



**imc**<sup>TM</sup>  
International Meal Company

**Restaurante bom tem dono!**

1º Trimestre 2024

# Release de Resultados

**MEAL**  
B3 LISTED NM



**VIENA**



*Brunella*



# IMC dá continuidade a sua agenda de transformação e registra crescimento de 11,8% na operação de restaurantes Brasil no primeiro trimestre do ano



**São Paulo, 15 de maio de 2024** - A International Meal Company Alimentação S.A. ("IMC") - B3: MEAL3, uma das maiores companhias multimarcas no setor de varejo de alimentação da América Latina, divulga os resultados do primeiro trimestre do ano de 2024 (1T24). As informações apresentadas são consolidadas e estão expressas em milhões de Reais (R\$), exceto quando indicado de outra forma. Para melhor representar a situação e performance da Companhia e visando a melhor comparabilidade, os resultados são Pro-Forma, desconsiderando as operações da Colômbia e do Olive Garden no 1T23.

## R\$ 732,9 milhões

Vendas do sistema<sup>1</sup>  
+4,0% acima de 1T23

## R\$ 37,9 milhões

EBITDA ajustado  
Margem EBITDA de 7,5% (-77bps)

## + 4,8% / + 11,8%

Crescimento Receita Líquida (ex-postos)<sup>2</sup>  
Consolidada/ Brasil

## + 2,1% / +3,5%

Vendas Mesmas Lojas<sup>2</sup> (SSS)  
Consolidado / Brasil

## +40 lojas

Abertura líquida de novas lojas  
Totalizando 569 lojas no sistema

## 44%

Participação das Vendas Digitais<sup>3</sup>  
Crescimento de +86,2% vs. 1T23

## Alavancagem 2,1X

Dívida Líquida / EBITDA (LTM)  
Abaixo dos Covenants exigidos (3,0x)

## R\$ 329,9 milhões

Dívida Líquida  
Prazo médio de 47 meses

### RELAÇÕES COM INVESTIDORES:

Alexandre Santoro – CEO

Rafael Bossolani – CFO e Diretor de RI

Kenny Damazio – Gerente de RI

### ASSESSORIA DE IMPRENSA

FSB Comunicação

E-mail: [imc@fsb.com.br](mailto:imc@fsb.com.br)

<sup>1</sup>- Vendas das lojas próprias e franquias | <sup>2</sup>- em reais, ex-Postos | <sup>3</sup>- PH, KFC e Frango Assado

# MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

“Ser a melhor plataforma de serviços de alimentação do Brasil”. Esta visão de futuro nos inspira e orienta todas as nossas ações e decisões diárias, conduzindo-nos em direção às ambições estratégicas que almejamos alcançar. Hoje, temos uma rede composta por 569 lojas distribuídas entre Brasil e EUA, operadas por cerca de 12 mil colaboradores dedicados, que só colocam a mão na massa, demonstram atitude de dono e entregam resultados consistentes todos os dias. Operamos primordialmente quatro grandes marcas (Frango Assado, KFC, Pizza Hut e Margaritaville) com faturamento anual de aproximadamente R\$800 milhões cada, e com grande potencial de geração de valor ainda a ser capturado.

Dedicamos os últimos três anos a uma intensa agenda de transformação, apoiada nos pilares estratégicos de Eficiência Operacional, Transformação Digital, Disciplina Financeira e Expansão. A solidez e consistência dos resultados alcançados refletem nossa rigorosa capacidade de execução e, conscientes de que a evolução nessas áreas é um processo contínuo, iniciamos neste ano de 2024 um ciclo que, estrategicamente, chamamos de Aceleração. **Nosso foco estará no crescimento contínuo de nossas marcas e na rentabilidade dos negócios, impulsionados pela inovação e novos modelos de loja. Estes esforços serão sustentados pelo fortalecimento de nossa cultura, com ênfase especial na digitalização e na disciplina financeira.**

Historicamente, o primeiro trimestre tem uma menor relevância para a Companhia dado a sazonalidade dos negócios. Mesmo diante de um início de ano desafiador para algumas de nossas operações, encerramos o trimestre com receita líquida de R\$506,7 milhões, crescemos 11,8% no Brasil (ex-postos) e o SSS consolidado evoluiu 2,1% versus o mesmo período do ano anterior. O EBITDA ajustado foi de R\$37,9 milhões e margem do trimestre ficou em 7,5%. Nossas operações nos EUA foram fortemente impactadas pelo clima severo no mês de janeiro, resultando no fechamento temporário de restaurantes e na redução do fluxo de clientes nas lojas. Adicionalmente, ao final de 2023, observou-se uma concentração atípica de aberturas de novos restaurantes em nossas operações no Brasil, o que acabou impactando a performance destas lojas recém inauguradas.

Seguimos buscando a excelência nas operações através do aprimoramento dos padrões e correção de deficiências operacionais e da verticalização de produtos com maior valor agregado, mirando também a redução da dispersão de performance entre unidades e expansão da rentabilidade a nível de loja. Esse indicador, medido pela margem 4-wall das operações combinadas no Brasil evoluiu 662bps nos últimos dois anos.

Na frente da Transformação Digital, que é uma prioridade na empresa, temos alcançado avanços significativos para otimizar a tecnologia em nossas lojas e nos serviços de autoatendimento. Estamos também ampliando a penetração nos canais próprios e expandindo nosso programa de fidelidade e CRM. Neste trimestre, as vendas digitais<sup>2</sup> cresceram 86%, representando 44% da receita total. O aplicativo proprietário da Pizza Hut, lançado em maio de 2023, já contabilizou mais de 208 mil downloads, enquanto o Fran-GO, aplicativo do Frango Assado, já soma mais de 290 mil clientes cadastrados, contribuindo com 8,0% das vendas nos restaurantes.

Seguimos fortalecendo nossa posição financeira e mantendo uma estrutura de capital saudável, após a importante reestruturação realizada nos últimos trimestres. Encerramos o 1T24 com uma posição total de caixa de R\$203,6 milhões, uma dívida líquida de R\$329,9 milhões e um índice de alavancagem financeira de 2,1x (dívida líquida/EBITDA). Nesse contexto, os esforços estão direcionados a otimizar os recursos disponíveis, ganhar produtividade e aumentar o fluxo de caixa operacional para financiar os investimentos da companhia.

Nos últimos 12 meses, ampliamos o sistema em 40 lojas, principalmente das marcas KFC e Pizza Hut. Manteremos o foco e disciplina nos investimentos de expansão, garantindo a rentabilidade das novas lojas e um balanço saudável entre lojas próprias e franquias. Além disso, estamos buscando desenvolver formatos e modelos de lojas alternativos que possam acelerar nossa presença geográfica e experiências excepcionais à nossos clientes.

Estamos animados com o novo ciclo que se inicia. Continuaremos a disseminar nossa cultura organizacional, investir em nosso time e em iniciativas que impulsionem o crescimento, promovam a inovação e reforcem nosso compromisso com nossos clientes.

A Administração

<sup>1</sup> Em 2023 | <sup>2</sup> PH, KFC e Frango Assado

## DESTAQUES CONSOLIDADOS

(em milhões de R\$)	1T24	1T23	A/A
Número de lojas	569	529	40
<b>SSS (YoY)</b>	<b>2,1%</b>	<b>14,3%</b>	<b>-12bps</b>
Receita Total do Sistema	732,9	704,8	4,0%
<b>Receita Líquida</b>	<b>506,7</b>	<b>494,5</b>	<b>2,5%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>144,9</b>	<b>141,4</b>	<b>2,5%</b>
Margem Bruta (%)	28,6%	28,6%	+0bps
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>37,9</b>	<b>40,8</b>	<b>(7,1%)</b>
Margem EBITDA Aj. (%)	7,5%	8,2%	-77bps
<b>Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>(42,0)</b>	<b>19,1</b>	<b>na</b>
Dívida Líquida/ EBITDA LTM*	<b>2,1x</b>	<b>1,8x</b>	<b>-0,7x</b>

\* Ex-IFRS 16 Metodologia do Covenant

## DESTAQUES DE VENDAS

(em milhões de R\$)	1T24	1T23	A/A
<b>Receita Líquida</b>	<b>506,7</b>	<b>494,5</b>	<b>2,5%</b>
<b>Brasil</b>	<b>360,5</b>	<b>338,1</b>	<b>6,6%</b>
Frango Assado	162,4	164,5	(1,3%)
Restaurantes e Outros	82,1	77,0	6,7%
Postos de Combustível	80,3	87,5	(8,3%)
Aeroporto	31,1	29,8	4,1%
PH, KFC e Outros	167,0	143,8	16,2%
<b>EUA</b>	<b>146,2</b>	<b>156,3</b>	<b>(6,5%)</b>

## RESULTADO OPERACIONAL – EBITDA Ajustado

(em milhões de R\$)	1T24	1T23	A/A
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>37,9</b>	<b>40,8</b>	<b>(7,1%)</b>
<b>Brasil</b>	<b>24,2</b>	<b>20,0</b>	<b>20,7%</b>
Frango Assado	23,5	23,3	1,0%
Aeroportos	3,9	4,2	(9,1%)
PH, KFC e Outros	19,6	19,5	0,3%
<b>G&amp;A &amp; Outros</b>	<b>(22,8)</b>	<b>(27,1)</b>	<b>(15,7%)</b>
<b>EUA</b>	<b>13,7</b>	<b>20,7</b>	<b>(34,1%)</b>

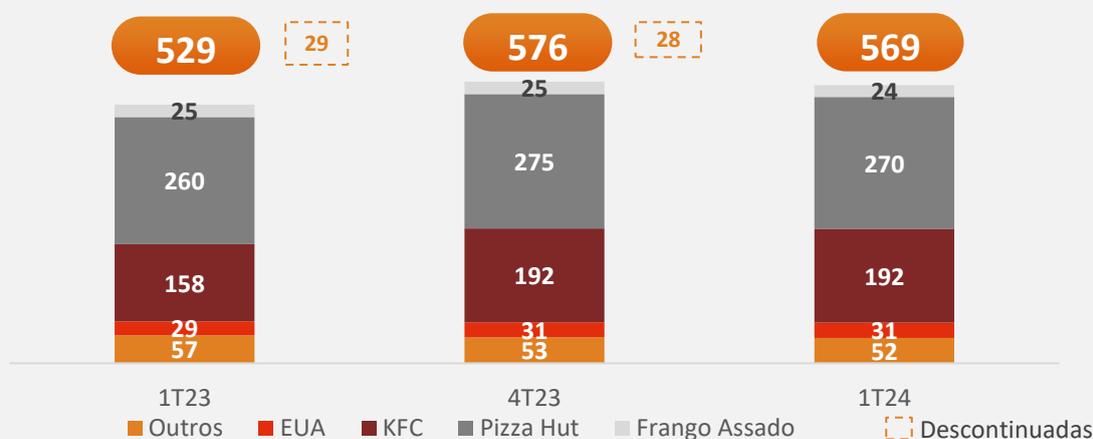
\*PH, KFC e Outros: Pizza Hut, KFC, Viena, Brunella e Batata Inglesa

# EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE LOJAS

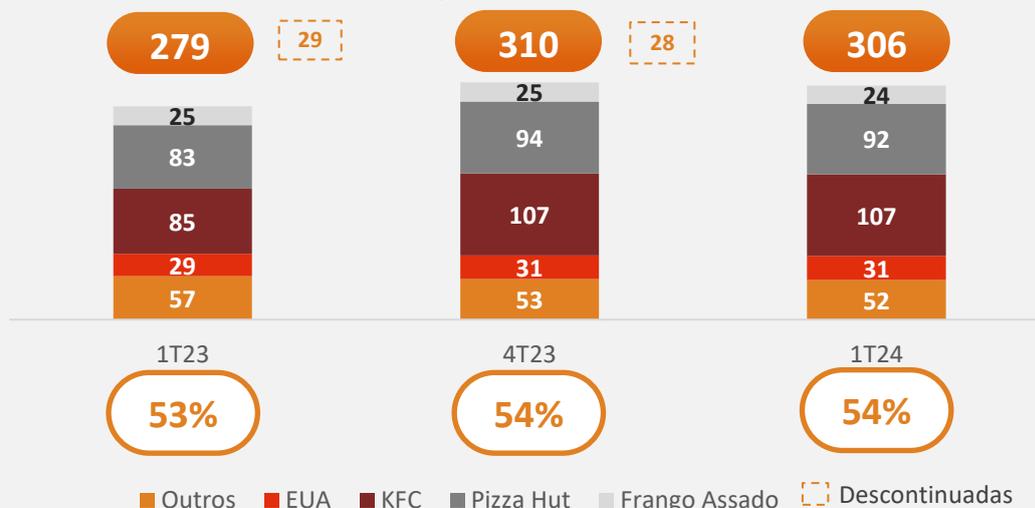
A IMC encerrou o primeiro trimestre com 569 lojas, entre próprias e franquias, localizadas no Brasil e nos EUA. Durante os últimos doze meses a Companhia expandiu 40 unidades líquidas principalmente nas marcas Pizza Hut e KFC. No primeiro trimestre foram 2 aberturas, sendo 1 Margaritaville e 1 Pizza Hut, conforme plano de expansão, além de 9 fechamentos: 6 Pizza Hut, 1 Frango Assado, 1 Viena e 1 Margaritaville (Pigeon Forge). Atualmente as lojas próprias representam 54% do sistema da IMC.

A companhia segue executando seu plano de expansão com foco e disciplina, além de garantir uma rede saudável de lojas e franqueados em seu sistema.

## Total de lojas



## Lojas Próprias



Participação de lojas próprias (%)

# RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

## FRANGO ASSADO - RESTAURANTE E POSTOS



O foco da rede Frango Assado está no recrutamento de novos clientes, melhora na experiência e mix de compras, fidelização dos produtos core e melhora na rentabilidade das operações.

A Rede de restaurantes Frango Assado obteve receita líquida de R\$82,1 milhões no trimestre, crescimento de 6,7% vs 1T23, impulsionada pelo aumento nas vendas mesmas lojas. O fluxo de veículos leves em estradas cresceu 2,3% no trimestre, segundo relatório da ABCR. Nos postos de combustível, o faturamento reduziu 8,3% no trimestre, impactado pela redução no preço dos combustíveis do mercado em geral, e estratégia de proteção da rentabilidade nesta unidade.

As vendas mesmas lojas (SSS) da rede de restaurantes fecharam o trimestre em +3,1% vs 1T23, impulsionada pelo crescimento do fluxo de clientes nas lojas e aumento no ticket médio de vendas.

O EBITDA Ajustado ex-IFRS16 da operação foi de R\$17,9 milhões, crescimento de 2,2% em relação ao 1T23, e aumento de 37bps na margem para 11,0%. O resultado foi impulsionado por uma melhora no mix de produtos vendidos, evolução operacional em frentes relacionadas a produtividade na transformação de alimentos, dimensionamento de mão-de-obra e pelos ganhos decorrentes da maior eficiência da Cozinha Central.

Nesse trimestre, a plataforma de fidelização dos clientes através do app Fran-GO, que oferece ofertas e cupons de desconto, apresentou crescimento de 25% no número de downloads em relação ao 4T23 e os totens de self-checkout atingiram penetração de 37% das vendas nas lojas habilitadas, melhorando a experiência do consumidor dentro das lojas. Além disso, o Fran Clube, programa de fidelidade para motoristas de ônibus, já apresentou crescimento de 122% no número de resgates em relação ao 1T23.

A marca tem trabalhado para se aproximar cada vez mais dos seus clientes com ações práticas. Nesse trimestre foi lançado um quadro em programa na rádio Metropolitana FM chamado *Chapa Quente*, que apresenta dicas de eventos no estado de SP, e uma campanha de encontro de grupos de viajantes (carros antigos, motos, bicicletas) nas lojas do Frango Assado, e gerando mais tráfego e *awareness* para a rede.

(em milhões de R\$)	1T24	1T23	A/A
<b>Número de lojas</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>(1)</b>
SSS (YoY)	3,1%	22,8%	na
<b>Receita Líquida</b>	<b>162,4</b>	<b>164,5</b>	<b>(1,3%)</b>
Restaurantes e Outros	82,1	77,0	6,7%
Postos de Combustível	80,3	87,5	(8,3%)
Custo de Vendas e Serviços	(128,8)	(131,5)	(2,1%)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>33,6</b>	<b>33,0</b>	<b>1,9%</b>
<i>Margem Bruta</i>	<i>20,7%</i>	<i>20,1%</i>	<i>+64bps</i>
Despesas Operacionais	(17,9)	(16,8)	6,3%
Pré-Aberturas de Loja	(0,1)	(0,1)	0,0%
<b>EBIT</b>	<b>15,6</b>	<b>16,1</b>	<b>(2,8%)</b>
(+) Deprec. e Amortização	7,8	7,1	9,5%
(+) Pré-Aberturas de Lojas	0,1	0,1	0,0%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>23,5</b>	<b>23,3</b>	<b>1,0%</b>
Efeito IFRS16	(5,6)	(5,8)	(2,6%)
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>17,9</b>	<b>17,5</b>	<b>2,2%</b>
<i>Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16</i>	<i>11,0%</i>	<i>10,7%</i>	<i>+37bps</i>

# RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

## Pizza Hut, KFC e OUTRAS MARCAS<sup>1</sup>


**VIENA**


Brunella

A receita líquida do segmento foi de R\$167,0 milhões no 1T24, aumento de 16,2% em comparação ao 1T23. As marcas Pizza Hut e KFC apresentaram um crescimento combinado de 21,4% no 1T24, impulsionado, principalmente, pela expansão de lojas e crescimento no ticket médio. No trimestre as vendas mesmas lojas (SSS) na Pizza Hut expandiram 6,1% vs. 1T23 e 1,2% no KFC. O EBITDA Ajustado ex-IFRS16 das operações foi de R\$10,7 milhões, queda de 10,0% vs. 1T23, com margem de 6,4% e redução de 186bps. Este resultado está principalmente associado à alta concentração de inaugurações no final de 2023, o que ocasionou problemas operacionais pontuais relacionados à disponibilidade das lojas e à composição do quadro de colaboradores. Adicionalmente, observou-se um aumento no mix de venda delivery versus balcão, o que pressionou a margem bruta, além de uma reversão extraordinária de PDD no 1T23 na master franqueadora, que não ocorreu no 1T24.

As marcas seguem inovando e criando novas ocasiões de consumo para atrair o consumidor até as lojas. Ambas marcas lançaram novos *snacks*: o Pizza Hut lançou o *Melts*, para participar da ocasião de sanduíche, e o KFC lançou o “cubinhos”, cubos de peito de frango que são servidos como item adicional para os lanches, bem como um *snack* a parte, ambos trazendo incrementalidade de vendas para o sistema. Além disso, o KFC atingiu sua marca histórica em índice de consideração e *awareness* de marca, reforçando o apetite do consumidor sobre a marca.

(em milhões de R\$)	1T24	1T23	A/A
<b>Número de lojas</b>	<b>495</b>	<b>455</b>	<b>40</b>
SSS (YoY)	3,3%	16,6%	na
<b>Receita Líquida</b>	<b>167,0</b>	<b>143,8</b>	<b>16,2%</b>
<b>Pizza Hut e KFC</b>	<b>139,2</b>	<b>114,7</b>	<b>21,4%</b>
<b>Outros</b>	<b>27,8</b>	<b>29,0</b>	<b>-4,2%</b>
Custo de Vendas e Serviços	(113,4)	(95,5)	18,8%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>53,7</b>	<b>48,3</b>	<b>11,1%</b>
<i>Margem Bruta</i>	32,1%	33,6%	-148bps
Despesas Operacionais	(56,8)	(43,2)	31,7%
Pré-Abertura de Lojas	(0,7)	(0,9)	-20,7%
<b>EBIT</b>	<b>(3,9)</b>	<b>4,3</b>	<b>n.a</b>
(+) Deprec. e Amortização	22,8	14,4	58,4%
(+) Pré-Abertura de Lojas	0,7	0,9	-20,7%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>19,6</b>	<b>19,5</b>	<b>0,3%</b>
Efeito IFRS16	(8,9)	(7,6)	16,4%
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>10,7</b>	<b>11,9</b>	<b>(10,0%)</b>
<i>Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16</i>	6,4%	8,3%	-186bps

# RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

## CATERING E VAREJO EM AEROPORTOS



A receita líquida do segmento de Aeroportos no Brasil fechou o trimestre em R\$31,1 milhões, aumento de 4,1% em relação ao 1T23, acima do crescimento de 3,5% na quantidade de passageiros nos aeroportos em que a IMC está presente, conforme dados da ANAC. O crescimento foi impactado pela inclusão de novos trechos aéreos internacionais no período. As vendas mesmas lojas (SSS) fecharam o trimestre + 5,5% vs 1T23.

O EBITDA ajustado ex-IFRS16 da operação foi de R\$ 2,0 milhões no 1T24, redução de 28% vs. 1T23, com margem de 6,6%, contração de 294bps, influenciado principalmente pelo maior participação do catering em relação ao Air Varejo e do atraso no reajustes contratuais nos preços dos serviços, impactando a margem bruta. Adicionalmente, a unidade enfrentou maiores custos operacionais nas comissarias do Catering dado a adequação para as novas regras de segurança da ANAC. A companhia segue focada na recuperação das margens, na melhora dos níveis de serviço, na expansão de novas fontes de receita.

(em milhões de R\$)	1T24	1T23	A/A
<b>Número de lojas</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>(1)</b>
SSS (YoY)	5,5%	16,3%	na
<b>Receita Líquida</b>	<b>31,1</b>	<b>29,8</b>	<b>4,1%</b>
Custo de Vendas e Serviços	(23,4)	(21,7)	7,9%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>7,7</b>	<b>8,2</b>	<b>(5,9%)</b>
Margem Bruta	24,7%	27,4%	-263bps
Despesas Operacionais	(14,0)	(12,5)	12,2%
<b>EBIT</b>	<b>(6,3)</b>	<b>(4,3)</b>	<b>46,3%</b>
(+) Deprec. e Amortização	10,2	8,6	18,9%
(+) Pré-Abertura de Lojas	0,0	0,0	0,0%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>3,9</b>	<b>4,2</b>	<b>(9,1%)</b>
Efeito IFRS16	(1,8)	(1,4)	29,1%
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>2,0</b>	<b>2,8</b>	<b>(28,0%)</b>
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	6,6%	9,5%	-294bps

## RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NOS EUA



A receita líquida das operações nos EUA foi de USD29,5 milhões, queda de 2,0% em relação ao 1T23 (-6,5% em reais). As vendas mesmas lojas (SSS) reduziram 2,3% vs. 1T23, em moeda constante. O resultado da operação foi impactado pela redução das vendas como da loja de *Pigeon Forge* (TN), vendida em fevereiro, além do mau tempo (inverno) no início do ano, que causou forte redução do fluxo nos restaurantes e também ocasionou fechamento temporários de algumas lojas importantes para a região.

O EBITDA ajustado, excluindo o impacto do IFRS 16, foi negativo em USD 0,7 milhões neste trimestre, afetado pela queda nas vendas e pela consequente desalavancagem operacional. Importante destacar que, no primeiro trimestre de 2023, foi reconhecido um crédito de USD 700 mil referente ao Employee Retention Tax Credit (ERTC). Desconsiderando esse crédito, o EBITDA da operação mostrou-se consistente com o desempenho do ano anterior.

A operação segue focada na preparação para a alta temporada, que se inicia no segundo trimestre, com fortalecimento da oferta de produtos, nível de serviço e do entretenimento para aumentar a experiência dos clientes.

(em milhões de US\$)	1T24	1T23	A/A
<b>Número de lojas</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>2</b>
SSS (YoY)	-2,3%	6,6%	na
<b>Receita Líquida</b>	<b>29,5</b>	<b>30,1</b>	<b>(2,0%)</b>
Custo de Vendas e Serviços	(19,4)	(18,3)	6,0%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>10,1</b>	<b>11,8</b>	<b>(14,5%)</b>
<i>Margem Bruta</i>	<i>34,1%</i>	<i>39,1%</i>	<i>-499bps</i>
Despesas Operacionais	(12,8)	(13,0)	(1,8%)
Pré-Abertura de Lojas	3,1	(0,0)	n.a
<b>EBIT</b>	<b>0,4</b>	<b>(1,3)</b>	<b>n.a</b>
(+) Deprec. e Amortização	5,5	5,4	2,3%
(+) Pré-Abertura de Lojas e outro	(3,1)	0,0	n.a
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>2,8</b>	<b>4,2</b>	<b>(32,2%)</b>
Efeito IFRS16	(3,5)	(4,1)	(14,3%)
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>(0,7)</b>	<b>0,1</b>	<b>n.a</b>
<i>Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16</i>	<i>-2,4%</i>	<i>0,2%</i>	<i>-256bps</i>

# TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

As vendas digitais, que são compostas pelas vendas do delivery, totem e app de Pizza Hut, KFC e Frango Assado, atingiram R\$195,8 milhões no trimestre, crescimento de 86,2%, representando 44,2% da receita total dessas marcas.

Os totens do KFC estão presentes atualmente em 88% das lojas. Esse canal cresceu 8x quando comparado ao 1T23 e já representam 42% das vendas digitais da marca. O número de transações também apresentou um importante crescimento de 863% vs 1T23. Além disso, as vendas delivery via agregadores cresceram 33,5% no 1T24.

O app de Pizza Hut atingiu mais de 424 mil downloads, e com menos de 1 ano de operação já responde por 11,2% das vendas digitais da marca. Considerando todos os canais próprios, a marca atingiu recorde histórico de vendas em março, que representou um share 14,7% no mês. Esses canais também apresentaram um forte crescimento de 81% nas vendas e 75% em transações, em relação ao mesmo período do ano passado. Além disso, as vendas delivery via agregadores cresceu 20,5% no trimestre.

O aplicativo de fidelidade do Frango Assado, Fran-GO, já conta com mais de 426 mil downloads e 290 mil clientes cadastrados, respondendo por 7,0% das vendas nos restaurantes. Esse canal apresentou crescimento de 190% na receita vs 1T23. Os totens de self checkout, importante alavanca pra melhorar a experiência do cliente na loja, vêm crescendo e no 1T24 apresentou crescimento de 123% nas vendas em relação ao 1T23, aumentando também o número de transações em 131%.

## Vendas Digitais

Valores em R\$ milhões



152%

100

40

1T23

1T24

51%



26%

65

52

1T23

1T24

33%

FRANGO ASSADO

123%

30

14

1T23

1T24

15%

## COMENTÁRIOS SOBRE DESEMPENHO

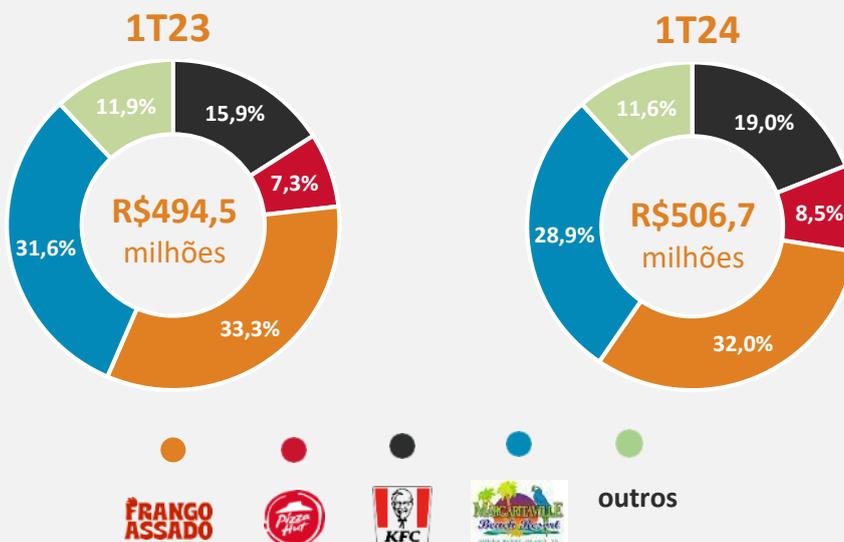
As vendas totais do sistema, que consideram o faturamento das lojas próprias e das lojas franqueadas, no 1T24, apresentaram crescimento de 4,0% vs. 1T23, totalizando R\$ 732,9 milhões no trimestre.

A receita líquida consolidada da companhia no 1T24 foi de R\$ R\$ 506,7 milhões, crescimento de 2,5% em comparação ao 1T23. Excluindo o efeito cambial negativo, o crescimento foi de 3,9% no trimestre. O resultado foi impulsionado principalmente pelo crescimento de vendas mesmas lojas, que foi de 2,1% no trimestre, excluindo os postos de combustíveis.

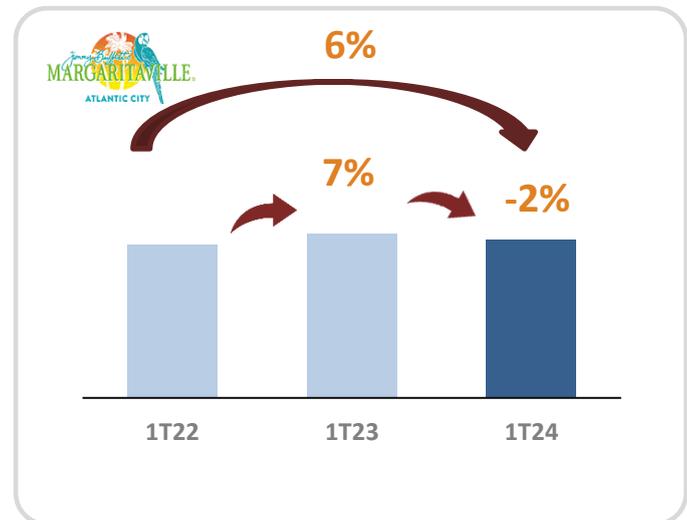
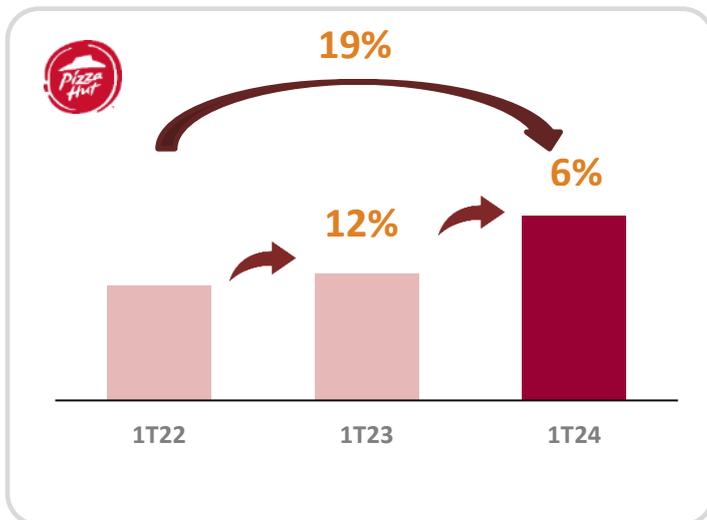
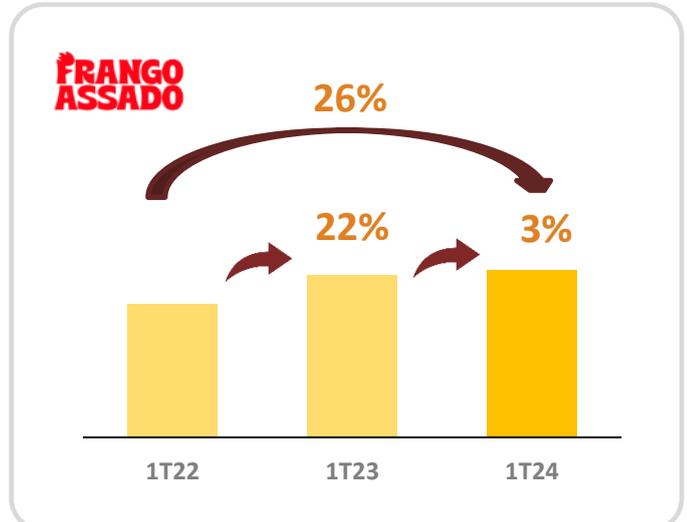
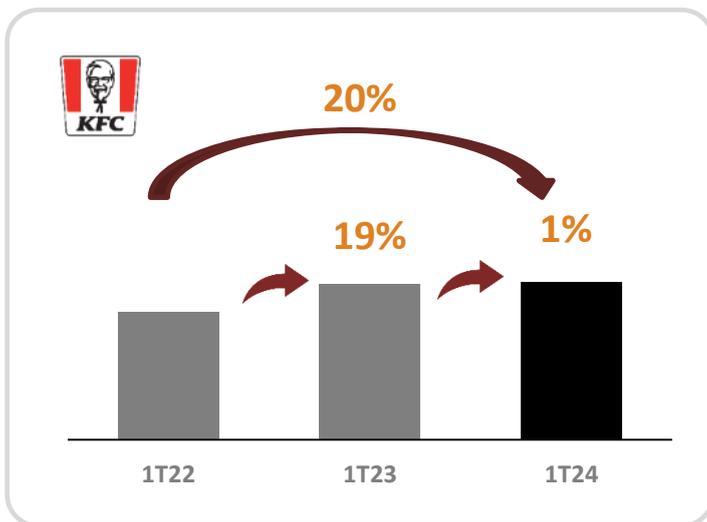
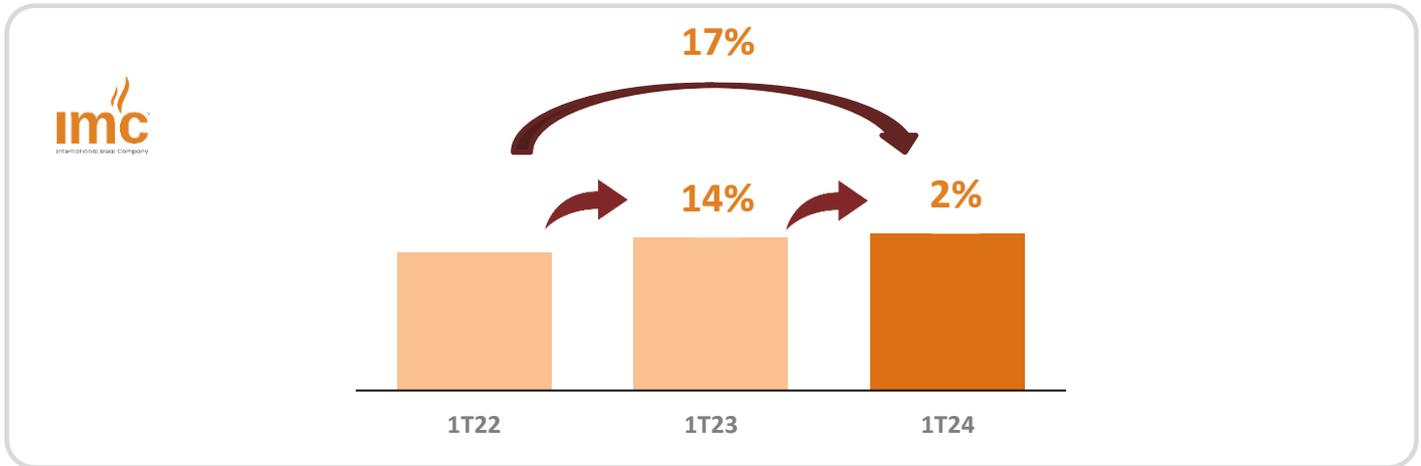
No Brasil, a receita líquida foi de R\$ 360,5 milhões, crescimento de 6,6% vs. 1T23. Excluindo os postos de combustíveis o crescimento foi 12,0% no trimestre. As vendas no conceito de mesmas lojas (SSS) no Brasil cresceram 3,5% no trimestre, impulsionados por uma eficiente gestão de preços, melhora no fluxo nas lojas de rodovia e aumento nos tíquetes dos clientes em praticamente todas as marcas da companhia.

Nos EUA, a receita líquida foi de R\$ 146,2 milhões, queda de 6,5% vs. 1T23, considerando a variação cambial negativa, dada a valorização do real no período. Em moeda local, a receita teve queda de 2,0% no trimestre e as vendas mesmas lojas (SSS) tiveram queda de 2,3%, refletindo um período de baixa sazonalidade e fechamento temporário de lojas por fatores climáticos.

### Representatividade de Vendas por Marca



## Crescimento Vendas Mesmas Lojas vs. ano anterior (SSS)<sup>1</sup>



<sup>1</sup>- Ex Postos

O EBITDA foi de R\$ 51,2 milhões no 1T24, crescimento de 27,4%, influenciado positivamente pelo ganho contábil de R\$16,9 milhões com a venda da loja de Pigeon Forge, EUA, no início do ano. O EBITDA ajustado foi de R\$ 37,9 milhões no 1T24, queda de 7,1%, com margem de 7,5%, redução de 77bps. O resultado do 1T23 considera o impacto positivo de R\$ 4,0 milhões referente ao ERTC (Employee Retention Tax Credit). Excluindo esse efeito, o EBITDA ajustado cresceu 3% com a margem em linha vs. o ano anterior. Essa melhoria no resultado decorre, majoritariamente, do controle do G&A e da gestão de custos.

O EBITDA ajustado no Brasil cresceu 20,7% vs. 1T23 e atingiu R\$ 24,2 milhões, com margem de 4,8%. Esse resultado foi impulsionado pela evolução da receita em todas as operações de restaurante, além da eficiência na gestão de custos mencionado acima. O EBITDA ajustado nos EUA foi de R\$ 13,7 milhões.

A melhora do EBITDA em conjunto com redução do custo financeiro relacionado ao menor nível de endividamento com menor custo, contribuíram para que a companhia reduzisse o prejuízo em 51,3% no período, para R\$27,9 milhões vs. R\$57,3 milhões no 1T23.

(em milhões de R\$)	1T24	1T23	A/A
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO</b>	<b>(27,9)</b>	<b>(57,3)</b>	<b>(51,3%)</b>
Lucro (Prejuízo) Ops Desinvestidas *	0,0	6,0	(100,0%)
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQ Pro-Forma</b>	<b>(27,9)</b>	<b>(63,3)</b>	<b>(55,9%)</b>
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	(12,2)	9,0	na
(+) Resultado Financeiro	23,6	37,4	(36,7%)
(+) D&A	67,6	57,1	18,5%
<b>EBITDA</b>	<b>51,2</b>	<b>40,2</b>	<b>27,4%</b>
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	(14,0)	(0,3)	4669,1%
(+) Pré-Aberturas de Lojas	0,7	0,9	(20,5%)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>37,9</b>	<b>40,8</b>	<b>(7,1%)</b>
<i>EBITDA / Receita Líquida</i>	<i>10,1%</i>	<i>8,1%</i>	<i>+197bps</i>
<i>EBITDA Ajustado / Receita Líquida</i>	<i>7,5%</i>	<i>8,2%</i>	<i>-77bps</i>

\* Ops. Desinvestidas correspondem ao resultado da Colômbia e Olive Garden do 1T23

## DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS BRASIL

A IMC fechou o trimestre com Despesas Gerais e Administrativas e outros resultados operacionais em R\$ 22,8 milhões, versus R\$27,1 milhões, redução de 15,7%. Esse resultado foi impactado majoritariamente pelo controle de custos gerais e redução nas despesas relacionadas á pessoal.

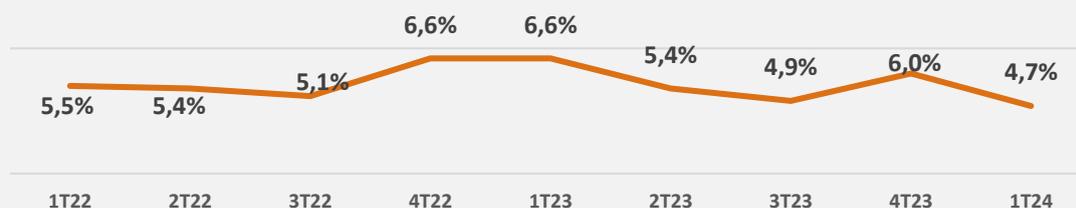
A representatividade do G&A em relação a receita líquida consolidada do trimestre ficou em 4,7%, redução de 145bps, a despeito do investimento da companhia em projetos estruturantes, reforço de áreas estratégicas além do fortalecimento dos sistemas de tecnologia.

As outras receitas e despesas operacionais foram positivas no trimestre em R\$0,6 milhões vs. R\$2,9 milhões do 1T23.

### G&A (R\$ milhões)



### G&A sobre Receita (% sobre receita global)



(em milhões de R\$)	1T24	1T23	A/A
<b>G&amp;A &amp; Outros</b>	<b>(22,8)</b>	<b>(27,1)</b>	<b>(15,7%)</b>
G&A	(23,4)	(30,0)	(22,0%)
Outros	0,6	2,9	(80,0%)

## CONCILIAÇÃO DO EBITDA EX-IFRS 16

(em milhões de R\$)	1T24	1T23	A/A
<b>EBITDA</b>	<b>51,2</b>	<b>40,2</b>	<b>27,4%</b>
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	(14,0)	(0,3)	4669,1%
Itens Especiais - Outros	(14,0)	(0,3)	27,4%
Itens Especiais - impairment	0,0	0,0	(5,0%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	0,7	0,9	(20,5%)
<b>EBITDA AJUSTADO</b>	<b>37,9</b>	<b>40,8</b>	<b>(7,1%)</b>
Efeito IFRS16	(33,7)	(35,5)	(5,0%)
<b>EBITDA AJUSTADO Ex-IFRS16</b>	<b>4,2</b>	<b>5,3</b>	<b>(21,2%)</b>

## ATIVIDADES DE INVESTIMENTO

Durante o trimestre a companhia realizou investimentos de R\$39,9 milhões, sendo R\$25,6 milhões destinados a expansão e R\$14,3 milhões para manutenções, reformas e outros. O ritmo de investimento estará diretamente ligado à performance operacional e financeira da companhia, garantindo a disciplina financeira na construção do futuro da IMC.

CAPEX (em milhões de R\$)	1T24	1T23	A/A
Investimentos em Expansão	25,6	26,8	-4,3%
Investimentos em Manutenção, Reforma e Outros	14,3	10,6	34,7%
<b>Total de Investimentos em Capex</b>	<b>39,9</b>	<b>37,4</b>	<b>6,8%</b>

## GERAÇÃO DE CAIXA

O caixa operacional representou um consumo de R\$ 2,1 milhões, principalmente em decorrência do efeito temporal no e alongamento de prazos com fornecedores implementado ao final de 2023, que impactou negativamente as variações nos ativos e passivos operacionais. Já os investimentos ficaram 7% acima do ano anterior, em função do cronograma de abertura de lojas. Efeito caixa de R\$25 milhões referentes ao recebimento do ERTC nos EUA no 1T23.

R\$ milhões	1T24	1T23	A/A
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>37,9</b>	<b>40,8</b>	<b>(7,1%)</b>
(+) Imposto de renda e CSLL	0,0	0,3	(100,0%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	(0,7)	(0,9)	(20,5%)
(+) Variações nos ativos e passivos operacionais e Outros	(39,3)	16,3	n.a
<b>(=) Fluxo de Caixa Operacional Pro Forma *</b>	<b>(2,1)</b>	<b>56,5</b>	<b>n.a</b>
(+) Capex	(39,9)	(37,4)	6,8%
<b>(=) Fluxo de Caixa Livre Pro Forma *</b>	<b>(42,0)</b>	<b>19,1</b>	<b>n.a</b>

\* Pro Forma: não considera aplic.financeiras, venda de ativos (M&A) e pagto. juros | 2023: exclui operações descontinuadas

## DÍVIDA LÍQUIDA

A companhia encerrou o 1T24 com uma posição de caixa total de R\$ 203,6 milhões e dívida líquida de R\$ 326,3 milhões. O índice de alavancagem ficou em 2,1x (EBITDA LTM, ex-IFRS16). A companhia segue focada em crescer e investir com disciplina financeira.

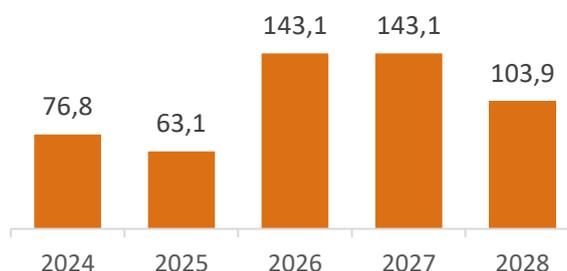
Em milhões de R\$	1T24	% total	4T23	% total	1T23	% total
Curto Prazo	76,7	14%	76,9	15%	113,7	22%
Longo Prazo	453,2	86%	452,7	85%	392,0	78%
<b>Dívida Total</b>	<b>529,9</b>	<b>100%</b>	<b>529,6</b>	<b>100%</b>	<b>505,7</b>	<b>100%</b>
<b>(-) Caixa *</b>	<b>(203,6)</b>	-	<b>(234,1)</b>	-	<b>(205,5)</b>	-
<b>Dívida Líquida</b>	<b>326,3</b>	-	<b>295,4</b>	-	<b>300,1</b>	-
<b>Alavancagem ex-IFRS16</b>	<b>2,1x</b>	-	<b>2,0x</b>	-	<b>1,8x</b>	-

\*Caixa 1T24 e 4T23 exclui o valor de R\$ 6.8M referente a escrow conforme o contrato firmado com a YUM para eventuais despesas jurídicas

### Dívida por Indexador (R\$ milhões)

Instrumento	Taxa	Dívida em 31/03/2024
Debênture MEAL13	CDI + 3,60% a.a.	201,0
Debênture MEAL14	CDI + 4,20% a.a.	214,0
Debênture MEAL15	CDI + 4,20% a.a.	62,3
4131	CDI + 2,45% a.a.	52,1
Outros		0,5
<b>Total (R\$):</b>	<b>~ CDI + 3,8%</b>	<b>529,9</b>

### Cronograma de Amortização (R\$ milhões)



## EVENTOS SUBSEQUENTES

**Reestruturação Societária:** No dia 1 de abril a diretoria da International Meal Company Alimentação S.A aprovou a reestruturação societária do Viena Restaurantes e do RA Catering do Brasil.

**Rio Grande do Sul:** No início do mês de maio de 2024, o Estado do Rio Grande do Sul foi impactado com um alto volume de chuvas, sendo essa a maior tragédia climática já registrada na história do Estado. Neste momento crítico, a Companhia está dando todo o apoio aos colaboradores localizados naquela região através de acolhimento e acompanhamento psicológico, monitoramento ativo dos colaboradores, além de recursos financeiros.

A Companhia possui 16 lojas, entre franquias e lojas próprias, além da operação Catering localizadas no Estado e, nesse momento, 14 lojas e a operação Catering foram afetadas. A Companhia segue monitorando diariamente a situação das suas operações e, do ponto de vista das informações financeiras, ainda está avaliando os possíveis impactos.



# ANEXOS



## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADO:

(em milhares de R\$)	1T24	1T23	A/A
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>506.699</b>	<b>494.471</b>	<b>2,5%</b>
<b>CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS</b>	<b>(361.771)</b>	<b>(353.057)</b>	<b>2,5%</b>
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>144.928</b>	<b>141.414</b>	<b>2,5%</b>
<i>Margem Bruta</i>	<i>28,6%</i>	<i>28,6%</i>	<i>0,0 p.p.</i>
<b>RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS</b>			
Despesa de vendas, gerais e administrativas	(188.885)	(171.184)	10,3%
Equivalência patrimonial	2.557	2.116	20,8%
Outras/despesas operacionais	24.943	11.486	na
<b>LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO</b>	<b>(16.458)</b>	<b>(16.168)</b>	<b>na</b>
Resultado financeiro, líquido	(23.637)	(37.280)	-36,6%
<b>LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IR/CSSL</b>	<b>(40.095)</b>	<b>(53.448)</b>	<b>na</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	12.216	(8.427)	na
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO OP. CONTINUADAS</b>	<b>(27.880)</b>	<b>(61.875)</b>	<b>na</b>
<i>Margem Líquida</i>	<i>-5,5%</i>	<i>-12,5%</i>	<i>7,0 p.p.</i>
Lucro (Prejuízo) Operações Descontinuadas	0	4.615	na
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	<b>(27.880)</b>	<b>(57.260)</b>	<b>na</b>
<i>Margem Líquida</i>	<i>-5,5%</i>	<i>-11,6%</i>	<i>6,1 p.p.</i>

## BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO:

(em milhares de R\$)	1T24	1T23
<b>ATIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	198.348	180.733
Aplicações financeiras	5.109	7.603
Contas a receber	100.548	101.398
Estoques	50.902	59.996
Outros ativos e adiantamentos	129.275	114.837
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>484.182</b>	<b>464.567</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Aplicações financeiras	6.906	17.174
Imposto de renda e contribuição social diferidos	59.151	81.795
Outros ativos e investimentos	101.516	87.406
Imobilizado	505.450	468.505
Intangível	909.951	995.683
Ativo de direito de Uso de Imóvel	591.366	573.049
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>2.174.340</b>	<b>2.223.612</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>2.658.522</b>	<b>2.688.179</b>
<b>PASSIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	167.129	183.863
Empréstimos, financiamentos e debêntures	76.656	113.680
Salários e encargos sociais	80.571	83.604
Passivo de arrendamento	100.316	89.809
Outros passivos circulantes	41.701	86.147
<b>Total do passivo circulante</b>	<b>466.373</b>	<b>557.102</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	453.198	391.976
Provisão para disputas trab., cíveis e tributárias	117.241	104.842
Imposto de renda e contribuição social diferidos	40.229	35.731
Passivo de Arrendamento	535.896	519.284
Outros passivos	39.420	17.272
<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>1.185.984</b>	<b>1.069.106</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital Social	1.154.462	1.154.462
Reservas de Capital	349.993	349.993
Reserva para plano de opções de compra de ações	41.762	40.029
Ações em Tesouraria	(5.551)	(5.551)
Prejuízos acumulados	(598.262)	(545.646)
Ajuste de avaliação patrimonial	63.761	68.684
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>1.006.165</b>	<b>1.061.971</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>2.658.522</b>	<b>2.688.179</b>

## FLUXO DE CAIXA:

(em milhares de R\$)	1T24	1T23	A/A
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>			
Lucro/Prejuízo das operações continuadas	(27.880)	(61.875)	-54,9%
Lucro/Prejuízo das operações descontinuadas	0	4.615	na
<b>Lucro/Prejuízo líquido do trimestre</b>	<b>(27.880)</b>	<b>(57.260)</b>	<b>-51,3%</b>
Deprec. e Amortiz. (imobilizado, intangíveis e direito de uso)	67.639	56.713	19,3%
Juros s/ empréstimos, arrendamento e var. cambial	27.607	34.654	-20,3%
Provisões diversas e outros	(11.870)	(1.797)	560,6%
Contas a Receber	5.397	19.156	-71,8%
Estoques	2.789	(3.661)	na
Fornecedores	(59.942)	(8.927)	571,5%
Varição nos outros ativos e passivos operacionais	(7.308)	21.957	na
<b>Caixa gerado pelas atividades operacionais</b>	<b>(3.568)</b>	<b>60.834</b>	<b>na</b>
Imposto de renda e contribuição social pagos	0	301	-100,0%
Dividendos Recebidos	1.444	0	na
Juros pagos sobre passivo de arrendamento	(8.036)	(8.581)	-6,3%
Juros pagos	(15.156)	(43.020)	-64,8%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	0	(1.132)	-100,0%
<b>Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais</b>	<b>(25.316)</b>	<b>8.402</b>	<b>na</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>			
Resgate de (investimento em) aplicações financeiras	(159)	101.367	na
Alienação de ativos (atividades M&A)	64.796	0	na
Adições de imobilizado e intangíveis	(39.896)	(37.371)	6,8%
Caixa de Investimento utilizado em ope. descontinuadas	0	(495)	na
<b>Caixa líquido proveniente das atividades de investimento</b>	<b>24.741</b>	<b>63.501</b>	<b>-61,0%</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>			
Pagamento de Dividendos	-	(3.504)	na
Amortização de passivo de arrendamento	(28.375)	(33.366)	-15,0%
Novos empréstimos	-	242.400	na
Amortização de empréstimos	(3.953)	(378.612)	-99,0%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	(1.614)	na
<b>Caixa líquido utilizadas nas atividades de financiamento</b>	<b>(32.328)</b>	<b>(174.696)</b>	<b>-81,5%</b>
EFEITO DE VARIAÇÕES CAMBIAIS	2.091	(1.729)	-220,9%
<b>VARIAÇÃO LÍQUIDA NO PERÍODO</b>	<b>(30.812)</b>	<b>(104.522)</b>	<b>-70,5%</b>
<b>CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO INÍCIO DO PERÍODO</b>	<b>229.159</b>	<b>285.255</b>	<b>-19,7%</b>
<b>CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO FIM DO PERÍODO</b>	<b>198.347</b>	<b>180.733</b>	<b>9,7%</b>



**Obrigado!**

