

Restaurante  
**bom tem  
dono!**



2º Trimestre de 2025 | MEAL3

# Release de Resultados



VIENA



Brunella

R A CATERING



## DESTAQUES DO TRIMESTRE



**IMC entrega alta de 15% no EBITDA recorrente no acumulado do ano e reduz alavancagem no 2T25 para 1,7x**

*Eficiência operacional consistente em todos os segmentos e conclusão da transação do KFC impulsionam margens, reforçam caixa e reduzem endividamento*

**São Paulo, 14 de Agosto 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 segundo trimestre do ano de 2025 (2T25). 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. No caso dos 6M25, os resultados incluem as operações do KFC.

### Destques

	2T25	6M25
Receita Líquida (R\$ milhões)	<b>R\$ 591</b> + 3,6% vs. 2T24	<b>R\$ 1.095</b> + 1,6% vs. 6M24
Receita Líq. Brasil (R\$ milhões)	<b>R\$ 383</b> + 12,6% vs. 2T24	<b>R\$ 765</b> + 9,2% vs. 6M24
Margem Bruta	<b>+242 bps</b> vs. 2T24	<b>+249 bps</b> vs. 6M24
EBITDA Ajustado recorrente (R\$MM)	<b>R\$ 71</b> + 6,5% vs. 2T24	<b>R\$ 120</b> + 15,1% vs. 6M24
Dívida Líquida / EBITDA LTM	<b>1,7x</b> -0,9x vs. 1T25	

Alexandre Santoro – CEO  
 Natália Lacava – CFO e DRI  
 Victor Bento – Gerente Financeiro  
 Igor Jacarini – Gerente de RI  
 FSB Comunicação – Assessoria de Imprensa

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

No segundo trimestre de 2025, a IMC registrou avanços consistentes em rentabilidade e eficiência operacional, resultado de decisões estratégicas tomadas nos últimos anos e que vêm gerando efeitos práticos de forma sustentada. **Todas as nossas unidades de negócio apresentaram melhora operacional**, mantivemos rigor no controle de G&A e reforçamos a estrutura financeira, reduzindo a alavancagem para 1,7x.

O cenário macroeconômico brasileiro, com tendência inflacionária, exigiu decisões rápidas de precificação, gestão de mix e ajustes no portfólio, além de soluções criativas de menu para mitigar a perda de poder de compra do consumidor. Mesmo em um mercado com tendência de SSS (Same Store Sales) negativa, **conseguimos crescer e expandir margens**.

Concluimos no trimestre a transação envolvendo a marca KFC, representando mais um movimento estratégico na simplificação e racionalização do nosso portfólio, reforçando nossa disciplina na alocação de capital. O acordo amplia a capacidade de crescimento do KFC, agora com um parceiro dedicado à sua expansão no Brasil, e fortalece nossa posição financeira. Além disso, no fechamento da operação, recebemos o pagamento da primeira parcela e concluimos também a antecipação da segunda parcela do pagamento, inicialmente prevista para 2027, **fortalecendo nossa estrutura de capital e acelerando a captura dos benefícios da transação**.

Em termos de resultado, a operação no Brasil manteve sua trajetória de crescimento rentável, com **receita líquida de R\$383 milhões (+12,6% vs. 2T24)**, **três vezes acima da inflação do período**, e ganhos de eficiência que impulsionaram margens. O EBITDA ajustado em todas as nossas operações no país também foi uma alavanca importante de crescimento, refletindo medidas de reestruturação implementadas nos últimos trimestres.

Nos Estados Unidos, ainda que o ambiente permaneça desafiador, o trimestre marcou a volta do EBITDA ao território positivo, com margem bruta em alta e primeiros sinais mais claros de recuperação operacional. Continuamos executando ajustes na estrutura e na gestão de custos, ao mesmo tempo em que testamos iniciativas comerciais em praças específicas que começaram a apresentar respostas positivas.

Como resultado, o EBITDA recorrente cresceu 6,5% no trimestre, excluindo o efeito de R\$ 47 milhões na base comparativa. No acumulado do ano, o **avanço do mesmo indicador de EBITDA foi de 15,1%, impulsionados principalmente por ganhos operacionais e avanços de eficiência em todas as unidades de negócio**. Esta geração operacional, somada ao reforço de caixa, fortaleceu nossa liquidez ao mesmo passo que sustenta nossa flexibilidade para capturar oportunidades de forma racional.

Os resultados deste primeiro semestre marcam também o início de um **novo ciclo para a IMC, sustentado pela eficiência operacional, disciplina financeira e pelo desenvolvimento dos ativos que nos diferenciam**. Seguiremos avançando com racionalidade e visão de longo prazo, capturando o potencial de nossas marcas e entregando a melhor experiência aos nossos clientes, sempre com absoluto rigor na alocação de capital e gestão de custos. Temos plena consciência dos desafios à frente, mas seguimos confiantes na nossa estratégia e na nossa capacidade de execução, como temos demonstrado ao longo dos últimos anos. Agradeço aos nossos colaboradores, franqueados, parceiros e acionistas, que são parte fundamental dessa trajetória. Seguimos adiante, nos aproximando, dia após dia, do nosso sonho grande: sermos a melhor plataforma de serviços de alimentação do Brasil.

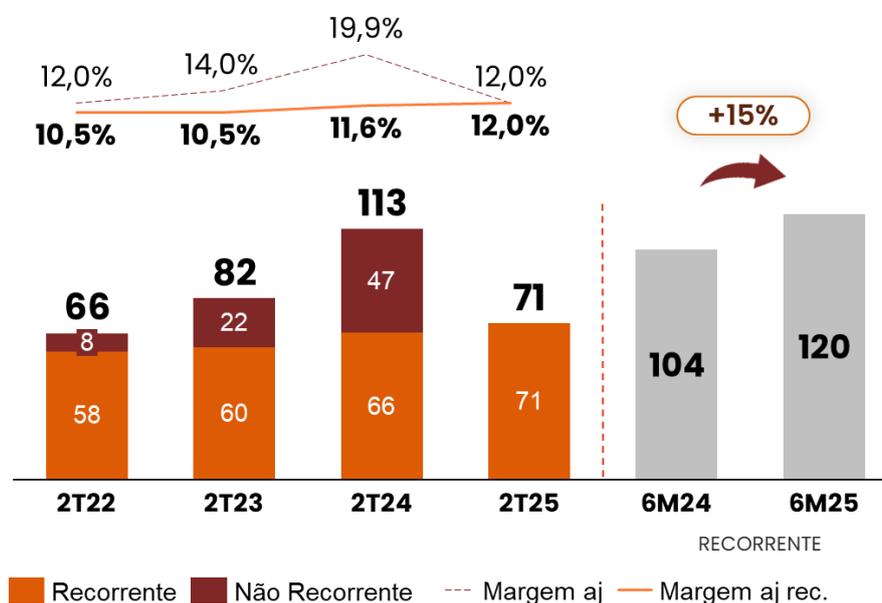
## DESTAQUES | Consolidado

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Receita Total do Sistema	864,4	789,1	9,5%	1.614,5	1.521,8	6,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>590,8</b>	<b>570,5</b>	<b>3,6%</b>	<b>1.095,0</b>	<b>1.077,2</b>	<b>1,6%</b>
Margem Bruta (%)	35,8%	33,4%	+242bps	33,6%	31,2%	+249bps
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>70,7</b>	<b>113,4</b>	<b>(37,6%)</b>	<b>132,9</b>	<b>151,3</b>	<b>(12,2%)</b>
Margem EBITDA Aj. (%)	12,0%	19,9%	-791bps	12,1%	14,0%	-191bps
Efeito IFRS16	(38,1)	(35,9)	6,2%	(75,8)	(69,3)	9,4%
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>32,6</b>	<b>77,5</b>	<b>(57,9%)</b>	<b>57,1</b>	<b>82,0</b>	<b>(30,3%)</b>
Margem EBITDA Aj. Ex-IFRS (%)	5,5%	13,6%	-807bps	5,2%	7,6%	-239bps
<b>Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>(61,6)</b>	<b>(27,4)</b>	<b>124,6%</b>	<b>(83,5)</b>	<b>(121,0)</b>	<b>(31,0%)</b>
Covenants*	1,7x	2,1x	-0,9x	1,7x	2,1x	-0,9x

\* Dívida Líquida/ EBITDA LTM Ex-IFRS 16, de acordo com a metodologia definida nas escrituras das emissões.

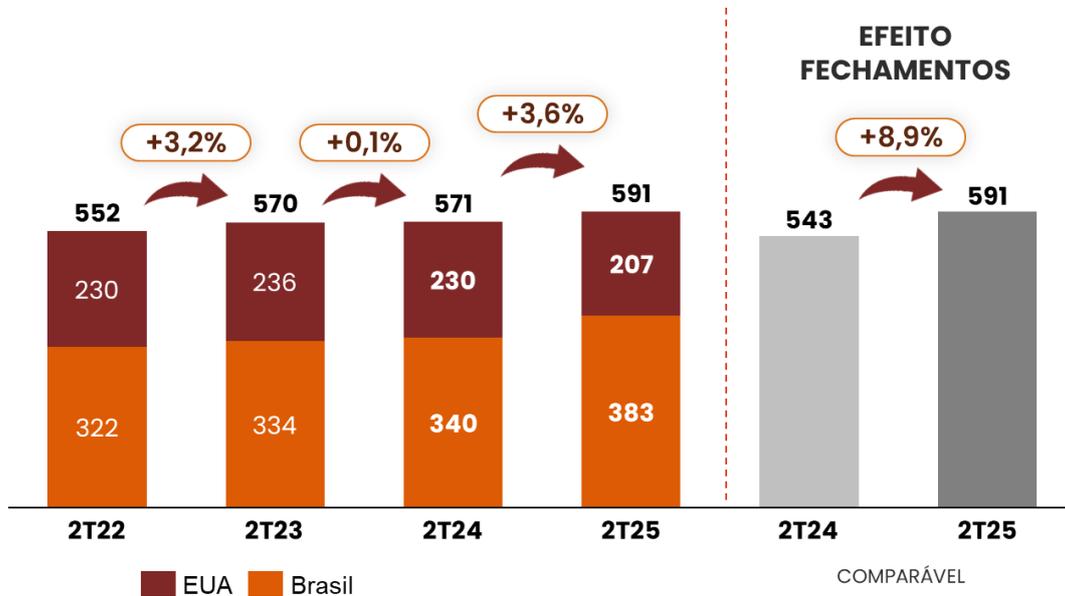
## DESTAQUES | Resultado Operacional

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>32,6</b>	<b>77,5</b>	<b>(57,9%)</b>	<b>57,1</b>	<b>82,0</b>	<b>(30,3%)</b>
Efeito IFRS16	38,1	35,9	6,2%	75,8	69,3	9,4%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>70,7</b>	<b>113,4</b>	<b>(37,6%)</b>	<b>132,9</b>	<b>151,3</b>	<b>(12,2%)</b>
<b>Brasil</b>	<b>25,4</b>	<b>71,5</b>	<b>(64,4%)</b>	<b>76,7</b>	<b>95,7</b>	<b>(19,8%)</b>
Frango Assado	18,7	16,9	10,5%	44,5	40,5	10,0%
Aeroportos	4,2	3,6	14,3%	8,4	7,5	11,5%
PH, KFC e Outros	28,4	22,4	26,9%	48,6	42,2	15,2%
G&A	(30,6)	(35,7)	(14,3%)	(59,2)	(59,1)	0,2%
Outros	4,8	64,3	(92,6%)	34,4	64,9	(46,9%)
<b>EUA</b>	<b>45,3</b>	<b>41,9</b>	<b>8,1%</b>	<b>56,2</b>	<b>55,6</b>	<b>1,1%</b>



## DESTAQUES | Vendas

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
<b>Receita Líquida</b>	<b>590,8</b>	<b>570,5</b>	<b>3,6%</b>	<b>1.095,0</b>	<b>1.077,2</b>	<b>1,6%</b>
<b>Brasil</b>	<b>383,4</b>	<b>340,4</b>	<b>12,6%</b>	<b>765,3</b>	<b>700,9</b>	<b>9,2%</b>
Frango Assado	147,4	144,6	1,9%	310,7	307,0	1,2%
Restaurantes e Outros	69,2	65,0	6,6%	147,6	147,1	0,3%
Postos de Combustível	78,1	79,6	(1,8%)	163,1	159,8	2,0%
Aeroporto	35,4	31,0	14,2%	70,4	62,0	13,5%
PH, KFC e Outros	200,7	164,9	21,7%	384,2	331,9	15,7%
<b>EUA</b>	<b>207,4</b>	<b>230,1</b>	<b>(9,9%)</b>	<b>329,7</b>	<b>376,2</b>	<b>(12,4%)</b>

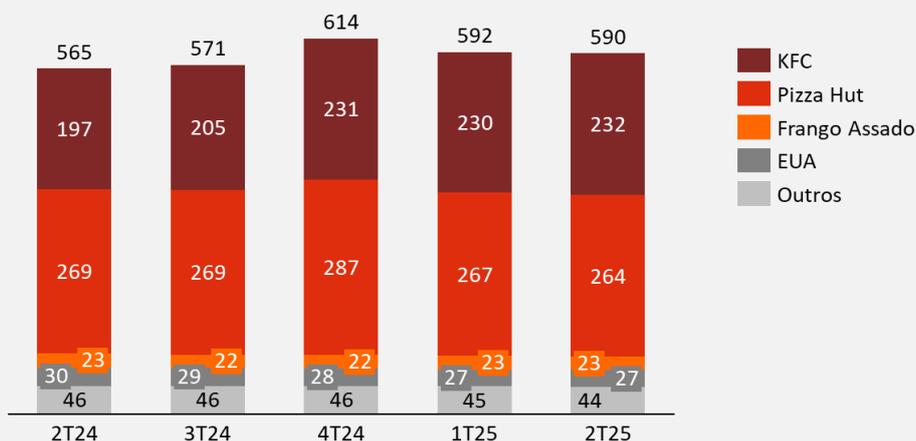


## EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE LOJAS<sup>1</sup>

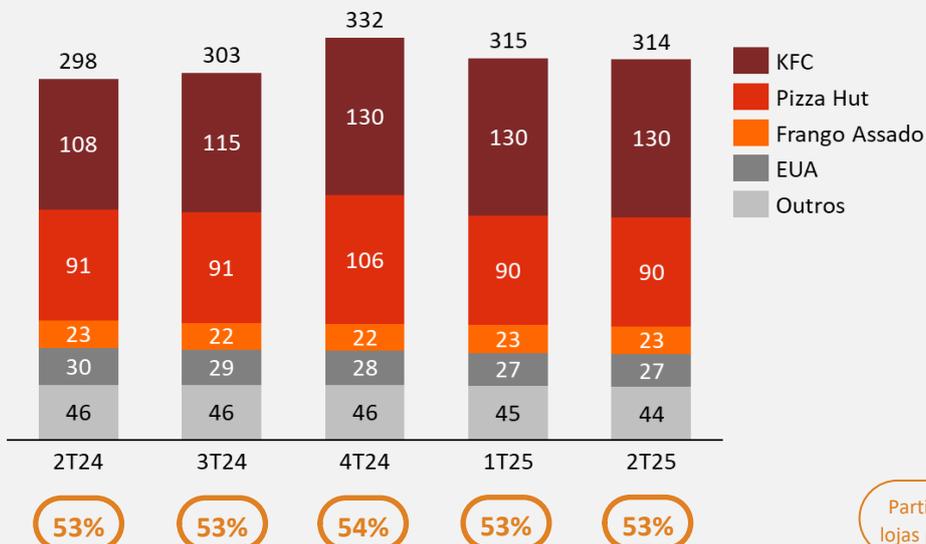
A IMC encerrou o segundo trimestre de 2025 com um total de 590 lojas, entre unidades próprias e franqueadas, distribuídas no Brasil e nos EUA. Nos últimos 12 meses, a Companhia registrou uma expansão líquida de 25 unidades, resultado da abertura de lojas principalmente das marcas KFC e Pizza Hut, e do plano de encerramento de operações de baixo desempenho. Esse contínuo movimento reforça o compromisso com a viabilidade econômica da rede e a busca contínua pela sustentabilidade dos resultados, fator que já vem sendo percebido no resultado do trimestre.

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 acumulado do ano, foram inauguradas 08 novas lojas, conforme plano de expansão. Atualmente, as lojas próprias representam 53% do sistema da IMC.

### NÚMERO DE LOJAS NO SISTEMA



### NÚMERO DE LOJAS PRÓPRIAS



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

# RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

## FRANGO ASSADO - RESTAURANTE E POSTOS | Road

A rede Frango Assado deu continuidade ao processo de fortalecimento da operação durante o segundo trimestre de 2025, com avanço nos principais indicadores operacionais e financeiros. Com uma operação cada vez mais resiliente, a receita líquida dos restaurantes cresceu 6,6% na comparação anual. O desempenho da operação permitiu ganhos de margem, com o EBITDA ajustado (ex-IFRS16) apresentando crescimento de 25,8% frente a 2T24.

Além do calendário favorável, as estratégias operacionais combinadas de precificação e recuperação do tráfego com ações voltadas à atratividade para o público de 25 a 35 anos, refletiram em um *same store sales* nos restaurantes de 8,0% no trimestre. A estratégia digital teve papel relevante nesse movimento, com campanhas de redes sociais voltadas à conexão com novos consumidores.

No segmento de postos, a operação segue entregando resultados positivos e aumento no EBITDA da unidade. Embora a receita tenha sido impactada pela dinâmica de preços dos combustíveis no período, a Companhia vem adotando medidas voltadas à maior eficiência comercial, incluindo políticas de estoque mais rigorosas, e ações de marketing para reforçar a qualidade do combustível, uma vez que adotamos a estratégia de trabalhar exclusivamente com distribuidoras renomadas.

Os avanços em digital, CRM e atendimento ao cliente refletem uma estratégia integrada de fortalecimento da experiência no Frango Assado. As vendas por meio dos totens de autoatendimento cresceram 53% em relação ao 2T24, enquanto o programa de fidelidade ultrapassou 500 mil downloads, apoiando ações mais direcionadas de relacionamento e engajamento. A evolução dessas frentes contribuiu para a melhoria nos indicadores de atendimento da marca, indicada ao Prêmio Reclame Aqui 2025. Atualmente, o Frango Assado ocupa a posição de número 2 em reputação em seu segmento na plataforma.

O trimestre também foi marcado por avanços importantes na padronização de layout, mobiliário, processos e produtos, com foco na preparação da rede para um novo ciclo de expansão. Entre as principais frentes, destacam-se as iniciativas de organização operacional com base na cozinha central, com a produção de itens estratégicos com maior controle de custo, qualidade e eficiência. A marca também vem estruturando rotinas voltadas ao processo de vendas e ao controle de perdas, buscando maior consistência na execução e escalabilidade do modelo.

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Número de lojas	23	23	0	23	23	0
<b>Receita Líquida</b>	<b>147,4</b>	<b>144,6</b>	<b>1,9%</b>	<b>310,7</b>	<b>307,0</b>	<b>1,2%</b>
Restaurantes e Outros	69,2	65,0	6,6%	147,6	147,1	0,3%
Postos de Combustível	78,1	79,6	(1,8%)	163,1	159,8	2,0%
Custo de Vendas e Serviços	(117,8)	(119,3)	1,2%	(243,7)	(248,1)	1,8%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>29,5</b>	<b>25,2</b>	<b>17,0%</b>	<b>67,0</b>	<b>58,8</b>	<b>13,9%</b>
Margem Bruta	20,0%	17,5%	+258bps	21,6%	19,2%	+240bps
Despesas Operacionais	(15,9)	(15,4)	2,8%	(32,4)	(33,3)	2,8%
Pré-Aberturas de Loja	0,0	0,0	0,0%	(0,7)	(0,1)	n.a
<b>EBIT</b>	<b>13,7</b>	<b>9,8</b>	<b>39,4%</b>	<b>33,9</b>	<b>25,4</b>	<b>33,5%</b>
(+) Deprec. e Amortização	5,0	7,1	(29,3%)	9,9	14,9	(33,8%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	0,0	0,0	0,0%	0,7	0,1	n.a
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>18,7</b>	<b>16,9</b>	<b>10,5%</b>	<b>44,5</b>	<b>40,5</b>	<b>10,0%</b>
Efeito IFRS16	(4,5)	(5,6)	20,2%	(9,7)	(11,3)	13,7%
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>14,2</b>	<b>11,3</b>	<b>25,8%</b>	<b>34,8</b>	<b>29,2</b>	<b>19,2%</b>
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	9,6%	7,8%	+183bps	11,2%	9,5%	+169bps

# RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL



## Pizza Hut, KFC e outras marcas | Casual e Mall

O segmento Casual and Mall consolidou, neste trimestre, os efeitos positivos das iniciativas operacionais implementadas desde o final de 2024. A maturação gradual das lojas, aliada ao foco em eficiência e disciplina de execução, impulsionou os resultados das marcas Pizza Hut e KFC. Como reflexo desse avanço, a receita líquida do segmento cresceu 21,7% e atingiu R\$ 200,7 milhões no 2T25.

As vendas mesmas lojas (SSS) do segmento também apresentaram recuperação relevante, com crescimento de +9,3% com crescimento em praticamente todas as marcas do segmento na comparação anual, revertendo a retração observada no primeiro trimestre. A margem bruta expandiu em +466bps e o EBITDA ajustado (ex-IFRS16) cresceu 38% em relação ao mesmo período de 2024, evidenciando o progresso operacional da unidade de negócio.

A Pizza Hut começou a capturar os ganhos das ações implementadas no trimestre anterior, com destaque para otimização do menu e reposicionamento da estratégia promocional. Ajustes operacionais resultaram também em uma melhora significativa no custo de mercadoria vendida (CMV) e impulsionaram a percepção de valor da marca, refletindo em um crescimento de SSS de +1,7% no trimestre. A marca também avançou na maturação de novas unidades, em linha com o planejado, e fortaleceu sua parceria com a rede AMPM, cuja produção na cozinha central do grupo IMC vem garantindo maior controle de custos e ganhos de escala.

O KFC manteve uma trajetória positiva no trimestre, com crescimento consistente nos principais canais de venda. O atendimento no balcão foi impulsionado pela campanha “2 por R\$19,90”, que contribuiu para o aumento do tráfego nas lojas e reforçou a atratividade da marca no ponto de venda físico. No delivery, o desempenho seguiu em alta, sustentado por uma base sólida de clientes e pela crescente penetração digital. O SSS da marca avançou 15,5% no período. Embora parte desse resultado reflita uma base comparativa mais fraca no início do trimestre, mesmo em meses com comparações mais desafiadoras, como junho, que já havia registrado bom desempenho em 2024, o KFC manteve a tendência de crescimento. O segundo trimestre também marcou o encerramento do ciclo de consolidação integral da marca pela IMC, com o fechamento da transação da joint venture anunciado no início de julho.

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Número de lojas	526	497	29	526	497	29
<b>Receita Líquida</b>	<b>200,7</b>	<b>164,9</b>	<b>21,7%</b>	<b>384,2</b>	<b>331,9</b>	<b>15,7%</b>
<b>Pizza Hut e KFC</b>	<b>174,8</b>	<b>136,3</b>	<b>28,3%</b>	<b>333,8</b>	<b>275,5</b>	<b>21,2%</b>
<b>Outros</b>	<b>25,9</b>	<b>28,6</b>	<b>-9,6%</b>	<b>50,3</b>	<b>56,4</b>	<b>-10,8%</b>
Custo de Vendas e Serviços	(124,1)	(109,7)	13,2%	(243,9)	(223,0)	9,4%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>76,6</b>	<b>55,2</b>	<b>38,6%</b>	<b>140,3</b>	<b>108,9</b>	<b>28,8%</b>
Margem Bruta	38,2%	33,5%	+466bps	36,5%	32,8%	+371bps
Despesas Operacionais	(61,8)	(48,6)	(27,2%)	(127,9)	(105,4)	(21,4%)
Pré-Abertura de Lojas	(0,1)	(1,5)	91,1%	(0,5)	(2,2)	76,0%
<b>EBIT</b>	<b>14,7</b>	<b>5,2</b>	<b>183,3%</b>	<b>11,8</b>	<b>1,3</b>	<b>794,3%</b>
(+) Deprec. e Amortização	13,6	15,7	(13,5%)	36,2	38,5	(5,8%)
(+) Pré-Abertura de Lojas	0,1	1,5	(91,1%)	0,5	2,2	(76,0%)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>28,4</b>	<b>22,4</b>	<b>26,9%</b>	<b>48,6</b>	<b>42,2</b>	<b>15,2%</b>
Efeito IFRS16	(9,4)	(8,6)	9,2%	(18,7)	(17,7)	5,8%
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>19,0</b>	<b>13,8</b>	<b>38,0%</b>	<b>29,9</b>	<b>24,5</b>	<b>22,0%</b>
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	9,5%	8,4%	+112bps	7,8%	7,4%	+40bps

# RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

## CATERING E VAREJO EM AEROPORTOS | Air



O segmento Air manteve sua trajetória positiva no segundo trimestre, impulsionado pela consistência do varejo em aeroportos, mesmo em cenário adverso, e pelo avanço da operação de catering. A receita líquida cresceu 14,2% na comparação anual, refletindo tanto a resiliência do tráfego de passageiros nas praças onde estão situadas as operações quanto na melhora de eficiência em ambas as frentes do negócio. O EBITDA ajustado (ex-IFRS16) avançou 30% no período, com aumento de margem com os ganhos operacionais capturados ao longo dos últimos trimestres.

As vendas mesmas lojas (SSS) do segmento apresentaram crescimento de 13,6%, impulsionadas principalmente pela operação de RA Catering, que avançou 19,3% no período, combinando maior eficiência operacional e a expansão seletiva de serviços. No varejo aeroportuário, o desempenho foi afetado pelo encerramento da operação de fornecimento de vouchers de alimentação, benefício tradicionalmente oferecido a passageiros em voos com atrasos ou cancelamentos, onde a companhia aérea passou a oferecer refeições próprias, reduzindo o volume de passageiros atendidos nas unidades do segmento. Ainda assim, medidas como a reformulação dos preços do buffet e a ampliação dos horários promocionais ajudaram a sustentar o tráfego nas lojas e mitigar parte desse efeito no canal.

No catering, o crescimento foi impulsionado pela entrada de novas rotas comerciais, com destaque para contratos de fretamentos internacionais e a prospecção de cargueiros em novos mercados. Também houve avanços em renovação de contratos importantes, assegurando continuidade das receitas e maior previsibilidade operacional. Além disso, ajustes contratuais com administradores aeroportuários, resultou em reequilíbrios pontuais de custos e contribuiu positivamente para o resultado do trimestre.

A Companhia manteve o foco na gestão de despesas operacionais, com ganhos de eficiência em contratos de serviços terceirizados e iniciativas voltadas à otimização de mão de obra. Embora a gestão de recursos humanos siga como um desafio relevante para o segmento, as medidas implementadas até aqui têm contribuído para maior controle de custos e melhoria gradual da produtividade para crescer de forma rentável e sustentável.

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Número de lojas	14	15	-1	14	15	-1
<b>Receita Líquida</b>	<b>35,4</b>	<b>31,0</b>	<b>14,2%</b>	<b>70,4</b>	<b>62,0</b>	<b>13,5%</b>
Custo de Vendas e Serviços	(25,8)	(22,7)	13,3%	(50,9)	(46,1)	10,3%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>9,6</b>	<b>8,2</b>	<b>17,0%</b>	<b>19,5</b>	<b>15,9</b>	<b>22,8%</b>
Margem Bruta	27,2%	26,6%	+63bps	27,7%	25,7%	+210bps
Despesas Operacionais	(12,0)	(13,6)	11,6%	(25,2)	(27,6)	8,7%
<b>EBIT</b>	<b>(2,4)</b>	<b>(5,4)</b>	<b>55,5%</b>	<b>(5,7)</b>	<b>(11,7)</b>	<b>51,4%</b>
(+) Deprec. e Amortização	6,6	9,0	(27,1%)	14,1	19,2	(26,8%)
(+) Pré-Abertura de Lojas	(0,0)	0,0	0,0%	(0,0)	0,0	0,0%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>4,2</b>	<b>3,6</b>	<b>14,3%</b>	<b>8,4</b>	<b>7,5</b>	<b>11,5%</b>
Efeito IFRS16	(1,7)	(1,7)	(3,2%)	(3,2)	(3,3)	(3,2%)
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>2,5</b>	<b>1,9</b>	<b>30,0%</b>	<b>5,1</b>	<b>4,0</b>	<b>29,3%</b>
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	7,1%	6,2%	+86bps	7,3%	6,4%	+89bps

# RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NOS EUA

Margaritaville & Landshark | USA



Após trimestres de pressão nos resultados, a margem bruta do 2T25 apresentou crescimento de +205bps na comparação anual, refletindo os efeitos iniciais das iniciativas de ajuste operacional e racionalização de custos adotadas ao longo do semestre. A receita líquida das operações nos Estados Unidos recuou 16,6% no período (em moeda local), ainda impactada pelo encerramento de unidades relevantes ao longo de 2024. Tirando esse efeito, a receita fica em linha com o ano anterior.

O EBITDA ajustado (ex-IFRS16) apresentou melhora em relação ao trimestre anterior, encerrando o 2T25 em terreno positivo com +1,6% no comparativo. Na comparação com o mesmo período do ano passado, o resultado apresenta crescimento de 1,6%, evidenciando os primeiros efeitos das ações implementadas no início do ano e sinalizando uma trajetória mais consistente para os próximos períodos.

Entre os destaques do trimestre, a Companhia implementou o novo menu de almoço em 17 unidades, com impacto positivo no tráfego no período. O programa de Happy Hour, iniciado em Boston no fim do 1T25, também mostrou evolução, com crescimento superior ao do período da noite e a primeira semana positiva de 2025 registrada na localidade. Além disso, os indicadores de satisfação do cliente (NPS) atingiram recordes sucessivos ao longo do trimestre.

As prioridades para 2025 permanecem voltadas ao crescimento rentável de vendas, com foco em produtos de valor, saúde e porções adequadas, além da continuidade da reorganização administrativa, que já vem gerando ganhos na estrutura de G&A.

(em milhões de US\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Número de lojas	27	30	3	27	30	3
<b>Receita Líquida</b>	<b>36,7</b>	<b>44,0</b>	<b>(16,6%)</b>	<b>57,7</b>	<b>73,5</b>	<b>(21,5%)</b>
Custo de Vendas e Serviços	(19,7)	(24,5)	(19,7%)	(32,8)	(43,9)	(25,2%)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>17,0</b>	<b>19,5</b>	<b>(12,7%)</b>	<b>24,8</b>	<b>29,5</b>	<b>(15,9%)</b>
Margem Bruta	46,3%	44,2%	+207bps	43,1%	40,2%	+286bps
Despesas Operacionais	(13,5)	(19,3)	(30,1%)	(24,4)	(32,1)	(23,9%)
Pré-Abertura de Lojas e Itens Esp.	(0,2)	0,1	n.a	(0,2)	3,2	n.a
<b>EBIT</b>	<b>3,3</b>	<b>0,2</b>	<b>1312,9%</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>(62,1%)</b>
(+) Deprec. e Amortização	4,7	7,9	(41,2%)	9,8	13,5	(27,4%)
(+) Pré-Abertura de Lojas e outros	0,2	(0,1)	n.a	0,2	(3,2)	n.a
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>8,1</b>	<b>8,1</b>	<b>0,9%</b>	<b>10,2</b>	<b>10,9</b>	<b>(6,6%)</b>
Efeito IFRS16	(3,8)	(3,8)	0,1%	(7,5)	(7,4)	2,1%
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>4,3</b>	<b>4,2</b>	<b>1,6%</b>	<b>2,7</b>	<b>3,5</b>	<b>(24,9%)</b>
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	11,7%	9,6%	+210bps	4,6%	4,8%	-21bps

(em milhões de BRL)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>45,3</b>	<b>41,9</b>	<b>8,1%</b>	<b>56,2</b>	<b>55,6</b>	<b>1,1%</b>
Efeito IFRS16	(21,4)	(19,5)	9,6%	(42,4)	(36,5)	16,2%
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>23,9</b>	<b>22,4</b>	<b>6,9%</b>	<b>13,8</b>	<b>19,3</b>	<b>(28,6%)</b>
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	11,5%	9,7%	+181bps	4,2%	5,1%	-95bps

## TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

No segundo trimestre do ano de 2025, as vendas digitais das marcas Pizza Hut, KFC e Frango Assado alcançaram R\$ 325 milhões, um crescimento de 56,9% sobre o mesmo período do ano anterior, consolidando o constante compromisso da IMC com a inovação, foco nos consumidores e na eficiência das operações.

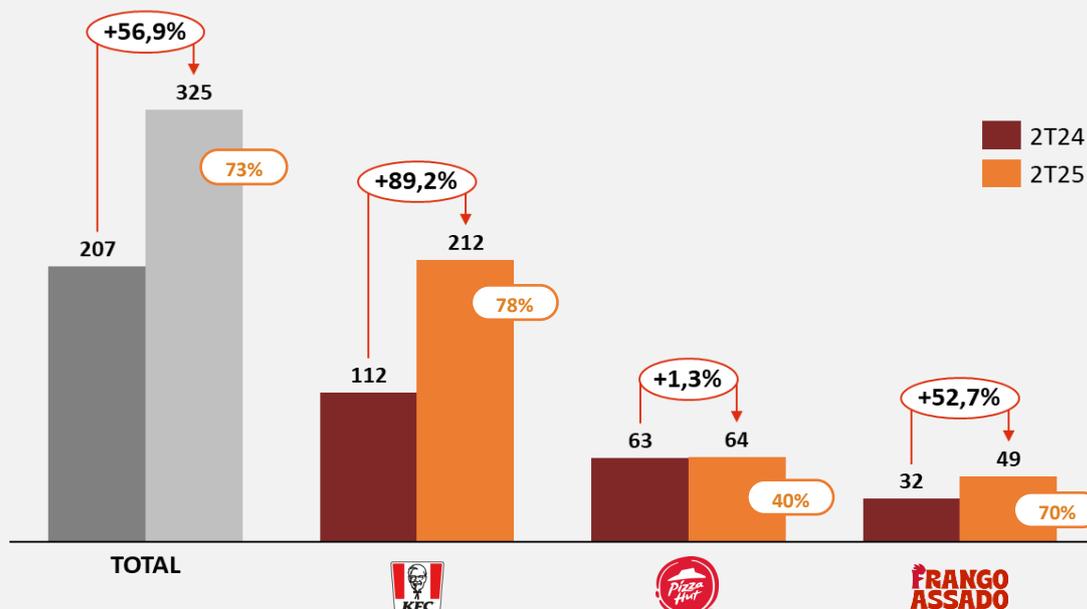
As vendas digitais da Pizza Hut apresentaram crescimento de 1,3% no 2T25, refletindo os primeiros efeitos da maturação do novo aplicativo lançado no trimestre anterior. Após um período de transição, o canal começou a recuperar tração com maior estabilidade operacional e a implementação de ações voltadas ao engajamento, como o programa de fidelidade Clube Hut e campanhas de incentivo a novos usuários. Paralelamente, a Companhia iniciou os testes com totens de autoatendimento em lojas selecionadas, ampliando as alternativas de jornada digital e fortalecendo a estratégia de conveniência no ponto de venda físico.

A receita gerada pelos totens de autoatendimento do KFC cresceu 133% no 2T25 em comparação ao mesmo período de 2024, impulsionada principalmente pelo aumento de participação do canal, que passou de 42% para 72% das vendas em lojas com totem (excluindo delivery). Embora o número de unidades tenha contribuído para o desempenho, o principal fator de crescimento foi o ganho de representatividade do canal no mix de vendas. Considerando o total da operação, os totens já representam 66% das vendas da marca, refletindo o avanço consistente na digitalização da jornada do consumidor e no ganho de eficiência operacional.

No Frango Assado, os totens de self-checkout registraram aumento de 53% na comparação com o 2T24, representando 70% dos tickets do canal físico no período. O número de clientes únicos cadastrados no canal de CRM também apresentou crescimento de 25%, impulsionado pelas iniciativas de reconhecimento da marca. O avanço nessas frentes contribui para ampliar o conhecimento sobre o perfil dos clientes e aprimorar a personalização das ações comerciais e promocionais.

### Vendas Digitais<sup>1</sup>

Valores em R\$ milhões



Representatividade das vendas através dos canais digitais nas vendas totais e de cada marca 2T25.

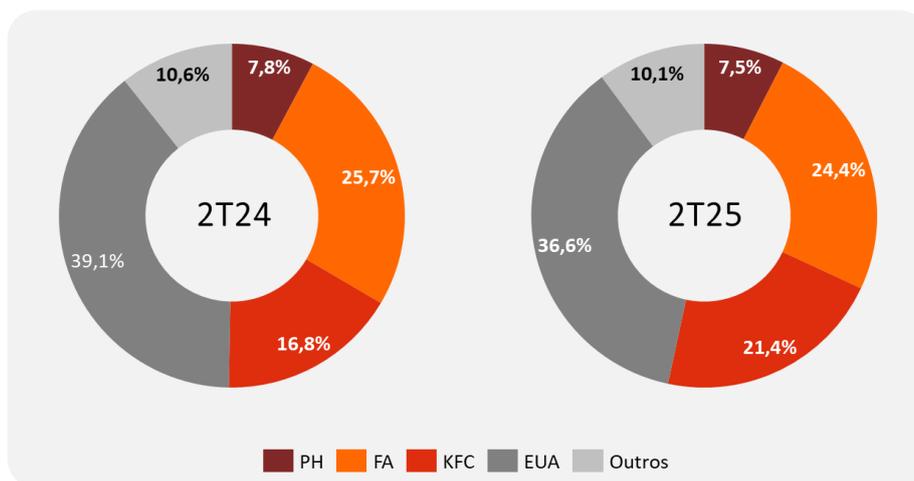
<sup>1</sup> - Vendas digitais nos canais: Totens, aplicativos próprios, aplicativos agregadores, programas de fidelidade e WhatsApp nas marcas KFC, Pizza Hut e Frango Assado.

## COMENTÁRIOS SOBRE DESEMPENHO

No segundo trimestre de 2025, as vendas totais do sistema — que incluem o faturamento bruto das lojas próprias e franqueadas — somaram R\$864,4 milhões, representando um crescimento de 9,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. O desempenho reverte a tendência de queda observada no trimestre anterior, refletindo principalmente a recuperação das operações no Brasil.

A receita líquida consolidada atingiu R\$ 590,8 milhões no 2T25, um aumento de 3,6% na comparação anual. O resultado foi impulsionado pelo crescimento de 12,6% nas operações brasileiras, que compensaram parcialmente o desempenho ainda negativo nos Estados Unidos, onde a receita, mesmo em recuperação, ainda apresentou retração de 9,9% (em moeda nacional). Cabe ressaltar que ambas as operações dos países ainda são impactadas por efeitos do fechamento de unidades relevantes ao longo de 2024.

### RESULTADO | Representatividade da Receita Líquida



### RESULTADO | Same Store Sales (SSS)<sup>1</sup>

Same Store Sales (SSS) <sup>1</sup>	2T25	2T24
<b>Road</b>	<b>2,7%</b>	<b>-1,5%</b>
Frango Assado - Restaurantes	8,0%	-4,3%
Frango Assado - Postos	-1,5%	0,9%
<b>Casual &amp; Mall</b>	<b>9,3%</b>	<b>0,7%</b>
KFC	15,5%	-0,8%
Pizza Hut	1,7%	2,2%
Batata Inglesa	8,3%	5,1%
Viena Mall	-3,1%	1,6%
<b>Air</b>	<b>13,6%</b>	<b>6,9%</b>
RA Catering	19,3%	9,6%
Varejo Air	-2,0%	1,3%
<b>EUA</b>	<b>-8,8%</b>	<b>-2,6%</b>

<sup>1</sup> 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 2T25, o EBITDA ajustado consolidado totalizou R\$ 69,6 milhões, uma redução de 38,6% em relação ao mesmo período de 2024. Essa comparação, no entanto, é impactada por um efeito não recorrente registrado no 2T24, no valor de R\$ 47 milhões, referente ao reconhecimento contábil de prescrição de contingências não materializadas (PPA) de aquisições passadas. Excluindo esse efeito, o EBITDA ajustado do trimestre apresentou crescimento de 5%.

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO</b>	<b>(32,4)</b>	<b>12,2</b>	<b>n.a</b>	<b>(71,1)</b>	<b>(15,7)</b>	<b>353,3%</b>
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	8,4	0,1	15734,2%	10,2	(12,2)	n.a
(+) Resultado Financeiro	37,5	21,7	73,0%	68,2	45,3	50,6%
(+) D&A	51,1	72,6	(29,6%)	115,4	140,2	(17,7%)
<b>EBITDA</b>	<b>64,5</b>	<b>106,5</b>	<b>(39,4%)</b>	<b>122,8</b>	<b>157,7</b>	<b>(22,1%)</b>
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	4,8	5,5	(12,0%)	7,0	(8,6)	n.a
(+) Pré-Aberturas de Lojas	0,2	1,5	-84,1%	1,9	2,2	-11,2%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>70,7</b>	<b>113,4</b>	<b>(37,6%)</b>	<b>132,9</b>	<b>151,3</b>	<b>(12,2%)</b>

## RESULTADOS e DESEMPENHO | G&A

No segundo trimestre de 2025, as despesas gerais e administrativas (G&A) apresentaram redução de 14,3% em relação ao mesmo período de 2024, refletindo os avanços na otimização das estruturas corporativas e a melhoria dos processos internos com foco na eficiência. Essa redução também gerou ganho de alavancagem operacional, com queda de 110bps na representatividade de G&A em relação à receita líquida consolidada, que passou de 6,3% no 2T24 para 5,2% no 2T25.

No acumulado do ano, o G&A totalizou R\$ 59,2 milhões, em linha com o registrado no mesmo período do ano anterior, ainda influenciado por efeitos não recorrentes do 1T24, quando houve uma reversão relevante de provisões de bônus. A Companhia segue comprometida com a disciplina de custos e com o redesenho da estrutura organizacional, ajustando o dimensionamento feito anteriormente para uma operação mais robusta do que a atual.

(em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
G&A	(30,6)	(35,7)	(14,3%)	(59,2)	(59,1)	0,2%

### G&A sobre Receita

(% sobre receita global)



## RESULTADO | Atividades de Investimentos

Durante o trimestre, a companhia investiu R\$ 27,9 milhões, dos quais R\$ 11,0 milhões foram destinados à expansão, parte ainda relacionada ao *carry-over* de aberturas dos últimos trimestres, e R\$ 16,9 milhões voltados para manutenções, reformas e outros projetos. Deste valor, um total de R\$ 7,3 milhões do capex acumulado do ano (sem considerar *carry-over*), atribuído ao KFC, será reembolsado pelo sócio da nova estrutura organizacional da marca.

CAPEX (em milhões de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
Investimentos em Expansão	11,0	10,1	9,1%	30,2	35,7	-15,3%
Investimentos em Manutenção, Reforma e Outros	16,9	18,5	-8,3%	26,1	32,7	-20,1%
<b>Total de Investimentos em Capex</b>	<b>27,9</b>	<b>28,5</b>	<b>-2,2%</b>	<b>56,4</b>	<b>68,4</b>	<b>-17,6%</b>

## RESULTADO | Geração de Caixa

O fluxo de caixa operacional apresentou uma melhora de R\$3,0 milhões na comparação A/A, atingindo R\$23,5 milhões no 2T25. No acumulado do ano, a geração operacional totalizou R\$45,2 milhões, com evolução de R\$63,2 milhões.

Em uma visão pro-forma, ou seja, excluindo os efeitos de *carry-over* de Capex de anos anteriores e desconsiderando os investimentos realizados nas lojas KFC, o Fluxo de Caixa da Companhia teria expressiva melhora de R\$96,2 milhões nos 6M25 A/A, atingindo R\$ 41,7 milhões.

R\$ milhões	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
<b>EBITDA AJUSTADO</b>	<b>70,7</b>	<b>113,4</b>	<b>(37,6%)</b>	<b>132,9</b>	<b>151,3</b>	<b>(12,2%)</b>
Efeito IFRS16	(38,1)	(35,9)	6,2%	(75,8)	(69,3)	9,4%
<b>EBITDA Aj. Ex-IFRS16</b>	<b>32,6</b>	<b>77,5</b>	<b>(57,9%)</b>	<b>57,1</b>	<b>82,0</b>	<b>(30,3%)</b>
(+) Imposto de renda e CSLL	0,0	(0,1)	(100,0%)	0,0	(0,1)	(100,0%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	(0,2)	(1,5)	(84,1%)	(1,9)	(2,2)	(11,2%)
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	(6,0)	(5,5)	10,0%	(8,2)	8,6	n.a
(+) Variações nos ativos e passivos op. e outros	(2,8)	(49,9)	(94,4%)	(1,7)	(106,3)	(98,4%)
<b>(=) Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>23,5</b>	<b>20,5</b>	<b>14,7%</b>	<b>45,2</b>	<b>(18,0)</b>	<b>n.a</b>
(+) Capex	(27,9)	(28,5)	(2,2%)	(56,4)	(68,4)	(17,6%)
<b>(=) Fluxo de Caixa Operacional c/ capex</b>	<b>(4,4)</b>	<b>(8,0)</b>	<b>(45,4%)</b>	<b>(11,1)</b>	<b>(86,4)</b>	<b>(87,1%)</b>
(+) Juros	(19,1)	(19,4)	(1,5%)	(34,3)	(34,6)	(0,8%)
<b>(=) Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>(23,5)</b>	<b>(27,4)</b>	<b>(14,3%)</b>	<b>(45,4)</b>	<b>(121,0)</b>	<b>(62,4%)</b>

## Geração de Caixa Pro-Forma

R\$ milhões	IMC Ex-KFC			KFC			IMC c/ KFC		
	6M25	6M24	A/A	6M25	6M24	A/A	6M25	6M24	A/A
<b>(=) Fluxo de Caixa Op.</b>	<b>55,6</b>	<b>3,5</b>	<b>1498,7%</b>	<b>(10,3)</b>	<b>(21,5)</b>	<b>(51,9%)</b>	<b>45,2</b>	<b>(18,0)</b>	<b>(351,4%)</b>
(+) Capex	(35,5)	(47,7)	(25,7%)	(20,9)	(20,7)	1,1%	(56,4)	(68,4)	(17,6%)
<b>(=) Fluxo de Caixa Op. c/ Capex</b>	<b>20,1</b>	<b>(44,3)</b>	<b>(145,5%)</b>	<b>(31,2)</b>	<b>(42,2)</b>	<b>(25,9%)</b>	<b>(11,1)</b>	<b>(86,4)</b>	<b>(87,1%)</b>
(+) Ajuste Carry-over	21,6	(10,3)	(310,6%)	20,5	(7,1)	(390,1%)	42,1	(17,3)	(343,1%)
<b>(=) Fluxo de Caixa Op. c/ Capex Competência</b>	<b>41,7</b>	<b>(54,5)</b>	<b>(176,5%)</b>	<b>(10,7)</b>	<b>(49,2)</b>	<b>(78,2%)</b>	<b>31,0</b>	<b>(103,7)</b>	<b>(129,9%)</b>

## DÍVIDA LÍQUIDA

No segundo trimestre de 2025, a dívida líquida total da Companhia - incluindo instrumentos financeiros derivativos registrados após o fechamento da operação do KFC - foi de R\$ 189,8 milhões, positivamente impactada pelo caixa recebido no fechamento da operação mencionada.

Conforme anunciado, no *closing* da transação, a Companhia recebeu o equivalente a USD12,5 milhões. Além disso, a IMC também antecipou o recebimento da segunda parcela, originalmente prevista para 2027, no montante de USD22,5 milhões. Com isso, a alavancagem financeira encerrou o período em 1,7x EBITDA LTM, ex-IFRS16, de acordo com a metodologia definida nas escrituras de endividamento da Companhia, em linha com planejamento definido e dentro dos limites estabelecidos pelos *covenants*.

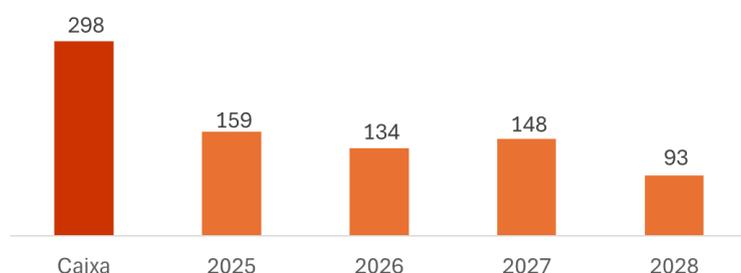
Em milhões de R\$	2T25	1T25	4T24	3T24	2T24
Empréstimos e Financiamentos	544,7	586,6	578,5	526,9	526,1
(-) Instrumentos Financeiros Derivativos (ativo - passivo)	(57,1)	-	-	-	-
(-) Caixa	(297,7)	(194,0)	(217,8)	(175,7)	(181,9)
<b>Dívida Líquida</b>	<b>189,8</b>	<b>392,6</b>	<b>360,7</b>	<b>351,2</b>	<b>344,2</b>
LTM EBITDA ex-IFRS16	109,7	153,9	150,9	151,1	166,3
<b>Alavancagem</b>	<b>1,7x</b>	<b>2,6x</b>	<b>2,4x</b>	<b>2,3x</b>	<b>2,1x</b>

\*Caixa 2T24 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\$ mil)

Instrumento	Taxa	Dívida em 30/06/25
Debênture MEAL13	CDI + 3,60% a.a.	209.797
Debênture MEAL14	CDI + 4,20% a.a.	161.664
Debênture MEAL15	CDI + 4,20% a.a.	60.258
4131	CDI + 2,23% a.a.	33.053
4131	CDI + 2,23% a.a.	54.457
Brad _ Finame	Selic + 3,45%a.a.	32.380
Outros		-6.942
<b>Total (R\$):</b>	<b>~ CDI + 3,6%</b>	<b>544.667</b>

## RESULTADO | Cronograma de amortização de principal\*



\*Considera curva futura da B3 em 31/7/2025 e previsão de amortizações extraordinárias pós-fechamento da operação do KFC, conforme negociação realizada em AGDs pré-deal.



# ANEXOS



## RESULTADO | CONCILIAÇÃO CONSOLIDADO PROFORMA

Em junho de 2025, a IMC concluiu a transação estratégica para venda do controle da operação do KFC no Brasil à Kentucky Foods Chile Limitada, por meio de sua subsidiária Saboroso Internacional Ltda. O acordo, anunciado em março e aprovado pelo CADE em abril, envolveu a reorganização societária necessária para segregar os ativos da marca no país e a renegociação do contrato de franquia com a Yum! Brands. Com o fechamento, a Saboroso passou a deter 58,3% da Horizonte Restaurantes S.A., enquanto a IMC manteve 41,7% de participação, preservando exposição ao potencial de crescimento da marca no Brasil.

O valor total da operação foi definido em US\$ 35 milhões, sendo US\$ 12,5 milhões recebidos à vista no fechamento e o saldo antecipado integralmente via cessão de direitos creditórios. As condições pactuadas incluem opções futuras de compra e venda de participações, oferecendo flexibilidade estratégica para ambas as partes. Essa transação reforça a posição financeira da IMC, otimiza a alocação de capital e permite maior foco no desenvolvimento das demais marcas do portfólio.

(em milhares de R\$)	6M25			6M24		
	SEM KFC	COM KFC	Δ	SEM KFC	COM KFC	Δ
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	849.606	1.094.966	245.359	888.329	1.077.199	188.870
<b>CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS</b>	(567.837)	(726.525)	(158.688)	(610.735)	(741.637)	(130.902)
<b>LUCRO BRUTO</b>	281.769	368.440	86.671	277.594	335.562	57.968
<i>Margem Bruta</i>	33,2%	33,6%	35,3%	31,2%	31,2%	30,7%
<b>RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS</b>						
Despesa de vendas, gerais e administrativas	(226.547)	(298.883)	(72.336)	(245.797)	(303.939)	(58.142)
Despesas gerais e administrativas	(91.508)	(107.244)	(15.736)	(90.471)	(104.800)	(14.329)
Despesa/reversão com perda estimada de crédito	42.092	41.980	(112)	86.934	85.321	(1.613)
Equivalência patrimonial	3.052	3.052	0	5.261	5.261	0
<b>LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO</b>	8.858	7.346	(1.512)	33.521	17.405	(16.116)
Resultado financeiro, líquido	(63.806)	(68.188)	(4.382)	(42.927)	(45.249)	(2.322)
<b>LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IR/CSSL</b>	(54.948)	(60.842)	(5.894)	(9.406)	(27.844)	(18.438)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(10.236)	(10.236)	0	12.163	12.163	0
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO OP. CONTINUADAS</b>	(65.183)	(71.078)	(5.894)	2.757	(15.681)	(18.438)
<i>Margem Líquida</i>	-7,7%	-6,5%	1,2%	0,3%	-1,5%	-1,8%
Lucro (Prejuízo) Operações Descontinuadas	-5.894,00	-	5.894,00	-18.438,00	-	18.438,00
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	(71.077)	(71.078)	(0)	(15.681)	(15.681)	(0)
<i>Margem Líquida</i>	-8,4%	-6,5%	0,0%	-1,8%	-1,5%	0,0%

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO | CONSOLIDADO

(em milhares de R\$)	2T25	2T24	A/A	6M25	6M24	A/A
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>462.573</b>	<b>477.792</b>	<b>-3,2%</b>	<b>849.606</b>	<b>888.329</b>	<b>-4,4%</b>
<b>CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS</b>	<b>(297.946)</b>	<b>(315.307)</b>	<b>-5,5%</b>	<b>(567.837)</b>	<b>(610.735)</b>	<b>-7,0%</b>
<b>LUCRO BRUTO</b>	<b>164.627</b>	<b>162.485</b>	<b>1,3%</b>	<b>281.769</b>	<b>277.594</b>	<b>1,5%</b>
<b>Margem Bruta</b>	<b>35,6%</b>	<b>34,0%</b>	<b>1,6 p.p.</b>	<b>33,2%</b>	<b>31,2%</b>	<b>1,9 p.p.</b>
<b>RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS</b>						
Despesa de vendas, gerais e administrativas	(156.992)	(184.683)	-15,0%	(318.055)	(336.268)	-5,4%
Despesa de vendas e operacionais	(116.069)	(134.125)	-13,5%	(226.547)	(245.797)	-7,8%
Despesas gerais e administrativas	(40.923)	(50.558)	-19,1%	(91.508)	(90.471)	1,1%
Despesa/reversão com perda estimada de crédito	0	0	na	0	0	na
Redução do valor recuperável dos ativos						
Equivalência patrimonial	1.496	2.704	-44,7%	3.052	5.261	-42,0%
Outras/despesas operacionais	3.163	61.991	-94,9%	42.092	86.934	-51,6%
<b>LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO</b>	<b>12.294</b>	<b>42.496</b>	<b>-71,1%</b>	<b>8.858</b>	<b>33.521</b>	<b>-73,6%</b>
Resultado financeiro, líquido	(34.888)	(20.382)	71,2%	(63.806)	(42.927)	48,6%
<b>LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IR/CSSL</b>	<b>(22.594)</b>	<b>22.114</b>	<b>-202,2%</b>	<b>(54.948)</b>	<b>(9.406)</b>	<b>484,2%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(8.368)	(52)	na	(10.235)	12.163	-184,1%
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO OP. CONTINUADAS</b>	<b>(30.962)</b>	<b>22.062</b>	<b>na</b>	<b>(65.183)</b>	<b>2.757</b>	<b>-2464,0%</b>
<b>Margem Líquida</b>	<b>-6,7%</b>	<b>4,6%</b>	<b>-11,3 p.p.</b>	<b>-7,7%</b>	<b>0,3%</b>	<b>-8,0 p.p.</b>
Lucro (Prejuízo) Operações Descontinuadas	- 1.483,00	- 9.866,00	na	- 5.894,00	(18.438)	-68,0%
<b>LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO</b>	<b>(32.445)</b>	<b>12.196</b>	<b>-366,0%</b>	<b>(71.077)</b>	<b>(15.681)</b>	<b>353,3%</b>
<b>Margem Líquida</b>	<b>-7,0%</b>	<b>2,6%</b>	<b>-9,6 p.p.</b>	<b>-8,4%</b>	<b>-1,8%</b>	<b>-6,6 p.p.</b>

## BALANÇO PATRIMONIAL | CONSOLIDADO

(em milhares de R\$)	2T25	2T24
<b>ATIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Caixa e equivalentes de caixa	297.723	176.167
Aplicações financeiras	0	12.720
Contas a receber	67.727	101.938
Estoques	49.116	53.246
Outros ativos e adiantamentos	104.206	129.915
<b>Total do ativo circulante</b>	<b>518.772</b>	<b>473.986</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Aplicações financeiras	-	0
Imposto de renda e contribuição social diferidos	46.422	66.029
Outros ativos e investimentos	334.588	91.395
Imobilizado	394.100	506.961
Intangível	698.374	928.340
Ativo de direito de Uso de Imóvel	486.802	613.987
<b>Total do ativo não circulante</b>	<b>1.960.286</b>	<b>2.206.712</b>
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>2.479.058</b>	<b>2.680.698</b>
<b>PASSIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
Fornecedores	173.510	175.240
Empréstimos, financiamentos e debêntures	172.127	72.432
Salários e encargos sociais	55.642	65.939
Passivo de arrendamento	94.111	104.891
Outros passivos circulantes	41.595	62.242
<b>Total do passivo circulante</b>	<b>536.985</b>	<b>480.745</b>
<b>NÃO CIRCULANTE</b>		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	372.540	453.663
Provisão para disputas trab., cíveis e tributárias	86.251	53.372
Imposto de renda e contribuição social diferidos	35.252	43.343
Passivo de Arrendamento	445.801	557.970
Outros passivos	64.952	34.694
<b>Total do passivo não circulante</b>	<b>1.004.796</b>	<b>1.143.042</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>		
Capital Social	1.154.852	1.154.462
Reservas de Capital	349.993	349.993
Reserva para plano de opções de compra de ações	42.394	42.814
Ações em Tesouraria	0	(5.551)
Prejuízos acumulados	(717.739)	(586.064)
Ajuste de avaliação patrimonial	107.777	101.256
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>937.277</b>	<b>1.056.910</b>
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>2.479.058</b>	<b>2.680.697</b>

## FLUXO DE CAIXA | CONSOLIDADO

(em milhares de R\$)	1T25	1T24	A/A	6M25	6M24	A/A
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS</b>						
Lucro/Prejuízo das operações continuadas	(29.903)	20.823	-243,6%	(65.183)	(9.406)	n/a
Lucro/Prejuízo das operações descontinuadas	- 4.411,00	(8.572)	n/a	- 5.894,00	(18.438)	n/a
<b>Lucro/Prejuízo líquido do trimestre</b>	<b>(34.314)</b>	<b>12.251</b>	<b>-380,1%</b>	<b>(71.077)</b>	<b>(27.844)</b>	<b>155,3%</b>
Deprec. e Amortiz. (imobilizado, intangíveis e direito de uso)	47.911	43.186	10,9%	111.913	110.825	1,0%
Juros s/ empréstimos, arrendamento e var. cambial	36.205	33.470	8,2%	68.090	61.077	11,5%
Provisões diversas e outros	79.360	(31.985)	-348,1%	<b>58.001</b>	<b>(12.584)</b>	-560,9%
Contas a Receber	(36.244)	(479)	7466,6%	(4.474)	4.918	-191,0%
Estoques	(1.122)	1.074	n/a	2.071	3.863	n/a
Fornecedores	(20.912)	(9.467)	120,9%	(30.118)	(69.409)	-56,6%
Variação nos outros ativos e passivos operacionais	(14.440)	18.407	-178,4%	(18.254)	(7.957)	129,4%
<b>Caixa gerado pelas atividades operacionais</b>	<b>56.444</b>	<b>66.457</b>	<b>-15,1%</b>	<b>116.152</b>	<b>62.889</b>	<b>84,7%</b>
Imposto de renda e contribuição social pagos	0	(59)	-100,0%	0	(59)	-100,0%
Dividendos Recebidos	4.893	4.239	15,4%	6.679	5.683	17,5%
Juros pagos sobre passivo de arrendamento	(1.824)	(7.115)	-74,4%	(12.441)	(15.151)	-17,9%
Juros pagos	(20.834)	(19.443)	7,2%	(36.016)	(34.599)	4,1%
Juros pagos sobre mútuo	1.692	0	0,0%	1.692	0	0,0%
Juros pagos sobre passivo de arrendamento das operações descontinuadas	(4.382)	(2.322)	88,7%	(4.382)	(2.322)	88,7%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	0	0,0%	-	0	0,0%
<b>Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais</b>	<b>35.989</b>	<b>41.757</b>	<b>-13,8%</b>	<b>71.684</b>	<b>16.441</b>	<b>336,0%</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO</b>						
Resgate de (investimento em) aplicações financeiras	0	(575)	n/a	0	(734)	n/a
Alienação de ativos (atividades M&A)	0	1.878	n/a	0	66.674	n/a
Adições de imobilizado e intangíveis	(6.988)	(7.834)	-10,8%	(35.453)	(47.730)	-25,7%
Adições de direito de uso	0	0	0,0%	0	0	0,0%
Caixa recebido pela venda da Horizonte	171.966	0	0,0%	171.966	0	0,0%
Recebimento de valores associados com operação descontinuada	0	1.201	-100,0%	0	1.201	-100,0%
Adições de imobilizado e intangíveis, líquido do saldo parcelado a pagar em operações descontinuadas	(20.915)	(20.683)	1,1%	(20.915)	(20.683)	1,1%
Caixa de Investimento utilizado em ope. descontinuadas	0	0	n/a	0	0	n/a
<b>Caixa líquido proveniente das atividades de investimento</b>	<b>144.063</b>	<b>(26.013)</b>	<b>-653,8%</b>	<b>115.598</b>	<b>(1.272)</b>	<b>-9187,9%</b>
<b>FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO</b>						
Pagamento de Dividendos	-	0	n/a	-	0	n/a
Pagamento de aquisições de negócios	-	-	0,0%	-	0	0,0%
Aumento de Capital (Redução)	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Ações em Tesouraria Vendidas	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Amortização de passivo de arrendamento	(24.040)	(33.202)	-27,6%	(53.219)	(61.577)	-13,6%
Novos empréstimos	-	-	n/a	-	0	n/a
Pagamento de aquisições de negócios	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Concessão governamental	-	-	0,0%	-	-	0,0%
Amortização de empréstimos	(44.560)	(445)	9913,5%	(44.560)	(4.398)	913,2%
Amortização de passivos de arrendamento das operações descontinuadas	(7.544)	(7.462)	1,1%	(7.544)	(7.462)	1,1%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	0	n/a	-	0	n/a
<b>Caixa líquido utilizadas nas atividades de financiamento</b>	<b>(76.144)</b>	<b>(41.109)</b>	<b>85,2%</b>	<b>(105.323)</b>	<b>(73.437)</b>	<b>43,4%</b>
<b>EFEITO DE VARIAÇÕES CAMBIAIS</b>	<b>(159)</b>	<b>3.185</b>	<b>-105,0%</b>	<b>(2.034)</b>	<b>5.276</b>	<b>-138,6%</b>
<b>VARIAÇÃO LÍQUIDA NO PERÍODO</b>	<b>103.750</b>	<b>(22.181)</b>	<b>-567,7%</b>	<b>79.925</b>	<b>(52.992)</b>	<b>-250,8%</b>
<b>CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO INÍCIO DO PERÍODO</b>	<b>193.971</b>	<b>198.348</b>	<b>-2,2%</b>	<b>217.796</b>	<b>229.159</b>	<b>-5,0%</b>
<b>CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO FIM DO PERÍODO</b>	<b>297.721</b>	<b>176.167</b>	<b>69,0%</b>	<b>297.721</b>	<b>176.167</b>	<b>69,0%</b>

