



DIVULGAÇÃO 3T14 E 9M14
RELEASE DE RESULTADOS



MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Caros investidores,

Chegamos a mais um 4º trimestre com muito trabalho a fazer. Sazonalmente, esse é o nosso trimestre mais forte em vendas e onde temos que estar 100% focados na satisfação dos nossos clientes.

Nesses últimos dias, reunimos os nossos principais executivos para fazer um balanço do ano de 2014 e para criar um planejamento para os próximos 3 anos. Na nossa visão, fizemos um bom trabalho nos últimos anos em relação ao crescimento da companhia, mas acabamos nos descuidando um pouco de alguns aspectos importantes do nosso negócio.

Estamos confiantes que os nossos mercados continuam extremamente sólidos e que apesar de não descartarmos alguma volatilidade pequena no caminho, vemos um médio e longo prazo extremamente favorável para a nossa companhia.

Nessa mensagem, ao invés de nos alongarmos em resumir as explicações sobre o trimestre, que já serão exploradas nas próximas páginas, gostaríamos de compartilhar aqui algumas de nossas principais diretrizes que serão implementadas a partir de agora. Esperamos, dessa forma, transmitir a nossa mensagem de forma clara e objetiva a todos os Srs

- 1. Foco no básico:** Algumas vezes nos dispersamos em busca de novas melhorias antes de implementarmos as sinergias que o último negócio deveria ter trazido. Oportunidades sempre aparecem, mas nesse momento queremos nos focar no que temos.
- 2. Importância das marcas:** As nossas marcas são um dos nossos melhores ativos e acreditamos que nesse momento o melhor investimento que podemos fazer é em preservá-las e melhorá-las.
- 3. Vendas:** Essa será a nossa prioridade número 1. cremos que aqui matemática é simples. Venda alta é igual a custos diluídos e margem alta. Quando a venda não vem, é impossível reagir no curto prazo. Buscaremos formas de atrair os nossos clientes a todo o tempo, como promoções e fidelidade.
- 4. Geração de caixa:** Não cremos que o cenário político impactará no nosso negócio, mas cremos que em momentos de menor visibilidade, prudência é fundamental. Esse ano, a diretriz da companhia é gerar caixa para ter liquidez quando oportunidades melhores aparecerem.
- 5. Padronização:** Só teremos marcas conceituadas, diluição de custo fixo e comparabilidade quando os nossos processos forem padronizados. Nesse momento, consultorias externas para atingir esse objetivo é um dos poucos luxos que estamos nos dando.

Para finalizar, gostaríamos de agradecer a todos os nossos acionistas, clientes, fornecedores e colaboradores por estarem juntos conosco na busca de aprimorar a nossa Companhia constantemente.

A Administração

Divulgação de Resultados do 3T14-9M14



VENDAS CRESCEM 27% E IMC SE PREPARA PARA GERAR CAIXA.

São Paulo, 12 de novembro de 2014. A International Meal Company Holdings S.A. (BM&FBOVESPA: IMCH3), uma das maiores Companhias multimarcas no setor de varejo de alimentação da América Latina, divulga os resultados do terceiro trimestre e dos nove primeiros meses do ano de 2014. As informações apresentadas são consolidadas e estão expressas em milhões de reais (R\$), exceto quando indicado de outra forma, e foram elaboradas de acordo aos princípios contábeis adotados no Brasil e às Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS). Todas as comparações referem-se aos mesmos períodos do ano anterior.

DESTAQUES DO PERÍODO

A receita líquida total da Companhia foi de R\$450,3 milhões no 3T14, com crescimento de 27,0% vs. o mesmo período do ano anterior. Nos nove meses, a nossa receita atingiu R\$1,23 bilhão, 24,3% acima dos 9M13.

Se excluirmos a parcela paga de MargaritaVille no trimestre, a companhia teria gerado quase R\$ 11 milhões de caixa.

A margem bruta no trimestre atingiu 32,2%, 30 bps acima do mesmo período do ano passado. Nesse ano, tivemos crescimento de margem bruta em todos os trimestres

As despesas gerais e administrativas (G&A) apresentaram uma diluição de 50 bps no trimestre e 80bps nos 9 primeiros meses em relação aos mesmos períodos do ano passado.

- **Cotação IMCH3 em 30.09.2014**
R\$17,80
- **Valor de Mercado em 30.09.2014**
R\$1,5 bilhão
USD614 milhões
- **Teleconferência de Resultados**
Terça-feira, 13 de novembro de 2014

Português

Horário: 11h00 (Brasília)
08h00 (US ET)

Telefone de Conexão: +55 (11) 3728-5971 /
3127-4971
Código: IMC

Inglês

Horário: 12h30 (Brasília)
09h30 (US ET)

Telefone de Conexão: +1 (412) 317-6776
Código: IMC

- **A apresentação de slides estará disponível no site:**
www.internationalmealcompany.com/ri
- **CEO:** Javier Gavilán
- **CFO:** Julio Millan
- **Diretor Executivo:** Neil Amereno
- **Contato**
ri@internationalmealcompany.com



RESUMO DOS RESULTADOS E INDICADORES OPERACIONAIS

SUMÁRIO (em milhões de R\$)	3T14	3T13	Var. (%) 3T14/3T13	9M14	9M13	Var. (%) 9M14/9M13
NÚMERO DE LOJAS (final de período)	410	379	8,2%	410	379	8,2%
VENDAS NAS MESMAS LOJAS (SSS ¹)	348,4	335,2	3,9%	985,2	920,8	7,0%
RECEITA LÍQUIDA	450,3	354,5	27,0%	1.231,4	990,9	24,3%
LUCRO BRUTO	144,9	113,1	28,1%	388,2	299,0	29,8%
MARGEM BRUTA (%)	32,2%	31,9%	0,3 p.p.	31,5%	30,2%	1,3 p.p.
DESPESAS DA OPERAÇÃO E ADMINISTRATIVAS	(125,0)	(96,1)	30,1%	(340,9)	(260,2)	31,0%
EBITDA	47,7	38,1	25,2%	120,8	87,2	38,5%
MARGEM EBITDA	10,6%	10,8%	-0,2 p.p.	9,8%	8,8%	1,0 p.p.
EBITDA Ajustado ²	47,7	43,7	9,3%	130,0	108,9	19,4%
MARGEM EBITDA Ajustado (%)	10,6%	12,3%	-1,7 p.p.	10,6%	11,0%	-0,4 p.p.
DEPRECIACÃO E AMORTIZAÇÃO ³	27,7	26,6	4,1%	82,9	70,0	18,3%
DESPESAS COM ITENS ESPECIAIS ⁴	-	(5,5)	n/a	(9,3)	(21,7)	n/a
RESULTADO FINANCEIRO	(13,6)	(7,0)	94,7%	(32,2)	(18,2)	77,2%
IMPOSTO DE RENDA e CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(2,1)	(4,8)	-55,5%	(9,0)	(11,1)	-18,2%
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO	4,3	(0,3)	n/a	(3,3)	(12,0)	n/a
MARGEM LÍQUIDA (%)	1,0%	-0,1%	1,0 p.p.	-0,3%	-1,2%	0,9 p.p.

(1) Vendas nas Mesmas Lojas (SSS): Vide definição no Glossário.

(2) EBITDA Ajustado: Vide definição no Glossário.

(3) O item inclui R\$15,5 milhões correspondentes a depreciação contabilizada no custo de mercadorias (R\$ 11,3 milhões no 3T13) e R\$12,2 milhões correspondentes a depreciação e amortização contabilizadas como Despesas Operacionais (R\$ 15,3 milhões no 3T13).

(4) Itens Especiais: Gastos relativos a diligências para aquisições de novos negócios e projetos de reorganização.



EXPANSÃO DE LOJAS

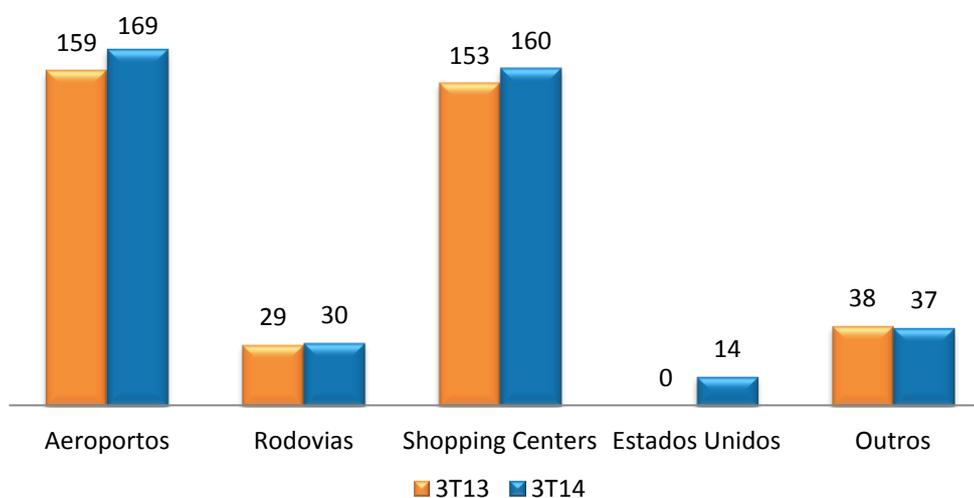
A Companhia encerrou o trimestre com 410 lojas, contra 379 no 3T13 e 386 no final de 4T13. No trimestre, abrimos 4 novas lojas nos aeroportos brasileiros, 1 nova loja de shopping, 1 nova loja de Margaritaville nos EUA e fechamos 1 loja no segmento Outros.

Nos últimos 12 meses, foram 10 novas lojas líquidas em aeroportos, 1 em rodovias, 7 em shopping centers, 14 nos EUA sob a bandeira MargaritaVille e fechamos 1 no segmento outros.

Esse menor número de novas lojas reflete a nossa estratégia atual implementada desde a aquisição da rede MargaritaVille de consolidar as nossas operações atuais e gerar caixa a partir do ano de 2015.

No conjunto, a área de lojas foi incrementada em 0,8 mil m² no trimestre e 5,2 mil m² nos últimos 12 meses.

Número de Lojas por Segmento





RECEITA LÍQUIDA

RECEITA LÍQUIDA (em milhões de R\$)	3T14	3T13	Var. (%)	9M14	9M13	Var. (%)
Aeroportos	157,8	146,2	8,0%	457,9	396,9	15,4%
Rodovias	110,5	104,9	5,3%	328,5	299,8	9,6%
Shopping Centers	84,6	80,8	4,7%	246,0	238,6	3,1%
Estados Unidos	74,9	0,0	100,0%	132,5	0,0	100,0%
Outros	22,4	22,6	-0,9%	66,5	55,7	19,5%
Total Receita Líquida	450,3	354,5	27,0%	1.231,4	990,9	24,3%

VENDAS TOTAIS - RODOVIAS

(em milhões de R\$)	3T14	3T13	Var. (%)	9M14	9M13	Var. (%)
Alimentação	60,8	58,8	3,4%	181,1	166,7	8,6%
Postos de combustível	49,8	46,2	7,8%	147,5	133,0	10,8%
Vendas Totais	110,5	104,9	5,3%	328,5	299,8	9,6%

No 3T14 a receita líquida da Companhia atingiu R\$450,3 milhões, representando um aumento de 27,0% em relação ao mesmo período do ano anterior, ou 27,7% se excluídos os efeitos da variação cambial. As receitas da Companhia foram impulsionadas principalmente pela nossa nova operação nos EUA, sob a bandeira Margaritaville e também pelo melhor resultado do novo terminal de passageiros no aeroporto de Guarulhos.

O segmento de aeroportos, que é o nosso principal impulsionador de crescimento sofreu um pouco nesse trimestre devido a principais fatores.

- i. Fraca performance do segmento na primeira metade de julho, devido ao impacto negativo da Copa do Mundo
- ii. Mudança de fluxo nos terminais do aeroporto de Guarulhos, onde o terminal 1 ficou sem uma companhia aérea forte por aproximadamente 15 dias no mês de setembro. É importante ressaltar que os vôos da Gol já foram movidos para esse terminal e que com isso o fluxo já melhorou muito.

Mesmo com os efeitos mencionados acima, nossas vendas nesse segmento cresceram 8,0% no trimestre e 15,4% nos primeiros nove meses do ano.

Divulgação de Resultados do 3T14-9M14



No segmento de rodovias, as vendas no 3T14 relativas à alimentação cresceram 3,4% e as relativas à postos de combustível cresceram 7,8% em relação ao mesmo período do ano passado. Nos nove primeiros meses do ano, as vendas relativas a alimentação cresceram 8,6% e as relativas aos postos de combustível cresceram 10,8%, totalizando 9,6%.

Os segmentos de aeroportos e rodovias representaram 59,6% das vendas no 3T14, versus 70,8% no mesmo período de 2013. O decréscimo na participação desses segmentos na composição total de vendas foi devido ao novo segmento incorporado no 2º trimestre desse ano. Se não considerássemos as vendas de Margaritaville, o percentual dos 2 segmentos teria sido de 71,5% vs 70,8% no ano passado, em linha com a nossa estratégia de focar principalmente em aeroportos.

No segmento de shopping centers, as nossas vendas totais cresceram 4,7%. Salientamos mais uma vez que não deveremos ter grande expansão no segmento de shopping centers e acreditamos que em alguns trimestres, esse segmento deve representar não mais que 15% das nossas vendas.

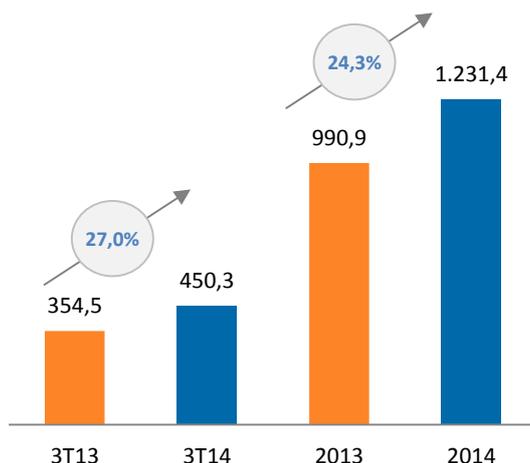
Nesse segmento é importante destacar que a melhora do crescimento de vendas nesse trimestre deveu-se principalmente a nossa nova loja da marca Red Lobster que gera vendas muito acima da média das outras lojas no segmento. Estamos estudando novos pontos para converter alguns Vianas Deli em Red Lobster e/ou Olive Garden assim que nos sentirmos confortáveis que a nossa equipe esteja 100% treinada para oferecer a mesma experiência das lojas atuais.

O nosso novo segmento denominado "Estados Unidos" nos surpreendeu positivamente uma vez mais. O 2º e o 3º trimestre são primordiais para essa operação dado que esses são os meses de verão nos EUA. Estamos muito otimistas em que ainda há muito o que se fazer nessa operação e já estamos finalizando os novos menus que deverão aumentar ainda mais a venda quando implementados.

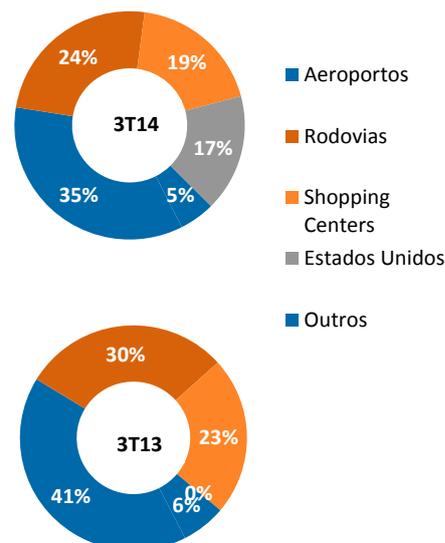
Divulgação de Resultados do 3T14-9M14



Receita Líquida (R\$ Milhões)



Receita Líquida por Segmento



VENDAS MESMAS LOJAS

VENDAS NAS MESMAS LOJAS (SSS) (em milhões de R\$)	3T14	3T13	Var. (%)	9M14	9M13	Var. (%)
Aeroportos	142,2	131,0	8,6%	389,1	350,4	11,0%
Rodovias	108,1	104,7	3,3%	321,7	299,5	7,4%
Shopping Centers	77,6	78,1	-0,6%	223,2	220,0	1,5%
Outros	20,4	21,4	-4,7%	51,2	50,9	0,6%
Total Vendas nas Mesmas Lojas	348,4	335,2	3,9%	985,2	920,8	7,0%

Vide definição de Vendas nas Mesmas Lojas no Glossário.

VENDAS MESMAS LOJAS - RODOVIAS

(em milhões de R\$)	3T14	3T13	Var. (%)	9M14	9M13	Var. (%)
Alimentação	59,5	58,6	1,6%	177,2	166,4	6,4%
Postos de combustível	48,7	46,2	5,4%	144,6	133,0	8,7%
Vendas Totais	108,1	104,7	3,3%	321,7	299,5	7,4%

Divulgação de Resultados do 3T14-9M14



No 3T14 as vendas em mesmas lojas atingiram R\$348,4 milhões, representando um aumento de 3,9% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Nesse trimestre, fizemos uma importante mudança na forma de contabilizar as vendas de mesmas lojas nos aeroportos.

Dado toda a mudança de fluxo que está ocorrendo no aeroporto Internacional de Guarulhos, perdemos clientes nas lojas dos terminais antigos, porém mais do que compensamos no novo terminal 3. Com isso, consideramos Guarulhos como entidade única. Assim que as mudanças de locais forem finalizadas pela autoridade aeroportuária, voltaremos a contabilizar as vendas de mesmas lojas da forma padrão.

Após diversas discussões internas, consideramos esta a melhor forma de se mostrar comparabilidade aos nossos acionistas, o que acreditamos ser o principal objetivo das vendas de mesmas lojas. Durante as discussões nos questionamos diversas vezes sobre o investimento feito para o novo terminal e se isso não desconsideraria a comparabilidade. Entretanto, o principal objetivo dos investimentos foi a renovação de longo prazo dos contratos vigentes e o consequente aumento da TIR desses projetos, uma vez que não há adição de Capex e o fluxo de caixa ganha mais 10 anos de lucro.

No segmento de aeroportos, as vendas de mesmas lojas cresceram 8,6% no trimestre e 11,0% no 9M14.

Em rodovias, fomos surpreendidos negativamente em julho pela copa do mundo e em setembro, onde o efeito do feriado no domingo afetou as nossas vendas de mesmas lojas. Tivemos um crescimento tímido de 3,3% no trimestre. No ano, crescemos 7,4%. Na tabela acima, mostramos a abertura entre alimentação e combustível.

As vendas em mesmas lojas no segmento de shopping centers também sofreram nesse trimestre, principalmente por uma queda inesperada nas lojas do Panamá, que já apresentaram boa melhora em outubro. Com isso, tivemos queda de vendas de mesmas lojas de 0,6% e um crescimento de 1,5% nos 9M14.



LUCRO BRUTO

LUCRO BRUTO (em milhões de R\$)	3T14	3T13	Var. (%)	9M14	9M13	Var. (%)
Receita Líquida	450,3	354,5	27,0%	1.231,4	990,9	24,3%
Mão de obra direta	(116,6)	(87,3)	-33,5%	(315,3)	(250,2)	-26,0%
Refeição, combustível e outros	(173,3)	(142,8)	-21,3%	(487,7)	(409,5)	-19,1%
Depreciação e amortização	(15,5)	(11,3)	-37,8%	(40,3)	(32,2)	-25,2%
Custos total de vendas e serviços	(305,4)	(241,4)	-26,5%	(843,3)	(691,9)	-21,9%
Lucro Bruto	144,9	113,1	28,1%	388,2	299,0	29,8%

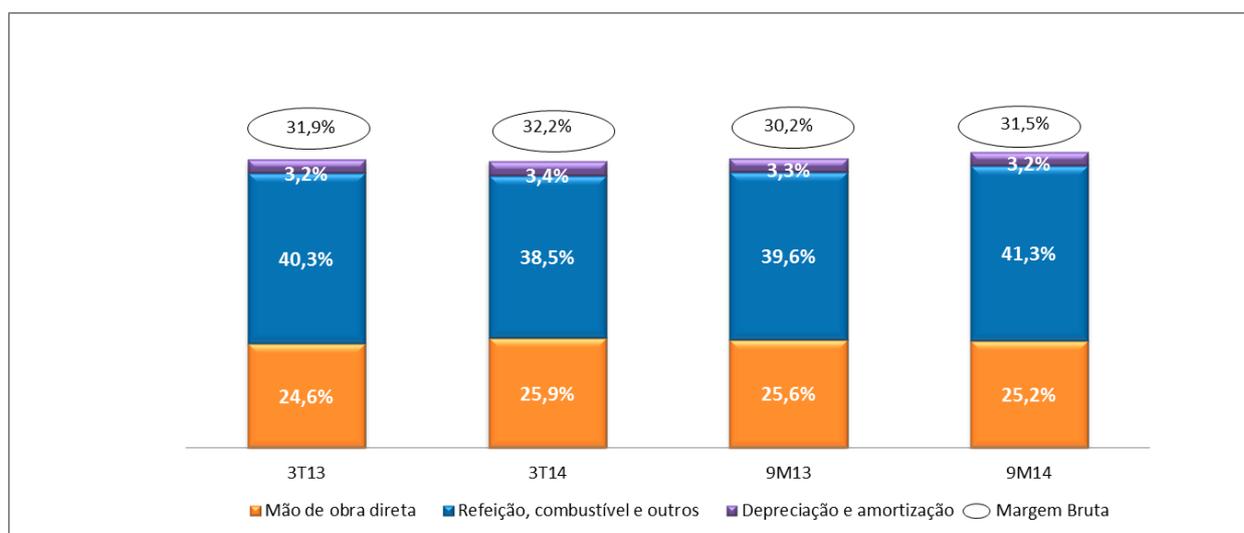
A Companhia encerrou o 3T14 com um lucro bruto de R\$144,9 milhões, 28,1% acima quando comparado aos R\$113,1 milhões no 3T13.

Nesse trimestre, a Margem Bruta atingiu 32,2%, 30bps acima do 3T13. Já nos primeiros nove meses, a margem bruta atingiu 31,5%, 130bps acima do 9M13. Nesse ano, conseguimos incrementar a nossa margem bruta em todos os trimestres.

Desde o último trimestre, passamos a apresentar parte de créditos de acordos comerciais com fornecedores como redutores nas linhas de custo de matéria-prima, uma vez que reavaliando o critério, entendemos que na essência se tratam de descontos do custo de compra ("rebates"). Antes esses créditos eram apresentados na linha de outras receitas abaixo do lucro bruto, e representam R\$3,9MM no 3T14 e R\$4,6MM no 3T13.

A nossa eficiência no gerenciamento da linha correspondente a custo de refeição, combustível e outros mais uma vez merece destaque, onde melhoramos pelo 14º trimestre consecutivo em relação ao ano anterior.

Composição do Custo de Vendas e Serviços (% sobre Receita Líquida)

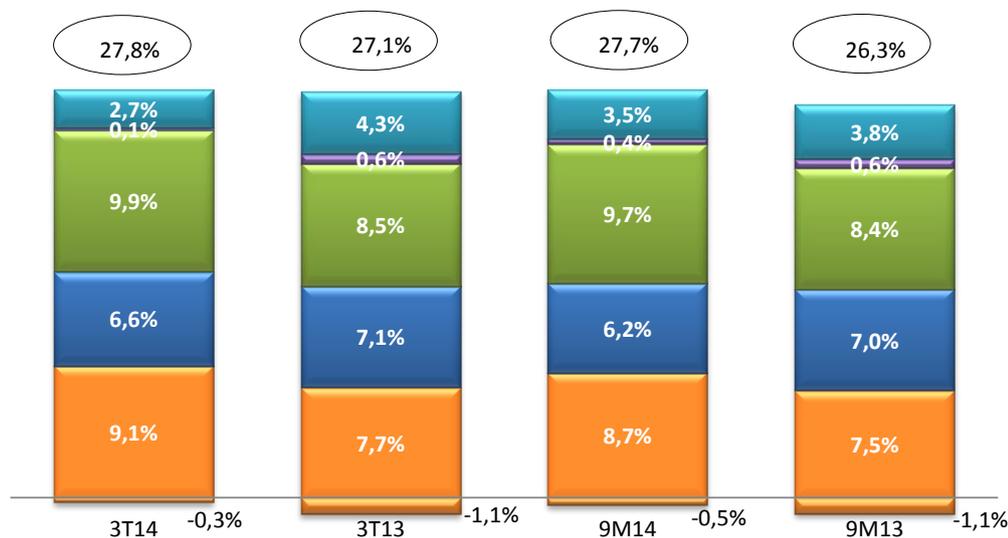




RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS

RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS (em milhões de R\$)	3T14	3T13	Var. (%)	9M14	9M13
Despesas de vendas e operacionais	(41,2)	(27,2)	-51,5%	(106,9)	(74,0)
Despesas gerais e administrativas	(29,6)	(25,0)	-18,6%	(76,8)	(69,6)
Despesas com aluguéis de lojas	(44,4)	(30,2)	-47,0%	(119,1)	(83,5)
Despesas com pré aberturas de lojas	(0,6)	(2,3)	-75,7%	(4,8)	(6,2)
Depreciação e amortização	(12,2)	(15,4)	-20,8%	(42,5)	(37,9)
Resultado de equivalência patrimonial	1,5	0,0	100,0%	3,0	0,0
Outras receitas (despesas) operacionais	1,5	4,0	-62,5%	6,2	11,0
Total receitas (despesas) operacionais antes de itens especiais	(125,0)	(96,1)	-30,1%	(340,9)	(260,2)
% sobre Receita Líquida	-27,8%	-27,1%	-0,7%	-27,7%	-26,3%
Despesas com itens especiais	0,0	(5,5)	n/a	(9,3)	(21,7)
Total receitas (despesas) operacionais % sobre Receita Líquida	(125,0) -27,8%	(101,6) -28,7%	-23,0%	(350,2) -28,4%	(281,9) -28,4%

Composição das Receitas e Despesas Operacionais (% sobre Receita Líquida)



■ Despesas comerciais e operacionais
 ■ Despesas gerais e administrativas
 ■ Despesas com aluguéis de lojas
■ Despesas com pré aberturas de lojas
 ■ Depreciação e amortização
 ■ Outras despesas (receitas)

○ % sobre Receita Líquida



As despesas operacionais da Companhia totalizaram R\$ 125,0 milhões no 3T14, e representaram 27,8% da receita líquida, versus 27,1% no mesmo trimestre do ano passado.

Como já dissemos nos últimos trimestres, a companhia não está mais envolvida com nenhum processo de M&A e por esse motivo não vemos mais a necessidade da linha de itens especiais no futuro.

Nesse trimestre, observamos uma diluição de 50 bps na linha de Despesas Gerais e Administrativas (G&A), conforme nossos esforços citados nos últimos trimestres. Acreditamos que haverá uma diluição ainda maior nos próximos trimestres, uma vez que prevíamos um resultado de vendas melhor para o 3T14, caso não tivéssemos os efeitos negativos explicados na linha de vendas.

A despesa com aluguéis de lojas aumentou 140bps, fruto da mudança de mix, e o consequente incremento de lojas no México, sob a bandeira Gino's e em aeroportos. No México, as lojas de ruas tem aluguel fixo e normalmente mais caro percentualmente. Fizemos modificações profundas no management do México, visando imprimir velocidade nesse processo.

As "despesas com pré-aberturas de lojas" totalizou R\$ 0,6 milhão no 3T14. É importante ressaltar que na base comparativa de 2013, a despesa foi classificada dentro das Receitas (Despesas Operacionais) e não mais como itens especiais, conforme se fazia no passado.

Desde o último trimestre, adicionamos a linha de equivalência patrimonial, que se refere ao resultado da loja Margaritaville localizada na Universal Studios, na cidade de Orlando, onde temos controle compartilhado de 50% dos resultados e que nos gerou R\$ 1,5 milhão.

A linha de "Outras receitas (despesas) operacionais" contribuiu 90 bps a menos que no 3T13 e 80bps menos que no 9M13 devido à contabilização em 2013 de créditos extemporâneos de imposto que não se repetiu em 2014. Conforme mencionado acima, parte dos créditos de acordos comerciais com fornecedores passou a ser apresentados como redutores nas linhas de custo de matéria-prima, uma vez que reavaliando o critério, entendemos que na essência se tratam de descontos do custo de compra ("rebates"). Antes esses créditos eram apresentados na linha de outras receitas abaixo do lucro bruto.

Ainda não conseguimos atingir as reduções na linha de S&Opex, onde perdemos 150bps no trimestre e continuamos trabalhando fortemente auxiliados por consultorias externas para auferir os primeiros benefícios o mais rápido possível. Uma pequena parte desse aumento é natural, vindo principalmente de *royalties* das nossas marcas internacionais e despesas de entretenimento gerada pelas bandas ao vivo nas nossas lojas de MargaritaVille nos EUA, mas já identificamos outras oportunidades na conta de S&Opex e vamos buscar melhorias.



EBITDA, EBITDA AJUSTADO E MARGENS

RECONCILIAÇÃO DO EBITDA (em milhões de R\$)	3T14	3T13	Var. (%)	9M14	9M13	Var. (%)
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO NO PERÍODO	4,3	(0,3)	N/A	(3,3)	(12,0)	N/A
(+) Imposto de renda e contribuição social	2,1	4,8	-55,5%	9,0	11,1	-18,2%
(+) Resultado financeiro	13,6	7,0	94,7%	32,2	18,2	77,2%
(+) Depreciação e amortização	27,7	26,6	4,1%	82,9	70,0	18,3%
EBITDA	47,7	38,1	25,2%	120,8	87,2	38,5%
(+) Gastos com itens especiais	0,0	5,5	-100,0%	9,3	21,7	-57,3%
EBITDA Ajustado	47,7	43,7	9,3%	130,0	108,9	19,4%
EBITDA / Receita Líquida	10,6%	10,8%		9,8%	8,8%	
EBITDA Ajustado / Receita Líquida	10,6%	12,3%		10,6%	11,0%	

* Vide definição de EBITDA e EBITDA Ajustado no Glossário.

Dada a não mais existência da conta de Gastos com itens especiais, focaremos nossos esforços a partir desse trimestre no EBITDA sem ajustes. Após diversas discussões com os nossos investidores e analistas da companhia, vimos que a linha de itens especiais estava gerando algum desconforto e por isso acreditamos que eliminá-la e aumentar o *disclosure* seja a coisa certa a fazer nesse momento.

O EBITDA da companhia totalizou R\$47,7 milhões, 25,2% acima do mesmo período do ano anterior. A margem nesse trimestre foi de 10,6% vs 10,8% no mesmo trimestre do ano passado. Nos nove primeiros meses do ano, atingimos R\$ 120,8 milhões, 38,5% acima do 9M13.

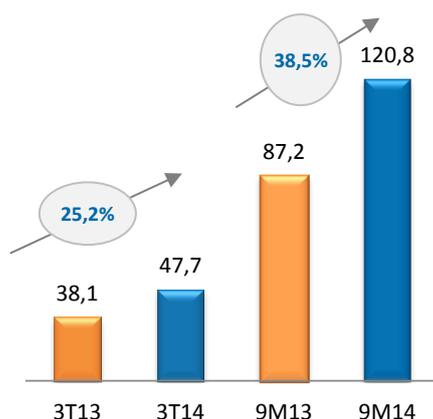
O EBITDA Ajustado da Companhia, antes das despesas com itens especiais, também totalizou R\$ 47,7 milhões no 3T14, 9,3 % acima do mesmo período do ano anterior, cujo valor foi de R\$ 43,7 milhões.

A margem do EBITDA Ajustado no 3T14 foi de 10,6% vs 12,3% no 3T13. Nos nove primeiros meses do ano, a margem ajustada foi de 10,6% vs 11,0% no 9M13.

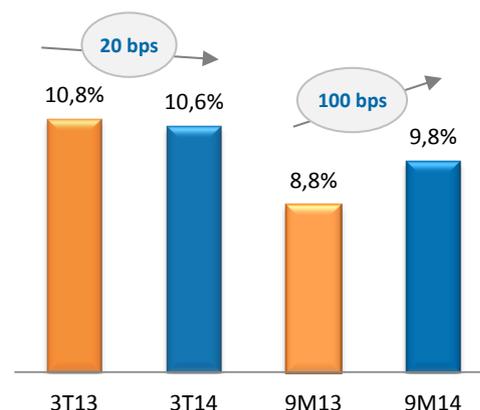
A conta de itens especiais, no 3T13 está ajustada pelas despesas pré-operacionais e pelas despesas de prospecção e aquisição de ativos (principalmente referente a marca Gino's), que foram incluídas dentro do Ebitda desde o 1T14.



EBITDA
(R\$ Milhões)



Margem EBITDA



RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO E LUCRO LÍQUIDO

As despesas financeiras líquidas da Companhia totalizaram R\$ 13,6 milhões no 3T14 e R\$ 32,2 milhões no 9M14, contra R\$7,0 milhões no 3T13 e R\$ 18,2 milhões no 9M13. O aumento na participação destas despesas na receita líquida, de 2,0% para 3,0% no tri, está vinculado, fundamentalmente, com o aumento de nossa dívida líquida resultante da diminuição na posição de caixa da Companhia, pelos investimentos em novas lojas, aquisições e reformas.

Nesse trimestre especificamente destaca-se a aquisição de MargaritaVille, que fizemos de forma alavancada, via um incremento da nossa posição de dívida. É importante ressaltar que a operação já está gerando fluxo de caixa para o pagamento dos juros e parte do principal e acreditamos que ela auto financiará os fluxos futuros referentes a essa operação.

Pedimos aos nossos investidores atenção especial as despesas com juros efetivamente pagas e as despesas diferidas. No nosso fluxo de caixa operacional o volume de juros sobre empréstimos efetivamente paga foi de R\$ 8,2 milhões, muito abaixo dos R\$ 13,6 milhões de resultado financeiro líquido contabilizados na nossa DRE.

Além disso, conforme já ressaltamos, o menor volume de vendas durante a copa do mundo contribuiu para uma menor diluição das despesas.

A nossa linha de "Imposto de Renda e Contribuição Social" totalizou R\$2,1 milhões no 3T14, versus R\$ 4,8 milhões no 3T13. Nos nove primeiros meses a linha de IR e CSLL totalizou R\$ 9,0 milhões vs R\$ 11,1 milhões no 9M13.



Essa linha merece destaque especial a partir desse trimestre, onde já começamos a colher os frutos do nosso plano de reestruturação societária anunciado no início do trimestre. A 1ª etapa referente as operações brasileiras deverá ser finalizada entre o 4º trimestre desse ano e o 1º trimestre de 2014 e manteremos o mercado informado periodicamente.

O imposto efetivamente pago, que está contabilizado no nosso fluxo de caixa operacional somou R\$1,7 milhão no 3T14.

A Companhia encerrou o resultado do 3T14 com um lucro de R\$ 4,3 milhões, comparado a um prejuízo de R\$ 0,3 milhão no mesmo período do ano passado.

INFORMAÇÕES SELECIONADAS DO FLUXO DE CAIXA

ATIVIDADES DE INVESTIMENTO

Em linha com o seu plano de crescimento, a Companhia realizou no 3T14 investimentos em Capex de R\$ 70,7 milhões, sendo que o principal investimento foi a parcela paga pela aquisição de Margaritaville, que totalizou R\$ 47,0 milhões (já incluindo a parcela referente a loja de Atlantic City). O Capex de expansão totalizou R\$ 18,4 milhões e a adição de intangíveis totalizou R\$ 5,3 milhões. Os intangíveis são explicados principalmente pela parcela do *key Money* pago aos novos aeroportos concessionados.

Nos nove primeiros meses, o CAPEX totalizou R\$ 214,9 milhões, versus R\$ 118,2 milhões no 9M13.

ATIVIDADES DE INVESTIMENTO (em milhões de R\$)	3T14	3T13	2014	2013
Adições de imobilizado	(18,4)	(23,5)	(67,2)	(58,9)
Adições de empresas, líquidas de caixa	(47,0)	(13,2)	(124,4)	(49,1)
Adições a ativos intangíveis	(5,3)	(5,1)	(23,3)	(10,2)
Dividendos recebidos	1,8	0,0	1,8	0,0
Total Investimentos em Capex no período	(68,9)	(41,8)	(213,1)	(118,2)
Total Investimentos no período	(68,9)	(41,8)	(213,1)	(118,2)



ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO

Nesse trimestre, o nosso fluxo de caixa de financiamento não teve movimentações relevantes.

ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO (em milhões de R\$)	3T14	3T13	2014	2013
Contribuição de capital	0,0	0,0	0,0	0,0
Ações em tesouraria	0,0	(2,0)	(1,4)	(2,0)
Novos empréstimos	0,7	47,9	140,2	97,9
Amortização de empréstimos	(5,5)	(4,4)	(16,4)	(15,1)
Caixa líquido aplicados nas atividades de financiamento	(4,8)	41,5	122,3	80,8

Considerando os saldos em caixa, equivalentes de caixa e investimentos temporários, a Dívida Líquida da Companhia totalizou R\$530,9 milhões em 30/09/2014, já incluídos os montantes financiados pelos ex-proprietários de algumas companhias adquiridas. Assim, a relação Dívida Líquida / EBITDA Ajustado dos últimos 12 meses apresenta uma relação de 2,8x. Se adicionarmos os recebíveis ao caixa da Companhia, a Dívida Líquida passa a ser de R\$447,9 milhões, com Dívida Líquida / EBITDA Ajustado de 2,4x.



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS DO EXERCÍCIO CONDENSADA

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONDENSADA (em milhares de R\$)	3T14	3T13	9M14	9M13
RECEITA LÍQUIDA	450.306	354.510	1.231.421	990.933
CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS	(305.379)	(241.436)	(843.263)	(691.884)
LUCRO BRUTO	144.927	113.074	388.158	299.049
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS				
Despesas de vendas e operacionais	(85.604)	(57.405)	(225.975)	(157.510)
Despesas gerais e administrativas	(30.159)	(32.781)	(90.887)	(97.549)
Depreciação e amortização	(12.180)	(15.352)	(42.531)	(37.862)
Resultado financeiro, líquido	(13.547)	(6.956)	(32.183)	(18.159)
Resultado de equivalência	1.528	0	2.969	0
Outras receitas operacionais, líquidas	1.487	3.963	6.174	11.041
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DE IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	6.452	4.543	5.725	(990)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(2.138)	(4.812)	(9.037)	(11.049)
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO PERÍODO	4.314	(269)	(3.312)	(12.039)



BALANÇO PATRIMONIAL DO EXERCÍCIO CONDENSADO

BALANÇO PATRIMONIAL CONDENSADO

(em milhares de R\$)

30/09/2014

31/12/13

ATIVO

CIRCULANTE

Caixa e equivalentes de caixa	75.206	81.575
Contas a receber	82.991	75.209
Estoques	43.751	38.026
Outros ativos e adiantamentos	48.674	45.988
Total do ativo circulante	250.622	240.798

NÃO CIRCULANTE

Imposto de renda e contribuição social diferidos	15.863	13.630
Outros ativos	65.352	31.095
Imobilizado	400.067	329.787
Intangíveis	1.133.855	1.022.704
Total do ativo não circulante	1.615.137	1.397.216

TOTAL DO ATIVO

1.865.759 **1.638.014**

PASSIVO

CIRCULANTE

Contas a pagar	68.451	75.022
Empréstimos e financiamentos	51.663	69.379
Salários e encargos sociais	61.781	42.470
Outros passivos circulantes	125.591	77.808
Total do passivo circulante	307.486	264.679

NÃO CIRCULANTE

Empréstimos e financiamentos	413.984	256.642
Provisão para disputas trab., cíveis e tributárias	13.423	16.584
Imposto de renda e contribuição social diferidos	85.567	85.321
Outros passivos	124.710	92.487
Total do passivo não circulante	637.684	451.034

PATRIMÔNIO LÍQUIDO

Capital e reservas de capital	846.264	847.702
Prejuízos acumulados e outros ajustes patrimoniais	74.325	74.599
Total do Patrimônio Líquido	920.589	922.301

TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO

1.865.759 **1.638.014**



DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA

DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA CONDENSADA

(em milhares de R\$)

	3T14	3T13	2014	2013
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS				
Lucro (prejuízo) líquido do trimestre	4.314	(269)	(3.312)	(12.039)
Depreciação e amortização	27.707	26.618	82.854	70.040
Provisão para disputas trabalhistas, cíveis e tributárias	(20)	(920)	(894)	(4.136)
Imposto de renda e contribuição social	2.138	4.812	9.037	11.049
Juros sobre empréstimos	8.820	6.374	24.877	14.255
Baixa de ativos	(1.325)	274	25	869
Receita diferida, Rebates apropriado	(1.573)	(2.302)	(5.095)	(7.162)
Despesa com pagamento a empregados baseado em ações	-	-	-	10.022
Resultado de equivalência patrimonial	(1.528)	-	(2.969)	-
Outros	12.699	6.144	23.995	14.054
Varição nos ativos e passivos operacionais	(10.480)	2.852	(9.290)	(6.072)
Caixa (aplicado nas) gerado pelas atividades operacionais	40.752	43.583	119.228	90.880
Imposto de renda e contribuição social pagos	(1.723)	(5.695)	(12.842)	(15.253)
Juros pagos	(8.223)	(6.441)	(23.139)	(13.764)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	30.806	31.447	83.247	61.863
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO				
Adições de empresas, líquidas de caixa	(47.048)	(13.164)	(124.393)	(49.094)
Juros sobre o capital próprio e dividendos recebidos	1.769	-	1.769	-
Adições a ativos intangíveis	(5.280)	(5.126)	(23.294)	(10.223)
Adições de imobilizado	(18.417)	(23.454)	(67.159)	(58.867)
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(68.976)	(41.744)	(213.077)	(118.184)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO				
Contribuição de capital	-	47	10	47
Ações em tesouraria	-	(2.021)	(1.448)	(2.021)
Novos empréstimos	664	47.861	140.150	97.854
Amortização de empréstimos	(5.416)	(4.421)	(16.402)	(15.112)
Caixa líquido gerado pelas atividades de financiamento	(4.752)	41.466	122.310	80.768
EFEITO DE VARIAÇÕES CAMBIAIS SOBRE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA				
	6.583	(1.117)	1.151	328
VARIAÇÃO LÍQUIDA NO PERÍODO	(36.339)	30.052	(6.369)	24.775
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO INÍCIO DO PERÍODO	111.545	46.886	81.575	52.163
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO FIM DO PERÍODO	75.206	76.938	75.206	76.938



Nota da Administração:

Em razão de arredondamentos, as informações financeiras apresentadas nas tabelas e gráficos deste documento poderão não conferir exatamente com os números apresentados nas Demonstrações Financeiras Auditadas.

Toda e qualquer informação não contábil ou derivada de números não contábeis, além das informações descritas como históricas comparáveis, não foram revisadas pelos auditores independentes.



GLOSSÁRIO

Abertura líquida de lojas: As referências à “abertura líquida de loja”, “fechamento líquido de loja” ou expressões similares correspondem à soma das aberturas e reaberturas de lojas menos o fechamento de lojas em cada exercício.

Companhia: International Meal Company Holdings S.A. ou IMC.

EBITDA: A Companhia calcula o EBITDA como o lucro líquido, antes do imposto de renda e da contribuição social, das receitas (despesas) financeiras e da depreciação e amortização. O EBITDA não é uma medida de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil (BR GAAP) ou IFRS, e não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido, como indicador de desempenho operacional, como alternativa ao fluxo de caixa operacional, ou como indicador de liquidez. O EBITDA não possui um significado padrão e a nossa definição de EBITDA pode não ser comparável com as definições de EBITDA utilizadas por outras Companhias. Em razão de nosso cálculo do EBITDA não considerar o imposto de renda e a contribuição social, as receitas (despesas) financeiras, a depreciação e a amortização, o EBITDA funciona como um indicador de nosso desempenho econômico geral, que não é afetado por alterações das alíquotas do imposto de renda e da contribuição social, flutuações das taxas de juros ou dos níveis de depreciação e amortização. Consequentemente, acreditamos que o EBITDA funciona como uma ferramenta comparativa significativa para mensurar, periodicamente, o nosso desempenho operacional, bem como para embasar determinadas decisões de natureza administrativa. Acreditamos que o EBITDA permite um melhor entendimento não apenas do nosso desempenho financeiro, mas também da nossa capacidade de pagamento dos juros e principal da nossa dívida e para contrair mais dívidas para financiar os nossos dispêndios de capital e o nosso capital de giro. Porém, uma vez que o EBITDA não considera certos custos intrínsecos aos nossos negócios, que poderiam, por sua vez, afetar significativamente os nossos lucros, tais como despesas financeiras, impostos, depreciação, dispêndios de capital e outros encargos correspondentes, o EBITDA apresenta limitações que afetam o seu uso como indicador da nossa rentabilidade.

EBITDA Ajustado: O EBITDA Ajustado reflete o EBITDA, ajustado para excluir os efeitos de transações consideradas pela administração da Companhia como sendo não representativas do curso normal dos negócios e/ou não impactam a geração de caixa. Utilizamos o EBITDA ajustado como ferramenta para mensurar e avaliar nosso desempenho com foco na continuidade de nossas operações, e acreditamos que o EBITDA ajustado é uma ferramenta útil para o investidor, por que possibilita uma análise comparativa mais abrangente e normalizada de informações passadas e atuais sobre os resultados da nossa gestão. O EBITDA Ajustado não é uma medida de desempenho financeiro calculada de acordo com o IFRS ou BR GAAP, e não deve ser considerado como alternativa ao lucro líquido, como indicador de desempenho operacional, como alternativa ao fluxo de caixa operacional, ou como indicador de liquidez. O EBITDA Ajustado não possui um significado padrão e a nossa definição de EBITDA Ajustado pode não ser comparável às definições de EBITDA Ajustado utilizadas por outras Companhias. Porém, uma vez que o EBITDA Ajustado não considera certos custos intrínsecos aos nossos negócios, que poderiam, por sua vez, afetar significativamente os nossos lucros, tais como despesas financeiras, impostos, depreciação, dispêndios de capital e outros encargos correspondentes, o EBITDA Ajustado apresenta limitações que afetam o seu uso como indicador da nossa rentabilidade.

Vendas em Mesmas Lojas (SSS): corresponde às vendas de lojas que mantiveram operações em períodos comparáveis, incluindo as lojas que estiveram temporariamente fechadas. Se uma loja estiver incluída no cálculo de vendas de lojas comparáveis por apenas uma parte de um dos períodos comparados, então essa loja será incluída no cálculo da parcela correspondente do outro período. Alguns dos motivos do fechamento temporário de nossas lojas incluem reforma ou remodelagem, reconstrução, construção de rodovias e desastres naturais. Quando houver uma variação na área de uma loja incluída nas vendas de lojas comparáveis, a loja é excluída nas vendas de lojas comparáveis. A variação das vendas em mesmas lojas é uma medição utilizada no mercado varejista como indicação do desempenho de estratégias e iniciativas comerciais implementadas, e também representam as tendências da economia local e dos consumidores. As nossas vendas são contabilizadas e analisadas com base na moeda funcional de cada país que operamos. Portanto, como as nossas informações financeiras são convertidas e demonstradas em reais, moeda brasileira, utilizando-se taxas cambiais medias dos períodos comparados, os valores de vendas em uma mesma loja podem apresentar ganhos ou perdas resultantes da variação cambial da moeda do país onde se localiza essa mesma loja. Vendas nas mesmas lojas não é uma medida de desempenho financeiro segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil (BR GAAP) ou Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS). Vendas nas Mesmas Lojas não têm um significado padronizado no mercado, e nossa definição pode não ser a mesma definição de Vendas nas Mesmas Lojas utilizada por outras Companhias.