



3º Trimestre de 2024 | MEAL3

Release de Resultados



VIENA



Brunella

R/A CATERING



DESTAQUES DO TRIMESTRE



IMC consolida sua estratégia de transformação e encerra 3T24 com nível de alavancagem controlado em 2,3x e crescimento de 7,0% no EBITDA ajustado

Companhia melhora desempenho com foco na gestão de custos, aumento de rentabilidade no Frango Assado e fechamento de lojas de baixa performance

São Paulo, 13 de novembro de 2024: A International Meal Company Alimentação S.A. ("IMC") - B3: MEAL3, uma das maiores companhias multimarcas no setor de varejo de alimentação da América Latina, divulga os resultados do terceiro trimestre do ano de 2024 (3T24). 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.

R\$ 818 milhões

Vendas do sistema¹
+0,6% versus 3T23

R\$ 369 milhões

Receita Líquida Brasil
+ 4,9% versus 3T23

571 Lojas

Total do sistema
10 Aberturas 3T24²

R\$254 milhões

Vendas Digitais⁴
+ 58% vs. 3T23

R\$ 86,6 milhões

EBITDA Ajustado
+7,0% vs. 3T23

+3% | -2%

Same Store Sale
 (Brasil³ | Cons.)

Alavancagem 2,3X

Dívida Líq / EBITDA
 (LTM)

R\$351 milhões

Dívida Líquida
Prazo médio: 41 meses

RELAÇÕES COM INVESTIDORES:

Alexandre Santoro – CEO

Rafael Bossolani – CFO e DRI

Fernanda de Oliveira – Gerente de RI

Igor Jacarini – Especialista de RI

FSB Comunicação – Assessoria de Imprensa

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

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Nos últimos três anos, embarcamos em uma jornada de transformação que reformulou profundamente a IMC, baseada em quatro pilares estratégicos: **eficiência operacional, transformação digital, disciplina financeira e expansão**. Esses esforços nos permitiram simplificar nosso negócio, expandir as margens 4-wall, melhorar nossa posição financeira e consolidar nossas principais marcas, posicionando a companhia para um novo ciclo de crescimento mais sustentável.

Evoluímos continuamente em diversas frentes e enxergamos o momento atual como propício para fortalecer as frentes que possam elevar nossas operações ao nível de excelência que buscamos. Esta consolidação é natural após um ciclo de evolução e é essencial para garantir que continuemos crescendo de forma sólida e consistente, sempre mirando em nosso propósito de **“Ser a melhor plataforma de serviços de alimentação do Brasil”**.

Neste trimestre, a companhia apresentou crescimento de receita impulsionado principalmente pelas suas marcas nas operações do Brasil. O desempenho reflete o avanço sólido da estratégia, ainda que impactado pelo processo de otimização do portfólio, com o encerramento de lojas de baixa performance, em contraste com as novas unidades que ainda se encontram em processo de maturação, e que contribuirão para o crescimento nos próximos períodos. **Como resultado, o crescimento das operações no Brasil apresentou alta de 4,9% e a receita líquida global totalizou R\$ 601,1 milhões, com crescimento de 0,5% versus o ano anterior**, influenciada pela performance da operação nos Estados Unidos que vem enfrentando condições adversas de mercado, além de uma base comparativa elevada pelo aumento pontual de fluxo de consumidores em nossos restaurantes no 3T23. O EBITDA ajustado totalizou R\$86,6 milhões, crescimento de 7,0% e a margem expandiu 88bps para 14,4%, como consequência de uma gestão sólida de custos e despesas, ajustando a estrutura das operações e do G&A para sustentar o negócio de forma eficaz.

Nosso foco continua no crescimento com rentabilidade e em aprimorar a experiência dos clientes, concentrando esforços em aumentar as vendas no balcão e explorar iniciativas já implantadas. Lançamos a promoção "2 por R\$19,90" no KFC, incentivamos as novas ocasiões e horários de consumo em Pizza Hut e implementamos iniciativas promocionais no Frango Assado, visando o aumento da recorrência de visitas. As vendas digitais² cresceram 58% em transação, representando agora 57% do total, enquanto o aplicativo próprio da Pizza Hut já responde por 13,3% da receita de delivery da marca e conta com mais de 415 mil clientes cadastrados. No Frango Assado, o programa de fidelidade já conta com 346 mil clientes ativos e teve um salto de 17% em transações. Aprimoramos a experiência em loja com a expansão das funcionalidades de autoatendimento em todas as unidades de KFC, que já respondem a 40% das vendas da marca, melhorando a experiência ao mesmo tempo que reduz custo de mão de obra e aumenta o ticket médio de vendas.

Ao longo do último trimestre, os investimentos foram direcionados para expandir a rede em 10 novas unidades, priorizando as marcas KFC e Pizza Hut, sempre mantendo a disciplina dos investimentos de expansão e equilíbrio entre unidades próprias e franquias. **Seguiremos focados em assegurar a rentabilidade das novas lojas e nos aprimoramentos operacionalmente, buscando otimizar o retorno sobre os investimentos já realizados e garantir a eficiência dessas operações.** Adicionalmente, é com entusiasmo que também anunciamos o retorno das atividades no Aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre, após 171 dias da operação fechada. Esse momento simboliza não apenas a segurança e bem-estar de toda equipe, mas também a retomada das operações em uma base renovada, com infraestrutura moderna e melhores práticas que resultarão em ganhos de produtividade e otimização dos processos operacionais.

Seguimos fortalecidos em nossa posição financeira e mantendo uma estrutura de capital saudável. Encerramos o 3T24 com uma posição total de caixa de R\$175,7 milhões, uma dívida líquida de R\$351,2 milhões e um índice de alavancagem financeira de 2,3x (dívida líquida/EBITDA pre-IFRS16), abaixo do *covenants* exigido para o período de 3,0x. **Neste contexto, seguimos focados em aumentar a geração de caixa operacional e alocar recursos de forma seletiva em projetos com maior retorno potencial.**

Por fim, seguimos confiantes com a nossa estratégia e estamos cientes dos desafios que temos pela frente, mas temos confiança que com a clareza da estratégia, a capacidade de execução do time, que pensa e age como dono, o sistema de franqueados e a força das nossas marcas, atingiremos nosso Sonho Grande.

¹ - Brasil: restaurantes fechados por mais de 7 dias consecutivos dentro de um mês e aqueles com funcionamento em ½ período por razões operacionais são expurgados da base comparável

² - Vendas digitais: Considerando as marcas PH, KFC e Frango Assado

DESTAQUES | Consolidado

(em milhões de R\$)	3T24	3T23	A/A	9M24	9M23	A/A
Número de lojas	571	523	48	571	523	48
SSS (YoY)	-2,2%	2,5%	-5bps	-0,1%	5,6%	-6bps
Receita Total do Sistema	818,4	813,5	0,6%	2.342,6	2.258,8	3,7%
Receita Líquida	601,1	598,3	0,5%	1.675,3	1.641,3	2,1%
Lucro Bruto	215,4	221,5	(2,8%)	549,8	548,4	0,3%
Margem Bruta (%)	35,8%	37,0%	-120bps	32,8%	33,4%	-59bps
EBITDA Ajustado	86,6	80,9	7,0%	237,9	198,2	20,0%
Margem EBITDA Aj. (%)	14,4%	13,5%	+88bps	14,2%	12,1%	+212bps
Fluxo de Caixa Livre	62,9	46,5	35,2%	63,0	73,1	(13,8%)
Dívida Líquida/ EBITDA LTM*	2,3x	1,8x	-0,7x	2,3x	1,8x	-0,7x

1- Global (Ex-postos)

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

DESTAQUES | Vendas

(em milhões de R\$)	3T24	3T23	A/A	9M24	9M23	A/A
Receita Líquida¹	601,1	598,3	0,5%	1.675,3	1.641,3	2,1%
Brasil	369,3	352,0	4,9%	1.070,2	1.023,9	4,5%
Frango Assado	161,6	158,6	1,8%	468,6	470,9	(0,5%)
Restaurantes e Outros	74,4	75,7	(1,7%)	221,6	221,3	0,1%
Postos de Combustível	87,1	82,9	5,1%	247,0	249,7	(1,1%)
Aeroporto	35,9	33,3	7,7%	97,9	95,1	3,0%
PH, KFC e Outros	171,8	160,0	7,4%	503,7	457,9	10,0%
EUA	231,8	246,3	(5,9%)	605,0	617,4	(2,0%)

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

DESTAQUE | Resultado Operacional

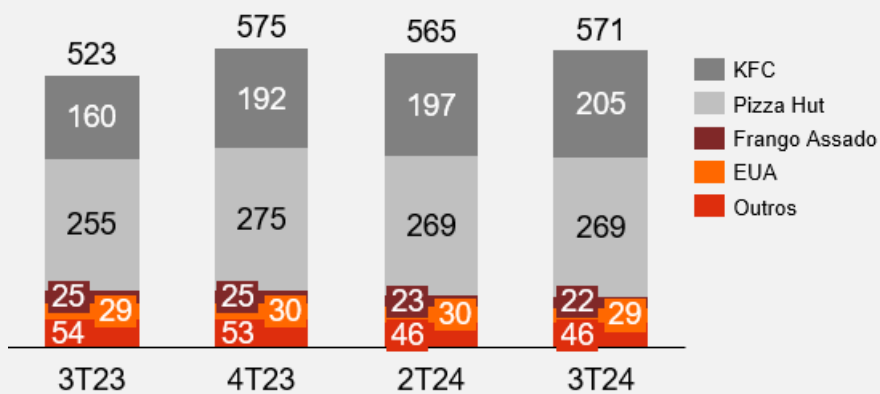
(em milhões de R\$)	3T24	3T23	A/A	9M24	9M23	A/A
EBITDA Ajustado	86,6	80,9	7,0%	237,9	198,2	20,0%
Brasil	28,3	38,9	(27,2%)	124,0	90,0	37,8%
Frango Assado	25,7	23,2	10,9%	66,1	63,2	4,6%
Aeroportos	7,9	6,1	29,6%	15,2	15,1	0,7%
PH, KFC e Outros	24,2	29,1	(16,8%)	66,3	70,2	(5,5%)
G&A & Outros¹	(29,5)	(19,4)	51,6%	(23,7)	(58,5)	(59,5%)
G&A ¹	(36,4)	(39,0)	(6,5%)	(95,5)	(103,0)	(7,3%)
Outros	6,9	19,8	(64,9%)	71,8	44,5	61,2%
EUA	58,3	42,1	38,5%	113,9	108,4	5,0%

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE LOJAS¹

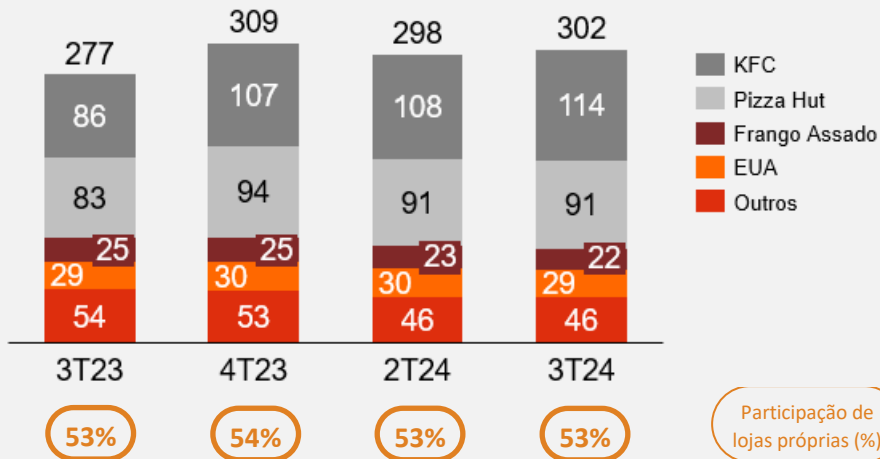
A IMC encerrou o terceiro trimestre com um total de 571 lojas, incluindo unidades próprias e franqueadas, distribuídas no Brasil e nos EUA. Nos últimos doze meses, a Companhia expandiu em 48 unidades líquidas, com crescimento concentrado nas marcas Pizza Hut e KFC, tanto em franquias quanto em lojas próprias.

A companhia manteve seu compromisso com um plano de expansão focado e disciplinado, assegurando um balanço da rede saudável de lojas e franqueados em seu sistema. No trimestre, foram inauguradas 10 novas unidades (2 Pizza Hut e 8 KFC), e realizado 4 encerramentos (2 Pizza Hut, 1 Frango Assado e 1 *Margaritaville*), alinhados ao ciclo de melhoria operacional. Esses fechamentos se concentraram em lojas de baixa performance, reforçando o foco na viabilidade econômica da rede. Atualmente, as lojas próprias representam 53% 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 terceiro trimestre de 2024 foi 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\$ 161,6 milhões, crescimento de 1,8% versus o 3T23, mesmo considerando a redução no número de unidades em operação e o calendário desfavorável dado o menor número de feriados e nos dias úteis em 2024.

A rede de restaurantes Frango Assado apresentou um crescimento de 3,1% nas vendas mesmas lojas (SSS) no trimestre, comparado ao avanço de 3,7% no fluxo de veículos leves nas estradas, segundo relatório da ABCR. A receita líquida total dos restaurantes alcançou R\$74,4 milhões, uma retração de 1,7%, devido ao fechamento de três lojas de baixa performance, reduzindo a base de 25 para 22 unidades. Nos postos de combustível, a receita líquida cresceu 5,1% no trimestre, em comparação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$87,1 milhões.

O EBITDA Ajustado da operação foi de R\$25,7 milhões, crescimento de 10,9% em relação ao 3T23, com aumento de 129bps na margem EBITDA para 15,9%, apesar da maior participação Postos de combustíveis em relação aos Restaurantes. Cabe destacar o foco na adequação do quadro de funcionários para alinhar a operação à demanda, o avanço no controle mais efetivo do CMV e melhores negociações com fornecedores, além da estratégia de precificação assertiva nos itens *core* da marca.



O Frango Assado está focado em diversas frentes estratégicas para impulsionar o crescimento e a rentabilidade, priorizando a revitalização e expansão dos restaurantes, com atualizações de fachadas e interiores em diversas unidades. Em marketing e comunicação, a marca busca ampliar sua visibilidade, revisando formatos em mídias *out of home* e ativando a marca por meio de parcerias e comunicação digital. Além disso, a introdução de produtos de marca própria, inspirados em itens icônicos do portfólio, visa ampliar as ocasiões de consumo e atrair perfis variados de clientes, fortalecendo a presença da marca. A gestão de pessoas também está sendo aprimorada, com novo formato de integração de novos colaboradores e revisão de escopos e contratos para serviços terceirizados, buscando reduzir o turnover e aumentar a eficiência operacional.

A digitalização das lojas do Frango Assado segue avançando com a implementação dos totens de self-checkout, que reduzem o tempo de espera dos clientes na etapa final da jornada e permitem a realocação de funcionários para funções estratégicas. Atualmente, 72,2% das vendas são realizadas via autoatendimento, demonstrando a forte adesão dos clientes à nova tecnologia. A plataforma de fidelização também registra avanços significativos, ultrapassando a marca de 346 mil participantes, um crescimento expressivo de 578% em relação ao 3T23. Durante o trimestre, 7,1% do faturamento foi gerado pelo programa de fidelidade, proporcionando dados valiosos para aprimorar o CRM da marca e fortalecer o relacionamento com os clientes.

Experimente o melhor do Frango Assado com os seus pontos!



Pão de semolina Md

100 pts



Tostex Presunto e Queijo

100 pts



Coxinha de frango

50 pts



Frango à Parmegiana

200 pts

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

FRANGO ASSADO
FRANGO ASSADO - RESTAURANTE E POSTOS | Road

(em milhões de R\$)	3T24	3T23	A/A	9M24	9M23	A/A
Número de lojas	22	25	(3)	22	25	(3)
SSS (YoY)	4,3%	2,1%	+220bps	0,6%	-0,6%	+120bps
Receita Líquida	161,6	158,6	1,8%	468,6	470,9	(0,5%)
Restaurantes e Outros	74,4	75,7	(1,7%)	221,6	221,3	0,1%
Postos de Combustível	87,1	82,9	5,1%	247,0	249,7	(1,1%)
Custo de Vendas e Serviços	(127,4)	(127,3)	0,0%	(375,5)	(380,0)	(1,2%)
Lucro Bruto	34,2	31,3	9,3%	93,0	90,9	2,3%
Margem Bruta	21,2%	19,7%	+144bps	19,9%	19,3%	+54bps
Despesas Operacionais	(17,8)	(17,0)	4,3%	(51,1)	(49,6)	2,9%
Pré-Aberturas de Loja	0,1	0,0	0,0%	(0,0)	(0,0)	n.a
EBIT	16,5	14,3	15,9%	41,9	41,3	1,6%
(+) Deprec. e Amortização	9,3	8,9	4,0%	24,2	21,9	10,4%
(+) Pré-Aberturas de Lojas	(0,1)	0,0	0,0%	(0,0)	0,0	n.a
EBITDA Ajustado	25,7	23,2	10,9%	66,1	63,2	4,6%
Efeito IFRS16	(5,3)	(6,6)	(19,2%)	(16,6)	(17,0)	(2,3%)
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	20,4	16,6	22,8%	49,6	46,2	7,2%
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	12,6%	10,5%	+215bps	10,6%	9,8%	+76bps

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL



Pizza Hut, KFC e outras marcas | Casual e Mall

(em milhões de R\$)	3T24	3T23	A/A	9M24	9M23	A/A
SSS (YoY)	3,6%	1,0%	+260bps	1,9%	6,3%	-440bps
Receita Líquida	171,8	160,0	7,4%	503,7	457,9	10,0%
Pizza Hut e KFC	144,0	129,6	11,1%	419,5	368,7	13,8%
Outros	27,8	30,4	-8,4%	84,2	89,2	-5,6%
Custo de Vendas e Serviços	(113,2)	(90,2) ¹	25,5%	(336,2)	(284,1)	18,3%
Lucro Bruto	58,6	69,8	-16,0%	167,5	173,8	-3,6%
Margem Bruta	34,1%	43,6%	-950bps	33,3%	38,0%	-470bps
Despesas Operacionais	(53,6)	(50,8)	5,6%	(158,8)	(146,8)	8,2%
Pré-Abertura de Lojas	(2,5)	(1,0)	146,4%	(4,7)	(2,3)	100,5%
EBIT	2,5	18,0	-86,1%	4,0	24,7	-83,7%
(+) Deprec. e Amortização	19,2	10,0	90,8%	57,6	43,2	33,6%
(+) Pré-Abertura de Lojas	2,5	1,0	146,4%	4,7	2,3	100,5%
EBITDA Ajustado	24,2	29,1	(16,8%)	66,3	70,2	(5,5%)
Efeito IFRS16	(8,6)	(11,8)	(27,3%)	(26,2)	(27,2)	(3,7%)
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	15,6	17,3	(9,7%)	40,1	42,9	(6,6%)
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	9,1%	10,8%	-172bps	8,0%	9,4%	-141bps

1 – A depreciação do CMV no 3T23 foi impactado positivamente em R\$9,5m por uma reversão de provisão de períodos anteriores, aumentando pontualmente o EBIT neste montante sem impacto no EBITDA. Adicionalmente uma reclassificação entrelinhas de R\$5,67 milhões na geografia de CMV e despesa operacional.

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NO BRASIL

CATERING E VAREJO EM AEROPORTOS | Air



O segmento de *Air* reportou avanços importantes em vendas e rentabilidade, mesmo diante do prolongado fechamento do Aeroporto Salgado Filho, causado pela maior tragédia climática já registrada na região, que manteve uma de suas principais bases inoperante por 171 dias.

A receita líquida do segmento fechou o trimestre em R\$35,9 milhões, um aumento de 7,7% em relação ao 3T23. Excluindo o efeito do fechamento em Porto Alegre, que representa 14,5% do segmento, o crescimento no trimestre foi de aproximadamente 20% comparado ao 3T23. Adicionalmente, seguindo o plano de melhoria na rentabilidade das operações, foram encerradas as atividades de 5 lojas de baixo desempenho em comparação ao 3T23. Mesmo diante de um fluxo menor de passageiros nos aeroportos em que companhia tem operações, reduzido em 7,3% na comparação com o terceiro trimestre de 2023 conforme dados da ANAC, as vendas mesmas lojas (SSS) cresceram 18,2% no trimestre, impulsionados principalmente por novos contratos com companhias aéreas e ampliação de serviços prestados na operação de catering, além de um aumento de tráfego nos restaurantes dos aeroportos.

O EBITDA ajustado do segmento foi de R\$7,9 milhões no 3T24, representando um aumento de 29,6% em comparação ao mesmo período do ano anterior. Esse resultado foi influenciado por uma eficiente gestão de custos e despesas, além da alavancagem operacional gerada pelo crescimento de vendas. A companhia continua focada na recuperação das margens, na melhoria dos níveis de serviço e na expansão de novas fontes de receita.

(em milhões de R\$)	3T24	3T23	A/A	9M24	9M23	A/A
<i>SSS (YoY)</i>	18,2%	-6,6%	+2480bps	10,1%	3,1%	+700bps
Receita Líquida	35,9	33,3	7,7%	97,9	95,1	3,0%
Custo de Vendas e Serviços	(23,5)	(21,3)	10,3%	(69,6)	(65,5)	6,3%
Lucro Bruto	12,4	12,0	3,1%	28,3	29,6	(4,2%)
<i>Margem Bruta</i>	34,6%	36,1%	-156bps	28,9%	31,1%	-218bps
Despesas Operacionais	(13,3)	(18,7)	(28,7%)	(41,2)	(44,8)	(8,1%)
EBIT	(0,9)	(6,7)	(86,2%)	(12,8)	(15,2)	(15,7%)
(+) Deprec. e Amortização	8,8	12,7	(30,8%)	28,0	30,3	(7,5%)
(+) Pré-Abertura de Lojas	(0,0)	0,0	0,0%	(0,0)	0,0	0,0%
EBITDA Ajustado	7,9	6,1	29,6%	15,2	15,1	0,7%
Efeito IFRS16	(1,7)	(1,3)	33,8%	(5,0)	(3,7)	34,5%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	6,2	4,8	28,5%	10,1	11,3	(10,4%)

RESULTADOS DAS OPERAÇÕES NOS EUA

Margaritaville & Landshark | USA



Os resultados do terceiro trimestre das operações nos Estados Unidos refletem um período de ajustes e decisões estratégicas importantes. A receita líquida de R\$ 231,8 milhões apresentou uma variação negativa de 5,9% (em reais) e as vendas nas mesmas lojas (SSS) retraíram 12,4% (em moeda local), impactada pela menor demanda durante o verão americano e pela ausência do pico de vendas atípico registrado no ano anterior devido ao falecimento de *Jimmy Buffet*. A perda de receita gerada pela reestruturação do portfólio de lojas foi compensada pela variação cambial positiva no período. Além do fechamento do restaurante Margaritaville em Las Vegas, ocorrido em maio de 2024, a companhia também encerrou, durante o trimestre, as operações da unidade LandShark em San Antonio, Texas, como parte de sua estratégia de otimização do portfólio e foco em operações mais rentáveis

O EBITDA ajustado (ex-IFRS16), que desconsidera os efeitos inerentes as renovações e reclassificações de contratos ocorridos no 3T23 no montante de USD 2,8 milhões¹, totalizou R\$ 38,5 milhões no trimestre, queda de 3,9% no comparativo com o mesmo período do ano anterior, influenciada pelo menor faturamento no período. Apesar dos desafios, a companhia implementou iniciativas para mitigar os impactos financeiros, incluindo a redução e rebalanceamento de despesas corporativas e nas lojas, o que impulsionou a margem em 35bps para 16,6%.

A operação está implementando estratégias para fortalecer o desempenho nos próximos trimestres, incluindo o teste de novos itens de cardápio para aumentar o tráfego no horário de almoço e o fortalecimento do programa de fidelidade para reforçar o engajamento dos clientes. A companhia também está investindo em campanhas segmentadas e focando na maturação de novas unidades em mercados estratégicos, como Nova York, Boston e Atlanta visando atingir as margens operacionais esperadas.

(em milhões de US\$)	3T24	3T23	A/A	9M24	9M23	A/A
SSS (YoY)	-12,4%	5,2%	-1760bps	-5,6%	3,7%	-930bps
Receita Líquida	41,8	50,6	(17,3%)	114,6	124,1	(7,6%)
Custo de Vendas e Serviços	(21,9)	(26,9)	(18,5%)	(65,5)	(68,7)	(4,8%)
Lucro Bruto	19,9	23,6	(16,0%)	49,2	55,4	(11,2%)
Margem Bruta	47,5%	46,8%	+73bps	42,9%	44,6%	-172bps
Despesas Operacionais	(14,5)	(17,1)	(15,1%)	(46,4)	(44,3)	4,7%
Pré-Abertura de Lojas	(0,0)	(0,6)	(98,1%)	3,1	(1,3)	n.a
EBIT	5,4	5,9	(9,7%)	5,9	9,8	(39,2%)
(+) Deprec. e Amortização	5,2	2,3 ¹	127,7%	18,7	11,4	63,8%
(+) Pré-Abertura de Lojas e outros	0,0	0,6	(98,1%)	(3,1)	1,3	n.a
EBITDA Ajustado	10,6	8,9	19,5%	21,5	22,5	(4,4%)
Efeito IFRS16	(3,7)	(1,4)	158,4%	(11,1)	(9,3)	18,8%
EBITDA Aj. Ex-IFRS16	6,9	8,2	(15,7%)	10,5	15,1	(30,6%)
Margem EBITDA Aj Ex-IFRS16	16,6%	16,3%	+32bps	9,1%	12,1%	-302bps

1 – Efeito IFRS16 das renovações e reclassificações de contratos ocorridos no 3T23 reduziram pontualmente a depreciação e aumentaram as despesas de aluguel em USD 2,8 milhões sem impacto no EBIT ou EBITDA ex-IFRS16

TRANFORMAÇÃO DIGITAL

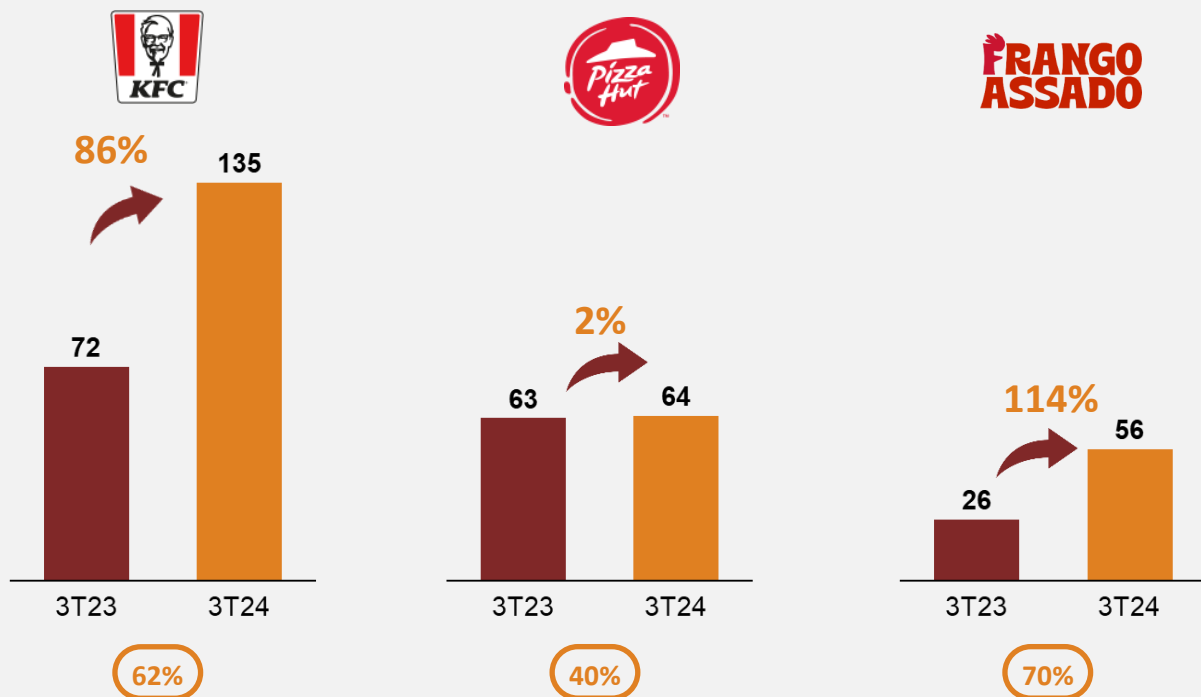
A digitalização permanece como um pilar estratégico para a IMC, com resultados expressivos que reforçam a transformação digital da companhia. No terceiro trimestre, o aplicativo do Pizza Hut superou 362 mil downloads, com transações crescendo 82% e representando 13,3% da receita digital da marca.

Os programas de fidelidade e totens de autoatendimento também se destacaram: as vendas nos totens do KFC, agora presente em todas as lojas, aumentaram 186% e já representam 40% das vendas totais da marca, enquanto os totens de self-checkout do Frango Assado já somam 68% dos tickets, impulsionando a experiência do cliente e a eficiência no atendimento. O programa de fidelidade Fran-Go, com 346 mil clientes cadastrados, representa 6,9% das vendas totais dos restaurantes da marca.

No total, as vendas digitais das marcas Pizza Hut, KFC e Frango Assado alcançaram R\$254 milhões, um crescimento de 58% sobre o 3T23, consolidando o compromisso da IMC com a inovação e a eficiência operacional.

Vendas Digitais¹

Valores em R\$ milhões



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

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

COMENTÁRIOS SOBRE DESEMPENHO

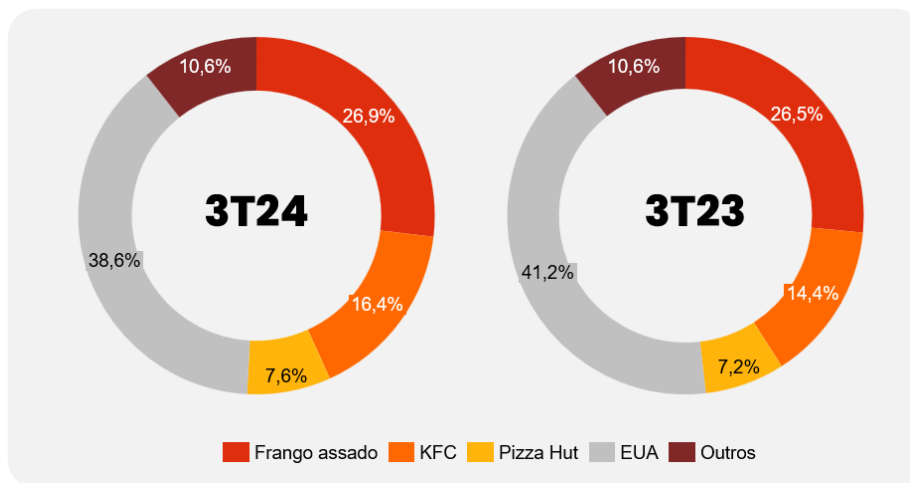
No 3T24 de 2024, as vendas totais do sistema, que incluem tanto o faturamento das lojas próprias e franqueadas, apresentaram crescimento de 0,6% em comparação ao mesmo período de 2023, totalizando R\$ 818,4 milhões no trimestre.

A receita líquida consolidada da companhia no 3T24 alcançou R\$ 601,1 milhões, representando um crescimento de 0,5% em relação ao 3T23. Este resultado foi reflexo da combinação do desempenho das vendas em mesmas lojas (SSS), que retraiu 2,2% no trimestre, variação cambial positiva e o balanço da abertura e fechamento de algumas lojas de baixo desempenho.

No Brasil, a receita líquida atingiu R\$ 369,3 milhões, um aumento de 4,9% em comparação ao 3T23. As vendas no conceito de mesmas lojas (SSS) no Brasil registraram um aumento de 3,3%, e 2,2% excluindo os postos de gasolina. Apesar das operações terem sido impactadas por desafios operacionais nas lojas KFC e um calendário desfavorável, esses fatores negativos foram compensados pelo aumento no ticket médio, resultado de novas iniciativas de marketing e inovações de produto.

Nos Estados Unidos, a receita líquida foi de R\$ 231,8 milhões, uma queda de 5,9% em comparação ao 3T23, considerando a variação cambial positiva devido à desvalorização do real no período. Em moeda local, a receita registrou uma queda de 15,7%, e as vendas em mesmas lojas (SSS) diminuíram 12,4%. Essa retração foi influenciada pelo fechamento de 2 lojas e pela alta base de comparação do 3T23, resultado do maior fluxo de clientes nos restaurantes pelo tributo ao cantor Jimmy Buffet.

RESULTADO | Representatividade da Receita Líquida



RESULTADO | Same Store Sale (SSS)¹

Same Store Sale (SSS) ¹	3T24	3T23	9M24	9M23
Global (ex-postos)	-2,2%	2,5%	-0,1%	5,6%
Brasil (ex-postos)	3,0%	1,0%	2,4%	6,9%
Road	4,3%	2,1%	0,6%	-0,6%
Frango Assado - Restaurantes	3,1%	6,2%	0,9%	13,6%
Frango Assado - Postos	5,3%	-1,2%	0,3%	-10,5%
Casual & Mall	3,6%	1,0%	1,9%	6,3%
KFC	-0,2%	0,1%	-0,2%	5,6%
Pizza Hut	3,6%	0,3%	4,1%	5,4%
Outros	4,2%	9,5%	3,2%	6,3%
Air	18,2%	-6,6%	10,1%	3,1%
EUA	-12,4%	5,2%	-5,6%	3,1%

¹ - Base 100 | Restaurantes fechados por mais de 7 dias consecutivos dentro de um mês e aqueles com funcionamento em ½ período por razões operacionais são expurgados da base comparável

RESULTADOS DO DESEMPENHO | EBITDA

No 3T24, o EBITDA ajustado consolidado atingiu R\$ 86,6 milhões, representando um crescimento de 7,0% em relação ao ano anterior e a margem EBITDA ajustado foi de 14,4% no trimestre, um aumento de 89bps em relação ao 3T23. Cabe ressaltar que no 3T23 foram observados R\$ 13,0 milhões de efeitos positivos não recorrentes provenientes de créditos fiscais diversos, que compensaram os efeitos negativos inerentes as renovações e reclassificações de contratos nos EUA naquele período (efeito do IFRS16, de R\$13.6 milhões).

No Brasil, o EBITDA ajustado das operações alcançou R\$ 28,3 milhões. Além dos eventos não recorrentes mencionados acima, observou-se uma redução de 6,5% no G&A corporativo, refletindo a contínua busca por eficiência operacional e no controle de custos e despesas. Nos Estados Unidos, o EBITDA ajustado registrou R\$ 58,3 milhões, crescimento de 38,5% em relação ao ano anterior, reflexo das renovações e reclassificações de contratos de locações (efeito do IFRS16).

A melhora do EBITDA em conjunto com redução do custo financeiro relacionado ao menor nível de endividamento com menor custo, foram compensados pelas maiores despesas de depreciação e amortização de lojas, que contribuíram para que a companhia apresentasse prejuízo de R\$12,8 milhões no 3T24.

(em milhões de R\$)	3T24	3T23	A/A	9M24	9M23	A/A
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO	(12,8)	16,4	na	(28,5)	(5,8)	392,2%
Lucro (Prejuízo) Ops Desinvestidas *	0,0	1,9	(100,0%)	0,0	17,5	(100,0%)
Ganho com venda de Ops. Desinvestidas	0,0	19,3	na	0,0	19,3	na
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQ Pro-Forma	(12,8)	(4,8)	na	(28,5)	(42,6)	(33,1%)
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	(2,8)	11,6	(124,1%)	(14,9)	(8,0)	na
(+) Resultado Financeiro	30,9	30,1	2,8%	76,2	93,2	(18,2%)
(+) D&A	65,8	38,2	71,4%	206,0	146,5	40,6%
EBITDA	81,1	75,2	7,8%	238,8	189,2	26,2%
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	3,0	4,7	(36,8%)	(5,6)	6,8	(182,7%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	2,5	1,0	147,1%	4,7	2,3	101,0%
EBITDA Ajustado	86,6	80,9	7,0%	237,9	198,3	20,0%
<i>EBITDA / Receita Líquida</i>	<i>13,5%</i>	<i>12,6%</i>	<i>+92bps</i>	<i>14,3%</i>	<i>11,5%</i>	<i>+273bps</i>
<i>EBITDA Ajustado / Receita Líquida</i>	<i>14,4%</i>	<i>13,5%</i>	<i>+89bps</i>	<i>14,2%</i>	<i>12,1%</i>	<i>+212bps</i>

RESULTADOS DO DESEMPENHO | G&A Brasil

No 3T24, as despesas gerais e administrativas da companhia reduziram 6,5% versus o 3T23 e reduziu 20 bps sua representatividade em relação à receita líquida consolidada para 6,1%, reflexo de esforços na otimização de estrutura e melhorias nos processos internos, sem perder o foco no reforço de áreas estratégicas e do fortalecimento dos sistemas de tecnologia e outras iniciativas estratégicas.

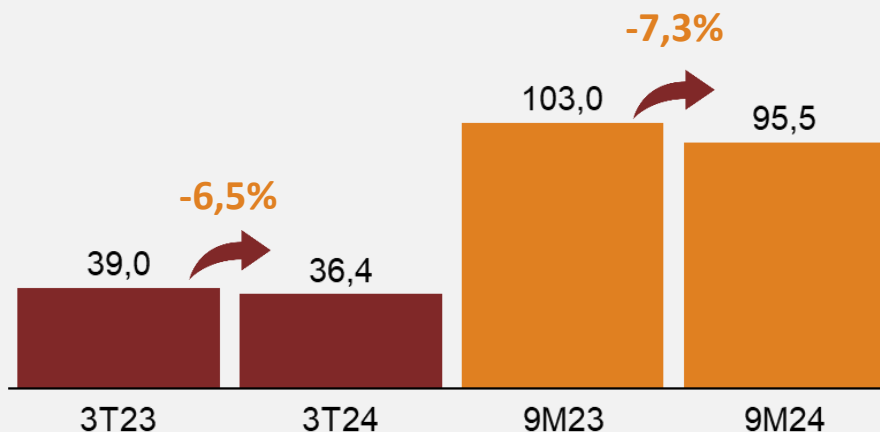
As outras receitas/despesas somaram R\$6,9 milhões no trimestre, redução de 64,9%, destacando-se uma receita extraordinária de R\$ 13,0 milhões no 3T23, provenientes de créditos fiscais diversos que não ocorreram no 3T24.

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. Essa estratégia é crucial para garantir que a companhia tenha a capacidade de expandir de forma eficiente e consolidar sua posição de liderança no mercado, à medida que continua a executar seus planos de crescimento e alcançar seus objetivos estratégicos.

(em milhões de R\$)	3T24	3T23	A/A
G&A & Outros ¹	(29,5)	(19,4)	51,6%
G&A ¹	(36,4)	(39,0)	(6,5%)
Outros	6,9	19,8	(64,9%)

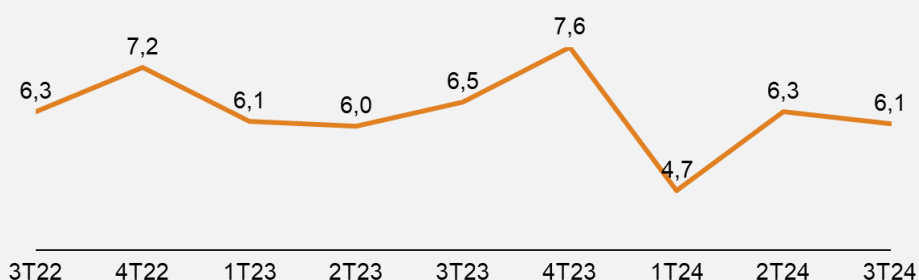
G&A Brasil

(R\$ milhões)



G&A sobre Receita

(% sobre receita global)



RESULTADO | EBITDA EX-IFRS 16

(em milhões de R\$)	3T24	3T23	A/A	9M24	9M23	A/A
EBITDA	81,1	75,2	7,9%	238,8	189,1	26,2%
(+) Despesas com Itens Especiais e Outros	3,0	4,7	(36,8%)	(5,6)	6,8	na
(+) Pré-Aberturas de Lojas	2,5	1,0	147,1%	4,7	2,3	101,0%
EBITDA AJUSTADO	86,6	80,9	7,0%	237,9	198,2	20,0%
Efeito IFRS16	(35,8)	(21,7)	65,1%	(105,3)	(83,2)	26,7%
EBITDA AJUSTADO Ex-IFRS16	50,8	59,2	(14,2%)	132,5	115,1	15,1%

RESULTADO | Atividades de Investimentos

Durante o trimestre a companhia realizou investimentos de R\$ 36,2 milhões, sendo R\$ 21,5 milhões destinados a expansão e R\$14,7 milhões para manutenções, reformas e outros. O ritmo de investimento estará diretamente ligado à performance operacional e financeira da companhia, garantindo a disciplina financeira na construção do futuro da IMC.

CAPEX (em milhões de R\$)	3T24	3T23	A/A	2024	2023	A/A
Investimentos em Expansão	21,5	18,6	15,8%	57,2	63,8	-10,3%
Investimentos em Manutenção, Reforma e Outros	14,7	12,6	16,5%	47,4	33,1	43,2%
Total de Investimentos em Capex	36,2	31,2	16,1%	104,6	96,9	8,0%

RESULTADO | Geração de Caixa

No 3T24, fluxo de caixa operacional foi de R\$ 99,2 milhões, crescimento de 27,5% versus o mesmo período do ano anterior, impulsionado pelo aumento do EBITDA e pela variação de outros ativos/ passivos operacionais de R\$ 15,1 milhões, resultado de uma melhor gestão de capital de giro. O investimento no Capex de R\$36,2 milhões, cresceu abaixo ritmo da geração de caixa operacional, resultado no em um fluxo de caixa livre de R\$ 62,9 milhões no trimestre, com crescimento de 35,2%.

R\$ milhões	3T24	3T23	A/A	2024	2023	A/A
EBITDA	86,6	80,9	7,0%	237,9	198,2	20,0%
(+) Imposto de renda e CSLL	(0,1)	(0,8)	(90,9%)	(0,1)	(3,2)	(95,9%)
(+) Pré-Aberturas de Lojas	(2,5)	(1,0)	147,1%	(4,7)	(2,3)	101,0%
(+) Variações nos ativos e passivos operacionais e outros	15,1	(1,4)	(1178,7%)	(65,4)	(22,7)	188,0%
(=) Fluxo de Caixa Operacional Pro Forma *	99,2	77,7	27,5%	167,7	170,0	(1,4%)
(+) Capex	(36,2)	(31,2)	16,1%	(104,6)	(96,9)	8,0%
(=) Fluxo de Caixa Livre Pro Forma *	62,9	46,5	35,2%	63,0	73,1	(13,8%)

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

DÍVIDA LÍQUIDA

No terceiro trimestre de 2024, a dívida bruta total da companhia manteve-se relativamente estável em R\$526,9 milhões, sendo que desta, 86% classificada no longo prazo. A dívida líquida cresceu 2,0% versus o trimestre anterior, para R\$351,2 milhões e a companhia encerrou o trimestre com uma posição de caixa total de R\$175,7 milhões. A alavancagem financeira permaneceu em 2,3x (EBITDA LTM, ex-IFRS16), consistente com o planejamento da companhia e abaixo dos limites estabelecidos pelos *coverts*.

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.

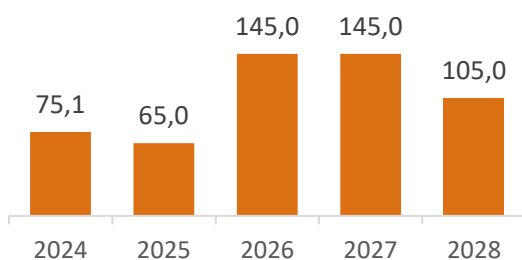
Em milhões de R\$	3T24	% total	2T24	% total	1T24	% total	3T23	% total
Curto Prazo	72,8	14%	72,4	14%	76,7	14%	165,8	33%
Longo Prazo	454,2	86%	453,7	86%	453,2	86%	337,9	67%
Dívida Total	526,9	100%	526,1	100%	529,9	100%	503,8	100%
(-) Caixa *	(175,7)	-	(181,9)	-	(203,6)	-	(198,6)	-
Dívida Líquida	351,2	-	344,2	-	326,3	-	305,2	-
Alavancagem ex-IFRS16	2,3x	-	2,1x	-	2,1x	-	1,8x	-

*Caixa 2T24 e 1T24 inclui o valor de R\$ 7.0M referente a escrow conforme o contrato firmado com a YUM para eventuais despesas jurídicas

RESULTADO | Por Indexador (R\$m)

Instrumento	Taxa	Dívida em 30/09/2024
Debênture MEAL13	CDI + 3,60% a.a.	201.081.409,92
Debênture MEAL14	CDI + 4,20% a.a.	213.846.028,15
Debênture MEAL15	CDI + 4,20% a.a.	62.488.736,16
4131	CDI + 2,45% a.a.	55.559.405,69
Seacoast	3,05%	2.091.874,81
Outros	-	8.135.537,86
Total (R\$):	~ CDI + 3,8%	526.931.916,87

RESULTADO | Cronograma de amortização





ANEXOS



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADO:

(em milhares de R\$)	3T24	3T23	A/A	2024	2023	A/A
RECEITA LÍQUIDA	601.132	613.282	-2,0%	1.678.331	1.677.644	0,0%
CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS	(385.761)	(378.518)	1,9%	(1.127.398)	(1.105.466)	2,0%
LUCRO BRUTO	215.371	234.763	-8,3%	550.933	572.178	-3,7%
Margem Bruta	35,8%	38,3%	-2,5 p.p.	32,8%	34,1%	-1,3 p.p.
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS						
Despesa de vendas, gerais e administrativas	(220.183)	(215.725)	2,1%	(628.923)	(586.921)	7,2%
Redução do valor recuperável dos ativos						
Equivalência patrimonial	6.883	278	2375,9%	12.144	5.374	126,0%
Outras/despesas operacionais	13.322	43.851	-69,6%	98.642	84.371	16,9%
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	15.393	63.167	-75,6%	32.796	75.001	-56,3%
Resultado financeiro, líquido	(30.988)	(29.001)	6,9%	(76.237)	(92.491)	-17,6%
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO IR/CSSL	(15.595)	34.166	-145,6%	(43.440)	(17.490)	148,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social	2.781	(12.332)	na	14.945	6.545	128,3%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO OP. CONTINUADAS	(12.814)	21.833	na	(28.495)	(10.945)	160,4%
Margem Líquida	-2,1%	3,6%	-5,7 p.p.	-1,7%	-0,7%	-1,0 p.p.
Lucro (Prejuízo) Operações Descontinuadas	-	(5.431)	na	-	5.154	-100,0%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	(12.814)	16.402	-178,1%	(28.495)	(5.791)	392,1%
Margem Líquida	-2,1%	2,7%	-4,8 p.p.			

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO:

(em milhares de R\$)	3T24	3T23
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	170.121	180.733
Aplicações financeiras	5.571	23
Contas a receber	84.495	93.032
Estoques	52.285	50.178
Outros ativos e adiantamentos	111.268	155.346
Total do ativo circulante	423.740	479.312
NÃO CIRCULANTE		
Aplicações financeiras	-	11.719
Imposto de renda e contribuição social diferidos	71.450	78.662
Outros ativos e investimentos	98.216	102.553
Imobilizado	512.370	484.906
Intangível	925.967	981.208
Ativo de direito de Uso de Imóvel	587.477	619.084
Total do ativo não circulante	2.195.480	2.278.132
TOTAL DO ATIVO	2.619.220	2.757.444
PASSIVO		
CIRCULANTE		
Fornecedores	158.142	151.128
Empréstimos, financiamentos e debêntures	72.760	165.842
Salários e encargos sociais	70.381	84.108
Passivo de arrendamento	106.658	86.670
Outros passivos circulantes	59.307	82.731
Total do passivo circulante	467.248	570.480
NÃO CIRCULANTE		
Empréstimos, financiamentos e debêntures	454.172	337.918
Provisão para disputas trab., cíveis e tributárias	55.304	106.197
Imposto de renda e contribuição social diferidos	37.832	30.934
Passivo de Arrendamento	537.645	559.662
Outros passivos	35.016	39.998
Total do passivo não circulante	1.119.969	1.074.710
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	43.826	40.144
Ações em Tesouraria	(5.551)	(5.551)
Prejuízos acumulados	(598.878)	(494.177)
Ajuste de avaliação patrimonial	88.152	67.385
Total do Patrimônio Líquido	1.032.004	1.112.256
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.619.220	2.757.444

FLUXO DE CAIXA:

(em milhares de R\$)	3T24	3T23	A/A	2024	2023	A/A
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS						
Lucro/Prejuízo das operações continuadas	(12.815)	21.832	-158,7%	(28.495)	(10.945)	n/a
Lucro/Prejuízo das operações descontinuadas	-	(5.431)	n/a	-	5.154	n/a
Lucro/Prejuízo líquido do trimestre	(12.815)	16.401	-178,1%	(28.495)	(5.791)	392,1%
Deprec. e Amortiz. (imobilizado, intangíveis e direito de uso)	65.708	34.819	88,7%	205.959	142.260	44,8%
Juros s/ empréstimos, arrendamento e var. cambial	33.404	26.506	26,0%	92.159	90.777	1,5%
Provisões diversas e outros	(2.448)	27.340	-109,0%	(42.136)	6.975	-704,1%
Contas a Receber	19.004	(13.898)	-236,7%	23.922	26.473	-9,6%
Estoques	822	6.534	n/a	4.685	2.628	n/a
Fornecedores	(27.417)	(11.450)	139,5%	(96.826)	(64.725)	49,6%
Variação nos outros ativos e passivos operacionais	19.094	(10.191)	-287,4%	(1.025)	(20.250)	-94,9%
Caixa gerado pelas atividades operacionais	95.352	76.062	25,4%	158.242	178.348	-11,3%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(69)	(758)	-90,9%	(128)	(3.155)	-95,9%
Dividendos Recebidos	3.870	(2.985)	-229,6%	9.553	0	0,0%
Juros pagos sobre passivo de arrendamento	(12.049)	(5.680)	112,1%	(29.522)	(22.326)	32,2%
Juros pagos	(15.096)	(35.452)	-57,4%	(49.695)	(80.522)	-38,3%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	2.581	-100,0%	-	2.676	-100,0%
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	72.008	33.769	113,2%	88.450	75.020	17,9%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO						
Resgate de (investimento em) aplicações financeiras	113	13.022	n/a	(621)	114.747	n/a
Alienação de ativos (atividades M&A)	0	39.752	n/a	67.875	39.752	n/a
Adições de imobilizado e intangíveis	(36.237)	(31.178)	16,2%	(104.650)	(96.950)	7,9%
Caixa de Investimento utilizado em ope. descontinuadas	0	(936)	n/a	0	(1.675)	n/a
Caixa líquido proveniente das atividades de investimento	(36.124)	20.660	-274,8%	(37.396)	55.874	-166,9%
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO						
Pagamento de Dividendos	-	0	n/a	-	0	n/a
Amortização de passivo de arrendamento	(32.358)	(17.395)	86,0%	(101.397)	(78.427)	29,3%
Novos empréstimos	-	-	n/a	-	242.400	n/a
Amortização de empréstimos	(8.395)	(6.929)	21,2%	(12.793)	(385.794)	-96,7%
Caixa líquido utilizado em operações descontinuadas	-	(5.807)	n/a	-	(4.951)	n/a
Caixa líquido utilizadas nas atividades de financiamento	(40.753)	(30.131)	35,3%	(114.190)	(226.772)	-49,6%
EFEITO DE VARIAÇÕES CAMBIAIS	(1.179)	2.498	-147,2%	4.098	(2.461)	-266,5%
VARIAÇÃO LÍQUIDA NO PERÍODO	(6.047)	26.796	-122,6%	(59.039)	(98.339)	-40,0%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO INÍCIO DO PERÍODO	176.169	160.120	10,0%	229.159	285.255	-19,7%
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO FIM DO PERÍODO	170.120	186.916	-9,0%	170.120	186.916	-9,0%



3Q24 | MEAL3

Earnings Release



VIENA



Brunella

R/A CATERING



QUARTER HIGHLIGHTS



IMC consolidates its transformation strategy and reaches the end of 3Q24 with a controlled leverage, at 2.3x, and a 7.0% growth in Adjusted EBITDA.

Company improves performance by focusing on cost management, increasing profitability in Frango Assado, and closing underperforming stores

R\$818 million

System Sales¹

+0.6% vs. 3Q23

R\$369 million

Net Revenue in Brazil

+4.9% vs. 3Q23

571 Stores

Total System

10 Store Openings
in 3Q24²

R\$254 million

Digital Sales⁴

+58% vs. 3Q23

R\$86.6 million

Adjusted EBITDA

+7.0% vs. 3Q23

+3% | -2%

Same Store Sale
(Brazil³ | Cons.)

Leverage of 2.3x

Net Debt / EBITDA
(LTM)

R\$351 million

Net Debt

Average: 41 months

São Paulo, November 13, 2024: The 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 third quarter and full year of 2024 (3Q24). 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).

INVESTOR RELATIONS:

Alexandre Santoro – CEO

Rafael Bossolani – CFO and IRO

Fernanda de Oliveira – IR Manager

Igor Jacarini – IR Specialist

FSB Comunicação – Media Relations

¹ - Sales of company stores and franchises | ² - company stores and franchises | ³ - Brazil, ex- gas stations | ⁴ - Sales revenue from PH, KFC and Frango Assado

MESSAGE FROM MANAGEMENT

Over the past three years, we embarked on a transformation journey that has profoundly reshaped IMC, founded on four strategic pillars: **operational efficiency, financial discipline, expansion and digitalization**. These efforts enabled us to simplify our business, expand our 4-wall margins, improve our financial position and consolidate our main brands, positioning the Company for a new cycle of more sustainable growth.

We are continuously evolving on several fronts and believe the current moment is appropriate for strengthening the ones that can elevate our operations to the desired level of excellence. This consolidation is natural after an evolution cycle and is essential to ensure that we continue to grow in a solid and consistent manner, always aiming at our purpose to **“Be the best food service platform in Brazil”**.

This quarter, the Company’s revenue growth was driven mainly by the brands in its Brazilian operations. This performance reflects the solid advancement of the strategy, which was still impacted by the portfolio optimization process, with the closure of underperforming stores, in contrast to the new stores that are still in their maturation phase and that will contribute to growth in the coming quarters. **As a result, the growth of the Brazilian operations increased by 4.9% and global net revenue totaled R\$601.1 million, 0.5% higher than in the previous year**, influenced by the performance of operations in the USA, which have been facing adverse market conditions, in addition to a higher comparative base with the non-recurring increase in consumer flow in our restaurants in 3Q23. Adjusted EBITDA totaled R\$86.6 million, growing by 7.0%, and the margin expanded by 88bps, to 14.4%, resulting from solid cost and expense management, adjusting the structure of operations and of G&A expenses to effectively sustain the business.

We remain focused on achieving profitable growth and improving our customers’ experience, concentrating efforts on increasing counter sales and exploring the initiatives that have already been implemented. We launched the "2 for R\$19.90" promotion at KFC, encouraged new consumption occasions and service hours at Pizza Hut and also implemented promotional initiatives at Frango Assado, aimed at increasing recurring visitor flow. Digital sales² grew by 58% in transactions, now accounting for 57% of total sales, while the Pizza Hut proprietary app already corresponds to 13.3% of the brand’s delivery revenue, with over 415 thousand registered customers. The loyalty program at Frango Assado already has 346 thousand active customers, with a 17% increase in transactions. We improved the in-store experience by expanding self-checkouts at all KFC locations, already responsible for 40% of the brand's total sales, improving the experience while reducing labor costs and increasing the average sales ticket.

During the last quarter, investments were allocated towards the chain’s expansion, with 10 new stores, prioritizing the KFC and Pizza Hut brands, always maintaining discipline in expansion investments and a balance between owned units and franchises. **We will continue to focus on ensuring the profitability of new stores and on carrying out operational improvements, seeking to optimize return on investments already made and guaranteeing the efficiency of these operations.** We are also excited to announce the resumption of activities at the Salgado Filho Airport, in Porto Alegre, after being closed for 171 days. This event symbolizes not only the safety and well-being of the entire team, but also the resumption of operations on a renewed basis, with a modernized infrastructure and best practices that will result in productivity gains and optimize operational processes.

We continue to strengthen our financial position and maintain a healthy capital structure. We ended 3Q24 with a total cash balance of R\$175.7 million, a net debt of R\$351.2 million, and a financial leverage ratio of 2.3x (net debt/EBITDA pre-IFRS16), lower than the 3.0x covenant established for the period. **Within this context, we remain focused on increasing operating cash generation and selectively allocating funds to projects that offer the greatest potential return.**

Finally, we remain confident in our strategy and fully aware of the challenges ahead. With a clear strategic vision, a team that thinks and acts like owners, the support of our franchise network, and the strength of our brands, we are confident we will achieve our Big Dream.

¹ - Brazil: restaurants closed for more than 7 consecutive days within a one-month period and those open for only 50% of service hours due to operational reasons are excluded from the comparative base.

² - Digital sales: Considering the brands PH, KFC, and Frango Assado.

HIGHLIGHTS | Consolidated

(R\$ million)	3Q24	3Q23	YoY	9M24	9M23	YoY
Number of Stores	571	523	48	571	523	48
SSS (YoY)	-2.2%	2.5%	-5bps	-0.1%	5.6%	-6bps
Total System Revenue	818.4	813.5	0.6%	2,342.6	2,258.8	3.7%
Net Revenue	601.1	598.3	0.5%	1,675.3	1,641.3	2.1%
Gross Profit	215.4	221.5	(2.8%)	549.8	548.4	0.3%
Gross Margin (%)	35.8%	37.0%	-120bps	32.8%	33.4%	-59bps
Adjusted EBITDA	86.6	80.9	7.0%	237.9	198.2	20.0%
Adjusted EBITDA Margin (%)	14.4%	13.5%	+88bps	14.2%	12.1%	+212bps
Free Cash Flow	62.9	46.5	35.2%	63.0	73.1	(13.8%)
Net Debt / LTM EBITDA*	2.3x	1.8x	-0.7x	2.3x	1.8x	-0.7x

1- Global (Ex-gas stations)

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

HIGHLIGHTS | Sales

(R\$ million)	3Q24	3Q23	YoY	9M24	9M23	YoY
Net Revenue¹	601.1	598.3	0.5%	1,675.3	1,641.3	2.1%
Brazil	369.3	352.0	4.9%	1,070.2	1,023.9	4.5%
Frango Assado	161.6	158.6	1.8%	468.6	470.9	(0.5%)
Restaurants and others	74.4	75.7	(1.7%)	221.6	221.3	0.1%
Gas stations	87.1	82.9	5.1%	247.0	249.7	(1.1%)
Airport	35.9	33.3	7.7%	97.9	95.1	3.0%
PH, KFC, and Others	171.8	160.0	7.4%	503.7	457.9	10.0%
USA	231.8	246.3	(5.9%)	605.0	617.4	(2.0%)

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

HIGHLIGHTS | Operating Result

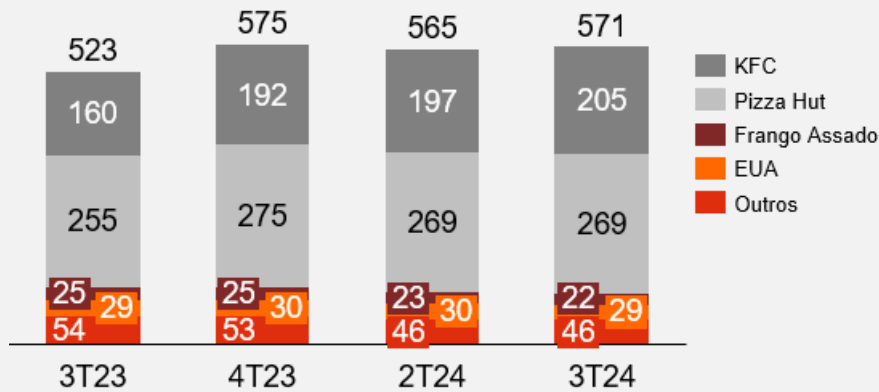
(R\$ million)	3Q24	3Q23	YoY	9M24	9M23	YoY
Adjusted EBITDA	86.6	80.9	7.0%	237.9	198.2	20.0%
Brazil	28.3	38.9	(27.2%)	124.0	90.0	37.8%
Frango Assado	25.7	23.2	10.9%	66.1	63.2	4.6%
Airports	7.9	6.1	29.6%	15.2	15.1	0.7%
PH, KFC, and Others	24.2	29.1	(16.8%)	66.3	70.2	(5.5%)
G&A and Others¹	(29.5)	(19.4)	51.6%	(23.7)	(58.5)	(59.5%)
G&A ¹	(36.4)	(39.0)	(6.5%)	(95.5)	(103.0)	(7.3%)
Others	6.9	19.8	(64.9%)	71.8	44.5	61.2%
USA	58.3	42.1	38.5%	113.9	108.4	5.0%

EVOLUTION OF THE NUMBER OF STORES¹

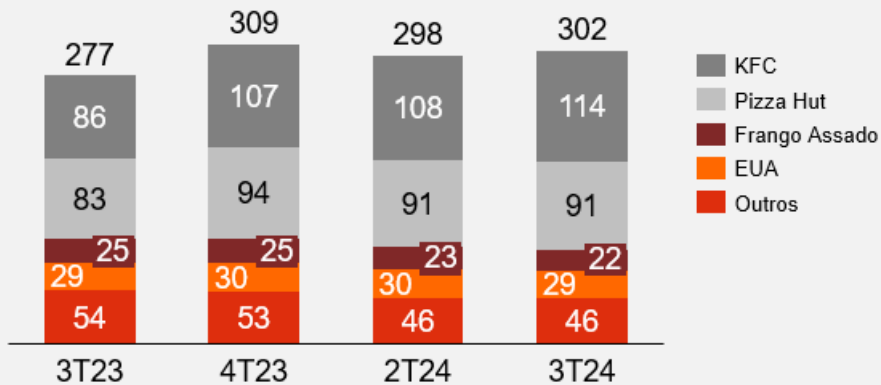
IMC ended the third quarter with 571 stores, including company-owned and franchises, in Brazil and the USA. In the last twelve months, the Company had a net expansion of 48 stores, with growth concentrated in the Pizza Hut and KFC brands, both for company-owned stores as well as franchises.

The Company maintained its commitment to a dedicated and disciplined expansion plan, ensuring a healthy chain of stores and franchisees in its system. In the quarter, we opened 10 new stores (2 Pizza Hut and 8 KFC), and closed 4 stores (2 Pizza Hut, 1 Frango Assado and 1 Margaritaville), aligned with the operational improvement cycle. These closures targeted underperforming stores, reinforcing our focus on the chain's financial viability. Company-owned stores currently account for 53% of IMC's system.

NUMBER OF STORES IN THE SYSTEM



NUMBER OF COMPANY STORES



53%

54%

53%

53%

Share of
Company stores (%)

¹ - Excluding discontinued operations

RESULTS OF BRAZILIAN OPERATIONS



FRANGO ASSADO - RESTAURANTS AND GAS STATIONS *Road*

The third quarter of 2024 was 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\$161.6 million, up by 1.8% from 3Q23, even with less stores in operation and an unfavorable calendar due to a lower number of holidays and weekdays in 2024.

The Frango Assado restaurant chain reported a 3.1% growth in Same-Store Sales (SSS) in the quarter, comparable with the 3.7% increase in the flow of light vehicles on highways during this period, according to the ABCR report. The restaurants from this chain had a total net revenue of R\$74.4 million, down by 1.7%, due to the closure of 3 underperforming stores, thus reducing the base from 25 to 22 stores. The gas stations recorded a 5.1% growth in net revenue in the quarter, in line with the same period of the previous year, totaling R\$87.1 million.

Adjusted EBITDA of the consolidated operation was R\$25.7 million, up by 10.9% over 3Q23, with an increase of 129 bps in the EBITDA margin, to 15.9%, despite the increase in representativeness of gas stations in relation to restaurants. It is worth highlighting the focus in adjusting the number of employees to align the operations with demand, the advancement towards a more effective control of COGS, and in achieving better negotiations with suppliers, as well as our assertive pricing strategy for the brand's core items.



The Frango Assado chain is focused on several strategic fronts to drive growth and profitability, prioritizing the remodeling and expansion of restaurants, with more modern facades and interiors in several stores. In terms of marketing and communication, the brand seeks to increase its visibility by reviewing formats in out-of-home media and activating the brand through partnerships and digital communication. Additionally, the introduction of own-brand products, inspired by iconic portfolio items, aims to expand consumption occasions and attract different consumer profiles, strengthening the brand's presence. We are also improving our people management, using a onboarding format for new employees and reviewing scopes and contracts for outsourced services, seeking to reduce turnover and increase operational efficiency.

We also continued to advance with the digitalization of the Frango Assado stores with self-checkout totems, which reduce customers' waiting time in the final stage of the purchase journey and allows employees to be reallocated to strategic positions. Currently, 72.2% of checkouts are done through the self-service kiosks, demonstrating that customers have been strongly adopting this new technology. The loyalty platform also recorded significant advancements, surpassing the mark of 346 thousand participants, an expressive 578% growth from 3Q23. During the quarter, 7.1% of the total revenue was generated through the loyalty program, providing valuable data to improve the brand's CRM and strengthen customer relationships.

Experimente o melhor do Frango Assado com os seus pontos!



Pão de semolina Md

100 pts



Tostex Presunto e Queijo

100 pts



Coxinha de frango

50 pts



Frango à Parmegiana

200 pts

RESULTS OF BRAZILIAN OPERATIONS

FRANGO ASSADO - RESTAURANTS AND GAS STATIONS *Road*

(R\$ million)	3Q24	3Q23	YoY	9M24	9M23	YoY
Number of Stores	22	25	(3)	22	25	(3)
SSS (YoY)	4.3%	2.1%	+220bps	0.6%	-0.6%	+120bps
Net Revenue	161.6	158.6	1.8%	468.6	470.9	(0.5%)
Restaurants and others	74.4	75.7	(1.7%)	221.6	221.3	0.1%
Gas stations	87.1	82.9	5.1%	247.0	249.7	(1.1%)
Cost of sales and services	(127.4)	(127.3)	0.0%	(375.5)	(380.0)	(1.2%)
Gross Profit	34.2	31.3	9.3%	93.0	90.9	2.3%
<i>Gross Margin</i>	21.2%	19.7%	+144bps	19.9%	19.3%	+54bps
Operating expenses	(17.8)	(17.0)	4.3%	(51.1)	(49.6)	2.9%
Pre-opening of stores	0.1	0.0	0.0%	(0.0)	(0.0)	n.a.
EBIT	16.5	14.3	15.9%	41.9	41.3	1.6%
(+) Depreciation and amortization	9.3	8.9	4.0%	24.2	21.9	10.4%
(+) Pre-opening of stores	(0.1)	0.0	0.0%	(0.0)	0.0	n.a.
Adjusted EBITDA	25.7	23.2	10.9%	66.1	63.2	4.6%
Effect from IFRS16	(5.3)	(6.6)	(19.2%)	(16.6)	(17.0)	(2.3%)
Adjusted EBITDA Ex-IFRS16	20.4	16.6	22.8%	49.6	46.2	7.2%
<i>Adjusted EBITDA Margin Ex-IFRS16</i>	12.6%	10.5%	+215bps	10.6%	9.8%	+76bps

RESULTS OF BRAZILIAN OPERATIONS


VIENA

Brunella

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

(R\$ million)	3Q24	3Q23	YoY	9M24	9M23	YoY
SSS (YoY)	3,6%	1,0%	+260bps	1,9%	6,3%	-440bps
Net Revenue	171.8	160.0	7.4%	503.7	457.9	10.0%
Pizza Hut and KFC	144.0	129.6	11.1%	419.5	368.7	13.8%
Other	27.8	30.4	-8.4%	84.2	89.2	-5.6%
Cost of sales and services	(113.2)	(90.2) ¹	25.5%	(336.2)	(284.1)	18.3%
Gross Profit	58.6	69.8	-16.0%	167.5	173.8	-3.6%
<i>Gross Margin</i>	34.1%	43.6%	-950bps	33.3%	38.0%	-470bps
Operating expenses	(53.6)	(50.8)	5.6%	(158.8)	(146.8)	8.2%
Pre-opening of stores	(2.5)	(1.0)	146.4%	(4.7)	(2.3)	100.5%
EBIT	2.5	18.0	-86.1%	4.0	24.7	-83.7%
(+) Depreciation and amortization	19.2	10.0	90.8%	57.6	43.2	33.6%
(+) Pre-opening of stores	2.5	1.0	146.4%	4.7	2.3	100.5%
Adjusted EBITDA	24.2	29.1	(16.8%)	66.3	70.2	(5.5%)
Effect from IFRS16	(8.6)	(11.8)	(27.3%)	(26.2)	(27.2)	(3.7%)
Adjusted EBITDA Ex-IFRS16	15.6	17.3	(9.7%)	40.1	42.9	(6.6%)
<i>Adjusted EBITDA Margin Ex-IFRS16</i>	9.1%	10.8%	-172bps	8.0%	9.4%	-141bps

1 – The depreciation of COGS, in 3Q23, was positively impacted by R\$9.5 million due to the reversal of provisions in previous quarters, causing a non-recurring increase in EBIT, in the referred amount, without impacting EBITDA. Additionally, the COGS and operating expense lines had items reclassified, in the amount of R\$5.67 million.

RESULTS OF BRAZILIAN OPERATIONS

CATERING AND RETAIL AT AIRPORTS | Air



The Air segment reported significant advances in sales and profitability, even amidst the prolonged closure of the Salgado Filho Airport due to the worst climate tragedy ever recorded in the region, causing the operational shut down of one of its main bases for 171 days.

Net revenue from this segment closed the quarter at R\$35.9 million, up by 7.7% over 3Q23. Excluding the effects caused by the closure of the airport in Porto Alegre, which represents 14.5% of this segment, we recorded a growth of approximately 20% in the quarter over 3Q23. Additionally, in line with the plan to improve the profitability of our operations, we closed 5 underperforming stores in relation to 3Q23. Even with a lower passenger flow at the airports where the Company operates which, according to ANAC data, fell by 7.3% from the third quarter of 2023, same-store sales (SSS) grew by 18.2% in the quarter, driven mainly by new contracts with airlines and expansion of catering services, as well as higher customer traffic at airport restaurants.

Adjusted EBITDA for the segment reached R\$7.9 million in 3Q24, up by 29.6% from the same period of the previous year. This result was influenced by the efficient operating cost and expense management, in addition to the operational leverage generated by sales growth. The Company remains focused on recovering margins, improving its service levels and expanding new sources of revenue.

(R\$ million)	3Q24	3Q23	YoY	9M24	9M23	YoY
SSS (YoY)	18.2%	-6.6%	+2480bps	10.1%	3.1%	+700bps
Net Revenue	35.9	33.3	7.7%	97.9	95.1	3.0%
Cost of sales and services	(23.5)	(21.3)	10.3%	(69.6)	(65.5)	6.3%
Gross Profit	12.4	12.0	3.1%	28.3	29.6	(4.2%)
Gross Margin	34.6%	36.1%	-156bps	28.9%	31.1%	-218bps
Operating expenses	(13.3)	(18.7)	(28.7%)	(41.2)	(44.8)	(7.0%)
EBIT	(0.9)	(6.7)	(86.2%)	(12.8)	(15.2)	(15.7%)
(+) Depreciation and amortization	8.8	12.7	(30.8%)	28.0	30.3	(7.5%)
(+) Pre-opening of stores	(0.0)	0.0	0.0%	(0.0)	0.0	0.0%
Adjusted EBITDA	7.9	6.1	29.6%	15.2	15.1	0.7%
Effect from IFRS16	(1.7)	(1.3)	33.8%	(5.0)	(2.8)	79.4%
Adjusted EBITDA Ex-IFRS16	6.2	4.8	28.5%	10.1	11.3	(10.4%)

RESULTS OF THE U.S. OPERATIONS

Margaritaville & Landshark | USA



The performance in the third quarter results for the U.S. operations reflect the adjustments and important strategic decisions carried out in the period. Net revenue totaled R\$231.8 million, falling by 5.9% (in BRL) and same-store sales (SSS) fell by 12.4% (in local currency), due to lower demand during the American summer and the non-recurring atypical sales peak recorded in the previous year due in memory of Jimmy Buffet. The loss of revenue caused by the restructuring of the store portfolio was offset by the positive exchange rate variation in the period. Besides the closure of the Margaritaville restaurant in Las Vegas, in May 2024, the Company also closed, in 3Q24, the LandShark store in San Antonio, Texas, as part of its strategy to optimize the portfolio and focus on more profitable operations.

Adjusted EBITDA (ex-IFRS16), excluding the effects from contractual renewals and reclassifications in 3Q23, in the amount of US\$2.8 million¹, totaled R\$38.5 million in the quarter, down by 3.9% from 3Q23, influenced by the lower revenue in the period. Despite the challenges, the Company carried out initiatives to mitigate the financial impacts, such as reducing and rebalancing corporate and store expenses, which boosted the margin by 35bps, to 16.6%.

We are implementing strategies to strengthen the performance of the U.S. operations in the coming quarters, including testing new menu items to increase lunchtime customer traffic and strengthening the loyalty program to reinforce customer engagement. The Company is also investing in specific campaigns and focusing on the maturation of new stores in strategic markets, such as New York, Boston and Atlanta, aiming to achieve the expected operating margins.

(US\$ million)	3Q24	3Q23	YoY	9M24	9M23	YoY
SSS (YoY)	-12,4%	5,2%	-1760bps	-5,6%	3,7%	-930bps
Net Revenue	41.8	50.6	(17.3%)	114.6	124.1	(7.6%)
Cost of sales and services	(21.9)	(26.9)	(18.5%)	(65.5)	(68.7)	(4.8%)
Gross Profit	19.9	23.6	(16.0%)	49.2	55.4	(11.2%)
Gross Margin	47.5%	46.8%	+73bps	42.9%	44.6%	-172bps
Operating expenses	(14.5)	(17.1)	(15.1%)	(46.4)	(44.3)	4.7%
Pre-opening of stores	(0.0)	(0.6)	(98.1%)	3.1	(1.3)	n.a.
EBIT	5.4	5.9	(9.7%)	5.9	9.8	(39.2%)
(+) Depreciation and amortization	5.2	2.3 ¹	127.7%	18.7	11.4	63.8%
(+) Pre-opening of stores and others	0.0	0.6	(98.1%)	(3.1)	1.3	n.a.
Adjusted EBITDA	10.6	8.9	19.5%	21.5	22.5	(4.4%)
Effect from IFRS16	(3.7)	(1.4)	158.4%	(11.1)	(9.3)	18.8%
Adjusted EBITDA Ex-IFRS16	6.9	8.2	(15.7%)	10.5	15.1	(30.6%)
Adjusted EBITDA Margin Ex-IFRS16	16.6%	16.3%	+32bps	9.1%	12.1%	-302bps

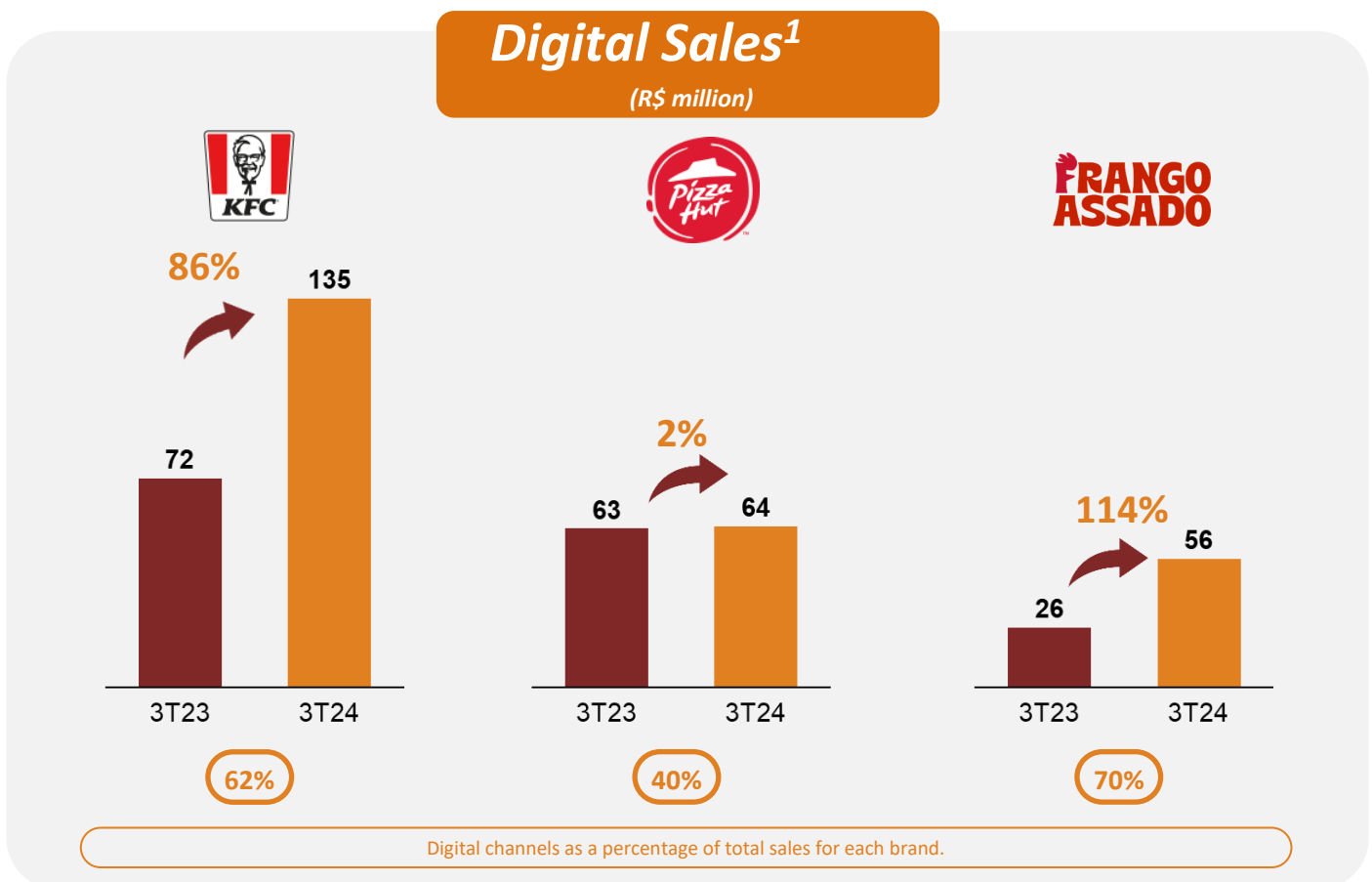
1 – Effect from IFRS16 of contractual renewals and reclassifications, in 3Q23, caused a non-recurring reduction in depreciation and increase in rent expenses, in the amount of US\$2.8 million, without impacting EBIT or EBITDA ex-IFRS16.

DIGITAL TRANSFORMATION

Digitalization remains a strategic pillar for IMC, reaching significant results that reinforce the Company's digital transformation. In the third quarter, the Pizza Hut app surpassed 362 thousand downloads, with an 82% growth in transactions and representing 13.3% of the brand's digital revenue.

We also highlight the loyalty programs and self-service kiosks: self-checkouts at KFC kiosks, which are now available at all its stores, increased by 186% and already account for 40% of the brand's total sales, while Frango Assado's self-checkout kiosks now account for 68% of tickets, boosting customer experience and service efficiency. The Fran-Go loyalty program, with 346 thousand registered customers, accounts for 6.9% of the brand's total restaurant sales.

In total, digital sales of the Pizza Hut, KFC and Frango Assado chains reached R\$254 million, up by 58% from 3Q23, consolidating IMC's commitment to innovation and operational efficiency.



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

COMMENTS ON IMC'S PERFORMANCE

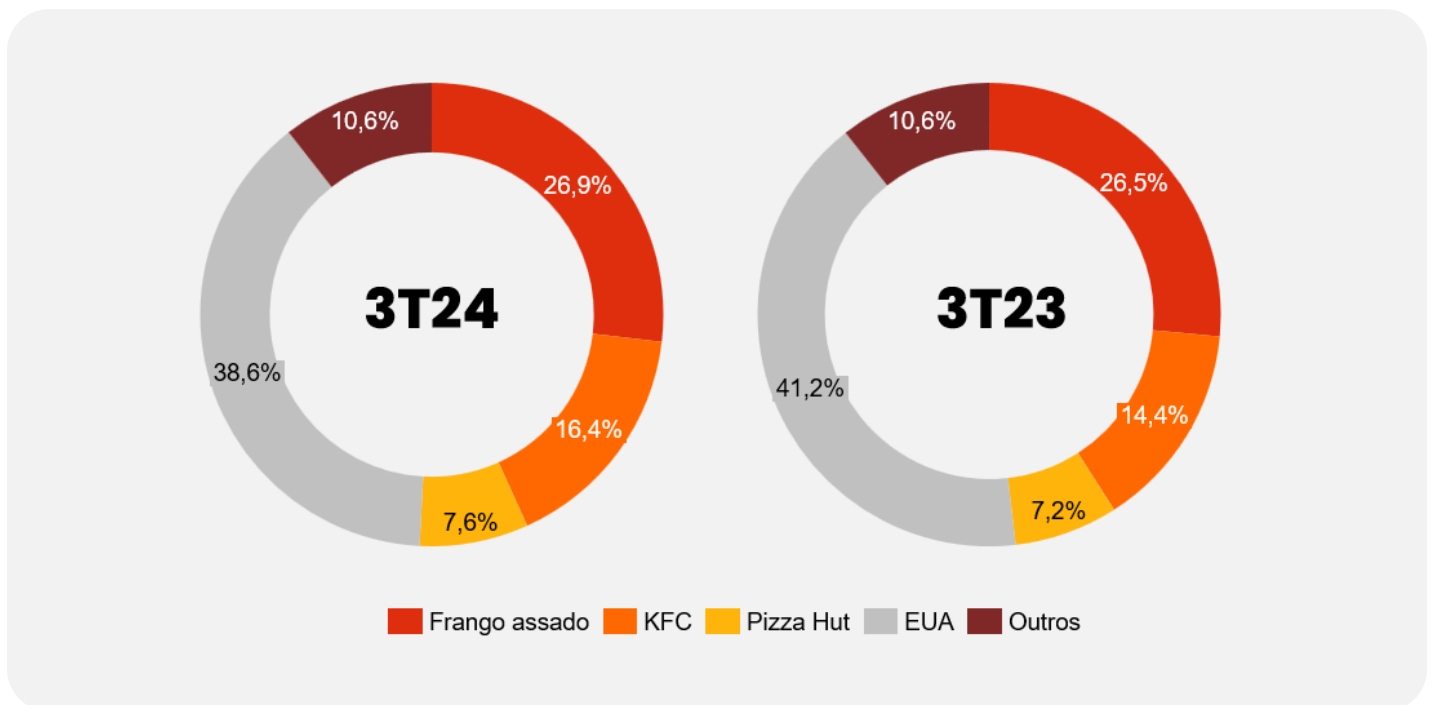
In 3Q24, total system sales, which consider revenues from own stores and franchises, grew by 0.6% from the same period in 2023, totaling R\$818.4 million in the quarter.

The Company's consolidated net revenue reached R\$601.1 million in 3Q24, up by 0.5% from 3Q23. This reflects the combination of same-store sales (SSS) performance, which fell by 2.2% in the quarter, the positive exchange rate variation and the balance between the opening and closing of underperforming stores.

In Brazil, net revenue reached R\$369.3 million, increasing by 4.9% from 3Q23. Same-store sales (SSS) in Brazil increased by 3.3%, and by 2.2% excluding gas stations. Even with operations being impacted by operational challenges at KFC stores, combined with an unfavorable calendar, these negative factors were offset by the increase in average ticket resulting from new marketing initiatives and product innovations.

In the USA, net revenue was R\$231.8 million, down by 5.9% from 3Q23, due to the negative exchange rate variation with the depreciation of the Brazilian real in the period. In local currency, revenue fell by 15.7%, and same-store sales (SSS) fell by 12.4%. This decline was influenced by the closure of 2 stores and a higher comparative base in 3Q23, due to the increase in customer flow at restaurants in memory of singer Jimmy Buffet.

PERFORMANCE RESULTS | *Percentage of Net Revenue*



PERFORMANCE RESULTS | Same-Store Sale (SSS)¹

Same Store Sale (SSS) ¹	3Q24	3Q23	9M24	9M23
<i>Global (ex-gas station)</i>	-2.2%	2.5%	-0.1%	5.6%
Brazil (ex-gas station)	3.0%	1.0%	2.4%	6.9%
Road	4.3%	2.1%	0.6%	-0.6%
<i>Frango Assado – Food servisse</i>	3.1%	6.2%	0.9%	13.6%
<i>Frango Assado – Gas station</i>	5.3%	-1.2%	0.3%	-10.5%
Casual & Mall	3.6%	1.0%	1.9%	6.3%
<i>KFC</i>	-0.2%	0.1%	-0.2%	5.6%
<i>Pizza Hut</i>	3.6%	0.3%	4.1%	5.4%
<i>Others</i>	4.2%	9.5%	3.2%	6.3%
Air	18.2%	-6.6%	10.1%	3.1%
USA	-12.4%	5.2%	-5.6%	3.1%

¹ - Base 100 | Restaurants closed for more than 7 consecutive days within a one-month period and those open for only 50% of service hours due to operational reasons are excluded from the comparative base.

PERFORMANCE RESULTS | EBITDA

In 3Q24, consolidated Adjusted EBITDA reached R\$86.6 million, up by 7.0% from the previous year, with an Adjusted EBITDA margin of 14.4% in the quarter, increasing by 89bps from 3Q23. It is worth mentioning that, in 3Q23, we recorded R\$13.0 million in non-recurring positive effects from several tax credits, which offset the negative effects caused by contractual renewals and reclassifications in the USA in that period (effect from IFRS16 of R\$13.6 millions).

In Brazil, Adjusted EBITDA reached R\$28.3 million. In addition to the non-recurring events mentioned above, we had a 6.5% reduction in corporate G&A expenses, reflecting the continuous search for operational efficiency and the control of costs and expenses. Adjusted EBITDA reached R\$58.3 million for the U.S. operations, up by 38.5% from the previous year, reflecting the renewals and reclassifications of rent contracts (effect from IFRS16).

The improvement in EBITDA, combined with the reduction in financial costs related to the lower level of debt at a lower cost, was offset by higher store depreciation and amortization expenses, contributing to the Company's reported loss of R\$12.8 million in 3Q24.

(R\$ million)	3Q24	3Q23	YoY	9M24	9M23	YoY
NET PROFIT (LOSS)	(12.8)	16.4	n.a.	(28.5)	(5.8)	392.2%
Net income (loss) from divested operations *	0.0	1.9	(100.0%)	0.0	17.5	(100.0%)
Gain from sale of divested operations	0.0	19.3	n.a.	0.0	19.3	n.a.
Pro-Forma NET INCOME (LOSS)	(12.8)	(4.8)	n.a.	(28.5)	(42.6)	(33.1%)
(+) Income tax and social contribution	(2.8)	11.6	(124.1%)	(14.9)	(8.0)	n.a.
(+) Financial result	30.9	30.1	2.8%	76.2	93.2	(18.2%)
(+) Depreciation & amortization	65.8	38.2	71.4%	206.0	146.5	40.6%
EBITDA	81.1	75.2	7.8%	238.8	189.2	26.2%
(+) Expenses with special items and others	3.0	4.7	(36.8%)	(5.6)	6.8	(182.7%)
(+) Pre-opening of stores	2.5	1.0	147.1%	4.7	2.3	101.0%
Adjusted EBITDA	86.6	80.9	7.0%	237.9	196.7	20.0%
<i>EBITDA / Net Revenue</i>	<i>13.5%</i>	<i>12.6%</i>	<i>+92bps</i>	<i>14.3%</i>	<i>11.5%</i>	<i>+273bps</i>
<i>Adjusted EBITDA / Net Revenue</i>	<i>14.4%</i>	<i>13.5%</i>	<i>+89bps</i>	<i>14.2%</i>	<i>12.1%</i>	<i>+212bps</i>

PERFORMANCE RESULTS | G&A Brazil

In 3Q24, the Company's general and administrative expenses fell by 6.5% over 3Q23 and reduced its share as a percentage of consolidated net revenue by 20 bps, to 6.1%, reflecting efforts to optimize the structure and improve internal processes, without losing the focus to reinforce strategic areas and strengthen technology systems, as well as other strategic initiatives.

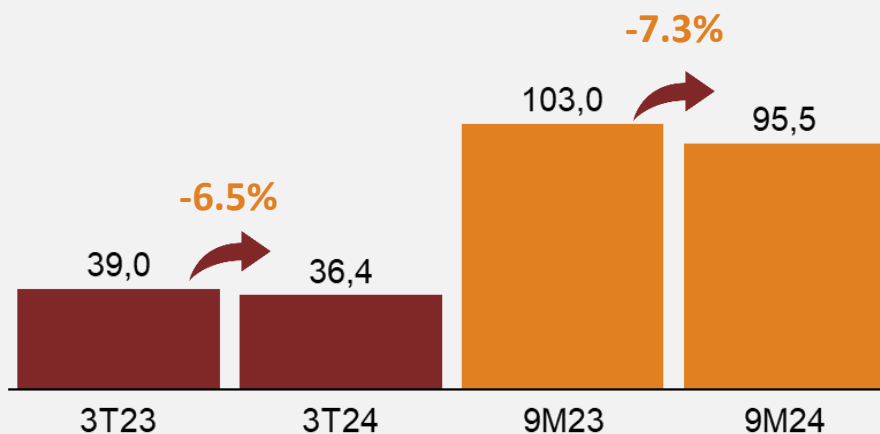
Other revenues/expenses totaled R\$6.9 million in the quarter, declining by 64.9%, with highlight to a non-recurring revenue of R\$13.0 million, in 3Q23, arising from several tax credits that did not occur in 3Q24.

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. This strategy is crucial to ensure the Company is able to expand efficiently and consolidate its market leadership, while it continues to execute its growth plans and achieve its strategic goals.

(R\$ million)	3Q24	3Q23	YoY
¹ G&A and Others	(29.5)	(19.4)	51.6%
G&A ¹	(36.4)	(39.0)	(6.5%)
Others	6.9	19.8	(64.9%)

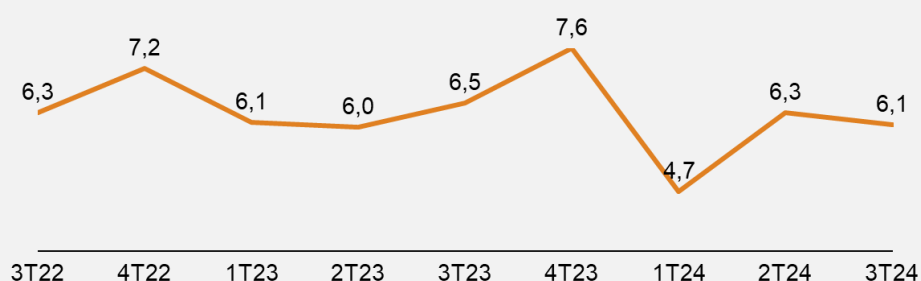
G&A Brazil

(R\$ million)



G&A on Revenue

(% on global revenue)



PERFORMANCE RESULTS | EBITDA EX-IFRS 16

(R\$ million)	3Q24	3Q23	YoY	9M24	9M23	YoY
EBITDA	81.1	75.2	7.9%	238.8	189.1	26.2%
(+) Expenses with special items and others	3.0	4.7	(36.8%)	(5.6)	6.8	n.a.
(+) Pre-opening of stores	2.5	1.0	147.1%	4.7	2.3	101.0%
ADJUSTED EBITDA	86.6	80.9	7.0%	237.9	198.0	20.1%
Effect from IFRS16	(35.8)	(21.7)	65.1%	(105.3)	(83.2)	26.7%
ADJUSTED EBITDA Ex-IFRS 16	50.8	59.2	(14.2%)	132.5	115.1	15.2%

PERFORMANCE RESULTS | Investing Activities

The Company carried out investments of R\$36.2 million in the quarter, being R\$21.5 million allocated to expansion and R\$14.7 million for maintenance, remodeling and others. The pace of investment will be directly linked to the Company's operational and financial performance, ensuring financial discipline to shape the future of IMC.

CAPEX (R\$ million)	3Q24	3Q23	YoY	2024	2023	YoY
Investments in expansion	21.5	18.6	15.8%	57.2	63.8	-10.3%
Investments in maintenance, Remodeling and others	14.7	12.6	16.5%	47.4	33.1	43.2%
Total Capex Investments	36.2	31.2	16.1%	104.6	96.9	8.0%

PERFORMANCE RESULTS | Cash Generation

Operating cash flow reached R\$99.2 million in 3Q24, up by 27.5% from the same period of the previous year, driven by the increase in EBITDA and the variation in other operating assets/liabilities, in the amount of R\$15.1 million, resulting from a better working capital management. Capex investment totaled R\$36.2 million, growing at a slower pace than operating cash generation, resulting in a free cash flow of R\$62.9 million in the quarter, up by 35.2%.

R\$ million	3Q24	3Q23	YoY	2024	2023	YoY
EBITDA	86.6	80.9	7.0%	237.9	198.2	20.0%
(+) Income tax and CSLL	(0.1)	(0.8)	(90.9%)	(0.1)	(3.2)	(95.9%)
(+) Pre-opening of stores	(2.5)	(1.0)	147.1%	(4.7)	(2.3)	101.0%
(+) Variation in operating assets and liabilities and others	15.1	(1.4)	(1178.7%)	(65.4)	(22.7)	188.0%
(=) Pro Forma Operating Cash Flow *	99.2	77.7	27.5%	167.7	170.0	(1.4%)

(+) Capex	(36.2)	(31.2)	16.1%	(104.6)	(96.9)	8.0%
(=) Pro Forma Free Cash Flow *	62.9	46.5	35.2%	63.0	73.1	(13.8%)

* Proforma: excludes financial investments, sale of assets (M&A) and interest payments | 2023: excludes discontinued operations



MEAL
B3 LISTED NM

FRANGO
ASSADO



VIENA



Bravella

R A CATERING



Restaurante
**bom tem
dono!**

NET DEBT

In the third quarter of 2024, the Company's total gross debt remained relatively flat at R\$526.9 million, of which 86% was classified as long-term debt. Net debt increased by 2.0% from the previous quarter, reaching R\$351.2 million, and the Company arrived at the end of the quarter with a total cash position of R\$175.7 million. 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	3Q24	% Total	2Q24	% Total	1Q24	% Total	3Q23	% Total
Short-term	72.8	14%	72.4	14%	76.7	14%	165.8	33%
Long-term	454.2	86%	453.7	86%	453.2	86%	337.9	67%
Total Debt	526.9	100%	526.1	100%	529.9	100%	503.8	100%

(-) Cash *	(175.7)	-	(181.9)	-	(203.6)	-	(198.6)	-
Net Debt	351.2	-	344.2	-	326.3	-	305.2	-
Leverage ex-IFRS16	2.3x	-	2.1x	-	2.1x	-	1.8x	-

*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.

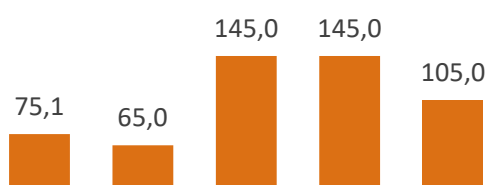
Debt by Index

(R\$ million)

Instrumento	Taxa	Dívida em 30/09/2024
Debênture MEAL13	CDI + 3,60% a.a.	201.081.409,92
Debênture MEAL14	CDI + 4,20% a.a.	213.846.028,15
Debênture MEAL15	CDI + 4,20% a.a.	62.488.736,16
4131	CDI + 2,45% a.a.	55.559.405,69
Seacoast	3,05%	2.091.874,81
Outros	-	8.135.537,86
Total (R\$):	~ CDI + 3,8%	526.931.916,87

Amortization Schedule

(R\$ million)





EXHIBITS



CONSOLIDATED INCOME STATEMENT:

R\$ million	3Q24	3Q23	YoY	2024	2023	YoY
NET REVENUE	601,132	613,282	-2.0%	1,678,331	1,677,644	0.0%
COST OF SALES AND SERVICES	(385,761)	(378,518)	1.9%	(1,127,398)	(1,105,466)	2.0%
GROSS PROFIT	215,371	234,763	-8.3%	550,933	572,178	-3.7%
<i>Gross Margin</i>	35.8%	38.3%	-2.5 p.p.	32.8%	34.1%	-1.3 p.p.
OPERATING INCOME (EXPENSES)						
Selling, general and administrative expenses	(220,183)	(215,725)	2.1%	(628,923)	(586,921)	7.2%
Reduction in impairment						
Equity	6,883	278	2375.9%	12,144	5,374	126.0%
Other operating expenses	13,322	43,851	-69.6%	98,642	84,371	16.9%
INCOME BEFORE FINANCIAL RESULT	15,393	63,167	-75.6%	32,796	75,001	-56.3%
Net financial result	(30,988)	(29,001)	6.9%	(76,237)	(92,491)	-17.6%
NET INCOME (LOSS) BEFORE INCOME TAX & CSSL	(15,595)	34,166	-145.6%	(43,440)	(17,490)	148.4%
Income tax and social contribution	2,781	(12,332)	n.a.	14,945	6,545	128.3%
NET INCOME (LOSS) FROM CONTINUING OPERATIONS	(12,814)	21,833	n.a.	(28,495)	(10,945)	160.4%
<i>Net Margin</i>	-2.1%	3.6%	-5.7 p.p.	-1.7%	-0.7%	-1.0 p.p.
Income (loss) from discontinued operations	-	(5,431)	n.a.	-	5,154	-100.0%
NET INCOME (LOSS) FOR THE PERIOD	(12,814)	16,402	-178.1%	(28,495)	(5,791)	392.1%
<i>Net Margin</i>	-2.1%	2.7%	-4.8 p.p.			

CONSOLIDATED BALANCE SHEET:

R\$ million	3Q24	3Q23
ASSETS		
CURRENT		
Cash and cash equivalents	170,121	180,733
Financial investments	5,571	23
Accounts receivable	84,495	93,032
Inventories	52,285	50,178
Other assets and advances	111,268	155,346
Total current assets	423,740	479,312
NON-CURRENT		
Financial investments	-	11,719
Deferred income tax and social contribution	71,450	78,662
Other assets and investments	98,216	102,553
Property and equipment	512,370	484,906
Intangible assets	925,967	981,208
Right-of-use property	587,477	619,084
Total non-current assets	2,195,480	2,278,132
TOTAL ASSETS	2,619,220	2,757,444
LIABILITIES		
CURRENT		
Trade payables	158,142	151,128
Loans, financing and debentures	72,760	165,842
Labor and social obligations	70,381	84,108
Lease liabilities	106,658	86,670
Other current liabilities	59,307	82,731
Total current liabilities	467,248	570,480
NON-CURRENT		
Loans, financing and debentures	454,172	337,918
Provision for labor, civil and tax disputes	55,304	106,197
Deferred income tax and social contribution	37,832	30,934
Lease liabilities	537,645	559,662
Other liabilities	35,016	39,998
Total non-current liabilities	1,119,969	1,074,710
EQUITY		
Share capital	1,154,462	1,154,462
Capital reserves	349,993	349,993
Reserve for stock option plan	43,826	40,144
Shares in treasury	(5,551)	(5,551)
Accumulated losses	(598,878)	(494,177)
Equity valuation adjustments	88,152	67,385
Total Equity	1,032,004	1,112,256
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY	2,619,220	2,757,444

CASH FLOW:

R\$ million	3Q24	3Q23	YoY	2024	2023	YoY
CASH FLOW FROM OPERATING ACTIVITIES						
Profit/loss from continuing operations	(12,815)	21,832	-158.7%	(28,495)	(10,945)	n/a
Profit/loss from discontinued operations	-	(5,431)	n/a	-	5,154	n/a
Net profit/loss for the quarter	(12,815)	16,401	-178.1%	(28,495)	(5,791)	392.1%
D&A (fixed assets, intangible assets and right-of-use)	65,708	34,819	88.7%	205,959	142,260	44.8%
Interest on loans, leases and exchange rate variations	33,404	26,506	26.0%	92,159	90,777	1.5%
Sundry provisions and others	(2,448)	27,340	-109.0%	(42,136)	6,975	-704.1%
Accounts receivable	19,004	(13,898)	-236.7%	23,922	26,473	-9.6%
Inventories	822	6,534	n/a	4,685	2,628	n/a
Trade payables	(27,417)	(11,450)	139.5%	(96,826)	(64,725)	49.6%
Change in other operating assets and liabilities	19,094	(10,191)	-287.4%	(1,025)	(20,250)	-94.9%
Cash from operating activities	95,352	76,062	25.4%	158,242	178,348	-11.3%
Income tax and social contributions paid	(69)	(758)	-90.9%	(128)	(3,155)	-95.9%
Dividends received	3,870	(2,985)	-229.6%	9,553	0	0.0%
Interest paid on lease liabilities	(12,049)	(5,680)	112.1%	(29,522)	(22,326)	32.2%
Interest paid	(15,096)	(35,452)	-57.4%	(49,695)	(80,522)	-38.3%
Net cash used in discontinued operations	-	2,581	-100.0%	-	2,676	-100.0%
Net cash from operating activities	72,008	33,769	113.2%	88,450	75,020	17.9%
CASH FLOW FROM INVESTING ACTIVITIES						
Redemption (investment) in financial securities	113	13,022	n/a	(621)	114,747	n/a
Asset divestment (M&A activities)	0	39,752	n/a	67,875	39,752	n/a
Additions of fixed and intangible assets	(36,237)	(31,178)	16.2%	(104,650)	(96,950)	7.9%
Investment cash used in discontinued operations	0	(936)	n/a	0	(1,675)	n/a
Net cash generated by investing activities	(36,124)	20,660	-274.8%	(37,396)	55,874	-166.9%
CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES						
Dividends payment	-	0	n/a	-	0	n/a
Amortization of lease liabilities	(32,358)	(17,395)	86.0%	(101,397)	(78,427)	29.3%
New loans	-	-	n/a	-	242,400	n/a
Loan amortization	(8,395)	(6,929)	21.2%	(12,793)	(385,794)	-96.7%
Net cash used in discontinued operations	-	(5,807)	n/a	-	(4,951)	n/a
Net cash used in financing activities	(40,753)	(30,131)	35.3%	(114,190)	(226,772)	-49.6%
EFFECT FROM EXCHANGE RATE VARIATION	(1,179)	2,498	-147.2%	4,098	(2,461)	-266.5%
NET VARIATION IN THE PERIOD	(6,047)	26,796	-122.6%	(59,039)	(98,339)	-40.0%
CASH AND CASH EQUIVALENTS AT THE BEGINNING OF THE PERIOD	176,169	160,120	10.0%	229,159	285,255	-19.7%
CASH AND CASH EQUIVALENTS AT THE END OF THE PERIOD	170,120	186,916	-9.0%	170,120	186,916	-9.0%