacional



# EBITDA Ajustado (Global)

(em R\$ milhões)



## Crescimento de 7,0% no EBITDA Ajustado



EBITDA recorrente +10%



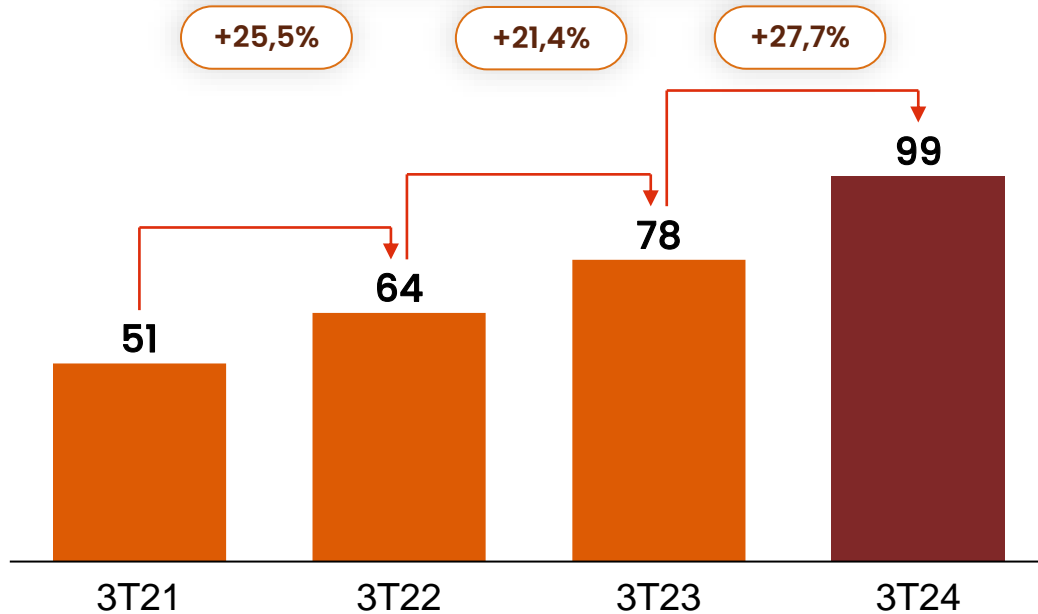
Redução de 6,5% no G&A corporativo



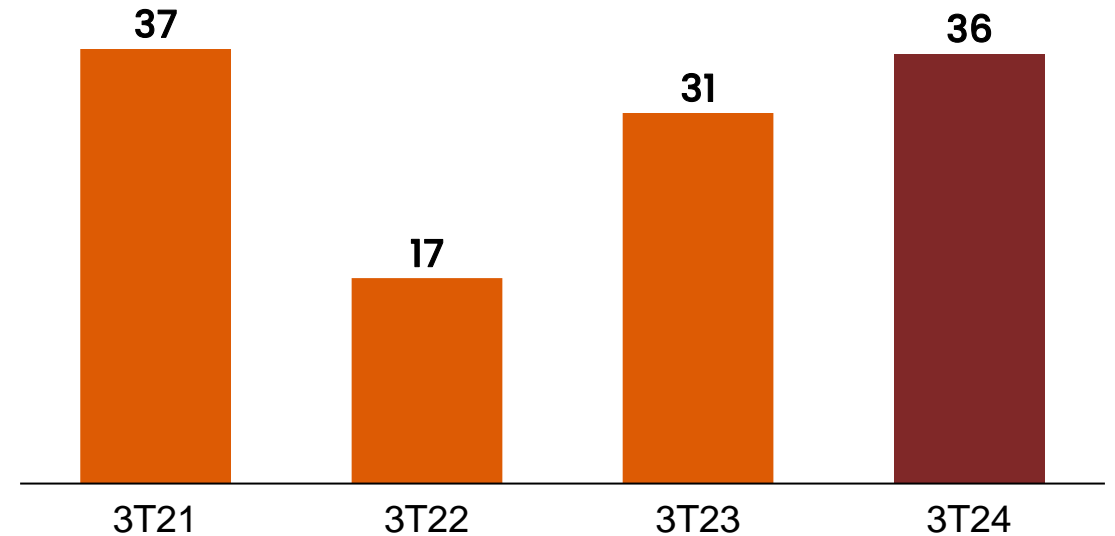
Operações Brasil nos segmentos Road e Air

# Fluxo de Caixa e Investimentos

**Fluxo de Caixa Operacional**  
R\$ milhões



**Investimentos em CAPEX**  
R\$ milhões

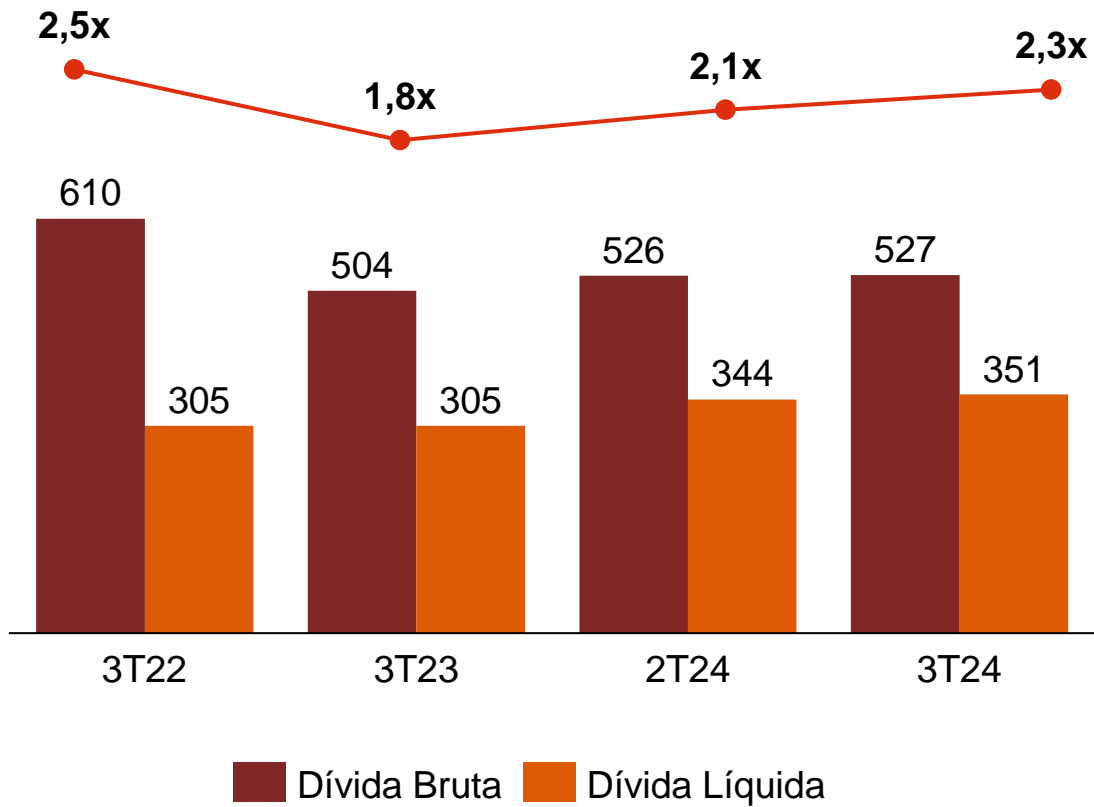


- Crescimento do EBITDA
- Gestão de capital de giro
- Fluxo de caixa livre +35%

- Cronograma de abertura de lojas
- Novos modelos de lojas
- Projetos estratégicos

# Estrutura de Capital

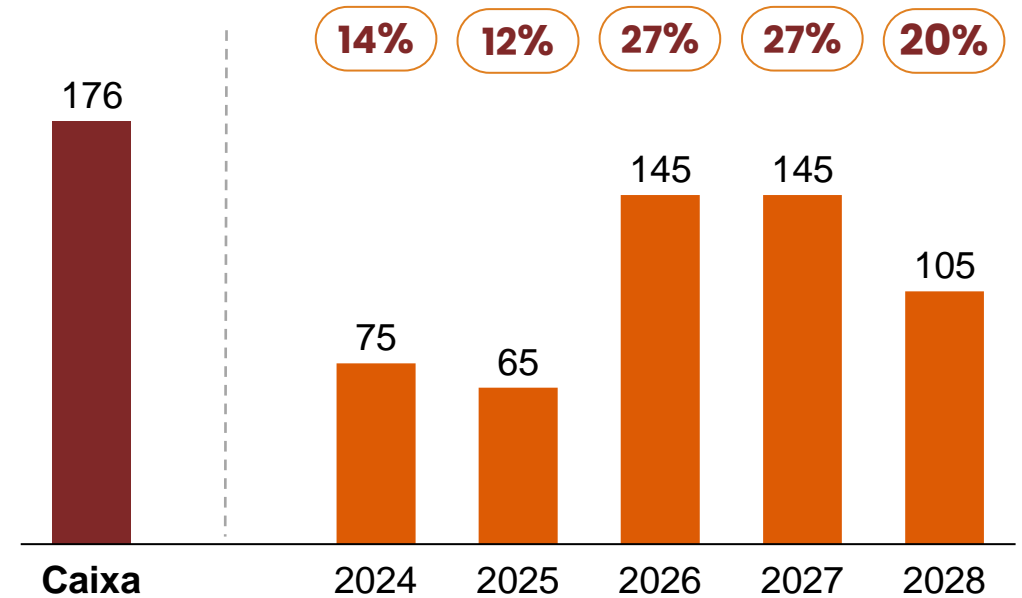
## Métricas de Endividamento



\*\*Dívida líquida/EBITDA calculado com EBITDA LTM ex IFRS.

## Estrutura da Dívida

R\$ milhões e % da dívida total



- Prazo médio: 41 meses
- Alavancagem financeira dentro dos covenants
- Liquidez



# FOCO



**Excelência  
operacional**



**Evolução tráfego e  
margens**



**Experiência do  
cliente**





# FRANGO ASSADO

# 72

# anos



**Baixe o APP e  
proveite descontos  
imperdíveis**

