



1º Trimestre de 2025 | MEAL3

Release de Resultados

FRANGO
ASSADO



VIENA



Brunella

R A CATERING



DESTAQUES DO TRIMESTRE



IMC expande margem bruta em +250bps com melhora operacional em todas as suas unidades de negócio

Os resultados, ainda que influenciados por itens extraordinários e um cenário inflacionário, demonstram a solidez das operações da companhia. No Brasil o destaque ficou a cargo da operação do Frango Assado com 15% de aumento no resultado operacional

São Paulo, 08 de maio de 2025: 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 2025 (1T25). 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.

Destques

R\$504 milhões

Receita Líquida Global

+0,1% versus 1T24

+6,9% excluindo efeito fechamentos

R\$291 milhões

Vendas Digitais⁴

+ 48% vs. 1T24

R\$ 382 milhões

Receita Líquida Brasil

+ 5,9% versus 1T24

+8,2% excluindo efeito fechamentos

R\$ 62,1 milhões

EBITDA Ajustado

+64,2% vs. 1T24

R\$393 milhões

Dívida Líquida

Alavancagem 2,6x



Alexandre Santoro – CEO
 Natália Lacava – CFO e DRI
 Fernanda de Oliveira – Gerente de RI
 Igor Jacarini – Coordenador de RI
 FSB Comunicação – Assessoria de Imprensa

¹ - Vendas das lojas próprias e franquias | ² - próprias e franquias | ³ - Ex-postos | ⁴ - Receita em vendas das marcas PH, KFC e Frango Assado

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Os últimos anos foram marcados por uma jornada de transformação e fortalecimento da nossa base operacional e financeira. Agora, como consequência deste trabalho, a Companhia inicia 2025 destravando valor em seus negócios e abrindo espaço para novas agendas de crescimento.

Os resultados alcançados até aqui refletem nossa capacidade de execução onde **seguimos focados na rentabilidade dos negócios e na disciplina financeira**. Mesmo com o início de ano impactado pela sazonalidade das nossas operações e um calendário menos favorável, com menos dias úteis e feriados em comparação ao trimestre do ano anterior, encerramos o trimestre com uma receita líquida de R\$504,1 milhões. Esse resultado se manteve em linha com o ano passado apesar do impacto na base comparativa, que inclui operações encerradas que eram importantes geradoras de receita no período anterior. Excluindo este efeito, o crescimento na receita líquida foi de 6,9% no consolidado da Companhia.

No Brasil, com um crescimento consistente de receita de 5,9%, a operação segue focada na rentabilização dos ativos. A melhoria no desempenho foi impulsionada por ações na revisão e adaptação do portfólio de produtos, além da implementação de campanhas promocionais mais direcionadas e eficientes. Paralelamente, investimos na melhoria da experiência do cliente e na operacionalização de processos, visando ganhos de eficiência nas unidades de negócio e fortalecendo a fidelização do consumidor.

Nossa unidade de negócio nos Estados Unidos segue refletindo os efeitos da perda de tráfego e dos ajustes em algumas das novas unidades, como Nova York e Boston. As unidades ainda operam abaixo do seu pleno potencial, mas já passam por mudanças operacionais relevantes para acelerar sua curva de desempenho. Além do cenário ainda desafiador de tráfego, o período também foi impactado por efeitos na base comparativa, como o encerramento de operações rentáveis em 2024 (caso de Las Vegas), além de condições climáticas adversas em regiões até então pouco expostas e um calendário menos favorável.

O EBITDA ajustado (ex-IFRS) consolidado atingiu R\$ 24,5 milhões, com um aumento de +397bps na margem. O resultado reflete um conjunto de iniciativas da gestão voltadas à expansão de margem, com maior contribuição da operação no Brasil e apoio de créditos fiscais que compensaram parcialmente o desempenho ainda pressionado nos Estados Unidos.

Esses números fortalecem nossa confiança na estratégia de evolução da IMC, marcando o início de uma nova fase. **Com uma estrutura financeira mais robusta e uma gestão ainda mais focada na rentabilidade e na alavancagem operacional**, estamos prontos para acelerar a execução de nosso plano de crescimento. A transação envolvendo a marca KFC é um reflexo dessa nova fase e evidenciou algo que reiteramos há bastante tempo: a soma das partes da IMC vale mais que o todo.

Além de atrair um parceiro estratégico com foco exclusivo na operação da bandeira, e que absorve a responsabilidade de capex de expansão da marca, **reforçamos nossa estrutura financeira com a redução da alavancagem** e criamos espaço para uma nova agenda de crescimento com disciplina na alocação de capital. Cabe ressaltar que a Companhia ainda se mantém sócia no negócio e participará do potencial *upside* da operação.

Continuamos alinhados ao nosso *sonho grande* — de sermos a melhor plataforma de serviços de alimentação do Brasil — **e certos de que estamos no caminho para entregar valor através de um modelo de negócios mais simplificado, sinérgico e focado nos ativos que nos diferenciam.**

A Administração

DESTAQUES | Consolidado

(em milhões de R\$)	1T25	1T24	A/A
Receita Total do Sistema	732,8	750,1	(2,3%)
Receita Líquida	504,1	503,6	0,1%
Margem Bruta (%)	31,1%	28,6%	+250bps
EBITDA Ajustado	62,1	37,8	64,2%
Margem EBITDA Aj. (%)	12,3%	7,5%	+481bps
Efeito IFRS16	(37,6)	(33,4)	12,7%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	24,5	4,5	449,9%
Margem EBITDA Aj. Ex-IFRS (%)	4,9%	0,9%	+397bps
Fluxo de Caixa Livre	(6,8)	(78,4)	(91,4%)
Dívida Líquida/ EBITDA LTM*	2,6x	2,1x	-0,7x

* Ex-IFRS 16 Metodologia do Covenant

DESTAQUES | Vendas

(em milhões de R\$)	1T25	1T24	A/A
Receita Líquida	504,1	503,6	0,1%
Brasil	381,8	360,5	5,9%
Frango Assado	163,3	162,4	0,6%
Restaurantes e Outros	78,4	82,1	(4,6%)
Postos de Combustível	85,0	80,3	5,8%
Aeroporto	35,0	31,1	12,7%
PH, KFC e Outros	183,5	167,0	9,8%
EUA	122,3	143,1	(14,5%)

Resultado proforma, excluindo operações desinvestidas (Pigeon Forge)

DESTAQUE | Resultado Operacional

(em milhões de R\$)	1T25	1T24	A/A
EBITDA Ajustado	62,1	37,8	64%
Efeito IFRS16	(37,6)	(33,4)	13%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	24,5	4,5	450%
Brasil	34,6	7,5	360%
Operação	34,1	30,7	11%
Road	20,6	17,9	15%
Mall	10,9	10,5	3%
Air	2,6	2,2	17%
G&A¹	(28,9)	(24,0)	20%
Outros	29,5	0,9	3150%
EUA (R\$)	(10,1)	(3,1)	229%

*Resultados são Pro-Forma, desconsiderando as operações Desinvestidas

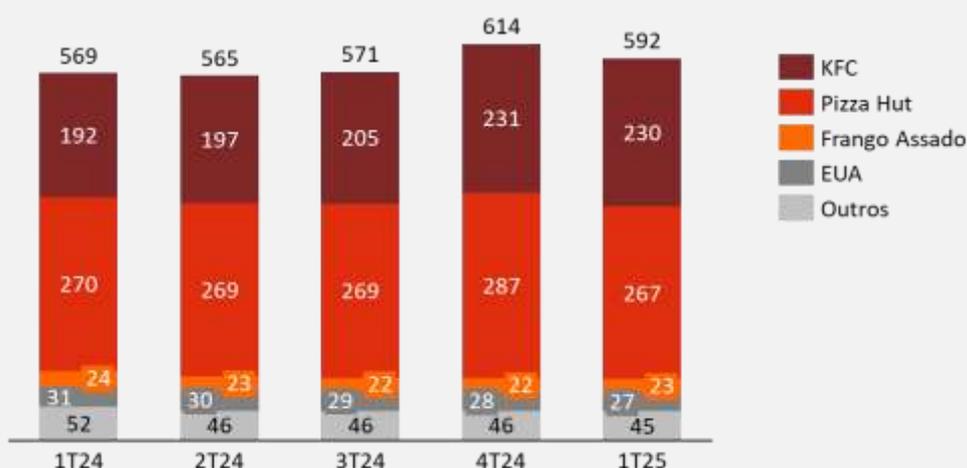
¹ Variação está em linha com o ano anterior excluindo efeito de estorno de provisão de bônus

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE LOJAS¹

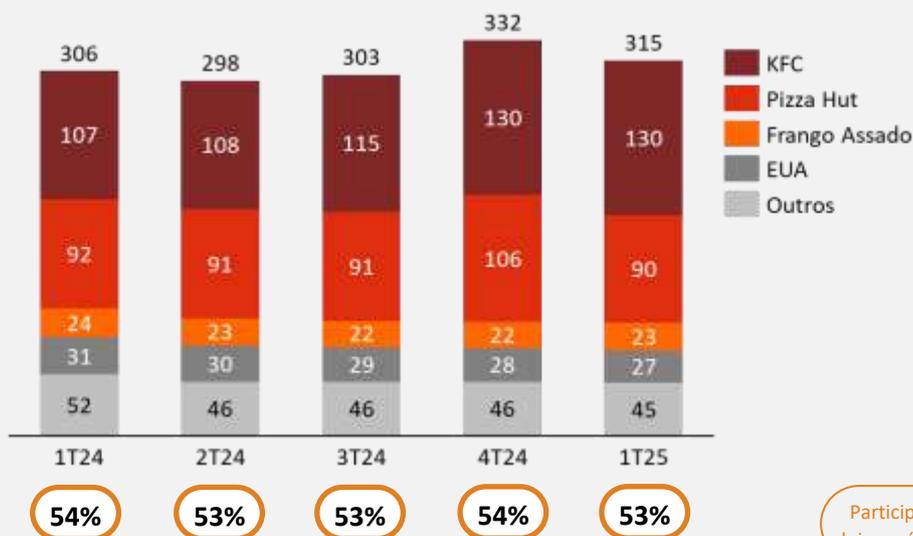
A IMC encerrou o 1T25 com um total de 592 lojas, entre unidades próprias e franqueadas, distribuídas no Brasil e nos EUA. Nos últimos 12 meses, a Companhia registrou uma expansão líquida de 23 unidades, resultado da abertura de lojas principalmente das marcas KFC e Pizza Hut, e do encerramento de operações de baixo desempenho. Esse movimento reforça o compromisso com a viabilidade econômica da rede e a busca contínua pela sustentabilidade dos resultados.

A companhia manteve seu compromisso com um plano de expansão focado e disciplinado, assegurando um balanço da rede saudável de lojas próprias e franqueadas em seu sistema. No trimestre, foram inauguradas 06 novas lojas, conforme plano de expansão. Atualmente, as lojas próprias representam 54% do sistema da IMC.

NÚMERO DE LOJAS NO SISTEMA



NÚMERO DE LOJAS PRÓPRIAS



¹ - Excluindo operações descontinuadas

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

FRANGO ASSADO - RESTAURANTE E POSTOS | Road

**FRANGO
ASSADO**

A rede Frango Assado encerrou o primeiro trimestre de 2025 dando sequência ao movimento de fortalecimento de sua operação com ganhos sólidos de rentabilidade. A receita líquida da unidade atingiu R\$ 163,3 milhões no período, em linha com o mesmo período do ano anterior mesmo que ainda influenciada pelo fechamento de operações na base comparativa. As vendas mesmas lojas (SSS) da rede de restaurante Frango Assado, excluindo as operações de postos, apresentou um crescimento de 1,4% no trimestre, mesmo com o impacto da ausência do feriado de Páscoa no período, que no ano anterior beneficiou a comparação.

O desempenho da operação também se refletiu no EBITDA Ajustado (ex-IFRS16), que somou R\$ 20,6 milhões no trimestre, um aumento de 15,0% versus o 1T24 e com margem de 12,6%. Em comparação ao mesmo período do ano anterior, o avanço da margem foi de +158bps, consolidando o impacto positivo das iniciativas de eficiência operacional implementadas ao longo dos últimos trimestres. A estratégia de gestão eficiente de preços, combinada a um controle rígido de custos, permitiu que mesmo em um ambiente de pressão inflacionária as despesas fossem mantidas abaixo do patamar do 1T24.

A experiência do cliente e a digitalização das operações seguem como pilares centrais da estratégia da marca. No 1T25, o Frango Assado registrou queda de 50% nas reclamações nos canais próprios e redes sociais em dois anos, além de melhorar sua reputação no Reclame Aqui, avançando para a classificação "ótima". No digital, os totens de autoatendimento já representam 66,1% das vendas e o programa de fidelidade alcançou 374 mil participantes, reforçando a conexão com a base de clientes e impulsionando a frequência de compra.

No campo da expansão, o 1T25 foi marcado pela inauguração da unidade de Guararema (SP), no km 179 da Rodovia Presidente Dutra. Ocupando 1.400 metros quadrados e já operando com a nova identidade visual, o restaurante é um marco do novo ciclo de crescimento do Frango Assado, que prioriza a presença em pontos estratégicos e a excelência na experiência oferecida ao cliente.

(em milhões de R\$)	1T25	1T24	A/A
Receita Líquida	163,3	162,4	0,6%
Restaurantes e Outros	78,4	82,1	(4,6%)
Postos de Combustível	85,0	80,3	5,8%
Custo de Vendas e Serviços	(125,8)	(128,8)	(2,3%)
Lucro Bruto	37,5	33,6	11,5%
Margem Bruta	23,0%	20,7%	+226bps
Despesas Operacionais	(16,5)	(17,9)	(7,6%)
Pré-Aberturas de Loja	(0,7)	(0,1)	585,2%
EBIT	20,3	15,6	29,7%
(+) Deprec. e Amortização	4,9	7,8	(37,9%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	0,7	0,1	585,2%
EBITDA Ajustado	25,8	23,5	9,6%
Efeito IFRS16	(5,2)	(5,6)	(7,2%)
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	20,6	17,9	15,0%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	12,6%	11,0%	+158bps

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL



Pizza Hut, KFC e outras marcas | Casual e Mall

O segmento Casual and Mall, liderado pelas marcas KFC e Pizza Hut, registrou receita líquida de R\$ 183,5 milhões no 1T25, um crescimento de 9,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. O desempenho reflete o contínuo foco da Companhia em elevar a eficiência operacional da unidade de negócios, combinando a maturação de lojas com maior potencial de retorno e um modelo de gestão cada vez mais disciplinado.

O destaque positivo do Same Store Sale ficou a cargo da nossa marca prioritária, Bata Inglesa e do KFC que manteve sua trajetória de crescimento impulsionado por iniciativas estratégicas de inovação e fortalecimento de canais de venda. No entanto, as vendas mesmas lojas consolidadas do segmento apresentaram uma variação negativa de 1,1%, impactadas, em parte, pelo efeito calendário (com fevereiro trazendo um dia útil a menos em 2025). A Companhia segue confiante na estratégia adotada, apoiada na evolução consistente dos indicadores operacionais e na forte execução de iniciativas focadas em crescimento sustentável.

O EBITDA ajustado (ex-IFRS16) da unidade *Casual and Mall* totalizou R\$ 10,9 milhões no trimestre, um aumento de 3,4% em relação ao mesmo período do ano anterior.

No Pizza Hut campanhas promocionais, como o Mês do Consumidor, foi o ponto de alavanca das vendas nos canais da marca no 1T25. Além disso, o início dos testes da nova massa fina reforça o potencial de inovação da marca. No próximo trimestre a marca avançará ainda mais na digitalização e experiência do cliente com o já lançado novo aplicativo que, juntamente com o novo programa de fidelidade, visará ampliar o *share* por meio desta plataforma, que já representa 12% do total das vendas online.

Entre os destaques do KFC está o lançamento da campanha “2 por 19” em parceria com o chef Erick Jacquin, que trouxe ao cardápio um novo sanduíche e reforçou o posicionamento da marca em inovação, consolidando um crescimento de 2,3% em Same Store Sales. A volta da expansão do canal de delivery também ganhou protagonismo, com alta de 4,5% no SSS, impulsionada por parcerias exclusivas, como a campanha com a Universal, voltada exclusivamente para este canal. Mantendo o ritmo de lançamentos, no final do trimestre, o KFC apresentou ao mercado o novo sanduíche B.B.O., fortalecendo ainda mais sua estratégia de renovação de portfólio.

(em milhões de R\$)	1T25	1T24	A/A
Receita Líquida	183,5	167,0	9,8%
Pizza Hut e KFC	159,0	139,2	14,2%
Outros	24,5	27,8	-12,1%
Custo de Vendas e Serviços	(119,8)	(113,4)	5,6%
Lucro Bruto	63,7	53,7	18,7%
Margem Bruta	34,7%	32,1%	+259bps
Despesas Operacionais	(66,1)	(56,8)	16,4%
Pré-Abertura de Lojas	(0,4)	(0,7)	-43,7%
EBIT	(2,8)	(3,9)	-26,3%
(+) Deprec. e Amortização	22,7	22,8	-0,5%
(+) Pré-Abertura de Lojas	0,4	0,7	-43,7%
EBITDA Ajustado	20,2	19,6	3,0%
Efeito IFRS16	(9,3)	(9,1)	2,6%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	10,9	10,5	3,4%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	5,9%	6,3%	-37bps

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

CATERING E VAREJO EM AEROPORTOS | Air

As operações de Aeroportos encerraram o 1T25 com receita líquida de R\$ 35 milhões, crescimento de 12,7% em relação ao mesmo período do ano anterior e acima da evolução do tráfego de passageiros nos aeroportos onde atuamos, que registrou um aumento de 6,2% no mesmo período, segundo dados da ANAC. O desempenho foi impulsionado tanto pela performance do varejo em aeroportos, que vem se beneficiando da melhoria do portfólio de produtos e do aumento no uso de vouchers de consumo, quanto pela operação de Catering, que teve receitas incrementais relacionadas à prestação de serviços.

As vendas em mesmas lojas (SSS) do segmento registraram crescimento de 14,5% no trimestre, refletindo os ganhos oriundos da disciplina na execução. Impulsionado pela operação de Catering (SSS de 17,1%), o segmento teve avanços com as renovações de contratos e oportunidades de novos serviços. No Air Varejo, com um SSS de 7,1%, os resultados refletem maior eficiência na gestão do sortimento e melhoria da experiência do cliente além de e do foco contínuo em iniciativas de ativação de consumo.

O EBITDA ajustado (ex-IFRS) do segmento atingiu R\$ 2,6 milhões no 1T25, com margem de 7,5%, representando um crescimento de 7,3% no valor absoluto e um avanço de 29 bps na margem em relação ao mesmo período do ano anterior.

O resultado reflete ganhos concretos de produtividade já capturados a partir da otimização do menu, da reestruturação de equipes terceirizadas e do avanço na governança de custos operacionais — medidas que têm impulsionado a eficiência do segmento e melhorado a experiência do cliente. Esses avanços não apenas sustentam a performance atual como também estabelecem a base para os próximos trimestres, em que seguiremos focados na disciplina de execução do calendário promocional, na melhoria contínua dos produtos e serviços e em uma gestão financeira cada vez mais rigorosa, com foco em rentabilidade e crescimento sustentável.

(em milhões de R\$)	1T25	1T24	A/A
Receita Líquida	35,0	31,1	12,7%
Custo de Vendas e Serviços	(25,1)	(23,4)	7,4%
Lucro Bruto	9,9	7,7	29,0%
Margem Bruta	28,3%	24,7%	+356bps
Despesas Operacionais	(13,2)	(14,0)	(5,8%)
EBIT	(3,3)	(6,3)	(48,0%)
(+) Deprec. e Amortização	7,5	10,2	(26,5%)
(+) Pré-Abertura de Lojas	0,0	0,0	0,0%
EBITDA Ajustado	4,2	3,9	8,7%
Efeito IFRS16	(1,6)	(1,6)	(3,2%)
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	2,6	2,2	17,3%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	7,5%	7,2%	+29bps

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NOS EUA

Margaritaville & Landshark | USA



Os resultados do primeiro trimestre das operações nos Estados Unidos seguem pressionados pelo ambiente desafiador. Contudo, a Companhia conseguiu mitigar parcialmente os impactos da menor alavancagem de vendas, com ajustes no modelo de operação e disciplina de custos. As vendas em mesmas lojas (SSS) ainda apresentaram retração, influenciada pela continuidade da pressão no tráfego de consumidores.

A receita líquida no trimestre totalizou US\$ 21,0 milhões, impactada principalmente pela redução do fluxo de clientes e pela base menor de unidades em operação, representando uma variação negativa de 27,2% (em moeda local) em relação ao 1T24. Neste sentido, cabe ressaltar o impacto da unidade de Las Vegas que, sozinha, representou 15% da receita líquida da unidade no 1T24 e que não compõe mais a receita neste trimestre. Além dos efeitos de fechamentos, situações atípicas meteorológica que afetou a região da Florida também impactou negativamente na base comparativa.

Para reverter este quadro, algumas iniciativas vêm sendo tomadas: o modelo de negócios de Nova York está sendo reestruturado, buscando atingir o ponto de equilíbrio, o que contribuiu para a evolução anual positiva do EBITDA já em março. Além disso, a Companhia implementou o novo menu de almoço nos restaurantes e lançou um programa agressivo de Happy Hour em Boston, iniciado em abril, visando impulsionar o tráfego nos períodos de menor movimento.

Estas iniciativas implementadas em localidades específicas, como Boston e Nova York, têm como objetivo impulsionar o desempenho de unidades que ainda atravessam desafios operacionais. Essas lojas foram estrategicamente inauguradas em regiões com menor dependência do turismo sazonal, característica marcante da rede, como parte do plano de diluição da volatilidade ao longo do ano.

Embora a retomada do tráfego ainda seja um desafio, a tendência de melhora no fluxo já se mostra como um sinal positivo. Para 2025, a Companhia seguirá priorizando o crescimento de tráfego e vendas de forma rentável, com o lançamento de novos produtos, foco em ofertas de valor e saúde. A busca por maior eficiência operacional continuará como prioridade, com a realização de treinamentos antecipados para preparar as equipes para a alta temporada, período em que a sazonalidade tende a favorecer o desempenho das unidades.

(em milhões de US\$)	1T25	1T24	A/A
Receita Líquida	21,0	28,9	(27,2%)
Custo de Vendas e Serviços	(13,2)	(19,0)	(30,8%)
Lucro Bruto	7,8	9,8	(20,3%)
Margem Bruta	37,4%	34,1%	+324bps
Despesas Operacionais	(10,9)	(12,5)	(13,0%)
Pré-Abertura de Lojas	(0,0)	3,1	n.a
EBIT	(3,1)	0,3	n.a
(+) Deprec. e Amortização	5,1	5,5	(7,5%)
(+) Pré-Abertura de Lojas e outros	0,0	(3,1)	n.a
EBITDA Ajustado	2,0	2,8	(27,8%)
Efeito IFRS16	(3,7)	(3,5)	4,7%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	(1,6)	(0,7)	134,6%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	-7,9%	-2,4%	-542bps

TRANFORMAÇÃO DIGITAL

No primeiro trimestre do ano de 2025, as vendas digitais das marcas Pizza Hut, KFC e Frango Assado alcançaram R\$ 291,4 milhões, um crescimento de 47,9% sobre o mesmo período do ano anterior, consolidando o compromisso da IMC com a inovação, foco nos consumidores e na eficiência das operações.

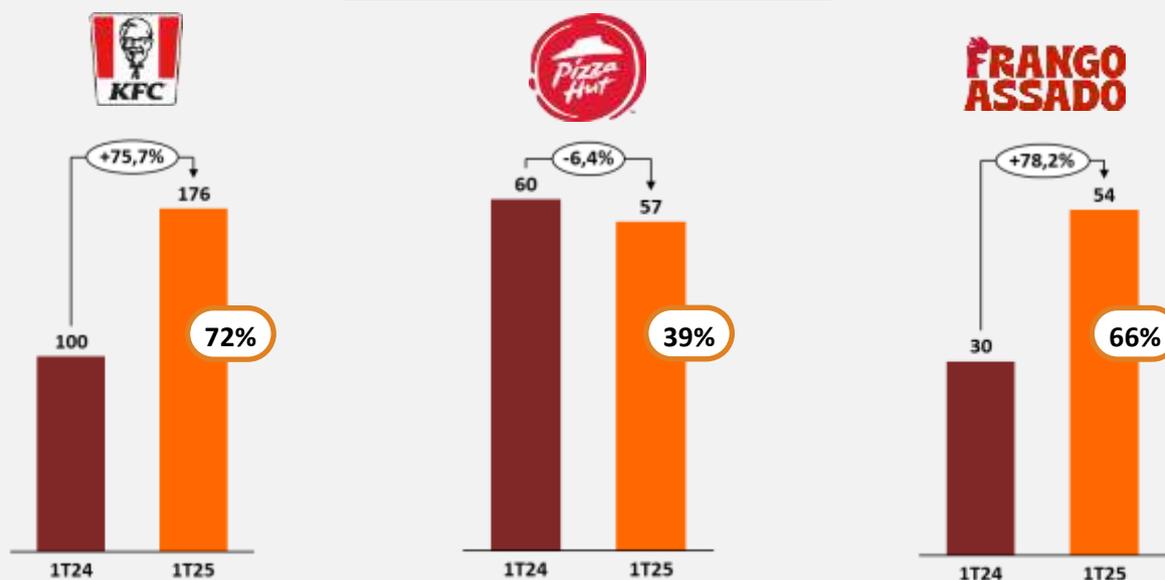
A receita do aplicativo do Pizza Hut teve uma redução de 10,9% em relação ao 1T24, reflexo da transição para o novo APP 2.0. Apesar do impacto temporário, a mudança para um novo parceiro garante mais estabilidade e autonomia do canal digital, possibilitando, assim, um aumento de *share* em relação aos agregadores no médio e longo prazo. Para impulsionar o crescimento, lançamos o programa de fidelidade Clube Hut e uma campanha oferecendo pizza grátis para novos usuários, incentivando downloads e engajamento.

A receita digital do KFC cresceu 75,7%, impulsionada pelas campanhas promocionais exclusivas do delivery e pelas vendas nos totens do KFC que aumentaram 6,6% versus o 1T24 e que hoje representam 24% das vendas totais da marca, melhorando cada vez mais a experiência do cliente e a eficiência no atendimento.

No Frango Assado, os totens de self-checkout apresentaram aumento de 78% em relação ao 1T24, uma representatividade de 66% dos tickets.

Vendas Digitais¹

Valores em R\$ milhões



Representatividade das vendas através dos canais digitais nas vendas totais de cada marca 4T24.

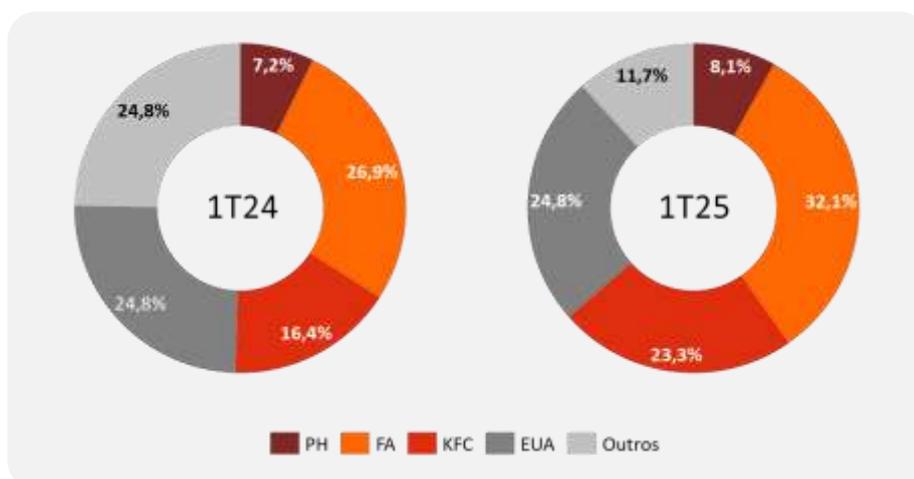
¹ - Vendas digitais totais nos canais: Totens, aplicativos próprios, aplicativos agregadores, programas de fidelidade e WhatsApp.

COMENTÁRIOS SOBRE DESEMPENHO

No primeiro trimestre de 2025 as vendas totais do sistema, que incluem tanto o faturamento das lojas próprias e franqueadas, apresentaram redução de 2,3% em comparação ao mesmo período de 2024, totalizando R\$ 732,8 milhões.

A receita líquida consolidada da companhia no 1T25 alcançou R\$ 504,1 milhões, representando um crescimento de 0,1% em relação ao 1T24. O resultado neste período foi influenciado positivamente pelas operações do Brasil, que tiveram aumento de 5,9% no trimestre e negativamente pelas operações do EUA que reportou uma retração de 14,5% (em moeda nacional), mesmo considerando a variação cambial positiva devido à desvalorização do real no período.

RESULTADO | Representatividade da Receita Líquida



RESULTADO | Same Store Sale (SSS)¹

Same Store Sale (SSS) ¹	1T25	1T24
Road	3,7%	-1,8%
Frango Assado - Restaurantes	1,4%	2,4%
Frango Assado - Postos	5,9%	-1,5%
Casual & Mall	-1,1%	4,6%
KFC	2,3%	2,1%
Pizza Hut	-6,1%	8,3%
Batata Inglesa	6,2%	12,9%
Viena Mall	-1,2%	0,1%
Air	14,5%	5,3%
RA Catering	17,5%	10,5%
Verejo Air	7,1%	-5,5%
EUA	-11,7%	-3,6%

¹ Mudança de metodologia.

Restaurantes fechados por mais de 7 dias consecutivos dentro de um mês não são mais expurgados da base comparável

RESULTADOS e DESEMPENHO | EBITDA

No 1T25, o EBITDA ajustado consolidado atingiu R\$ 62,1 milhões, representando um crescimento de 64,2% em relação ao mesmo período do ano anterior e a margem EBITDA ajustado foi de 12,3%, um aumento de 481bps versus o 1T24. O resultado reflete a melhora operacional em todas as operações.

O EBITDA ajustado do 1T25 no Brasil reportou um aumento de 112,1%, alcançando R\$51,3 milhões. O resultado reflete diversas iniciativas da gestão da Companhia para garantir o aumento de margem, notadamente no Brasil, somado a iniciativas fiscais que compensaram a performance dos Estados Unidos, fator detrator do período.

(em milhões de R\$)	1T25	1T24	A/A
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO	-38,6	-27,9	39%
Lucro (Prejuízo) Ops Desinvestidas *	0	0	n.a
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQ Pro-Forma	-38,6	-27,9	38,50%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	1,9	-12,2	n.a
(+) Resultado Financeiro	30,7	23,6	30,00%
(+) D&A	64,3	67,6	-4,90%
EBITDA	58,3	51,2	13,80%
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	2,2	-14	n.a
(+) Pré-Aberturas de Lojas	1,7	0,7	145,10%
EBITDA Ajustado	62,1	37,8	64,20%
Efeito IFRS16	-37,6	-33,4	12,7%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	24,5	4,5	449,9%
<i>EBITDA Ajustado / Receita Líquida</i>	<i>12,3%</i>	<i>7,5%</i>	<i>+481bps</i>
<i>EBITDA Ajustado Ex-IFRS16 / Receita Líquida</i>	<i>4,9%</i>	<i>0,9%</i>	<i>+400bps</i>

RESULTADOS e DESEMPENHO | G&A Brasil

No primeiro trimestre de 2025, as despesas gerais e administrativas (G&A) apresentaram crescimento em relação ao 1T24, impactadas principalmente por efeitos não recorrentes do período de comparação, quando houve uma reversão relevante de provisões de bônus. Desconsiderando esse efeito, o G&A se manteve estável, o que representa uma evolução positiva em termos reais, especialmente ao considerar o cenário inflacionário. Seguimos comprometidos com a disciplina de custos e a otimização das estruturas corporativas, pilares essenciais para apoiar a execução do nosso plano de crescimento sustentável.

(em milhões de R\$)	1T25	1T24	A/A
G&A	(28,6)	(23,4)	22,3%

G&A sobre Receita

(% sobre receita global)



RESULTADO | EBITDA EX-IFRS 16

(em milhões de R\$)	1T25	1T24	A/A
EBITDA	58,3	51,2	13,8%
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	2,2	(14,0)	n.a
(+) Pré-Aberturas de Lojas	1,7	0,7	145,1%
EBITDA AJUSTADO	62,1	37,8	64,2%
Efeito IFRS16	(37,6)	(33,4)	12,7%
EBITDA AJUSTADO Ex-IFRS16	24,5	4,5	449,9%

RESULTADO | Atividades de Investimentos

Durante o trimestre a companhia realizou investimentos de R\$28,5 milhões, sendo R\$19,3 milhões destinados a expansão com grande parte referente ao *carry-over* das aberturas do último trimestre e R\$9,2 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\$)	1T25	1T24	A/A
Investimentos em Expansão	19,3	25,6	-24,9%
Investimentos em Manutenção, Reforma e Outros	9,2	14,3	-35,5%
Total de Investimentos em Capex	28,5	39,9	-28,7%

RESULTADO | Geração de Caixa

A geração de caixa do 1T25 apresentou evolução em comparação ao 1T24, impulsionada por três principais fatores: O EBITDA cresceu 64,2%, passando de R\$ 37,8 milhões para R\$ 62,1 milhões, refletindo melhor desempenho no período. Também houve uma melhora expressiva na gestão do capital de giro, com destaque para a renegociação de prazos com fornecedores e maior eficiência na gestão de recebíveis e estoques, o que acarretou uma geração positiva de R\$ 1,1 milhões no trimestre, frente a um recuo de R\$ 39,3 milhões no caixa do 1T24. Além disso, os investimentos recuaram 28,7%, totalizando R\$ 28,5 milhões no período, ante os R\$ 39,9 milhões registrados no mesmo trimestre do ano anterior.

R\$ milhões	1T25	1T24	A/A
EBITDA	62,1	37,8	64,2%
(+) Imposto de renda e CSLL	0,0	0,0	na
(+) Pré-Aberturas de Lojas	(1,7)	(0,7)	145,1%
(+) Variações nos ativos e passivos operacionais e outros	1,1	(39,3)	na
(=) Fluxo de Caixa Operacional ¹	61,5	(2,1)	n.a.
(+) Amortização de passivo de arrendamento e Pagto. Juros Leasing	(39,8)	(36,4)	9,3%
(=) Fluxo de Caixa Operacional Pro Forma ²	21,7	(38,5)	n.a.
(+) Capex	(28,5)	(39,9)	(28,7%)
(=) Fluxo de Caixa Livre Pro Forma ²	(6,8)	(78,4)	(91,4%)

¹- Não considera aplicação financeira e pgto de juros

²- Pro Forma: inclui pagto de aluguéis e não considera aplic. Financeiras e juros s/ empréstimos.

DÍVIDA LÍQUIDA

No primeiro trimestre de 2025, a dívida líquida total da companhia ficou em R\$392,7 milhões. Do total do endividamento bruto, 86% estão classificados no longo prazo. A alavancagem financeira ficou em 2,6x (EBITDA LTM, ex-IFRS16), consistente com o planejamento da companhia e abaixo dos limites estabelecidos pelos *covenants*.

A companhia segue focada em crescer e investir com disciplina financeira, mantendo seus níveis de alavancagem e liquidez adequados com seu planejamento estratégico e financeiro. Cabe ressaltar ainda, conforme divulgado em fato relevante, que o aporte inicial da transação envolvendo as operações do KFC será prioritariamente destinado ao pagamento das dívidas da companhia conforme cronograma estabelecido.

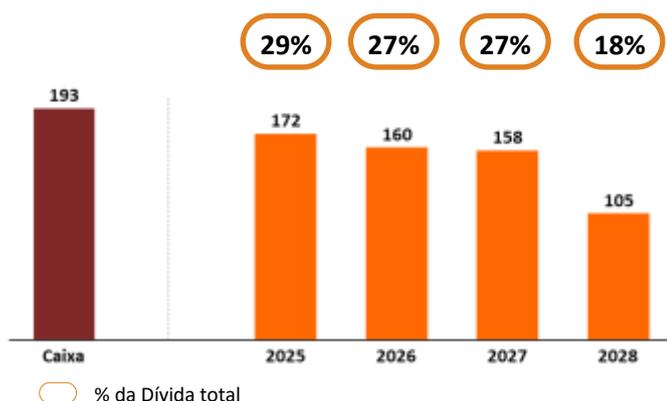
Em milhões de R\$	1T25	% total	4T24	% total	3T24	% total	1T24	% total
Curto Prazo	211,4	36%	159,8	28%	72,8	14%	76,7	14%
Longo Prazo	375,3	64%	418,8	72%	454,2	86%	453,2	86%
Dívida Total	586,6	100%	578,5	100%	526,9	100%	529,9	100%
(-) Caixa *	(194,0)	-	(217,8)	-	(175,7)	-	(203,6)	-
Dívida Líquida	392,7	-	360,7	-	351,2	-	326,3	-
Alavancagem ex-IFRS16	2,6x	-	2,4x	-	2,3x	-	2,1x	-

*Caixa 1T24 exclui o valor de R\$ 7.0M referente a escrow conforme o contrato firmado com a YUM para eventuais despesas jurídicas

RESULTADO | Por Indexador (R\$mm)

Instrumento	Taxa	
Debênture MEAL13	CDI + 3,60% a.a.	201.314.382,00
Debênture MEAL14	CDI + 4,20% a.a.	214.699.903,00
Debênture MEAL15	CDI + 4,20% a.a.	62.679.945,30
4131	CDI + 2,23% a.a.	31.719.411,15
4131	CDI + 2,23% a.a.	52.285.840,33
Brad _ Finame	Selic + 3,45%a.a.	31.340.162,54
Outros	-	7.439.672,04
Total (R\$):	~ CDI + 3,7%	586.599.972,29

RESULTADO | Cronograma de amortização





ANEXOS



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

CONSOLIDADO:

(em milhares de R\$)	1T25	1T24	A/A
RECEITA LÍQUIDA	504.136	506.699	-0,5%
CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS	(347.500)	(361.771)	-3,9%
LUCRO BRUTO	156.636	144.928	8,1%
<i>Margem Bruta</i>	<i>31,1%</i>	<i>28,6%</i>	<i>2,5 p.p.</i>
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS			
Despesa de vendas, gerais e administrativas	(203.054)	(188.885)	7,5%
Redução do valor recuperável dos ativos			
Equivalência patrimonial	1.556	2.557	-39,2%
Outras/despesas operacionais	38.818	24.944	55,6%
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	(6.044)	(16.457)	-63,3%
Resultado financeiro, líquido	(30.719)	(23.637)	30,0%
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IR/CSSL	(36.763)	(40.094)	-8,3%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(1.867)	12.215	na
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO OP. CONTINUADAS	(38.630)	(27.879)	na
<i>Margem Líquida</i>	<i>-7,7%</i>	<i>-5,5%</i>	<i>-2,2 p.p.</i>
Lucro (Prejuízo) Operações Descontinuadas	-	0	na
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(38.630)	(27.879)	38,6%
<i>Margem Líquida</i>	<i>-7,7%</i>	<i>-5,5%</i>	<i>-2,2 p.p.</i>

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO:

(em milhares de R\$)	1T25	1T24
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	193.971	198.348
Aplicações financeiras	0	5.109
Contas a receber	80.277	100.548
Estoques	54.781	50.902
Outros ativos e adiantamentos	80.684	129.275
Total do ativo circulante	409.713	484.182
NÃO CIRCULANTE		
Aplicações financeiras	-	6.906
Imposto de renda e contribuição social diferidos	49.355	59.151
Outros ativos e investimentos	128.390	101.516
Imobilizado	557.695	505.450
Intangível	921.041	909.951
Ativo de direito de Uso de Imóvel	583.396	591.366
Total do ativo não circulante	2.239.877	2.174.340
TOTAL DO ATIVO	2.649.590	2.658.522
PASSIVO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	202.444	167.128
Empréstimos, financiamentos e debêntures	211.375	76.656
Salários e encargos sociais	67.001	80.571
Passivo de arrendamento	109.045	100.316
Outros passivos circulantes	32.861	41.702
Total do passivo circulante	622.727	466.373
NÃO CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	375.262	453.198
Provisão para disputas trab., cíveis e tributárias	57.494	117.241
Imposto de renda e contribuição social diferidos	36.497	40.229
Passivo de Arrendamento	533.361	535.896
Outros passivos	36.362	39.420
Total do passivo não circulante	1.038.977	1.185.984
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital Social	1.154.462	1.154.462
Reservas de Capital	349.993	349.993
Reserva para plano de opções de compra de ações	45.550	41.762
Ações em Tesouraria	(5.551)	(5.551)
Prejuízos acumulados	(685.293)	(598.262)
Ajuste de avaliação patrimonial	128.726	63.761
Total do Patrimônio Líquido	987.887	1.006.165
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.649.590	2.658.522

FLUXO DE CAIXA:

(em milhares de R\$)	1T25	1T24	A/A
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS			
Lucro/Prejuízo das operações continuadas	(36.763)	(40.095)	-8,3%
Lucro/Prejuízo das operações descontinuadas	-	0	n/a
Lucro/Prejuízo líquido do trimestre	(36.763)	(40.095)	-8,3%
Deprec. e Amortiz. (imobilizado, intangíveis e direito de uso)	64.002	67.639	-5,4%
Juros s/ empréstimos, arrendamento e var. cambial	31.885	27.607	15,5%
Provisões diversas e outros	(21.359)	19.401	-210,1%
Contas a Receber	31.770	5.397	488,7%
Estoques	3.193	2.789	n/a
Fornecedores	(9.206)	(59.942)	-84,6%
Variação nos outros ativos e passivos operacionais	(3.814)	(26.364)	-85,5%
Caixa gerado pelas atividades operacionais	59.708	(3.568)	-1773,4%
Imposto de renda e contribuição social pagos	0	0	0,0%
Dividendos Recebidos	1.786	1.444	23,7%
Juros pagos sobre passivo de arrendamento	(10.617)	(8.036)	32,1%
Juros pagos	(15.182)	(15.156)	0,2%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	0	0,0%
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	35.695	(25.316)	-241,0%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO			
Resgate de (investimento em) aplicações financeiras	0	(159)	n/a
Alienação de ativos (atividades M&A)	0	64.796	n/a
Adições de imobilizado e intangíveis	(28.465)	(39.896)	-28,7%
Adições de direito de uso	0	0	0,0%
Caixa de Investimento utilizado em ope. descontinuadas	0	0	n/a
Caixa líquido proveniente das atividades de investimento	(28.465)	24.741	-215,1%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Pagamento de Dividendos	-	0	n/a
Amortização de passivo de arrendamento	(29.179)	(28.375)	2,8%
Novos empréstimos	-	-	n/a
Amortização de empréstimos	0	(3.953)	-100,0%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	0	n/a
Caixa líquido utilizadas nas atividades de financiamento	(29.179)	(32.328)	-9,7%
EFEITO DE VARIAÇÕES CAMBIAIS	(1.875)	2.091	-189,7%
VARIAÇÃO LÍQUIDA NO PERÍODO	(23.825)	(30.811)	-22,7%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO INÍCIO DO PERÍODO	217.796	229.159	-5,0%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO FIM DO PERÍODO	193.971	198.348	-2,2%



OBRIGADO

