



Restaurante
bom tem
dono!

4º Trimestre de 2024 | MEAL3

Release de Resultados



VIENA



Brunella

R A CATERING



DESTAQUES DO TRIMESTRE



IMC encerra o ano de 2024 com crescimento de 14% no EBITDA ajustado, mantendo seu nível de alavancagem controlado em 2,4x

Companhia melhora margens e reforça seu pilar de eficiência operacional, e se vê pronta para um novo ciclo, focado na execução e no crescimento sustentável com disciplina financeira

São Paulo, 26 de março 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 quarto trimestre do ano de 2024 (4T24). 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, Olive Garden e a loja de Pigeon Forge, TN.

Destques

Vendas do sistema¹

4T24 | R\$ 796 milhões (+2,2% vs. 4T23)
2024 | R\$ 3.137 milhões (+2,6% vs. 2023)



EBITDA Ajustado Consolidado

4T24 | R\$ 64 milhões (-3,0% vs. 4T23)
2024 | R\$ 302 milhões (+13,9% vs. 2023)

Receita Líquida Consolidada

4T24 | R\$ 547 milhões (+1,8% vs. 4T23)
2024 | R\$ 2.222 milhões (+2,0% vs. 2023)



Vendas Digitais⁴

4T24 | R\$ 291 milhões (+54% vs. 4T23)
2024 | R\$ 952 milhões (+61% vs. 2023)

Receita Líquida Brasil

4T24 | R\$ 414 milhões (+8,3% vs. 4T23)
2024 | R\$ 1.484 milhões (+5,5% vs. 2023)



Total Lojas Sistema²

2024 | 614 Lojas (vs. 571 no 3T24)
2023 | 575 Lojas

Same Store Sale³

4T24 | Consolidado +1% e Brasil +4%
2024 | Consolidado 0% e Brasil +3%



Alavancagem e Dívida Líquida

Dívida Líq. | R\$ 361 mm (R\$295mm 4T23)
DL/EBITDA | 2,4x (3T24: 2,3x / 4T23: 2,0x)

RELAÇÕES COM INVESTIDORES:

Alexandre Santoro – CEO

Rafael Bossolani – 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

O ano de 2024 se consolidou como um marco na trajetória da IMC, refletindo a materialização do Ciclo de Transformação iniciado em 2021. Este processo permitiu avanços significativos nos últimos anos e resultou em um período de aceleração com foco na gestão financeira, eficiência operacional, digitalização e na expansão e desenvolvimento de novos formatos de loja, ampliando nossa posição no mercado nos fortalecendo como organização.

Nossa evolução ao longo do ano ocorreu de forma estruturada, passando por fases de aprimoramento operacional e testando nossa capacidade de adaptação aos desafios do setor. Diante de um cenário sazonalmente desafiador e ambiente macroeconômico fragilizado, concentramos esforços na evolução das margens 4-wall, reduzindo a dispersão de performance entre unidades e consolidando ganhos operacionais. Ao mesmo tempo, avançamos na digitalização da empresa, ampliando a participação dos canais próprios e elevando a experiência e representatividade das vendas digitais no negócio. Seguimos inovando com o lançamento de novos produtos, ampliando novas ocasiões de consumo e testando novos formatos de loja. Na reta final do ano, mantivemos uma trajetória de expansão, fortalecendo a penetração das nossas marcas, sempre mantendo o foco na disciplina financeira e garantindo a sustentabilidade do negócio no longo prazo.

Encerramos o ano de 2024 com um crescimento de 5,5% na receita líquida das operações no Brasil em relação a 2023. No consolidado, impactado negativamente pelas operações nos Estados Unidos, a receita avançou 2,0%. Esse desempenho reflete, em parte, o impacto da otimização do portfólio, com o encerramento de lojas de baixa performance, o que afetou diretamente a base comparativa.

Apresentamos no ano um crescimento de 3,0% de Same Store Sales no Brasil, em parte, devido a uma maior seletividade em campanhas promocionais principalmente através de agregadores (delivery). Paralelamente, nossos esforços na otimização das estruturas corporativas e na melhoria de processos internos contribuíram para uma redução de 8,3% no G&A no ano.

Essas iniciativas impulsionaram o EBITDA ajustado, que cresceu 14% em relação ao ano anterior, com a margem atingindo 13,6%, um avanço de 142 bps, consolidando nossa trajetória de crescimento pelo quarto ano consecutivo.

Com um cenário econômico que ainda exige cautela e disciplina, entramos em um novo ciclo focado em aumentar a competitividade da IMC e ao mesmo tempo destravar a geração de valor no longo prazo. Entre as principais iniciativas estratégicas, destacamos a gestão eficiente do portfólio, visando otimizar nossa estrutura de ativos e o custo de capital atual. Nessa linha, anunciamos um movimento relevante para acelerar a expansão da marca KFC no Brasil, garantindo a alocação necessária de capital nesse negócio e ampliando a presença da marca no território nacional. Esse movimento é essencial para garantir a expansão de nossas operações sem comprometer a solidez financeira da IMC, além de permitir redirecionar recursos para fortalecer outras marcas do portfólio com alto potencial de retorno daqui para frente.

Desde o início da nossa jornada em 2021, dedicamos esforços para tornar a IMC uma empresa mais competitiva, focada e rentável, garantindo sua sustentabilidade a longo prazo. Encerramos 2024 olhando para o futuro com otimismo, convictos de que os próximos períodos serão ainda mais transformadores, sempre conscientes dos desafios que temos pela frente.

Continuaremos a investir em iniciativas que impulsionem o crescimento, promovam a inovação e reforcem nosso compromisso com nossos stakeholders de “ser a melhor plataforma de serviços de alimentação do Brasil”. Agradecemos a todos os colaboradores, parceiros, franqueados e clientes que fazem parte dessa trajetória.

A Administração

DESTAQUES | Consolidado

(em milhões de R\$)	4T24	4T23	A/A	12M24	12M23	A/A
Número de lojas	614	575	39	614	575	39
SSS (YoY)	0,6%	4,0%	-3bps	0,1%	4,8%	-5bps
Receita Total do Sistema	795,7	778,3	2,2%	3.136,5	3.055,8	2,6%
Receita Líquida	546,7	537,2	1,8%	2.221,9	2.178,5	2,0%
Margem Bruta (%)	32,8%	29,1%	+371bps	32,8%	32,3%	+47bps
EBITDA Ajustado	63,9	65,9	(3,0%)	301,8	265,0	13,9%
Margem EBITDA Aj. (%)	11,7%	12,3%	-57bps	13,6%	12,2%	+142bps
Fluxo de Caixa Livre	44,0	34,6	27,1%	107,0	107,7	(0,7%)
Dívida Líquida/ EBITDA LTM*	2,4x	2,0x	-0,7x	2,4x	2,0x	-0,7x

* Ex-IFRS 16 Metodologia do Covenant

DESTAQUES | Vendas

(em milhões de R\$)	4T24	4T23	A/A	12M24	12M23	A/A
Receita Líquida	546,7	537,2	1,8%	2.221,9	2.178,5	2,0%
Brasil	413,8	382,1	8,3%	1.484,0	1.406,0	5,5%
Frango Assado	168,9	173,8	(2,8%)	637,4	644,7	(1,1%)
Restaurantes e Outros	81,1	86,5	(6,3%)	302,6	307,8	(1,7%)
Postos de Combustível	87,8	87,2	0,7%	334,8	336,9	(0,6%)
Aeroporto	43,8	32,5	34,7%	141,7	127,6	11,1%
PH, KFC e Outros	201,1	175,8	14,4%	704,8	633,7	11,2%
EUA	132,9	155,1	(14,3%)	737,9	772,5	(4,5%)

Resultado proforma, excluindo operações desinvestidas (Colômbia, Olive Garden e Pigeon Forge)

DESTAQUE | Resultado Operacional

(em milhões de R\$)	4T24	4T23	A/A	12M24	12M23	A/A
EBITDA Ajustado	63,9	65,9	(3,0%)	301,8	265,0	13,9%
Brasil	28,9	30,1	(4,2%)	152,9	120,9	26,5%
Frango Assado	28,3	26,7	6,1%	94,5	89,9	5,0%
Aeroportos	8,6	6,7	28,0%	23,8	21,8	8,9%
PH, KFC e Outros	37,9	21,7	74,8%	104,2	91,6	13,8%
G&A ¹	(36,4)	(41,8)	(12,9%)	(131,9)	(143,8)	(8,3%)
Outros	(9,6)	16,8	n.a	62,2	61,4	1,3%
EUA	35,0	35,8	(2,2%)	148,9	144,2	3,2%

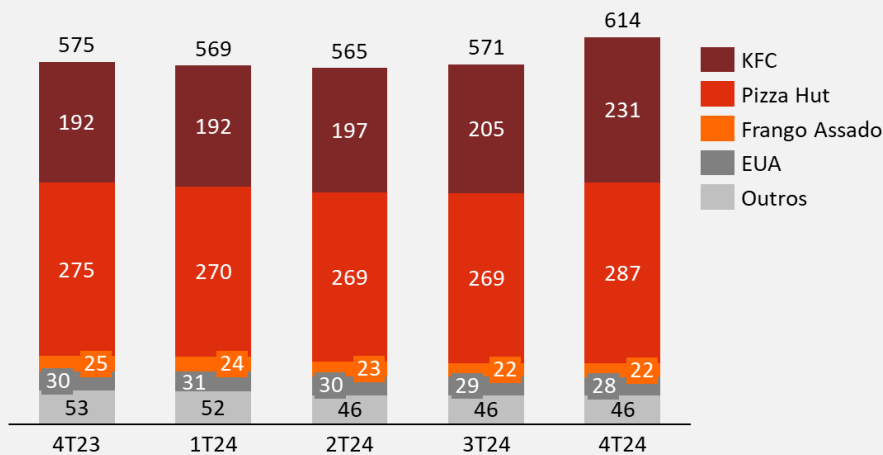
*Resultados são Pro-Forma, desconsiderando as operações Desinvestidas

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE LOJAS¹

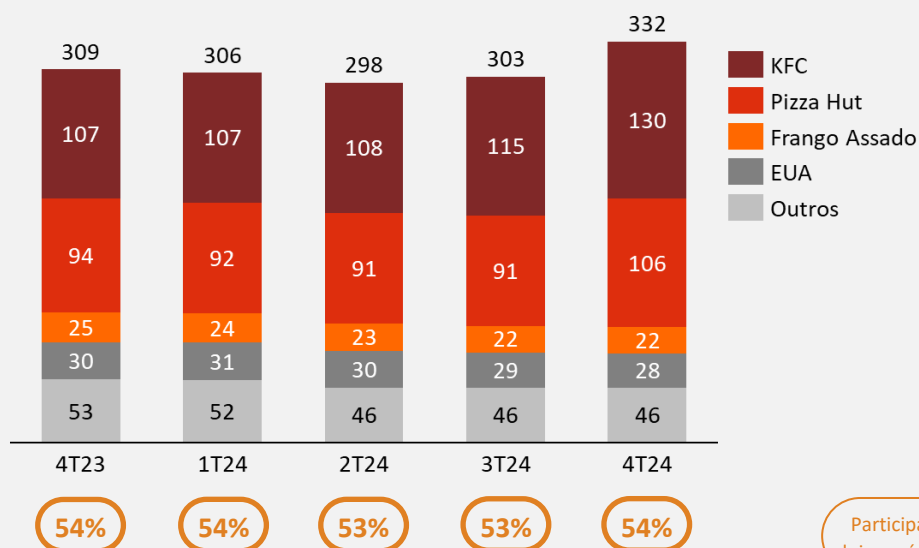
A IMC encerrou o 4T24 com um total de 614 lojas, entre unidades próprias e franqueadas, distribuídas no Brasil e nos EUA. Nos últimos 12 meses, a Companhia registrou uma expansão líquida de 39 unidades, resultado da abertura de 69 lojas, principalmente das marcas KFC e Pizza Hut, e do encerramento de 30 operações, majoritariamente 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 47 novas lojas, conforme plano de expansão, e encerrado 3 operações. 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**

O 4T24 foi novamente marcado por avanços importantes na rentabilidade da rede Frango Assado, impulsionado principalmente pelo controle de custos e despesas nas operações. A receita líquida da unidade de negócios alcançou R\$ 168,9 milhões, variação de -2,8% em relação ao 4T23, refletindo a redução no número de unidades em operação, mas, com avanços em operações como o segmento de mercado e revenda dentro dos restaurantes. As vendas mesmas lojas (SSS) da rede de restaurante Frango Assado, excluindo as operações de postos, apresentou um crescimento de 2,6% no trimestre. Destaca-se que novembro esteve entre os 10 melhores meses da história do Frango Assado em receita, com dois dias figurando no ranking dos cinco maiores volumes de vendas já registrados. No acumulado do ano, a receita permaneceu em linha com o ano anterior, refletindo o impacto da redução no número de unidades e um calendário menos favorável, devido à menor quantidade de feriados e dias úteis em 2024.

O EBITDA Ajustado da operação totalizou R\$ 28,3 milhões no 4T24, um crescimento de 6,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, enquanto no acumulado do ano atingiu R\$ 94,5 milhões, um avanço de 5,0%. Esse desempenho reflete a adoção de melhores práticas no controle das despesas operacionais. A margem EBITDA (ex-IFRS) apresentou um aumento de 194 bps no trimestre, alcançando 13,7%, e 11,4% no acumulado do ano, expansão de 106 bps. Os restaurantes da marca registraram um crescimento de 14% no EBITDA 4-wall em comparação ao ano anterior e, nos postos, a Companhia alcançou o maior EBITDA da sua história.

A digitalização das lojas segue avançando, com os totens de autoatendimento crescendo em 102,4% versus o 4T23 e representando 68% das vendas. A plataforma de fidelização alcançou 360 mil participantes, com 43,4% de crescimento anual fortalecendo o relacionamento da marca com os clientes. Desde o lançamento do programa, 912 mil transações já foram realizadas através do programa de fidelidade.



A rede segue focada em aprimorar a experiência do cliente por meio da revitalização e expansão dos restaurantes, ampliando sua presença em pontos estratégicos das rodovias. Como parte desse movimento, no trimestre foi adquirido uma nova unidade na Rodovia Presidente Dutra, inaugurada em março de 2025. Localizado no km 179, em Guararema - SP, o novo complexo ocupa uma área de 1.400 metros quadrados e conta com a nova identidade visual da marca. A escolha do local se deu pelo alto fluxo de veículos e sua posição estratégica, atendendo uma região com mais de 1,5 milhão de habitantes.

(em milhões de R\$)	4T24	4T23	A/A	12M24	12M23	A/A
Número de lojas	22	25	(3)	22	25	(3)
Receita Líquida	168,9	173,8	(2,8%)	637,4	644,7	(1,1%)
Restaurantes e Outros	81,1	86,5	(6,3%)	302,6	307,8	(1,7%)
Postos de Combustível	87,8	87,2	0,7%	334,8	336,9	(0,6%)
Custo de Vendas e Serviços	(130,9)	(138,3)	(5,4%)	(506,5)	(518,4)	(2,3%)
Lucro Bruto	38,0	35,4	7,2%	131,0	126,3	3,7%
Margem Bruta	22,5%	20,4%	+209bps	20,5%	19,6%	+96bps
Despesas Operacionais	(16,0)	(16,6)	(3,4%)	(67,1)	(66,2)	1,3%
Pré-Aberturas de Loja	(0,1)	(0,0)	450,9%	(0,1)	(0,0)	n.a
EBIT	21,9	18,9	16,3%	63,9	60,1	6,4%
(+) Deprec. e Amortização	6,4	7,8	(17,7%)	30,7	29,8	3,0%
(+) Pré-Aberturas de Lojas	(0,1)	0,0	n.a	(0,1)	0,0	n.a
EBITDA Ajustado	28,3	26,7	6,1%	94,5	89,9	5,0%
Efeito IFRS16	(5,2)	(6,3)	(17,2%)	(21,8)	(23,3)	(6,3%)
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	23,1	20,4	13,2%	72,7	66,6	9,0%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	13,7%	11,7%	+194bps	11,4%	10,3%	+106bps

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL


VIENA

Brunella

Pizza Hut, KFC e outras marcas | Casual e Mall

O segmento *Casual and Mall*, impulsionado pelas marcas KFC e Pizza Hut, registrou receita líquida de R\$201,1 milhões no 4T24, um crescimento de 14,4% em relação ao 4T23. No acumulado do ano, a receita atingiu R\$704,8 milhões, um avanço de 11,2% na comparação anual. O desempenho reflete a estratégia da companhia de equilibrar o fechamento de unidades de baixa performance com a abertura de novas lojas rentáveis, cuja maturação ao longo do ano contribuiu para o resultado.

O desempenho do segmento também foi refletido no crescimento de Same Store Sales (SSS), que avançou 1,5% em 2024, impulsionado pela evolução das marcas KFC e Pizza Hut, com altas de 0,3% e 2,8%, respectivamente. Além disso, o fortalecimento da presença das marcas no mercado foi evidenciado pelo aumento do reconhecimento da marca KFC, que atingiu 10,4% em consideração e 43,9% no *awareness*, ao final do 4T24. Já o *awareness* de Pizza Hut, alcançou 50,5%, avanço de 2,7 pontos percentuais em relação ao mesmo período do ano anterior.

O EBITDA ajustado no trimestre cresceu 74,8% e a margem EBITDA (ex-IFRS) alcançou 14,2%, um aumento de +543bps comparado com o mesmo período do ano anterior. Esse resultado se deu, principalmente, pelo menor custo de delivery, controle de despesas com inadimplência de franqueados e a alavancagem operacional, dada a maturação das operações. No ano, o EBITDA ajustado cresceu 13,8%, com margem (ex-IFRS) de 9,8%, um aumento de +56bps.

O KFC registrou um crescimento de 1,6% em Same Store Sales (SSS) no trimestre, impulsionado pela recuperação do canal de balcão, com 6,9% de SSS, e pelo fortalecimento dos indicadores da marca. Esse desempenho foi favorecido por iniciativas estratégicas, como a ampliação das ocasiões de consumo, com a inclusão de *bowls kids* e saladas no menu, além das bem-sucedidas campanhas de Black Friday. Além disso, a marca passou por um aprimoramento no modelo de gestão e controle operacional, com revisões estruturais e mudanças na liderança, impactando positivamente os resultados do período.

A Pizza Hut seguiu expandindo suas operações com foco no crescimento do delivery, registrando ganho de *share* em canais próprios, com desempenho superior em relação aos agregadores. A marca também obteve seus resultados impulsionados pelo aumento do ticket médio, com o mix de produtos e pelas novas opções de combos, além da campanha da Black Friday.

Para 2025, as marcas estão bem posicionadas para alcançar novos patamares de desempenho. A Pizza Hut, com seu propósito de “De um produto, para uma pizzeria”, lidera o mercado de Pan Pizza e buscará expandir a categoria e aumentar a frequência de consumo por meio do CRM, resultado do seu canal digital próprio. O KFC focará na recuperação do delivery com um cardápio exclusivo, além de buscar ganhar *share* em sanduíches e ampliar sua penetração no mercado brasileiro, através de uma parceria que permitirá o destravamento de novos investimentos.

(em milhões de R\$)	4T24	4T23	A/A	12M24	12M23	A/A
Receita Líquida	201,1	175,8	14,4%	704,8	633,7	11,2%
Pizza Hut e KFC	172,4	143,8	19,9%	591,9	512,5	15,5%
Outros	28,7	32,1	-10,5%	112,9	121,3	-6,9%
Custo de Vendas e Serviços	(123,9)	(112,4)	10,3%	(460,2)	(396,5)	16,1%
Lucro Bruto	77,1	63,5	21,6%	244,7	237,3	3,1%
Margem Bruta	38,4%	36,1%	+227bps	34,7%	37,4%	-272bps
Despesas Operacionais	(59,5)	(62,1)	-4,1%	(218,4)	(205,9)	6,1%
Pré-Abertura de Lojas	(4,3)	(3,3)	31,8%	(9,0)	(5,6)	60,4%
EBIT	13,3	(1,9)	n.a	17,3	25,8	-32,7%
(+) Deprec. e Amortização	20,3	20,3	-0,1%	77,9	60,2	29,4%
(+) Pré-Abertura de Lojas	4,3	3,3	31,8%	9,0	5,6	60,4%
EBITDA Ajustado	37,9	21,7	74,8%	104,2	91,6	13,8%
Efeito IFRS16	(9,4)	(6,3)	48,8%	(35,4)	(33,3)	6,4%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	28,5	15,4	85,4%	68,8	58,3	18,0%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	14,2%	8,7%	+543bps	9,8%	9,2%	+56bps

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

CATERING E VAREJO EM AEROPORTOS | Air



A receita líquida do segmento de Aeroportos no Brasil fechou o trimestre em R\$43,8 milhões, aumento de 34,7% em relação ao 4T23 e acima do crescimento de 3,3% na quantidade de passageiros nos aeroportos em que a IMC está presente, conforme dados da ANAC. No ano, a receita líquida do segmento fechou em R\$141,7 milhões, aumento de 11,1%, comparado ao crescimento de 1,1% na quantidade de passageiros nos aeroportos de operação no mesmo período.

O crescimento do trimestre foi impulsionado pela recuperação do tráfego nas unidades do Air Varejo e pela receita incremental na operação de Catering, decorrente da prestação de serviços temporários para suprir a demanda de companhias aéreas parceiras, como a LATAM. Como resultado, as vendas em mesmas lojas (SSS) registraram um crescimento expressivo de 45,4% no trimestre e 19,3% no acumulado do ano.

O EBITDA ajustado do segmento alcançou R\$8,6 milhões no 4T24, refletindo um crescimento de 28,0% em relação ao mesmo período de 2023. No acumulado do ano, o aumento foi de 8,9% em comparação a 2023. O desempenho do trimestre também resultou na recuperação das margens, com um avanço de 1.070 bps na margem EBITDA (ex-IFRS) em comparação ao 4T23, atingindo 16,0% no 4T24 e 12,2% no ano.

Para o próximo ano, a companhia seguirá focada na melhoria contínua dos níveis de serviço e na expansão de novas fontes de receita. No segmento de Catering, os principais esforços estarão voltados à prospecção de novos serviços, à reforma e realocação da base de Congonhas, além da renovação de contratos e ampliação dos serviços internacionais. No Air Varejo, o foco será na melhoria do portfólio de produtos, no aumento do tráfego pela utilização de vouchers, além de um contínuo foco na execução operacional, visando maximizar a performance e a experiência dos clientes.

(em milhões de R\$)	4T24	4T23	A/A	12M24	12M23	A/A
Receita Líquida	43,8	32,5	34,7%	141,7	127,6	11,1%
Custo de Vendas e Serviços	(29,4)	(23,5)	25,4%	(99,1)	(89,0)	11,3%
Lucro Bruto	14,3	9,0	58,8%	42,7	38,6	10,5%
Margem Bruta	32,8%	27,8%	+498bps	30,1%	30,3%	-15bps
Despesas Operacionais	(14,6)	(14,4)	1,0%	(55,7)	(56,0)	(0,5%)
EBIT	(0,2)	(5,4)	(95,9%)	(13,0)	(17,4)	(25,0%)
(+) Deprec. e Amortização	8,8	12,1	(27,1%)	36,8	39,2	(6,1%)
(+) Pré-Abertura de Lojas	0,0	0,0	0,0%	(0,0)	0,0	0,0%
EBITDA Ajustado	8,6	6,7	28,0%	23,8	21,8	8,9%
Efeito IFRS16	(1,6)	(4,1)	(60,8%)	(6,5)	(7,9)	(17,0%)
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	7,0	2,6	165,1%	17,2	14,0	23,5%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	16,0%	8,1%	+786bps	12,2%	10,9%	+122bps

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NOS EUA

Margaritaville & Landshark | USA



Os resultados do quarto trimestre das operações nos Estados Unidos continuam refletindo os ajustes estratégicos em andamento, enquanto a Companhia implementa uma série de iniciativas para readequar o portfólio e aprimorar a performance operacional. No entanto, a operação ainda passa por um período de adaptação, e os impactos positivos dessas ações ainda não se traduziram plenamente nos resultados. As vendas em mesmas lojas (SSS) registraram uma retração de 12,3%, uma vez que o aumento no ticket médio não foi suficiente para compensar a queda no fluxo de consumidores nos restaurantes. A receita líquida do período totalizou US\$ 22,8 milhões, uma variação negativa de 27,0% (em moeda local), impactada pela redução no número de lojas e pelo processo de maturação das unidades recém-inauguradas, que tem ocorrido em um ritmo mais lento do que o inicialmente estimado. No ano, a receita líquida totalizou US\$137,5milhões, retração de 11,5%, e as vendas em mesmas lojas (SSS) registraram uma retração de 6,8%.

Cabe ressaltar que ao longo do ano, a Companhia concluiu a venda da unidade de Pigeon Forge por US\$ 13,3 milhões e encerrou três operações de baixo desempenho, reforçando o foco na eficiência da rede. Paralelamente, expandiu sua presença com a inauguração do 5 o'Clock em Miramar Beach, FL e investiu na remodelação da unidade LSMB, aprimorando a atratividade dos restaurantes. Adicionalmente, para otimizar a execução durante a alta temporada, a Companhia ajustou a alocação de equipe conforme a demanda prevista, aprimorou o tempo de preparo na cozinha e reforçou a gestão do fluxo de clientes na recepção.

Para 2025, a companhia focará na introdução de novos produtos e melhorias na qualidade, incluindo um menu de almoço para impulsionar vendas em períodos de baixa demanda. A eficiência operacional seguirá como prioridade, com treinamentos antecipados para otimizar a alta temporada. Serão adotadas também, iniciativas focadas para acelerar a maturação das novas operações em NYC, Boston, Atlanta e Miramar Beach, incluindo ações comerciais, expansão do programa de fidelidade e crescimento das vendas para grupos.

(em milhões de US\$)	4T24	4T23	A/A	12M24	12M23	A/A
Número de lojas	28	29	(1)	28	29	(1)
Receita Líquida	22,8	31,3	(27,0%)	137,5	155,4	(11,5%)
Custo de Vendas e Serviços	(14,3)	(14,7)	(3,2%)	(79,7)	(87,2)	(8,5%)
Lucro Bruto	8,5	16,5	(48,3%)	57,7	68,2	(15,4%)
Margem Bruta	37,5%	52,9%	-1539bps	42,0%	43,9%	-192bps
Despesas Operacionais	(10,2)	(14,6)	(30,2%)	(56,5)	(58,9)	(4,0%)
Pré-Abertura de Lojas	(0,0)	(0,4)	(96,8%)	3,1	(1,7)	n.a
EBIT	(1,6)	1,5	n.a	4,3	7,6	(43,6%)
(+) Deprec. e Amortização	4,6	9,1	(49,6%)	23,3	20,6	13,4%
(+) Pré-Abertura de Lojas e outros	0,0	0,4	(96,8%)	(3,1)	1,7	n.a
EBITDA Ajustado	3,0	11,1	(73,1%)	24,5	29,9	(18,1%)
Efeito IFRS16	(1,3)	(9,3)	(86,3%)	(12,2)	(13,0)	(6,3%)
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	1,7	1,8	(5,6%)	12,3	16,9	(27,3%)
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	7,5%	5,8%	+170bps	8,9%	10,9%	-193bps

TRANFORMAÇÃO DIGITAL

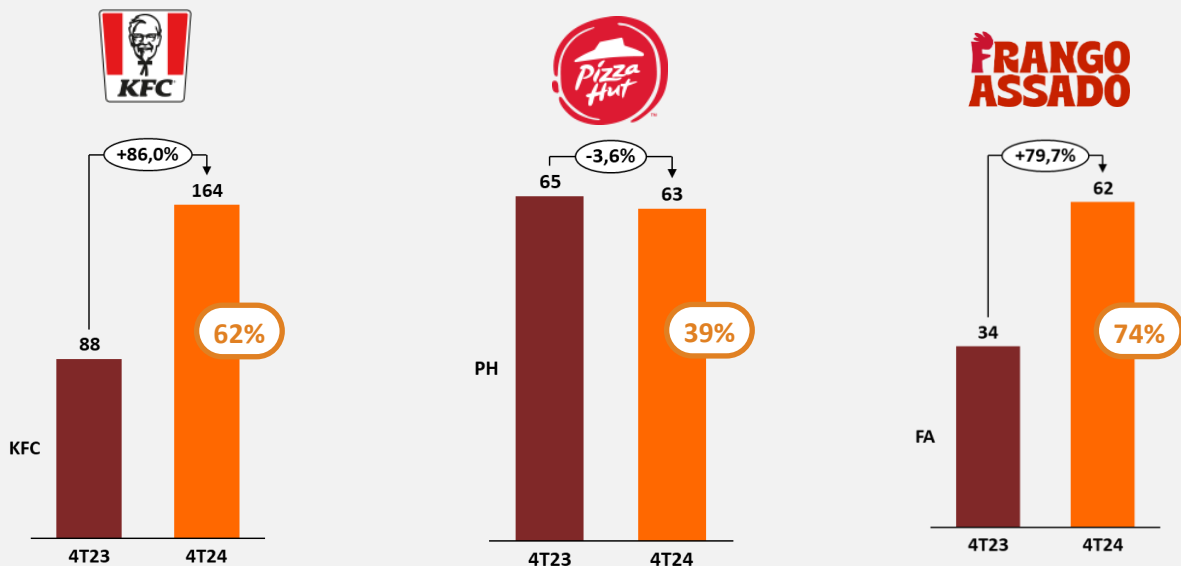
A digitalização segue como pilar estratégico da IMC, impulsionando a transformação digital com resultados expressivos. No 4T24, o aplicativo do Pizza Hut ultrapassou 200 mil downloads, alcançando 716 mil usuários cadastrados. A receita do app cresceu 35,8% em relação ao 4T23, impulsionada pela campanha de Black Friday – que marcou novembro como o mês de maior volume de vendas do ano. Além disso, a participação dos canais próprios avançou +4 p.p., reforçando a independência em relação aos agregadores e contribuindo para a rentabilidade do canal.

Impulsionando a experiência do cliente e a eficiência no atendimento, as vendas nos totens do KFC, já presente em todas as lojas, aumentaram 166,7% versus o 4T23 e representam 41% das vendas totais da marca. No Frango Assado, os totens de self-checkout apresentaram aumento de 102,4% em relação ao 4T23, uma representatividade de 68% dos tickets.

No acumulado do ano de 2024, as vendas digitais das marcas Pizza Hut, KFC e Frango Assado alcançaram R\$ 952,2 milhões, um crescimento de 61,2% sobre o 2023, consolidando o compromisso da IMC com a inovação, foco nos consumidores e na eficiência das operações.

Vendas Digitais¹

Valores em R\$ milhões



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

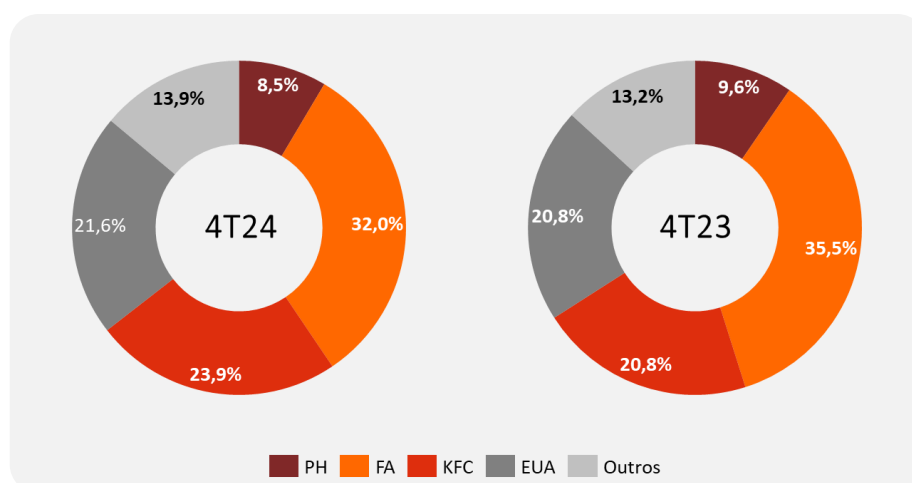
¹ - Vendas digitais nos canais: Totens, aplicativos próprios, aplicativos agregadores, programas de fidelidade e WhatsApp.

COMENTÁRIOS SOBRE DESEMPENHO

No quarto trimestre de 2024 as vendas totais do sistema, que incluem tanto o faturamento das lojas próprias e franqueadas, apresentaram crescimento de 2,2% em comparação ao mesmo período de 2023, totalizando R\$ 795,7 milhões. No acumulado do ano a receita do sistema apresentou crescimento de 2,6% versus 2023, totalizando R\$ 3.136,5 milhões.

A receita líquida consolidada da companhia no 4T24 alcançou R\$ 546,7 milhões, representando um crescimento de 1,8% em relação ao 4T23. O resultado neste período foi influenciado positivamente pelas operações do Brasil, que tiveram aumento de 8,3% no trimestre, reflexo do crescimento de vendas no conceito de mesmas lojas (SSS), que avançou 3,8%, variação cambial positiva e do balanço entre aberturas e fechamento de lojas. No acumulado do ano, a receita líquida consolidada cresceu 2,0%, com destaque para o avanço no Brasil de 5,5%, mais que compensando a redução de 4,5% de receita das operações nos Estado Unidos, 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	4T24	4T23	12M24	12M23
Global (ex-postos)	0,6%	4,0%	0,1%	4,8%
Brasil (ex-postos)	3,8%	3,0%	2,8%	5,7%
Road	1,5%	3,7%	0,8%	0,5%
Frango Assado - Restaurantes	2,6%	8,2%	1,3%	11,8%
Frango Assado - Postos	0,5%	-0,3%	0,4%	-8,1%
Casual & Mall	0,6%	1,6%	1,5%	4,4%
KFC	1,6%	-0,9%	0,4%	3,7%
Pizza Hut	-0,7%	3,9%	2,8%	5,0%
Batata Inglesa	8,2%	16,4%	7,5%	10,1%
Viena Mall	-0,1%	8,1%	1,6%	12,6%
Air	45,4%	0,7%	19,3%	2,2%
RA Catering	63,3%	-1,4%	25,8%	2,6%
Verejo Air	10,9%	5,1%	6,0%	1,5%
EUA	-12,3%	6,8%	-6,8%	3,1%

¹ - Base 100 | Restaurantes fechados por mais de 7 dias consecutivos dentro de um mês são expurgados da base comparável

RESULTADOS e DESEMPENHO | EBITDA

No 4T24, o EBITDA ajustado consolidado atingiu R\$ 63,9 milhões, representando uma contração de 3,0% em relação ao mesmo período do ano anterior e a margem EBITDA ajustado foi de 11,7%, retração de 57bps versus o 4T23. Cabe ressaltar que no 4T23, foram observados efeitos pontuais positivos referente a ajustes na base de ativos daquele período. No acumulado do ano, o EBITDA ajustado consolidado atingiu R\$301,8 milhões, crescimento de 13,9%, e a margem avançou 142bps para 13,6%, refletindo a melhora operacional em todas as operações e esforços na redução do G&A corporativo.

O EBITDA ajustado do 4T24 no Brasil retraiu 4,2% para R\$28,9 milhões, reflexo dos efeitos positivos mencionados 4T23, e apresentou expansão de 26,9% no acumulado do ano, para R\$152,6 milhões, evidenciando eficiência na gestão de custos e despesas e alavancagem operacional nas operações da companhia. O EBITDA ajustado dos EUA foi de R\$35,0 milhões no 4T24 e de R\$148,9 milhões no ano de 2024, uma evolução de 3,2% versus o ano anterior.

A melhora no EBITDA em conjunto com a redução do custo financeiro relacionado ao menor nível de endividamento com menor custo, foram parcialmente compensados pela pelas maiores despesas de depreciação e amortização de lojas. Cabe ressaltar, que além dos fatores mencionados, em 2023 observou-se um ganho de capital auferido na venda de operações, que contribuíram para uma redução de 7,0% no prejuízo líquido da companhia, para R\$76,3 milhões.

(em milhões de R\$)	4T24	4T23	A/A	12M24	12M23	A/A
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO	(47,8)	(76,2)	(37,3%)	(76,3)	(82,0)	(7,0%)
Lucro (Prejuízo) Ops Desinvestidas *	0,0	1,3	na	0,0	14,7	na
Ganho com venda de Ops. Desinvestidas	0,0	26,9	na	0,0	46,2	na
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQ Pro-Forma	(47,8)	(104,4)	(54,2%)	(76,3)	(142,9)	(46,6%)
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	3,0	34,8	(91,4%)	(11,9)	28,3	na
(+) Resultado Financeiro	42,2	43,6	(3,2%)	118,4	136,1	(13,0%)
(+) D&A	61,9	85,4	(27,5%)	267,8	228,0	17,5%
EBITDA	59,3	59,4	(0,1%)	298,1	249,5	19,5%
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	0,2	3,2	(92,2%)	(5,3)	10,0	n.a.
(+) Pré-Aberturas de Lojas	4,4	3,3	33,0%	9,0	5,6	61,3%
EBITDA Ajustado	63,9	65,9	(3,0%)	301,8	265,0	13,9%
<i>EBITDA / Receita Líquida</i>	<i>10,8%</i>	<i>11,1%</i>	<i>-21bps</i>	<i>13,4%</i>	<i>11,5%</i>	<i>+196bps</i>
<i>EBITDA Ajustado / Receita Líquida</i>	<i>11,7%</i>	<i>12,3%</i>	<i>-57bps</i>	<i>13,6%</i>	<i>12,2%</i>	<i>+142bps</i>

RESULTADOS e DESEMPENHO | G&A Brasil

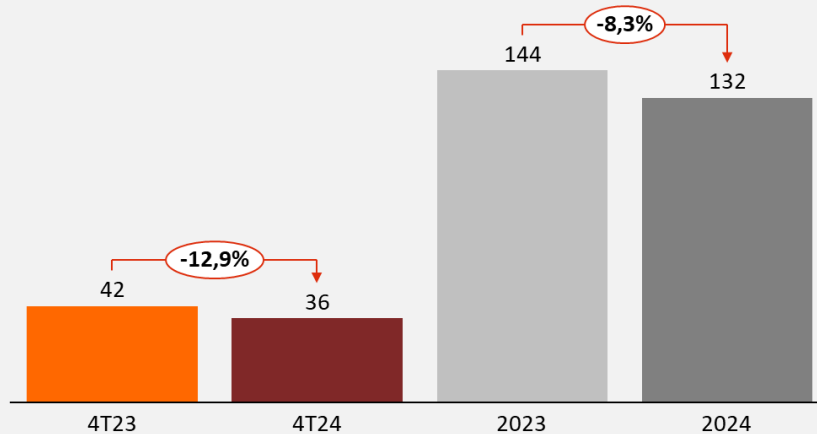
No 4T24, as despesas gerais e administrativas da companhia reduziram 12,9% versus o 4T23 e reduziu em 110bps sua representatividade em relação à receita líquida consolidada, para 6,7%. Este resultado reflete os esforços na otimização das estruturas corporativas e melhorias nos processos internos, sem perder o foco no fortalecimento de áreas estratégicas e da consolidação das iniciativas estratégicas. No ano, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$131,9 milhões, redução de 8,3%, refletindo também os esforços de otimização de estruturas corporativas e menores despesas relacionadas a remuneração variável.

Atualmente a empresa está preparada para sustentar o crescimento futuro com uma estrutura administrativa robusta, dimensionada para suportar operações maiores do que as atuais necessidades da IMC. Nessa linha, a empresa segue comprometida em seguir otimizando sua estrutura de forma eficiente e à medida que continua a executar seus planos de crescimento e iniciativas estratégicas.

(em milhões de R\$)	4T24	4T23	A/A	12M24	12M23	A/A
G&A ¹	(36,4)	(41,8)	(12,9%)	(131,9)	(143,8)	(8,3%)

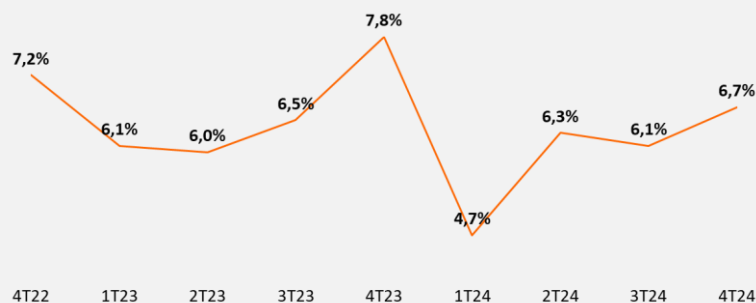
G&A Brasil

(R\$ milhões)



G&A sobre Receita

(% sobre receita global)



RESULTADO | EBITDA EX-IFRS 16

(em milhões de R\$)	4T24	4T23	A/A	12M24	12M23	A/A
EBITDA	59,3	59,4	(0,1%)	298,1	249,5	19,5%
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	0,2	3,2	(92,2%)	(5,3)	10,0	na
(+) Pré-Aberturas de Lojas	4,4	3,3	33,0%	9,0	5,6	61,3%
EBITDA AJUSTADO	63,9	65,9	(3,0%)	301,8	265,0	13,9%
Efeito IFRS16	(41,9)	(43,9)	(4,6%)	(147,0)	(128,0)	14,8%
EBITDA AJUSTADO Ex-IFRS16	22,0	21,9	0,4%	154,8	137,0	13,0%

RESULTADO | Atividades de Investimentos

Durante o trimestre a companhia realizou investimentos de R\$22,2 milhões, redução de 33,6%, sendo R\$12,7 milhões destinados a expansão e R\$9,5 milhões para manutenções, reformas e outros. O ritmo de investimento está diretamente ligado a performance operacional e financeira da companhia, garantindo a disciplina financeira na construção do futuro da IMC. No ano de 2024, foram investidos R\$126,9 milhões, redução de 2,7% comparado ao ano anterior.

CAPEX (em milhões de R\$)	4T24	4T23	A/A	2024	2023	A/A
Investimentos em Expansão	12,7	22,6	-43,8%	70,0	86,5	-19,1%
Investimentos em Manutenção, Reforma e Outros	9,5	10,8	-12,2%	56,9	43,9	29,5%
Total de Investimentos em Capex	22,2	33,5	-33,6%	126,9	130,4	-2,7%

RESULTADO | Geração de Caixa

No 4T24 o fluxo de caixa operacional foi de R\$ 66,2 milhões, redução de 2,8%, em linha com o desempenho operacional (EBITDA). O Investimento no capex de R\$22,2 milhões, cresceu abaixo ritmo da geração de caixa operacional, resultado no em um fluxo de caixa livre de R\$ 44,0 milhões no trimestre, com crescimento de 27,1%. No ano, a geração de caixa operacional foi de R\$233,8 milhões, influenciada pelo aumento nos outros ativos e passivos em função, principalmente, da prescrição de contingências não materializadas de aquisições anteriores (PPA), e a geração de caixa livre ficou em R\$107,0 milhões, em linha com o ano de 2023.

R\$ milhões	4T24	4T23	A/A	2024	2023	A/A
EBITDA	63,9	65,9	(3,0%)	301,8	265,0	13,9%
(+) Imposto de renda e CSLL	0,0	0,2	(100,0%)	(0,1)	(3,0)	(95,7%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	(4,4)	(3,3)	33,0%	(9,0)	(5,6)	61,3%
(+) Variações nos ativos e passivos operacionais e Outros	6,6	5,3	25,1%	(58,7)	(18,3)	221,0%
(=) Fluxo de Caixa Operacional Pro Forma *	66,2	68,1	(2,8%)	233,8	238,1	(1,8%)
(+) Capex	(22,2)	(33,5)	(33,6%)	(126,9)	(130,4)	(2,7%)
(=) Fluxo de Caixa Livre Pro Forma *	44,0	34,6	27,1%	107,0	107,7	(0,7%)

* Pro Forma: não considera aplic. financeiras, juros e operações descontinuadas

DÍVIDA LÍQUIDA

No quarto trimestre de 2024, a dívida líquida total da companhia ficou em R\$360,7 milhões. Do total do endividamento bruto, 72% estão classificados no longo prazo. A alavancagem financeira permaneceu em 2,4x (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.

Em milhões de R\$	4T24	% total	3T24	% total	2T24	% total	4T23	% total
Curto Prazo	159,8	28%	72,8	14%	72,4	14%	76,9	15%
Longo Prazo	418,8	72%	454,2	86%	453,7	86%	452,7	85%
Dívida Total	578,5	100%	526,9	100%	526,1	100%	529,6	100%

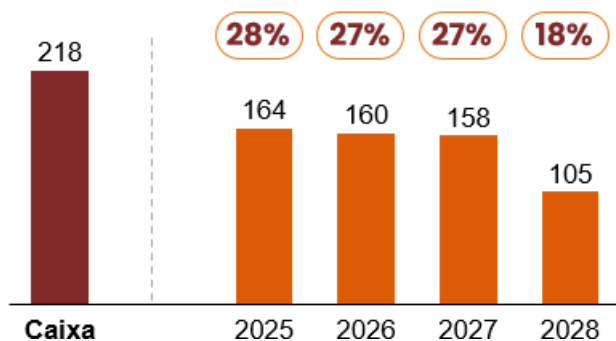
(-) Caixa *	(217,8)	-	(175,7)	-	(181,9)	-	(234,1)	-
Dívida Líquida	360,7	-	351,2	-	344,2	-	295,4	-
Alavancagem ex-IFRS16	2,4x	-	2,3x	-	2,1x	-	2,0x	-

*Caixa 2T24 e 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	Dívida em 31/12/2024
Debênture MEAL13	CDI + 3,60% a.a.	208.284.472,84
Debênture MEAL14	CDI + 4,20% a.a.	206.411.573,40
Debênture MEAL15	CDI + 4,20% a.a.	60.260.243,55
4131	CDI + 2,23% a.a.	30.651.692,01
4131	CDI + 2,23% a.a.	50.499.782,07
Brad _ Finame	Selic + 3,45%a.a.	30.410.455,59
Outros	-	7.988.479,54
Total (R\$):	~ CDI + 3,7%	578.529.739,93

RESULTADO | Cronograma de amortização



EVENTOS SUBSEQUENTES

Constituição de uma Joint Venture e reestruturação Societária: No dia 26 de março de 2025 a IMC, em linha com sua estratégia de crescimento sustentável e otimização de capital, comunicou ao mercado por meio de Fato Relevante que celebrou um acordo vinculante para a constituição de uma Joint Venture voltada à Operação e expansão da marca KFC no Brasil. A Operação contempla a segregação dos ativos da IMC relacionados a marca KFC para a nova estrutura societária, garantindo maior foco na execução da estratégia de crescimento da marca.

A governança da Joint Venture será formalizada por meio de um Acordo de Acionistas e a conclusão da Operação está condicionada ao cumprimento de determinadas condições precedentes, incluindo, entre outras: (i) a aprovação da Operação pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE; (ii) a implementação de uma reorganização societária da Companhia, com o objetivo de segregar os ativos utilizados no negócio KFC no Brasil para a Joint Venture (“Reorganização Societária”); e (iii) a renegociação do atual MFA.



ANEXOS



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

CONSOLIDADO:

(em milhares de R\$)	4T24	4T23	A/A	2024	2023	A/A
RECEITA LÍQUIDA	546.653	548.701	-0,4%	2.224.984	2.226.345	-0,1%
CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS	(367.530)	(350.281)	4,9%	(1.494.928)	(1.455.747)	2,7%
LUCRO BRUTO	179.123	198.420	-9,7%	730.056	770.598	-5,3%
Margem Bruta	32,8%	36,2%	-3,4 p.p.	32,8%	34,6%	-1,8 p.p.
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS						
Despesa de vendas, gerais e administrativas	(205.741)	(261.529)	-21,3%	(834.664)	(848.450)	-1,6%
Redução do valor recuperável dos ativos						
Equivalência patrimonial	18.109	622	2811,3%	30.252	5.996	404,5%
Outras/despesas operacionais	5.930	66.545	-91,1%	104.573	150.915	-30,7%
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	(2.580)	4.058	-163,6%	30.217	79.059	-61,8%
Resultado financeiro, líquido	(42.199)	(43.587)	-3,2%	(118.436)	(136.078)	-13,0%
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IR/CSSL	(44.779)	(39.529)	13,3%	(88.219)	(57.019)	54,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(3.004)	(34.829)	na	11.941	(28.284)	-142,2%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO OP. CONTINUADAS	(47.783)	(74.359)	na	(76.278)	(85.303)	-10,6%
Margem Líquida	-8,7%	-13,6%	4,8 p.p.	-3,4%	-3,8%	0,4 p.p.
Lucro (Prejuízo) Operações Descontinuadas	-	(1.848)	na	-	3.306	-100,0%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(47.783)	(76.207)	-37,3%	(76.278)	(81.997)	-7,0%

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO:

(em milhares de R\$)	4T24	4T23
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	217.796	229.159
Aplicações financeiras	0	4.950
Contas a receber	106.917	105.351
Estoques	60.059	52.765
Outros ativos e adiantamentos	100.794	112.038
Total do ativo circulante	485.566	504.263
NÃO CIRCULANTE		
Aplicações financeiras	-	6.760
Imposto de renda e contribuição social diferidos	58.875	49.827
Outros ativos e investimentos	131.313	105.972
Imobilizado	556.425	509.637
Intangível	940.481	952.571
Ativo de direito de Uso de Imóvel	624.209	610.970
Total do ativo não circulante	2.311.303	2.235.737
TOTAL DO ATIVO	2.796.869	2.740.000
PASSIVO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	218.864	239.267
Empréstimos, financiamentos e debêntures	159.762	76.883
Salários e encargos sociais	75.843	83.987
Passivo de arrendamento	113.656	99.841
Outros passivos circulantes	56.419	47.045
Total do passivo circulante	624.544	547.024
NÃO CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	418.767	452.671
Provisão para disputas trab., cíveis e tributárias	66.407	94.662
Imposto de renda e contribuição social diferidos	36.094	40.107
Passivo de Arrendamento	575.096	550.575
Outros passivos	34.662	32.111
Total do passivo não circulante	1.131.027	1.170.125
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	44.848	40.700
Ações em Tesouraria	(5.551)	(5.551)
Prejuízos acumulados	(646.661)	(570.383)
Ajuste de avaliação patrimonial	144.207	53.630
Total do Patrimônio Líquido	1.041.298	1.022.851
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.796.869	2.740.000

FLUXO DE CAIXA:

(em milhares de R\$)	4T24	4T23	A/A	2024	2023	A/A
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS						
Lucro/Prejuízo das operações continuadas	(59.724)	(46.073)	29,6%	(88.219)	(57.018)	n/a
Lucro/Prejuízo das operações descontinuadas	-	(1.848)	n/a	-	3.306	n/a
Lucro/Prejuízo líquido do trimestre	(59.724)	(47.921)	24,6%	(88.219)	(53.712)	64,2%
Deprec. e Amortiz. (imobilizado, intangíveis e direito de uso)	61.881	85.806	-27,9%	267.840	228.066	17,4%
Juros s/ empréstimos, arrendamento e var. cambial	38.324	40.180	-4,6%	130.483	130.957	-0,4%
Provisões diversas e outros	(36.000)	(31.307)	15,0%	(78.136)	(24.332)	221,1%
Contas a Receber	(18.340)	(21.175)	-13,4%	5.582	5.298	5,4%
Estoques	(6.047)	(3.647)	n/a	(1.362)	(1.019)	n/a
Fornecedores	28.395	56.596	-49,8%	(68.431)	(8.129)	741,8%
Variação nos outros ativos e passivos operacionais	10.363	(24.106)	-143,0%	9.338	(44.356)	-121,1%
Caixa gerado pelas atividades operacionais	18.852	54.425	-65,4%	177.095	232.773	-23,9%
Imposto de renda e contribuição social pagos	0	179	-100,0%	(128)	(2.976)	-95,7%
Dividendos Recebidos	(5.139)	11.600	-144,3%	4.414	11.600	-61,9%
Juros pagos sobre passivo de arrendamento	(8.186)	(14.169)	-42,2%	(37.708)	(36.495)	3,3%
Juros pagos	(27.346)	(16.261)	68,2%	(77.041)	(96.783)	-20,4%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	(5.162)	-100,0%	-	(2.486)	-100,0%
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	(21.819)	30.613	-171,3%	66.632	105.633	-36,9%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO						
Resgate de (investimento em) aplicações financeiras	5.571	193	n/a	4.950	114.940	n/a
Alienação de ativos (atividades M&A)	52.463	64.078	n/a	120.338	103.830	n/a
Adições de imobilizado e intangíveis	(22.215)	(33.267)	-33,2%	(126.865)	(130.217)	-2,6%
Caixa de Investimento utilizado em ope. descontinuadas	0	(866)	n/a	0	(2.541)	n/a
Caixa líquido proveniente das atividades de investimento	35.819	30.138	18,8%	(1.577)	86.012	-101,8%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO						
Pagamento de Dividendos	-	0	n/a	-	0	n/a
Amortização de passivo de arrendamento	(22.809)	(31.573)	-27,8%	(124.206)	(110.000)	12,9%
Novos empréstimos	110.000	260.000	n/a	110.000	502.400	n/a
Amortização de empréstimos	(54.125)	(237.329)	-77,2%	(66.918)	(623.123)	-89,3%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	(1.932)	n/a	-	(6.883)	n/a
Caixa líquido utilizadas nas atividades de financiamento	33.066	(10.834)	-405,2%	(81.124)	(237.606)	-65,9%
EFEITO DE VARIAÇÕES CAMBIAIS	607	(7.674)	-107,9%	4.705	(10.135)	-146,4%
VARIAÇÃO LÍQUIDA NO PERÍODO	47.673	42.243	12,9%	(11.363)	(56.096)	-79,7%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO INÍCIO DO PERÍODO	170.121	186.916	-9,0%	229.159	285.255	-19,7%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO FIM DO PERÍODO	217.792	229.159	-5,0%	217.796	229.159	-5,0%



Restaurante
bom tem
dono!

4Q24 | MEAL3

Earnings Release



VIENA



Brunella

R A CATERING



QUARTER HIGHLIGHTS



IMC closes 2024 with a 14% growth in Adjusted EBITDA, maintaining a controlled leverage at 2.4x

Company improves margins and reinforces its operational efficiency pillar, ready for a new cycle and focused on execution and sustainable growth with financial discipline

São Paulo, March 26, 2025: International Meal Company Alimentação S.A. ("IMC") - B3: MEAL3, one of the largest multi-brand companies in the Latin American food retail industry, announces its results for the fourth quarter of 2024 (4Q24). Unless otherwise indicated, the information herein is presented in a consolidated manner, in millions of Brazilian reais (R\$). To better present the Company's situation and performance and for better comparison purposes, the results are proforma, excluding the discontinued operations of Colombia, Olive Garden, and Sale of the Pigeon Forge (TN).

Highlights

System Sales¹

4Q24 | R\$796 million (+2.2% vs. 4Q23)
2024 | R\$3,137 million (+2.6% vs. 2023)



Consolidated Adjusted EBITDA

4Q24 | R\$64 million (-3.0% vs. 4Q23)
2024 | R\$302 million (+13.9% vs. 2023)

Consolidated Net Revenue

4Q24 | R\$547 million (+1.8% vs. 4Q23)
2024 | R\$2,221 million (+2.0% vs. 2023)



Digital Sales⁴

4Q24 | R\$291 million (+54% vs. 4Q23)
2024 | R\$952 million (+61% vs. 2023)

Net Revenue in Brazil

4Q24 | R\$414 million (+8.3% vs. 4Q23)
2024 | R\$1,484 million (+5.5% vs. 2023)



Total Stores - System

2024 | 614 Stores (vs. 571 in 3Q24)
2023 | 575 Stores

Same Store Sale³

4Q24 | Consolidated +1% and Brazil +4%
2024 | Consolidated 0% and Brazil +3%



Leverage and Net Debt

Net Debt | R\$361 mm (R\$295 million in 4Q23)
Net Debt/EBITDA | 2.4x (3Q24: 2.3x/4Q23: 2.0x)

INVESTOR RELATIONS:

Alexandre Santoro – CEO

Rafael Bossolani – CFO e DRI

Fernanda de Oliveira – IR Manager

Igor Jacarini – IR Coordinator

FSB Comunicação – Media Relations

¹- Sales of company-owned stores and franchises | ²- company-owned stores and franchises | ³- Excluding gas stations | ⁴- Revenue from PH, KFC and Frango Assado

MESSAGE FROM MANAGEMENT

The year 2024 was a milestone in IMC's trajectory, reflecting the materialization of the Transformation Cycle that began in 2021. This process allowed us significant advances in recent years, resulting in a period of acceleration in which we focused on financial management, operational efficiency, digitalization and expanding and developing new store formats, broadening our market position and strengthening our Company.

Our evolution during the year was achieved in a structured way, through phases of operational improvement and testing our ability to adapt to the challenges faced by the sector. Amidst a seasonally challenging scenario and fragile macroeconomic environment, we focused efforts on improving our 4-wall margin, reducing the performance gap between units and consolidating operational gains. Simultaneously, we advanced in the Company's digitalization process, expanding the share of our own channels and elevating the experience and representation of digital sales in the business. We continued innovating by launching new products, creating new consumption occasions and testing new store formats. In the final stretch of the year, we maintained our expansion trajectory and continued to strengthen our brands' penetration levels, always focusing on financial discipline and ensuring the business' long-term sustainability.

We closed 2024 with a 5.5% growth in net revenue from our operations in Brazil compared to 2023. On a consolidated basis, revenue increased 2.0%, impacted by the performance of our U.S. operations. This result partly reflects the portfolio optimization efforts, including the closure of underperforming stores, which directly affected the comparable base.

Same Store Sales in Brazil grew 3.0% during the year, driven in part by a more selective approach to promotional campaigns, particularly through delivery aggregators. At the same time, our focus on streamlining corporate structures and improving internal processes led to an 8.3% reduction in G&A expenses for the year.

These initiatives fueled a 14% increase in adjusted EBITDA, with margin reaching 13.6%, an expansion of 142 bps, marking our fourth consecutive year of growth.

As the macroeconomic scenario still requires caution and discipline, we begin a new cycle focused on increasing IMC's competitiveness while, at the same time, unlocking long-term value generation. Among the main strategic initiatives, we highlight the efficiency of our portfolio management, which is aimed at optimizing our asset structure and current cost of capital. Along these lines, we recently announced a significant move to accelerate the expansion of the KFC brand in Brazil, ensuring the necessary capital allocation for this business and expanding the brand's presence nationwide. This move is essential to ensure our operational expansion without compromising IMC's financial solidity, also allowing us to redirect resources to strengthen other brands in the portfolio with high return potential going forward.

Since the beginning of our journey in 2021, we dedicated tireless efforts to making IMC a more competitive, focused and profitable company, ensuring its long-term sustainability. We end 2024 with a optimistic look to the future, convinced that the coming quarters will bring even more transformations and always fully aware of the challenges ahead.

We will continue to invest in the initiatives that boost growth, promote innovation and reinforce our commitment to our stakeholders, which is to "be the best food service platform in Brazil". We thank all our employees, partners, franchisees and customers who are part of this journey.

Management

*The results are proforma, excluding divested operations.

HIGHLIGHTS | Consolidated

(R\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	12M24	12M23	YoY
Number of Stores	614	575	39	614	575	39
SSS (YoY)	0,6%	4,0%	-3bps	0,1%	4,8%	-5bps
Total System Revenue	795,7	778,3	2,2%	3.136,5	3.055,8	2,6%
Net Revenue	546,7	537,2	1,8%	2.221,9	2.178,5	2,0%
Gross Margin (%)	32,8%	29,1%	+371bps	32,8%	32,3%	+47bps
Adjusted EBITDA	63,9	65,9	(3,0%)	301,8	265,0	13,9%
Adjusted EBITDA Margin (%)	11,7%	12,3%	-57bps	13,6%	12,2%	+142bps
Free Cash Flow	44,0	34,6	27,1%	107,0	107,7	(0,7%)
Net Debt / LTM EBITDA*	2,4x	2,0x	-0,7x	2,4x	2,0x	-0,7x

* Ex-IFRS 16 Covenant Methodology

HIGHLIGHTS | Sales

(R\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	12M24	12M23	YoY
Net Revenue	546.7	537.2	1.8%	2,221.9	2,178.5	2.0%
Brazil	413.8	382.1	8.3%	1,484.0	1,406.0	5.5%
Frango Assado	168.9	173.8	(2.8%)	637.4	644.7	(1.1%)
Restaurants and others	81.1	86.5	(6.3%)	302.6	307.8	(1.7%)
Gas stations	87.8	87.2	0.7%	334.8	336.9	(0.6%)
Airport	43.8	32.5	34.7%	141.7	127.6	11.1%
PH, KFC, and Others	201.1	175.8	14.4%	704.8	633.7	11.2%
USA	132.9	155.1	(14.3%)	737.9	772.5	(4.5%)

Proforma results, excluding divested operations (Colombia, Olive Garden and Pigeon Forge)

HIGHLIGHTS | Operating Result

(R\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	12M24	12M23	YoY
Adjusted EBITDA	63,9	65,9	(3,0%)	301,8	265,0	13,9%
Brazil	28,9	30,1	(4,2%)	152,9	120,9	26,5%
Frango Assado	28,3	26,7	6,1%	94,5	89,9	5,0%
Airports	8,6	6,7	28,0%	23,8	21,8	8,9%
PH, KFC, and Others	37,9	21,7	74,8%	104,2	91,6	13,8%
G&A ¹	(36,4)	(41,8)	(12,9%)	(131,9)	(143,8)	(8,3%)
Others	(9,6)	16,8	n.a	62,2	61,4	1,3%
USA	35,0	35,8	(2,2%)	148,9	144,2	3,2%

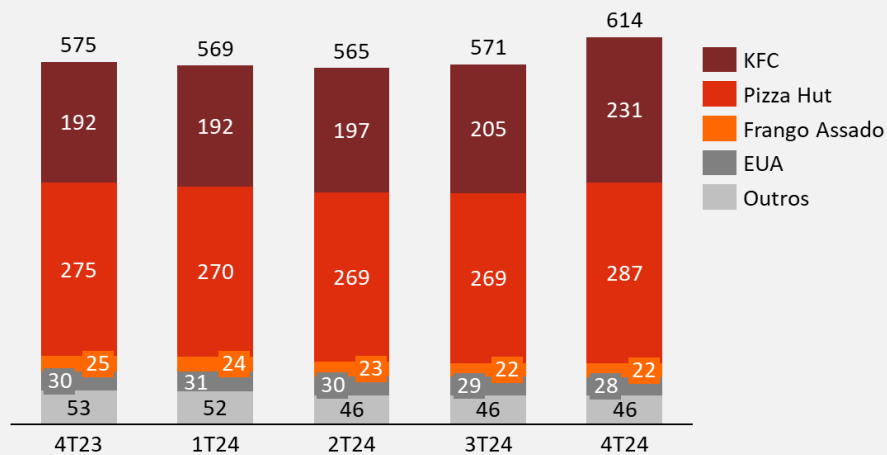
*The results are proforma, excluding divested operations.

EVOLUTION OF THE NUMBER OF STORES¹

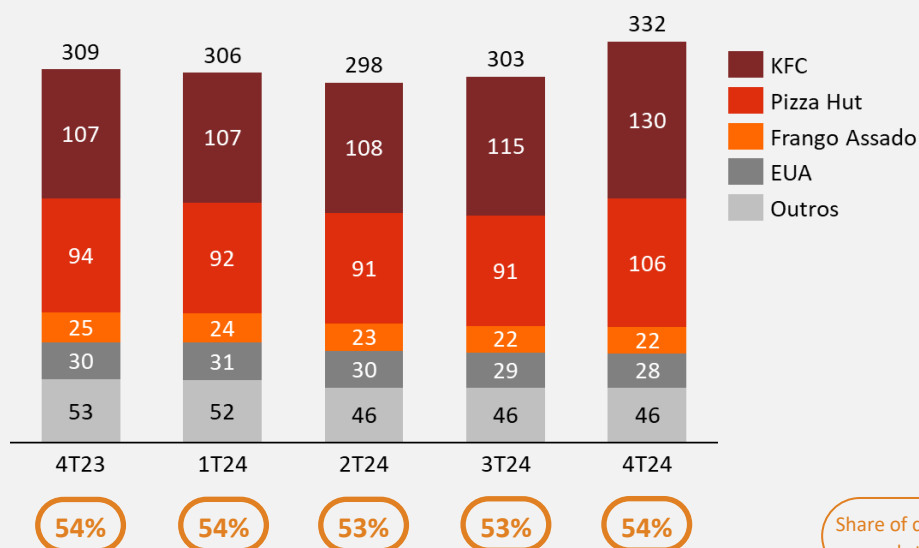
IMC ended 4Q24 with 614 stores, including company-owned and franchises, in Brazil and the USA. In the last 12 months, the Company reported a net expansion of 39 stores, resulting from the opening of 69 stores, mainly for the KFC and Pizza Hut brands, and the closure of 30 stores, most of which were underperforming. This movement reinforces our commitment to the financial feasibility of the chain and the continuous search for sustainable results.

The Company maintained its commitment to a dedicated and disciplined expansion plan, ensuring a healthy chain of company-owned stores and franchisees in its system. In the quarter, we opened 47 new stores, aligned with our expansion plan, and closed 3 stores. Company-owned stores currently account for 54% of IMC's system.

NUMBER OF STORES IN THE SYSTEM



NUMBER OF COMPANY-OWNED STORES



¹ - Excluding Discontinued Operations

RESULTS OF THE BRAZILIAN OPERATIONS

FRANGO ASSADO - RESTAURANTS AND GAS STATIONS *Road*



The fourth quarter of 2024 was once again marked by important advancement in the profitability of the Frango Assado chain, driven mainly by controlled costs and expenses for this operation. Net revenue for this business unit reached R\$168.9 million, down by 2.8% from 4Q23, reflecting the lower number of stores in operation. The Frango Assado restaurant chain, excluding gas stations, reported a 2.6% growth in Same-Store Sales (SSS) in the quarter. We highlight that the month of November was among the 10 best months in terms of revenue in Frango Assado's history, in which two days of the month ranked among the five highest sales volumes ever recorded. The annual revenue remained in line with the previous year, impacted by the lower number of stores and a less favorable calendar, due to fewer holidays and business days in 2024.

The Adjusted EBITDA of the consolidated operation was R\$28.3 million in 4Q24, 6.1% higher than in 4Q23, reaching R\$94.5 million in the year, increasing by 5.0%. This performance reflects the best practices adopted for controlling operating expenses. EBITDA margin (ex-IFRS) increased by 194 bps in the quarter, reaching 13.7% and 11.4% in the year, expanding by 106 bps. The restaurants operation posted a 14% growth in 4-wall EBITDA compared to the previous year, while the company achieved the highest EBITDA in its history at service gas stations.

The digitalization of stores continues to advance, with self-service kiosks growing by 102.4% over 4Q23, corresponding to 68% of sales. The loyalty platform reached 360 thousand participants, with an annual growth of 43.4%, strengthening the brand's customer relationship. Since the loyalty program was launched, 912 thousand transactions have already been carried out through the platform.



The chain remains focused on improving customer experience by remodeling and expanding its restaurants, increasing its presence at strategic locations on highways. As part of this movement, a new store was acquired on the Presidente Dutra highway in the quarter and is scheduled to open during 1Q25. This new store complex is located in Guararema (SP), on km 179 of the highway, with an area of 1,400 sqm and featuring the brand's new visual identity. The location was chosen due to the high vehicle flow and its strategic position, serving a region with over 1.5 million inhabitants.

(R\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	12M24	12M23	YoY
Number of stores	22	25	(3)	22	25	(3)
Net Revenue	168.9	173.8	(2.8%)	637.4	644.7	(1.1%)
Restaurants and others	81.1	86.5	(6.3%)	302.6	307.8	(1.7%)
Gas stations	87.8	87.2	0.7%	334.8	336.9	(0.6%)
Cost of sales and services	(130.9)	(138.3)	(5.4%)	(506.5)	(518.4)	(2.3%)
Gross Profit	38.0	35.4	7.2%	131.0	126.3	3.7%
Gross Margin	22.5%	20.4%	+209bps	20.5%	19.6%	+96bps
Operating expenses	(16.0)	(16.6)	(3.4%)	(67.1)	(66.2)	1.3%
Pre-opening of stores	(0.1)	(0.0)	450.9%	(0.1)	(0.0)	n.a.
EBIT	21.9	18.9	16.3%	63.9	60.1	6.4%
(+) Depreciation and amortization	6.4	7.8	(17.7%)	30.7	29.8	3.0%
(+) Pre-opening of stores	(0.1)	0.0	n.a.	(0.1)	0.0	n.a.
Adjusted EBITDA	28.3	26.7	6.1%	94.5	89.9	5.0%
Effect from IFRS16	(5.2)	(6.3)	(17.2%)	(21.8)	(23.3)	(6.3%)
Adjusted EBITDA (%) Ex-IFRS16	23.1	20.4	13.2%	72.7	66.6	9.0%
Adjusted EBITDA Margin Ex-IFRS16	13.7%	11.7%	+194bps	11.4%	10.3%	+106bps

RESULTS OF THE BRAZILIAN OPERATIONS

Pizza Hut, KFC, and other brands | Casual and Mall

The Casual and Mall segment, driven by the KFC and Pizza Hut brands, recorded a net revenue of R\$201.1 million in 4Q24, growing by 14.4% from 4Q23. In the year, net revenue reached R\$704.8 million, up by 11.2% in the annual comparison. The performance reflects the Company's strategy to balance the closure of underperforming stores with the opening of new profitable ones, whose maturation during the year contributed to the result.

The segment's performance was also reflected in the growth of Same Store Sales (SSS), which advanced by 1.5% in 2024, driven by the evolution of the KFC and Pizza Hut brands, up by 0.3% and 2.8%, respectively. Furthermore, the brands' stronger market presence was evidenced by the higher brand recognition for KFC, reaching 10.4% in consideration and 43.9% in awareness at the end of 4Q24. Awareness for the Pizza Hut brand reached 50.5%, a 2.7 p.p. growth from the same period of the previous year.

The Adjusted EBITDA margin grew 74.8% in the quarter, and the Adjusted EBITDA (ex-IFRS) reached 14.2%, increasing by 543 bps from the same period of the previous year. This result was mainly achieved due to lower delivery costs, controlled expenses with franchisee defaults, and operational leverage given the maturity of the operations. In the year, the Adjusted EBITDA grew by 12.9%, with a margin (ex-IFRS) of 9.8%, increasing by 56 bps.

KFC recorded a 1.6% growth in Same Store Sales (SSS) in the quarter, driven by the recovery of counter sales, with 6.9% of SSS, and stronger brand indicators. This performance was favored by strategic initiatives, such as the creation of new consumption occasions with the inclusion of kids' bowls and salads on the menu, in addition to the successful Black Friday campaigns. The brand also enhanced its management model and operational control, undergoing structural reviews and changes in its leadership which positively impacted results in the period.

Pizza Hut continued to expand its operations, focused on growing its delivery operations and recording a gain in share for its own channels, with superior performance in relation to aggregators. The brand also achieved results through the increase in average ticket, boosted by product mix and new combo options, in addition to the Black Friday campaign.

Our brands are currently well positioned to reach new levels of performance in 2025. Pizza Hut, through its motto "from a product, to a pizzeria", leads the Pan Pizza market and will seek to expand this category and increase consumption frequency through CRM, resulting from its own digital channel. KFC will focus on recovering its delivery platform by offering an exclusive menu and will also seek to gain share in sandwiches and expand its penetration in the Brazilian market through a partnership that will enable new investments to be unlocked.

(R\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	12M24	12M23	YoY
Net Revenue	201.1	175.8	14.4%	704.8	633.7	11.2%
Pizza Hut and KFC	172.4	143.8	19.9%	591.9	512.5	15.5%
Other	28.7	32.1	-10.5%	112.9	121.3	-6.9%
Cost of sales and services	(123.9)	(112.4)	10.3%	(460.2)	(396.5)	16.1%
Gross Profit	77.1	63.5	21.6%	244.7	237.3	3.1%
Gross Margin	38.4%	36.1%	+227bps	34.7%	37.4%	-272bps
Operating expenses	(59.5)	(62.1)	-4.1%	(218.4)	(207.7)	5.1%
Pre-opening of stores	(4.3)	(3.3)	31.8%	(9.0)	(5.6)	60.4%
EBIT	13.3	(1.9)	n.a.	17.3	25.8	-32.7%
(+) Depreciation and amortization	20.3	20.3	-0.1%	77.9	60.2	24.4%
(+) Pre-opening of stores	4.3	3.3	31.8%	9.0	5.6	60.4%
Adjusted EBITDA	37.9	21.7	74.8%	104.2	91.6	13.8%
Effect from IFRS16	(9.4)	(6.3)	48.8%	(35.4)	(33.3)	6.4%
Adjusted EBITDA (%) Ex-IFRS16	28.5	15.4	85.4%	68.8	58.3	18.0%
Adjusted EBITDA Margin Ex-IFRS16	14.2%	8.7%	+543bps	9.8%	9.2%	+56bps

RESULTS OF THE BRAZILIAN OPERATIONS

CATERING AND RETAIL AT AIRPORTS | *Air*



Net revenue from the Airports segment in Brazil closed the quarter at R\$43.8 million, up by 34.7% over 4Q23 and 3.3% higher than the increase in the number of passengers at the airports where IMC operates, according to ANAC data. In the year, this segment's net revenue was R\$141.7 million, up by 11.1%, compared to a 1.1% growth in the number of passengers at these airports in the same period.

The growth in the quarter was driven by the recovery in consumer flow at the Air Varejo units and incremental revenue in the Catering operation, resulting from temporary services to meet demands from partner airlines, such as LATAM. As a result, same-store sales (SSS) recorded a significant growth of 45.4% in the quarter and 19.3% in the year.

The segment's Adjusted EBITDA reached R\$8.6 million in 4Q24, growing by 28.0% from the same period in 2023. In the year, this line increased by 7.9% over 2023. The performance achieved in the quarter also allowed margins to recover, with EBITDA margin (ex-IFRS) increasing by 1,070 bps over 4Q23, reaching 16.0% in 4Q24 and 12.2% in the year.

For the coming year, the Company remains focused on continuously improving its service levels and expanding new sources of revenue. In the Catering segment, the main efforts will be driven towards prospecting new services, renovating and relocating the Congonhas base, renewing contracts and expanding international services. In the Air Varejo business, efforts will be focused on improving the product portfolio and increasing traffic through vouchers, as well as on operational execution, aimed at maximizing performance and customer experience.

(R\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	12M24	12M23	YoY
Net Revenue	43.8	32.5	34.7%	141.7	127.6	11.1%
Cost of sales and services	(29.4)	(23.5)	25.4%	(99.1)	(89.0)	11.3%
Gross Profit	14.3	9.0	58.8%	42.7	29.6	44.3%
Gross Margin	32.8%	27.8%	+498bps	30.1%	23.2%	+693bps
Operating expenses	(14.6)	(14.4)	1.0%	(55.7)	(56.4)	(1.2%)
EBIT	(0.2)	(5.4)	(95.9%)	(13.0)	(17.4)	(25.0%)
(+) Depreciation and amortization	8.8	12.1	(27.1%)	36.8	39.2	(6.1%)
(+) Pre-opening of stores	0.0	0.0	0.0%	(0.0)	0.0	0.0%
Adjusted EBITDA	8.6	6.7	28.0%	23.8	21.8	8.9%
Effect from IFRS16	(1.6)	(5.0)	(68.0%)	(6.5)	(7.9)	(17.0%)
Adjusted EBITDA (%) Ex-IFRS16	7.0	2.6	165.1%	17.2	14.0	23.5%
Adjusted EBITDA Margin Ex-IFRS16	16.0%	8.1%	+786bps	12.2%	10.9%	+122bps

RESULTS OF THE U.S. OPERATIONS

Margaritaville & Landshark | USA



The performance in the fourth quarter results for the U.S. operations continue to reflect ongoing strategic adjustments, while the Company implements initiatives to readjust the portfolio and improve operational performance. However, the operation is still adapting and the positive impacts brought by these initiatives have not yet been fully converted into results. Same-store sales (SSS) declined by 12.3%, as the increase in the average ticket was not able to offset the drop in consumer flow at restaurants. Net revenue totaled US\$22.8 million in the quarter, dropping by 27.0% (local currency) due to the small number of stores and the maturation process of recently opened ones, which has taken longer than initially estimated. In the year, net revenue totaled US\$137.5 million, down by 11.5%, and same-store sales (SSS) declined by 6.8%.

It is worth highlighting that, during the year, the Company concluded the sale of the Pigeon Forge unit for US\$ 13.3 million and closed three underperforming stores, reinforcing the focus on the chain's efficiency. Simultaneously, the Company expanded its presence with the opening of a 5 o'Clock store at Miramar Beach (FL) and invested in the remodeling of the LSMB store, improving the attractiveness of the restaurants. Aimed at optimizing its operational performance during the high season, the Company also adjusted team allocation according to expected demand, improved meal prep times and reinforced management of customer flow at reception desks.

In 2025, we will focus on introducing new products and improving the overall quality, including a lunch menu to boost sales during hours with lower demand. Operational efficiency will remain a priority and trainings will be given in advance to optimize the high season. Additional initiatives will also be adopted to accelerate the maturation of new operations in NYC, Boston, Atlanta and Miramar Beach, including promotional actions, the expansion of the loyalty program and the growth of sales to customer groups.

(US\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	12M24	12M23	YoY
Number of stores	28	29	(1)	28	29	(1)
Net Revenue	22.8	31.3	(27.0%)	137.5	155.4	(11.5%)
Cost of sales and services	(14.3)	(14.7)	(3.2%)	(79.7)	(87.2)	(8.5%)
Gross Profit	8.5	16.5	(48.3%)	57.7	68.2	(15.4%)
Gross Margin	37.5%	52.9%	-1539bps	42.0%	43.9%	-192bps
Operating expenses	(10.2)	(14.6)	(30.2%)	(56.5)	(58.9)	(4.0%)
Pre-opening of stores	(0.0)	(0.4)	(96.8%)	3.1	(1.7)	n.a.
EBIT	(1.6)	1.5	n.a.	4.3	7.6	(43.6%)
(+) Depreciation and amortization	4.6	9.1	(49.6%)	23.3	20.6	13.4%
(+) Pre-opening of stores and others	0.0	0.4	(96.8%)	(3.1)	1.7	n.a.
Adjusted EBITDA	3.0	11.1	(73.1%)	24.5	29.9	(18.1%)
Effect from IFRS16	(1.3)	(9.3)	(86.3%)	(12.2)	(13.0)	(6.3%)
Adjusted EBITDA (%) Ex-IFRS16	1.7	1.8	(5.6%)	12.3	16.9	(27.3%)
Adjusted EBITDA Margin Ex-IFRS16	7.5%	5.8%	+170bps	8.9%	10.9%	-193bps

DIGITAL TRANSFORMATION

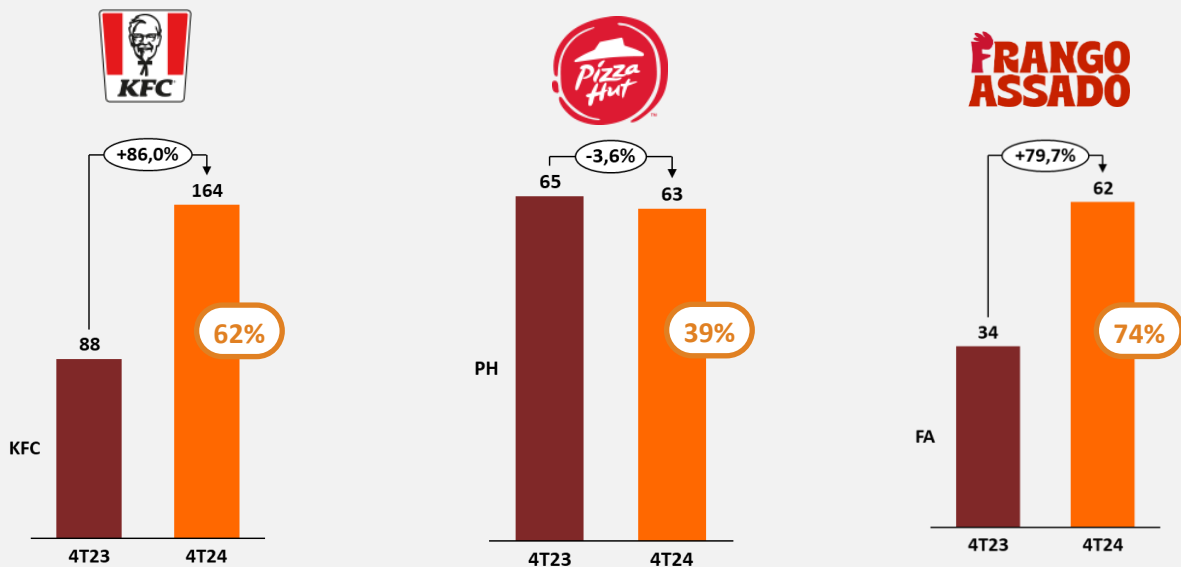
Digitalization remains a strategic pillar for IMC, driving the digital transformation with significant results. In 4Q24, the Pizza Hut app surpassed 200 thousand downloads, reaching 716 thousand registered users. Revenue generated through the app grew by 35.8% over 4Q23, driven by the Black Friday campaign which resulted in November being the month with the highest sales volume in the year. The share of own channels also increased, by 4 p.p., reinforcing independence in relation to aggregators and contributing to the profitability of the channel.

Self-service kiosks, which boost customer experience and service efficiency, are now available at all KFC stores and grew by 166.7% over 4Q23, already accounting for 41% of the brand's total sales. Frango Assado's self-checkout kiosks grew by 102.4% over 4Q23, accounting for 68% of tickets.

In 2024, digital sales of the Pizza Hut, KFC, and Frango Assado chains reached R\$952.2 million, up by 61.2% over 2023, consolidating IMC's commitment to innovation, focus on consumers, and efficiency of operations.

Digital Sales¹

(R\$ million)



Digital channels as a percentage of total sales for each brand in 4Q24.

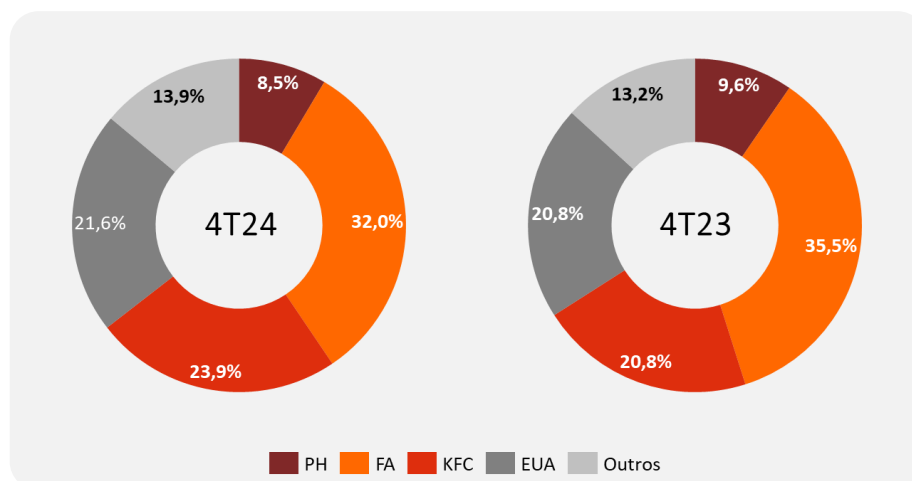
¹ - Digital sales in channels: Totems, proprietary applications, aggregator applications, loyalty programs and WhatsApp.

COMMENTS ON IMC'S PERFORMANCE

In 4Q24, total system sales, which consider revenues from own stores and franchises, grew by 2.2% over the same period in 2023, totaling R\$795.7 million. In the year, total system sales grew by 2.6% from 2023, reaching R\$3,136.5 million.

The Company's consolidated net revenue reached R\$546.7 million in 4Q24, up by 1.8% over 4Q23. The result in the period was positively influenced by Brazilian operations, which grew by 8.3% in the quarter, reflecting higher same-store sales (SSS), up by 3.8%, positive exchange rate variation and the balance between store openings and closings. In the year, consolidated net revenue grew by 2.0%, in which we highlight the 5.5% increase by the Brazilian operations, which more than offset the 4.5% reduction in revenue from the U.S. operations, even considering the positive exchange rate variation with the devaluation of the Brazilian real in the period.

PERFORMANCE RESULTS | *Percentage of Net Revenue*



PERFORMANCE RESULTS | *Same-Store Sale (SSS)¹*

Same Store Sale (SSS) ¹	4Q24	4Q23	12M24	12M23
Global (ex-gas stations)	0.6%	4.0%	0.1%	4.8%
Brazil (ex-gas stations)	3.8%	3.0%	2.8%	5.7%
Road	1.5%	3.7%	0.8%	0.5%
Frango Assado - Restaurants	2.6%	8.2%	1.3%	11.8%
Frango Assado - Gas Stations	0.5%	-0.3%	0.4%	-8.1%
Casual & Mall	0.6%	1.6%	1.5%	4.4%
KFC	1.6%	-0.9%	0.4%	3.7%
Pizza Hut	-0.7%	3.9%	2.8%	5.0%
Batata Inglesa	8.2%	16.4%	7.5%	10.1%
Viena Mall	-0.1%	8.1%	1.6%	12.6%
Air	45.4%	0.7%	19.3%	2.2%
RA Catering	63.3%	-1.4%	25.8%	2.6%
Retail Air	10.9%	5.1%	6.0%	1.5%
USA	-12.3%	6.8%	-6.8%	3.1%

¹ - Base 100 | Restaurants closed for more than 7 consecutive days within a one-month period are excluded from the comparative base

PERFORMANCE RESULTS | EBITDA

In 4Q24, consolidated Adjusted EBITDA reached R\$63.9 million, declining by 3.0% from the same period in the previous year, and the Adjusted EBITDA margin was 11.7%, down by 57 bps from 4Q23. It is worth highlighting that, in 4Q23, we had positive non-recurring effects relating to adjustments to the asset base during that period. In the year, consolidated Adjusted EBITDA reached R\$301.8 million, growing by 13.9%, and the margin advanced by 142 bps to 13.6%, reflecting the operational improvement across all operations and efforts to reduce corporate G&A expenses.

The Adjusted EBITDA for the Brazilian operations fell by 4.2% in 4Q24, totaling R\$28.9 million, reflecting the positive non-recurring effects mentioned in 4Q23, and grew by 26.9% in the year, totaling R\$152.6 million, demonstrating the Company's effective cost and expense management and operational leverage. The Adjusted EBITDA for the U.S. operations totaled R\$35.0 million in 4Q24, and R\$148.9 million in 2024, increasing by 3.2% from the previous year.

The improvement in EBITDA, combined with the reduction in financial costs related to the lower level of debt at a lower cost, was partially offset by higher store depreciation and amortization expenses. It is worth highlighting that, in addition to the factors already mentioned, in 2023, we had a capital gain obtained from the sale of operations, which contributed to a 7.0% reduction in the Company's net loss, to R\$76.3 million.

(R\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	12M24	12M23	YoY
NET PROFIT (LOSS)	(47.8)	(76.2)	(37.3%)	(76.3)	(82.0)	(7.0%)
Net income (loss) from divested operations *	0,0	1.3	na	0,0	14.7	na
Gain from sale of divested operations	0,0	26.9	na	0,0	46.2	na
Pro-Forma NET INCOME (LOSS)	(47.8)	(104.4)	(54.2%)	(76.3)	(142.9)	(46.6%)
(+) Income tax and social contribution	3.0	34.8	(91.4%)	(11.9)	28.3	n.a.
(+) Financial result	42.2	43.6	(3.2%)	118.4	136.1	(13.0%)
(+) Depreciation & amortization	61.9	85.4	(27.5%)	267.8	227.6	17.7%
EBITDA	59.3	59.4	(0.1%)	298.1	249.5	19.5%
(+) Expenses with special items and others	0.2	3.2	(92.2%)	(5.3)	10.0	n.a.
(+) Pre-opening of stores	4.4	3.3	33.0%	9.0	5.6	61.3%
Adjusted EBITDA	63.9	65.9	(3.0%)	301.8	265.0	14.1%
<i>EBITDA / Net Revenue</i>	<i>10.8%</i>	<i>11.1%</i>	<i>-21bps</i>	<i>13.4%</i>	<i>11.5%</i>	<i>+196bps</i>
<i>Adjusted EBITDA / Net Revenue</i>	<i>11.7%</i>	<i>12.3%</i>	<i>-57bps</i>	<i>13.6%</i>	<i>12.2%</i>	<i>+142bps</i>

PERFORMANCE RESULTS | G&A Brazil

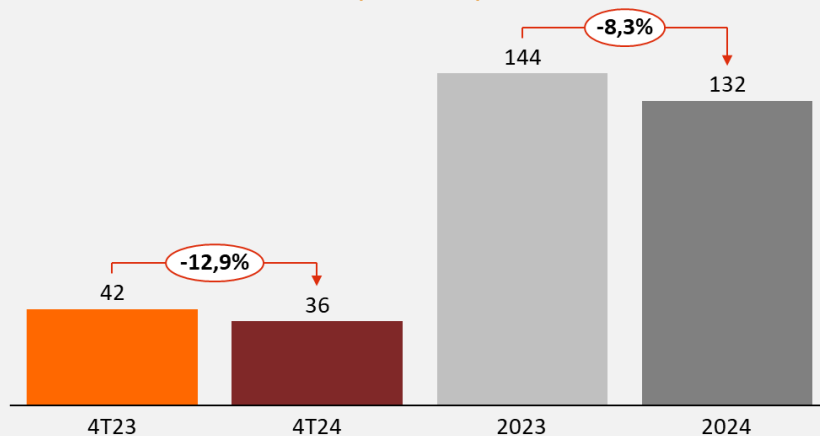
In 4Q24, the Company's general and administrative expenses fell by 12.9% over 4Q23, reducing its share as a percentage of consolidated net revenue by 110 bps, to 6.7%. This reflects the efforts made to optimize corporate structures and improve internal processes, without losing focus on the strengthening of strategic areas and consolidating strategic initiatives. In the year, general and administrative expenses totaled R\$131.9 million, declining by 8.3%, also reflecting efforts to optimize corporate structures and lower expenses related to variable compensation.

The Company is currently prepared to sustain future growth through its robust management structure, which has been adjusted to support operations that are larger than IMC's current needs. Thus, the Company remains committed to further optimizing its structure efficiently as it continues to execute growth plans and strategic initiatives.

(R\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	12M24	12M23	YoY
G&A ¹	(36.4)	(41.8)	(12.9%)	(131.9)	(143.8)	(8.3%)

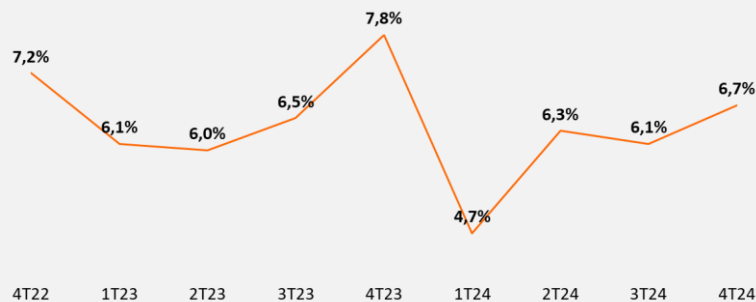
G&A Brazil

(R\$ million)



G&A on Revenue

(% on global revenue)



RESULT | EBITDA EX-IFRS 16

(R\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	12M24	12M23	YoY
EBITDA	59.3	59.4	(0.1%)	298.1	249.5	19.5%
(+) Expenses with special items and others	0.2	3.2	(92.2%)	(5.3)	10.0	n.a.
(+) Pre-opening of stores	4.4	3.3	33.0%	9.0	5.6	61.3%
ADJUSTED EBITDA	63.9	65.9	(3.0%)	301.8	265.0	13.9%
Effect from IFRS16	(41.9)	(43.9)	(4.6%)	(147.0)	(128.0)	14.8%
ADJUSTED EBITDA Ex-IFRS 16	22.0	21.9	0.4%	154.8	137.0	13.0%

RESULT | Investing Activities

The Company invested R\$22.2 million in the quarter, reducing by 33.6%, of which R\$12.7 million were allocated to expansion projects and R\$9.5 million to maintenance, renovations, and others. The pace of investment is directly linked to the Company's operational and financial performance, ensuring financial discipline to shape the future of IMC. In 2024, investments totaled R\$126.9 million, 2.7% lower than in the previous year.

CAPEX (R\$ million)	4Q24	4Q23	YoY	2024	2023	YoY
Investments in expansion	12.7	22.6	-43.8%	70.0	86.5	-19.1%
Investments in maintenance, remodeling and others	9.5	10.8	-12.2%	56.9	43.9	29.5%
Total Capex Investments	22.2	33.5	-33.6%	126.9	130.4	-2.7%

PERFORMANCE RESULT | Cash Generation

In 4Q24, operating cash flow was R\$66.2 million, down by 2.8% and in line with the operating performance (EBITDA). Capex investment totaled R\$22.2 million, growing at a slower pace than operating cash generation and resulting in a free cash flow of R\$44.0 million in the quarter, up by 27.1%. In the year, the Company generated R\$233.8 million in operating cash, influenced by the increase in other assets and liabilities mainly due to the extinction of contingencies from previous acquisitions (PPA) that were not materialized and the free cash flow totaled R\$107.0 million, in line with the result recorded in 2023.

R\$ million	4Q24	4Q23	YoY	2024	2023	YoY
EBITDA	63.9	65.9	(3.0%)	301.8	265.0	13.9%
(+) Income tax and CSLL	0.0	0.2	(100.0%)	(0.1)	(3.0)	(95.7%)
(+) Pre-opening of stores	(4.4)	(3.3)	33.0%	(9.0)	(5.6)	61.3%
(+) Variation in operating assets and liabilities and others	6.6	5.3	25.1%	(58.7)	(18.3)	221.0%
(=) Pro Forma Operating Cash Flow *	66.2	68.1	(2.8%)	233.8	238.1	(1.8%)
(+) Capex	(22.2)	(33.5)	(33.6%)	(126.9)	(130.4)	(2.7%)
(=) Pro Forma Free Cash Flow *	44.0	34.6	27.1%	107.0	107.7	(0.7%)

* Proforma: excludes financial investments, interest payment and excludes discontinued operations.

NET DEBT

In the fourth quarter of 2024, the Company's total net debt was R\$360.7 million, of which 72% was classified as long-term debt. Financial leverage remained at 2.3x (LTM EBITDA, ex-IFRS16), consistent with the Company's planning and below the limits established by the covenants.

The Company remains focused on growing and investing with financial discipline, maintaining its leverage and liquidity ratios aligned with its strategic and financial planning.

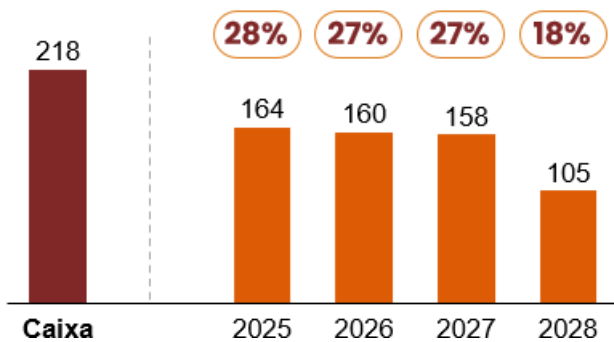
R\$ million	4Q24	% total	3Q24	% total	2Q24	% total	4Q23	% total
Short-term	159.8	28%	72.8	14%	72.4	14%	76.9	15%
Long-term	418.8	72%	454.2	86%	453.7	86%	452.7	85%
Total Debt	578.5	100%	526.9	100%	526.1	100%	529.6	100%
(-) Cash *	(217.8)	-	(175.7)	-	(181.9)	-	(234.1)	-
Net Debt	360.7	-	351.2	-	344.2	-	295.4	-
Leverage ex-IFRS16	2.4x	-	2.3x	-	2.1x	-	2.0x	-

*Cash in 2Q24 and 1Q24 excludes the amount of R\$7.0M related to escrow accounts, in accordance with a contract signed with YUM for possible legal expenses.

Debt by Index (R\$ million)

Instrument	Rate	Debt on 12/31/2024
MEAL13 Debentures	CDI rate + 3.60% p.a.	208,284,472.84
MEAL14 Debentures	CDI rate + 4.20% p.a.	206,411,573.40
MEAL15 Debentures	CDI rate + 4.20% p.a.	60,260,243.55
4131	CDI rate + 2.23% p.a.	30,651,692.01
4131	CDI rate + 2.23% p.a.	50,499,782.07
Brad _ Finame	Selic + 3.45% p.a.	30,410,455.59
Others	-	7,988,479.54
Total (R\$):	~ CDI rate + 3.7%	578,529,739.93

Amortization Schedule



SUBSEQUENT EVENTS

Establishment of a Joint Venture and Corporate Restructuring: In line with IMC's sustainable growth and capital optimization strategy, on March 26, 2025, the Company announced through a Material Fact that it had signed a binding agreement to establish a Joint Venture focused on the operation and expansion of the KFC brand in Brazil. This includes segregating IMC's assets for the KFC brand into the new corporate structure, ensuring greater focus towards the execution of the brand's growth strategy.

The Joint Venture's governance shall be formalized through a Shareholders' Agreement and the Transaction is subject to the fulfillment of certain precedent conditions for its conclusion, such as: (i) approval by the Administrative Council for Economic Defense – CADE; (ii) implementation of a corporate restructuring of the Company, aimed at segregating the assets used for the KFC business in Brazil into the Joint Venture ("Corporate Restructuring"); and (iii) renegotiation of the current MFA.

EXHIBITS



INCOME STATEMENT

CONSOLIDATED:

(R\$ thousand)	4Q24	4Q23	YoY	2024	2023	YoY
NET REVENUE	546,653	548,701	-0.4%	2,224,984	2,226,345	-0.1%
COST OF SALES AND SERVICES	(367,530)	(350,281)	4.9%	(1,494,928)	(1,455,747)	2.7%
GROSS PROFIT	179,123	198,420	-9.7%	730,056	770,598	-5.3%
<i>Gross Margin</i>	<i>32.8%</i>	<i>36.2%</i>	<i>-3.4 p.p.</i>	<i>32.8%</i>	<i>34.6%</i>	<i>-1.8 p.p.</i>
OPERATING INCOME (EXPENSES)						
Selling, general, and administrative expenses	(205,741)	(261,529)	-21.3%	(834,664)	(848,450)	-1.6%
Reduction in impairment						
Equity pickup	18,109	622	2811.3%	30,252	5,996	404.5%
Other operating expenses	5,930	66,545	-91.1%	104,573	150,915	-30.7%
INCOME BEFORE FINANCIAL RESULT	(2,580)	4,058	-163.6%	30,217	79,059	-61.8%
Net financial result	(42,199)	(43,587)	-3.2%	(118,436)	(136,078)	-13.0%
NET INCOME (LOSS) BEFORE INCOME TAX & CSSL	(44,779)	(39,529)	13.3%	(88,219)	(57,019)	54.7%
Income tax and social contribution	(3,004)	(34,829)	n.a.	11,941	(28,284)	-142.2%
NET INCOME (LOSS) FROM CONTINUING OPERATIONS	(47,783)	(74,359)	n.a.	(76,278)	(85,303)	-10.6%
<i>Net Margin</i>	<i>-8.7%</i>	<i>-13.6%</i>	<i>4.8 p.p.</i>	<i>-3.4%</i>	<i>-3.8%</i>	<i>0.4 p.p.</i>
Income (loss) from discontinued operations	-	(1,848)	n.a.	-	3,306	-100.0%
NET INCOME (LOSS) FOR THE PERIOD	(47,783)	(76,207)	-37.3%	(76,278)	(81,997)	-7.0%
<i>Net Margin</i>	<i>-8.7%</i>	<i>-13.9%</i>	<i>5.1 p.p.</i>			

CONSOLIDATED BALANCE SHEET:

(R\$ thousand)	4T24	4T23
ASSETS		
CURRENT		
Cash and cash equivalents	217.796	229.159
Financial investments	0	4.950
Accounts receivable	106.917	105.351
Inventories	60.059	52.765
Other assets and advances	100.794	112.038
Total current assets	485.566	504.263
NON-CURRENT		
Financial investments	-	6.760
Deferred income tax and social contribution	58.875	49.827
Other assets and investments	131.313	105.972
PP&E	556.425	509.637
Intangible assets	940.481	952.571
Right-of-use property	624.209	610.970
Total non-current assets	2.311.303	2.235.737
TOTAL ASSETS	2.796.869	2.740.000
LIABILITIES	-	-
CURRENT		
Trade payables	218.864	239.267
Loans, financing and debentures	159.762	76.883
Labor and social obligations	75.843	83.987
Lease liabilities	113.656	99.841
Other current liabilities	56.419	47.045
Total current liabilities	624.544	547.024
NON-CURRENT		
Loans, financing and debentures	418.767	452.671
Provision for labor, civil, and tax disputes	66.407	94.662
Deferred income tax and social contribution	36.094	40.107
Lease liabilities	575.096	550.575
Other liabilities	34.662	32.111
Total non-current liabilities	1.131.027	1.170.125
EQUITY		
Share capital	1.154.462	1.154.462
Capital reserves	349.993	349.993
Reserve for stock option plan	44.848	40.700
Treasury Shares	(5.551)	(5.551)
Accumulated losses	(646.661)	(570.383)
Equity valuation adjustments	144.207	53.630
Total Equity	1.041.298	1.022.851
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY	2.796.869	2.740.000

CASH FLOW:

(R\$ thousand)	4Q24	4Q23	YoY	2024	2023	YoY
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES						
Profit/loss from continuing operations	(59.724)	(46.073)	29,6%	(88.219)	(57.018)	n/a
Profit/loss from discontinued operations	-	(1.848)	n/a	-	3.306	n/a
Net profit/loss for the quarter	(59.724)	(47.921)	24,6%	(88.219)	(53.712)	64,2%
D&A (PP&E, intangible assets and right-of-use)	61.881	85.806	-27,9%	267.840	228.066	17,4%
Interest on loans, leases, and exchange rate variations	38.324	40.180	-4,6%	130.483	130.957	-0,4%
Sundry provisions and others	(36.000)	(31.307)	15,0%	(78.136)	(24.332)	221,1%
Accounts receivable	(18.340)	(21.175)	-13,4%	5.582	5.298	5,4%
Inventories	(6.047)	(3.647)	n/a	(1.362)	(1.019)	n/a
Trade payables	28.395	56.596	-49,8%	(68.431)	(8.129)	741,8%
Change in other operating assets and liabilities	10.363	(24.106)	-143,0%	9.338	(44.356)	-121,1%
Cash from operating activities	18.852	54.425	-65,4%	177.095	232.773	-23,9%
Income tax and social contributions paid	0	179	-100,0%	(128)	(2.976)	-95,7%
Dividends received	(5.139)	11.600	-144,3%	4.414	11.600	-61,9%
Interest paid on lease liabilities	(8.186)	(14.169)	-42,2%	(37.708)	(36.495)	3,3%
Interest paid	(27.346)	(16.261)	68,2%	(77.041)	(96.783)	-20,4%
Net cash used in discontinued operations	-	(5.162)	-100,0%	-	(2.486)	-100,0%
Net cash from operating activities	(21.819)	30.613	-171,3%	66.632	105.633	-36,9%
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES						
Redemption (investment) in financial investments	5.571	193	n/a	4.950	114.940	n/a
Asset divestment (M&A activities)	52.463	64.078	n/a	120.338	103.830	n/a
Additions of PP&E and intangible assets	(22.215)	(33.267)	-33,2%	(126.865)	(130.217)	-2,6%
Investment cash used in discontinued operations	0	(866)	n/a	0	(2.541)	n/a
Net cash generated by investing activities	35.819	30.138	18,8%	(1.577)	86.012	-101,8%
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES						
Payment of dividends	-	0	n/a	-	0	n/a
Amortization of lease liabilities	(22.809)	(31.573)	-27,8%	(124.206)	(110.000)	12,9%
New loans	110.000	260.000	n/a	110.000	502.400	n/a
Amortization of loans	(54.125)	(237.329)	-77,2%	(66.918)	(623.123)	-89,3%
Net cash used in discontinued operations	-	(1.932)	n/a	-	(6.883)	n/a
Net cash used in financing activities	33.066	(10.834)	-405,2%	(81.124)	(237.606)	-65,9%
EFFECT FROM EXCHANGE RATE VARIATIONS	607	(7.674)	-107,9%	4.705	(10.135)	-146,4%
NET VARIATION IN THE PERIOD	47.673	42.243	12,9%	(11.363)	(56.096)	-79,7%
CASH AND CASH EQUIVALENTS AT THE BEGINNING OF THE PERIOD	170.121	186.916	-9,0%	229.159	285.255	-19,7%
CASH AND CASH EQUIVALENTS AT THE END OF THE PERIOD	217.792	229.159	-5,0%	217.796	229.159	-5,0%