RESULTADOS DO 2T16

São Paulo, 15 de agosto de 2016 - A International Meal Company Alimentação S.A. **(BM&FBOVESPA: MEAL3)**, uma das maiores Companhias multimarcas no setor de varejo de alimentação da América Latina, divulga os resultados do **segundo trimestre de 2016 (2T16).** As informações apresentadas são combinadas e estão expressas em milhões de reais (R$), exceto quando indicado de outra forma, e foram elaboradas de acordo com os princípios contábeis adotados no Brasil e as Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS).

CONTATOS DE RI

José Agote (CFO, IRO)

Vitor Pini
Tel.: +55 (11) 3041-9653
ri@internationalmealcompany.com

MEAL3 em 30.6.2016
R$ 4,04

TELECONFERÊNCIA - PORTUGUÊS
16/08/2016
14h00 (Brasília) / 13h00 (US ET)
Webcast: clique aqui
Tel.: +55 (11) 3127-4971/ 3728-5971

TELECONFERÊNCIA - INGLÊS:
16/08/2016
15h30 (Brasília) / 14h30 (US ET)
Webcast: clique aqui
Tel.: +1 (412) 317 6795 ou no website
ri.internationalmealCompany.com.br

DESTAQUES

As informações apresentadas abaixo excluem as operações do México, Porto Rico e República Dominicana e, portanto, refletem a realidade da Companhia depois das vendas das operações mencionadas, que foram concluídas nos primeiros meses de 2016.

Alavancagem Zero: Posição Líquida de Caixa R$ 41,7milhões

Geração de Caixa: Conversão de EBITDA para Caixa Operacional de 100,4%

Receita Líquida: R$ 387,8 milhões no 2T16 (-3,2% vs. 2T15)

Vendas nas mesmas Lojas (SSS): estável em relação ao 2T15

EBITDA Ajustado: R$ 23,7 milhões no 2T16 (+11% vs. 2T15 – Margem +0,8p.p)

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A nova Diretoria da IMC está atuando por quase um ano, portanto gostaríamos de compartilhar nossa visão quanto ao progresso de nossa estratégia. Concluímos com sucesso nossa primeira estratégia (desalavancar a Companhia) no 1T16, então desde o início do ano focamos nas outras três: Excelência Operacional (Opex), Novas Fontes de Receitas e Racionalização do Portfólio. Seguimos confiantes que estamos construindo as fundações para entregar nossos objetivos financeiros de longo prazo, enquanto estamos tomando severas atitudes para mitigar as adversidades de curto prazo no Brasil – alta inflação e recessão.

Excelência Operacional:Criamos e implementamos uma nova metodologia de pricing, e avançamos nos esforços de engenharia de cardápio. Como resultado, preço/mix mais do que compensaram a inflação no 2T16 (no 1T16 estes esforços compensaram 31% da inflação) no Brasil. Corte de custos e maior produtividade representaram uma melhoria de R$18,6M (comparado a R$9.2M no 1T16) – ainda insuficiente para compensar o impacto dos menores volumes (-R$23,9M no 2T vs. –R$9,9M no 1T). Continuamos expandindo nossos esforços em relação a custos e produtividade através da construção e implementação do Orçamento Base Zero (global) e do processo de Planejamento de Vendas e Operacional para melhorar ainda mais nossas operações e alinhar os objetivos globais por toda a Companhia. Também concluímos novos acordos nos 3 mais importantes aeroportos, fortalecendos nossas parcerias ao mesmo tempo que ajustamos os aspectos econômicos para melhor refletir as atuais condições de mercado. Por fim, inauguramos dois protótipos (lojas piloto) – Viena Express e o Mini-Mercado do Frango Assado, as quais devemos expandir às demais lojas quando terminada a fase de testes (baseado no atingimento de ROIC). O mesmo é verdade para o nosso piloto de desenvolvimento organizacional no Frango Assado (estrutura organizacional otimizada, senso de dono em todos os níveis com metas claras e remuneração variável ligada à performance).

Novas Fontes de Receita: Estamos testando o piloto para o Viena Delivery e planejamos uma abertura gradual (com duas localizações) no início do 4T. Estamos também implementando uma nova estratégia para bebidas alcóolicas. Tais esforços representam uma fonte de receita incremental à nossa atual estrutura. Até o final do ano devemos também expandir com a marca Olive Garden, testando sua força nos shoppings no Brasil.

Racionalização do Portfólio: Em 2016, fechamos 15 lojas deficitárias (5 no 1T e 10 no 2T), que tiveram uma margem de contribuição negativa de R$3,5M em 2015. Estamos também avançando no fechamento de marcas menores em shoppings.

Consequentemente, continuamos com um grande desafio em relação ao menor volume de vendas no Brasil, mas seguimos confiantes na nossa estratégia e na criação da estrutura correta para entregar nossos objetivos financeiros de longo prazo.

Novo modelo de apresentação financeira

Visando a maior visibilidade das operações, na divulgação dos resultados do terceiro trimestre de 2015, modificamos a forma de demonstrar os resultados da Companhia. Neste novo formato, apresentamos os resultados de forma segmentada e por região geográfica, demonstrando também de forma clara o efeito cambial nos resultados da IMC. Dada a conclusão das vendas dos ativos do México, Porto Rico e da República Dominicana, mencionados acima, os resultados dessas operações foram reclassificados para a linha de resultados de operações descontinuadas, modificando o histórico apresentado no 2T15, especialmente o da região do Caribe. O histórico dos resultados reclassificados na nova abertura para o período de 2014 a 2015 está disponível em nosso website de relações com investidores: ri.internationalmealcompany.com/

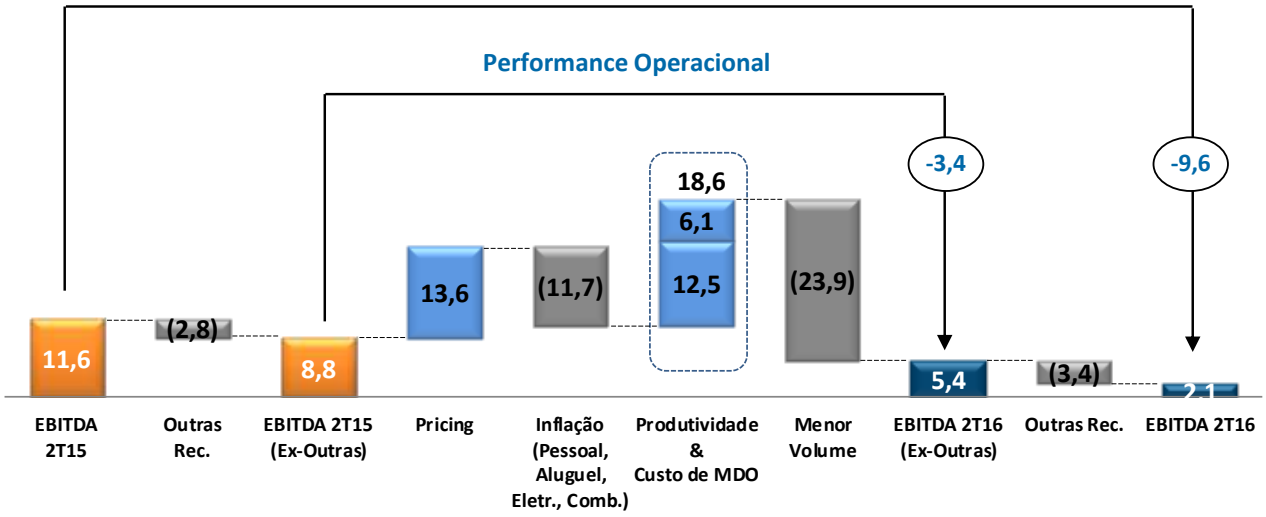
COMENTÁRIOS DO DESEMPENHO

SUMÁRIO DO 2T16

(em R$ milhões)	2T15	2T16	Dif.
Brasil	**11,6**	**2,1**	**(9,6)**
Aeroportos	1,8	2,1	0,3
Rodovias	12,8	9,7	(3,1)
Malls	4,3	5,1	0,8
G&A	(10,2)	(11,5)	(1,3)
Outras Receitas	2,8	(3,4)	(6,2)
Estados Unidos	**15,4**	**15,5**	**0,1**
Caribe	**3,3**	**10,5**	**7,2**
Holding	**(9,1)**	**(4,4)**	**4,7**
EBITDA Ajustado	**21,3**	**23,7**	***2,4***

No 2T16, o EBITDA Ajustado da IMC cresceu 11% com uma melhora de margem de 0,8p.p. Esforços em excelência operacional (eficiência, redução de custos e do quadro de funcionários e iniciativas para melhorar o ticket médio) mitigaram parcialmente a inflação no Brasil (mão de obra, alimentação, aluguéis e serviços públicos) e do enfraquecido cenário macroeconômico brasileiro que impactaram o volume de vendas. O Brasil foi novamente responsável pela pressão negativa no EBITDA no 2T16 em comparação ao 2T15 (-R$ 9,6M vs. 2Q15, comparados a -R$13,4M no 1T16 vs. 1T15), em função pela piora em outras despesas, piora no nosso segmento de Rodovias (em função de menores volumes), e maiores despesas de G&A (compensadas por menores despesas de Holding).

EBITDA Brasil



Para compensarmos a inflação, estamos trabalhando nos nossos preços e no mix de produtos, melhorando, portanto, o nosso ticket médio. No 2T16, essas iniciativas (totalizando R$ 13,6 milhões) mais do que compensaram a pressão inflacionária (R$ 11,7 milhões). É importante ressaltar que isso representa uma melhoria na comparação com o 1T de 2016, quando os esforços de precificação mitigaram apenas 31% da pressão inflacionária, como consequência das melhorias de planejamento (uma vez que a nova metodologia de precificação foi introduzida em março) e da eficácia dos esforços de engenharia de cardápio.

Para compensar os volumes mais baixos, fizemos ajustes no quadro de funcionários (R$ 12,5 milhões; comparados a R$7,6 milhões no 1T16) e implementamos esforços para melhorar a produtividade (R$ 6,1 milhões; comparados a R$1,5 milhão no 1T16), o que compensou 78% do impacto da redução de volume (R$ 23,9 milhões) no 2T16. Tal resultado representa uma redução em comparação ao 1T16, quando os ajustes no quadro de funcionários e os ganhos de produtividade compensaram 92% da pressão por menores volumes, uma vez que a pressão no volume de vendas foi maior no 2T16 como consequência de um desempenho pior nas vendas nas mesmas lojas em todos os segmentos no Brasil. Porém, é importante ter em mente que os impactos do ajuste no quadro de funcionários feito em abril somente serão refletidos integramente a partir do 3T, uma vez que custos de rescisão tiveram um impacto de R$5 milhões no 2T16. Além disso, continuamos executando o programa de fechamento de lojas deficitárias (15 lojas fechadas no ano até junho), que prosseguirá no 2S16.

Nos Estados Unidos, da melhoria de R$ 0,1 milhão sobre o mesmo período do ano anterior, R$ 1,8 milhão estão relacionados à flutuação cambial no trimestre em US$, o EBITDA ficou US$0,5 milhão menor ou -10,7% vs. 2T15. As operações foram negativamente afetadas pela queda nas vendas nas mesmas lojas (-3,6%) em US$ e uma menor resultado de equivalência patrimonial e maiores gastos com pré-abertura de lojas. É importante notar que a Companhia já está trabalhando em iniciativas para reverter a tendência de queda do SSS, o que pode ser comprovado pelo desempenho positivo de +0,1% em junho (-0,4% em bebidas e alimentos +3,9% no varejo) e de +1,8% em julho (+1,4% em bebidas e alimentos +5,3% em varejo). As iniciativas mais relevantes são: i) vendas sugestivas concentradas no verão (que representam a maioria dos resultados do ano); ii) engenharia de cardápio; iii) vendas coletivas; e iv) controle mais rígido sobre os alimentos produzidos (custo real vs. custo teórico da refeição).

No Caribe, conforme havíamos antecipado no 1T de 2016, o ambiente competitivo vem mudando no segmento de aeroportos e no de shopping centers, representando um desafio para o nosso SSS, que aumentou 2,7% (em moeda constante, comparado a 12,7% em 1T16). No entanto, a Companhia conseguiu melhorar as margens operacionais, levando a uma melhora de R$ 7,2 milhões no resultado.

A Companhia também registrou uma redução de R$ 4,7 milhões nas despesas da Holding, equivalente a uma melhora de 1,1p.p.

No 2T16, os resultados gerais apresentaram um aumento no EBITDA ajustado de R$ 2,4 milhões (um aumento de 11,1% comparado ao 2T15). Em abril, a Companhia concluiu um ajuste no quadro de funcionários tanto operacionais quanto da sede que já teve impacto nos resultados do 2T16, mas que serão mais significativos a partir do 3T de 2016. É importante notar que, além disso, a IMC implementou em junho duas novas lojas piloto:

I. Viena Express (restaurante da praça de alimentação), por meio do qual a IMC tem por meta: i) aumentar a satisfação dos clientes; ii) reduzir o tempo de fila, e iii) melhorar os índices de consumo de bebidas e sobremesas (bebidas/sobremesas vendidas por refeição). Tendo isso em vista; a introduzimos: i) um novo sortimento e planograma para uma exposição melhorada de bebidas; ii) um novo sortimento com novos tamanhos e embalagens diferentes para sobremesas; iii) um cardápio de almoço inovador e diversificado com diferentes ciclos; iv) cardápios diferentes para cada período do dia (almoço vs. jantar); v) novas categorias (bebidas alcoólicas e "take-away"); e vi) uma loja com visual e ambiente completamente renovados com uma marca e um conceito modernizados, etc.

II. Frango Assado (Rodovias), com um minimercado completamente modificado com mudanças significativas em termos de layout, planograma e merchandising visual. O novo conceito traz: i) mudanças no layout, a fim de melhorar o fluxo dos consumidores no minimercado; ii) novo mobiliário da loja (100% padronizado), com objetivo de melhorar a visibilidade; iii) novas categorias (produtos de higiene e beleza, produtos para animais de estimação, churrasco e vinhos), iv) "fila única" no "check-out"; e v) nova comunicação na loja, para uma identificação mais fácil das seções, entre outras coisas.

É importante notar que, com essas lojas conceito, a IMC está buscando testar diversas ideias novas e melhorias que – tão logo o período de testes seja concluído – deverão ser implementadas em outras lojas Frango Assado e Viena Express. Outro fato importante é que esses protótipos devem ser escaláveis (com um retorno sobre o investimento aceitável) e com um curto período de implementação. Por exemplo, o novo Viena Express foi lançado 5x mais rápido e a 35% do custo da loja remodelada anteriormente.

Na rede Frango Assado, também estamos testando o projeto *Ownership at All Levels* (Sentimento de Dono em todos os níveis) com objetivo de desenvolver talentos por meio da implementação de um sistema de gestão de talentos baseado em metas específicas para cada cargo, mapeamento de talentos e planos de desenvolvimento para cada perfil de cargo. Neste plano, promovemos uma reforma da estrutura organizacional, reduzindo o número de cargos de 21 para 13, e diminuindo o pessoal em mais de 5%. Mas, de modo ainda mais importante: i) instituímos um sistema de avaliação de desempenho (simples e rastreável) para cada cargo; ii) estendemos a remuneração variável vinculada ao desempenho para 100% dos funcionários (de 54% anteriormente); e iii) definimos programas de treinamento com uma abordagem prática para cada cargo, entre outras iniciativas.

Esse projeto de desenvolvimento de talentos – depois de testado – deverá ser implementado em todas as outras marcas/segmentos, com seu sucesso baseado nos impactos sobre vendas, custos de mão de obra direta, produtividade e rotatividade.

Além disso, alinhado à estratégia da Companhia de ter uma presença significativa e uma parceria mutuamente benéfica com apenas alguns dos principais aeroportos, a IMC reestruturou os contratos existentes no segmento Aeroportos no Brasil, fortalecendo a parceria entre a Companhia e as operadoras dos três principais aeroportos do Brasil: Guarulhos, Brasília e Confins, e ajustando os aspectos econômicos dos contratos à dinâmica atual do mercado.

I. No Aeroporto de Guarulhos, onde a IMC atua com marcas bem estabelecidas, como Red Lobster, Olive Garden, Margaritaville, Carl's Jr, Sports Bar, Frango Assado e Viena, entre outras, a IMC e o Aeroporto de Guarulhos (GRU) mantiveram a extensão dos contratos que vencem, em sua maioria, entre 2023 e 2024. Além disso, a IMC operará com 25 lojas (das atuais 29, das quais 10 no Terminal 3 e 19 no Terminal 2), incluindo o recém-lançado Sports Bar no Terminal 3 e uma nova loja a ser lançada em breve no Terminal 2. A Companhia também está comprometida a renovar parte das lojas existentes, buscando aprimorar a experiência do consumidor e no desempenho operacional.

II. No Aeroporto de Brasília (BSB), onde a IMC não apenas tem lojas (com marcas como Viena, Red Lobster, Batata Inglesa e Frango Assado), mas também uma operação de catering, a Companhia aumentou substancialmente sua relevância no aeroporto, principalmente no *Air Side* (área de embarque restrita após a verificação de segurança), com novas lojas a serem lançadas nos próximos meses. O novo contrato reflete melhor a atual dinâmica do mercado e estende todos os contratos (novos e existentes, excluindo catering) até 2026. Atualmente, em BSB, a IMC opera 11 lojas e, depois do fechamento de 3 lojas e a abertura de 8 novos quiosques no *Air Side*, a Companhia terá 16 lojas em Brasília, aumentando significativamente sua exposição num dos mais importantes aeroportos na América Latina.

III. Com relação a Confins, onde a IMC não somente tem lojas (com marcas como Espresso Mineiro, Viena Snacks, Carl's Jr e Batata Inglesa), mas também uma operação de catering, a Companhia, por meio de um novo contrato com a BH Airport, obteve os direitos para a oferta de alimentos e bebidas no *Air Side* do novo terminal por 10 anos, o que representa uma importante evolução num dos mais importantes aeroportos do Brasil. Com esta evolução, a IMC será a companhia âncora do setor de alimentação no novo terminal. A Companhia vai operar no novo terminal em três áreas distintas com uma oferta de conceito múltiplo: bar, restaurante self-service, *grab & fly* e lanchonete, entre outros. Com relação às operações existentes, que incluem o recém-lançado Espresso Mineiro (um Café *Premium* completo), a IMC está empenhada em adaptar seu portfólio, reformando, mudando a localização e fechando algumas das existentes. Além disso, o contrato de catering foi estendido por outros 10 anos.

O nosso foco no curto prazo é reduzir custos e preservar o caixa, ao mesmo tempo em que implementamos melhorias de processo, além dos projetos de Excelência Operacional e crescimento orgânico, para estabelecer as bases para o crescimento futuro quando as condições de mercado melhorarem.

RESULTADO CONSOLIDADO

Resultado Consolidado

(em milhões de R$)	2T16	2T15	% AH	2T16³	% AH³	2016	2015	% AH	2016³	% AH³
Receita Líquida	**387,8**	**400,6**	**-3,2%**	**371,9**	**-7,2%**	**776,3**	**767,2**	**1,2%**	**732,9**	**-4,5%**
Restaurantes e Outros	344,2	350,4	-1,8%	328,3	-6,3%	678,2	663,7	2,2%	634,8	-4,3%
Postos de Combustível	43,6	50,2	-13,3%	43,6	-13,3%	98,1	103,5	-5,3%	98,1	-5,3%
Brasil	225,1	254,8	-11,7%	225,1	-11,7%	483,0	523,5	-7,7%	483,0	-3,4%
EUA	116,0	102,7	12,9%	101,9	-0,7%	193,0	161,4	19,6%	160,4	4,0%
Caribe	46,7	43,1	8,5%	44,8	4,0%	100,2	82,3	21,7%	89,4	13,7%
Custo de Vendas e Serviços	**(264,7)**	**(285,8)**	**-7,4%**	**(255,6)**	**-10,6%**	**(542,0)**	**(552,3)**	**-1,9%**	**(515,0)**	**-6,8%**
Mão de Obra Direta	(103,8)	(107,9)	-3,8%	(99,4)	-7,9%	(206,2)	(206,9)	-0,3%	(193,3)	-6,6%
Refeição	(89,3)	(100,1)	-10,8%	(86,1)	-14,0%	(182,4)	(191,5)	-4,7%	(172,9)	-9,7%
Outros	(23,2)	(22,5)	3,1%	(22,3)	-0,8%	(45,3)	(41,2)	9,9%	(43,1)	4,7%
Combustível e Acessórios de Veículos	(34,6)	(40,9)	-15,3%	(34,6)	-15,3%	(78,7)	(84,0)	-6,3%	(78,7)	-6,3%
Depreciação e Amortização	(13,9)	(14,5)	-4,3%	(13,3)	-8,8%	(29,3)	(28,8)	1,8%	(27,0)	-6,2%
Lucro Bruto	**123,1**	**114,8**	**7,2%**	**116,2**	**1,3%**	**234,3**	**214,9**	**9,0%**	**217,8**	**1,4%**
Margem Bruta (%)	*31,7%*	*28,6%*		*31,3%*		*30,2%*	*28,0%*		*29,7%*	
Despesas Operacionais¹	**(123,3)**	**(119,7)**	**3,0%**	**(118,0)**	**-1,4%**	**(241,6)**	**(216,6)**	**11,5%**	**(225,7)**	**4,2%**
Vendas e Operacionais	(46,2)	(40,0)	15,6%	(43,3)	8,4%	(89,7)	(73,0)	23,0%	(81,3)	11,5%
Aluguéis de Lojas	(42,9)	(43,4)	-1,0%	(41,1)	-5,2%	(84,3)	(80,6)	4,5%	(79,6)	-1,3%
Pré-Aberturas de Lojas	(0,9)	(1,6)	-44,5%	(0,8)	-50,4%	(1,8)	(2,0)	-13,7%	(1,5)	-26,1%
Depreciação e Amortização	(9,5)	(11,2)	-15,5%	(9,4)	-16,4%	(19,1)	(20,7)	-8,1%	(18,5)	-11,0%
Amortização de Invest. em J.V.	(0,5)	(0,5)	12,2%	(0,5)	-1,8%	(1,2)	(0,8)	40,5%	(0,9)	12,6%
Equivalência Patrimonial	2,6	2,5	1,5%	2,2	-11,6%	5,4	4,4	21,0%	4,4	-0,6%
Outras receitas (despesas)	(3,1)	(0,1)	2056,6%	(3,1)	2047,9%	(4,3)	1,7	-350,1%	(4,3)	-350,0%
Gerais e Administrativas	(18,4)	(16,3)	12,7%	(17,8)	8,7%	(37,4)	(30,1)	24,1%	(35,1)	16,5%
Corporativas (Holding)²	(4,4)	(9,1)	-52,0%	(4,3)	-52,5%	(9,3)	(15,4)	-39,8%	(8,8)	-42,8%
Itens Especiais - Baixa de Ativos	0,0	0,0	-	0,0	-	0,0	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Itens Especiais - Outros	(3,0)	(5,7)	-46,5%	(3,0)	-46,5%	(4,5)	(5,7)	-20,8%	(4,5)	-
EBIT	**(3,3)**	**(10,6)**	**-69,0%**	**(4,8)**	**-54,6%**	**(11,8)**	**(7,4)**	**59,5%**	**(12,3)**	**66,6%**
(+) D&A e Baixa de Ativos	23,9	26,2	-8,8%	23,1	-11,9%	49,5	50,4	-1,6%	46,4	-7,8%
EBITDA	**20,6**	**15,6**	**32,1%**	**18,3**	**17,1%**	**37,8**	**43,0**	**-12,1%**	**34,1**	**-20,7%**
Margem EBITDA (%)	*5,3%*	*3,9%*	*1,4p.p.*	*4,9%*	*1p.p.*	*4,9%*	*5,6%*	*-0,7p.p.*	*-3,5p.p.*	*-0,0%*
(+) Itens Especiais - Outros	3,0	5,7	-	3,0	-	4,5	5,7	-20,8%	4,5	-20,8%
EBITDA Ajustado	**23,7**	**21,3**	**11,1%**	**21,3**	**0,1%**	**42,3**	**48,6**	**-13,1%**	**38,6**	**-20,7%**
Margem EBITDA Ajustada (%)	*6,1%*	*5,3%*		*5,7%*		*5,4%*			*5,3%*	

¹Antes de itens especiais; ²Não alocadas nos resultados dos países e segmentos; ³ em moedas constantes frente ao mesmo período do ano anterior

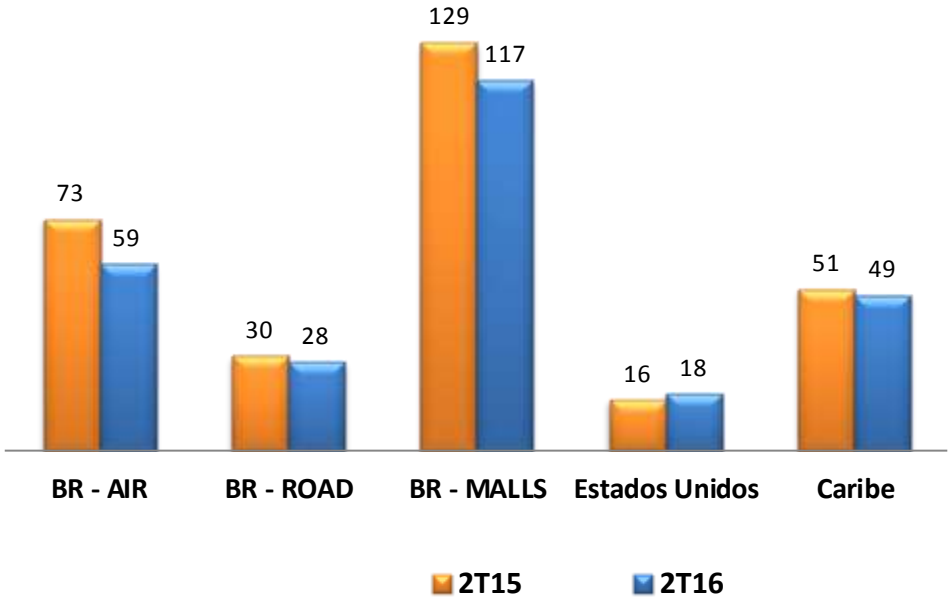
No 2T16, a receita líquida da Companhia atingiu R$ 387,8 milhões, diminuindo 3,2% em relação ao mesmo período do ano anterior, ou 7,2% se forem excluídos os efeitos da variação cambial. As vendas foram negativamente afetadas pelo fechamento líquido de 28 lojas no Brasil, conforme demonstrado na seção "Evolução do número de lojas"". No 2T16, os custos com refeição caíram 11% (uma melhora de 2,0p.p), graças a melhorias operacionais (ex.: controles mais rígidos, mix de produtos, etc.). No 1S16, a receita líquida totalizou R$ 776,3 milhões, uma melhora de 1,2% quando comparado ao 1S15.

Vale ressaltar que, no 3T15, a Companhia aprimorou seus controles e, desde então, tem realizado uma alocação mais precisa dos custos e despesas com pessoal. Como resultado disso, os custos de mão de obra indireta agora são alocados em despesas operacionais. Por essa razão e para uma melhor comparação, os custos de mão de obra devem ser combinados com as "despesas com vendas e operacionais". Sendo assim, os custos e despesas com mão de obra perfizeram R$ 142,7 milhões (em moeda constante), comparados a R$ 147,9 milhões no 2T15, uma vez que os ajustes no quadro de funcionários mitigaram as pressões inflacionárias sobre a folha de pagamento.

No 2T16, o EBITDA ajustado totalizou R$ 23,7 milhões, um aumento de 11,1% em reais, ou de 0,1% em moeda constante. A margem EBITDA foi de 6,1%, ou 5,7% em moeda constante, correspondendo a um aumento comparado a margem de 5,3% em 2T15. Os principais fatores determinantes para um EBITDA quase estável em moeda constante foram: a) melhoria de R$ 1,5 milhão no Lucro Bruto principalmente devido a melhorias em excelencia operacional (precificação, redução de custos e produtividade) mitigando os efeitos da inflação e dos menores volumes; b) R$ 2,2 milhões de aluguéis mais baixos, impulsionados por despesas reduzidas de aluguéis no Brasil, como resultado do projeto de fechamento de lojas deficitárias combinado com a maior eficiência no exterior; e parcialmente mitigado por c) R$ 2,9 milhões em outras despesas, principalmente impactadas por despesas com demissões relacionadas à reestruturação no quadro de funcionários promovida em abril, as quais totalizaram R$ 5 milhões no trimestre. No 1S16, o EBITDA ajustado totalizou R$ 42,3 milhões, uma piora de 13,1% quando comparado ao 1S15.

Finalmente, no 2T16, a Companhia teve despesas de R$ 3,0 milhões em itens especiais, relacionados ao plano de opção de compra de ações da Companhia, comparado a R$ 5,7 milhões no 2T15 em despesas relacionadas a reestruturação da alta direção da Companhia.

Evolução do número de lojas



NÚMERO DE LOJAS (final do período)	2T16	4T15	2T15	Vs. Dez/15		Vs. Ano Anterior	
				Var. (%)	Var. (#)	Var. (%)	Var. (#)
Brasil	**204**	**218**	**232**	**-6,4%**	**-14**	**-12,1%**	**-28**
Aeroportos	*59*	*62*	*73*	*-4,8%*	*-3*	*-19,2%*	*-14*
Rodovias	*28*	*29*	*30*	*-3,4%*	*-1*	*-6,7%*	*-2*
Shopping Malls	*117*	*127*	*129*	*-7,9%*	*-10*	*-9,3%*	*-12*
Estados Unidos	**18**	**16**	**16**	**12,5%**	**2**	**12,5%**	**2**
Caribe	**49**	**47**	**51**	**4,3%**	**2**	**-3,9%**	**-2**
Total Número de Lojas	**271**	**281**	**299**	**-3,6%**	**-10**	**-9,4%**	**-28**

Em junho de 2016, a Companhia tinha 271 lojas, correspondendo a uma redução líquida de 28 lojas em relação ao mesmo período do ano anterior. Em 2016, abrimos 8 lojas e fechamos 18, das quais 7 em Aeroportos 1 em Rodovias e 10 em Shopping Centers.

A maioria dos fechamentos de lojas no Brasil está ligada ao programa de encerramento de lojas deficitárias. No atual momento econômico, as aberturas de lojas estão condicionadas a rigorosas análises de viabilidade. E algumas delas só estão sendo abertas para cumprir compromissos previamente assumidos. Além disso, estamos concentrando o nosso CAPEX de 2016 em renovações e no reposicionamento da marca (*rebranding*) de lojas existentes, a fim de criar uma experiência melhor para o cliente, para promover ainda mais as vendas.

Vendas nas mesmas lojas (SSS)

(em milhões de R$)	2T16	2T15	AH (%)	2016	2015	AH (%)
Brasil	**219,8**	**234,7**	**-6,3%**	**472,3**	**484,6**	**-2,5%**
BR - Air	61,3	68,7	-10,9%	129,4	138,4	-6,5%
BR - Roads	98,3	104,2	-5,6%	219,4	220,3	-0,4%
BR - Roads - Restaurantes	*54,8*	*57,5*	*-4,7%*	*121,4*	*121,3*	*0,0%*
BR - Roads - Postos	*43,6*	*46,7*	*-6,8%*	*98,0*	*98,9*	*-0,9%*
BR- Malls	60,2	61,7	-2,4%	123,5	125,9	-1,9%
Estados Unidos	**111,6**	**101,7**	**9,7%**	**182,7**	**157,9**	**15,7%**
Caribe	**45,3**	**42,2**	**7,5%**	**97,6**	**80,8**	**20,7%**
Total Vendas nas Mesmas Lojas	**376,7**	**378,5**	**-0,5%**	**752,6**	**723,3**	**4,0%**

Em moedas constantes (em milhões de R$)	2T16	2T15	AH (%)	2016	2015	AH (%)
Brasil	219,8	234,7	-6,3%	472,3	484,6	-2,5%
Estados Unidos	98,1	101,7	-3,6%	152,3	157,9	-3,5%
Caribe	43,3	42,2	2,7%	87,0	80,8	7,7%
Total Vendas nas Mesmas Lojas	**361,2**	**378,5**	**-4,6%**	**711,6**	**723,3**	**-1,6%**

Vide definição de Vendas nas Mesmas Lojas no Glossário.

As vendas nas mesmas lojas totalizaram R$ 376,7 milhões no 2T16, uma redução de 0,5% em reais – ou de 4,6% em moeda constante – em relação ao 2T15. O SSS aumentou 4,0% em reais no 1S16 em comparação ao 1S15 e diminuiu 1,6% em moeda constante no mesmo período.

No Brasil, a queda de 6,3% nas vendas nas mesmas lojas foi influenciada pela redução de 10,9% nas vendas nos aeroportos brasileiros no 2T16, depois de uma forte queda no fluxo de passageiros nos aeroportos brasileiros no final de 2015 e início de 2016 (-10,4%, comparado a abr-jun do ano anterior), que impactou tanto as operações de catering quanto as de restaurantes, o que, por sua vez, foi parcialmente atenuado pelos esforços de vendas da Companhia, que contribuíram para aumentar o ticket médio, compensando a redução no volume de consumidores. Tais esforços incluíram ações de engenharia de cardápio, bem como uma nova política e ações de precificação. Adicionalmente, adequamos as operações e seus respectivos cardápios, para atender às diferentes demandas de consumo durante o dia ("Day Parts").

No segmento de Rodovias, o SSS registrou um encolhimento de 5,6% em comparação ao mesmo período do ano anterior, causado principalmente pelo impacto da diminuição de 4,7% no fluxo de veículos pedagiados (pesados, leves e motocicletas) em comparação ao mesmo período do ano anterior, de acordo com a Associação Brasileira de Concessionários de Rodovias (ABCR), combinado com uma competição mais acirrada devido à abertura de novas lojas. Esses efeitos mitigaram as iniciativas de vendas que ajudaram a aumentar o ticket médio em 14%, as quais incluíram precificação, gerenciamento de categorias, e novo mix e planograma de produtos nos nossos "check-outs". Lançamos uma loja piloto em Caieiras com um minimercado reformulado, a fim de testar um gerenciamento de categorias, planograma e mix diferentes, buscando aprimorar a participação dos minimercados nas receitas. No 2S16, na mesma loja, também deveremos reformar o restaurante, permitindo que testemos um modelo de Frango Assado completamente diferente que possa ser replicado nas lojas remanescentes.

As vendas nas mesmas lojas no segmento de Shopping Centers caíram 2,4% no 2T16. Apesar de as vendas do setor continuarem sofrendo com o enfraquecimento do cenário macroeconômico (-9,4% no SSS de mercado no 2T16 vs. 2T15 – fonte: IFB), a IMC conseguiu compensar parcialmente esse efeito negativo graças à nova política de precificação, o novo cardápio lançado nas lojas Viena Express e ações elaboradas para incentivar as vendas de bebidas e sobremesas. Desde seu lançamento, em junho, estamos trabalhando numa loja piloto do Viena Express, para testar, aprender e então dar escala a um modelo operacional mais eficiente e efetivo.

O SSS nos EUA em moeda local diminuiu 3,6%. Porém, a tendência negativa tanto em alimentos e bebidas (A&B) quanto em varejo está mostrando melhorias a cada mês, dando-nos confiança de que o novo sortimento de varejo e as novas iniciativas de excelência operacional estão no caminho certo. As iniciativas de curto prazo para reverter essa tendência incluem mudar o sortimento de produtos no varejo, a precificação e as vendas sugestivas. Além disso, a equipe de gestão dos EUA está trabalhando em iniciativas de médio a longo prazos (como engenharia de cardápio, vendas coletivas, etc.).

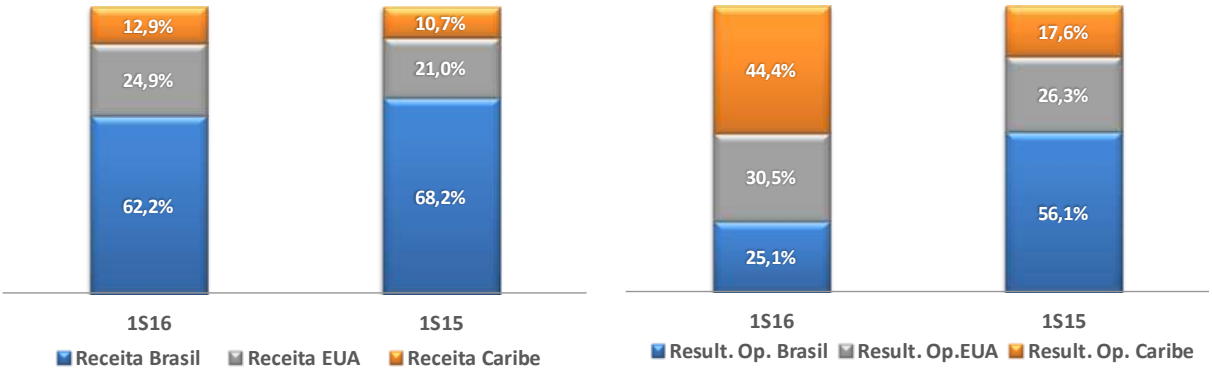
No Caribe, conforme o antecipado no 1T16, a maior concorrência levou a uma redução no ritmo de crescimento do SSS para 2,7% comparado a 12,7% no 1T16.

RESULTADO POR SEGMENTO E REGIÃO GEOGRÁFICA

(em milhões de R$)	Brasil 2016	EUA 2016	Caribe 2016	Consolidado 2016	Consolidado % AV	Brasil 2015	EUA 2015	Caribe 2015	Consolidado 2015	Consolidado % AV	Consolidado % AH
Receita Líquida	**483,0**	**193,0**	**100,2**	**776,3**	**100,0%**	**523,5**	**161,4**	**82,3**	**767,2**	**100,0%**	**1,2%**
Restaurantes e Outros	385,0	193,0	100,2	678,2	87,4%	419,9	161,4	82,3	663,7	86,5%	2,2%
Postos de Combustível	98,1	0,0	0,0	98,1	12,6%	103,5	0,0	0,0	103,5	13,5%	-5,3%
Custo de Vendas e Serviços	**(368,4)**	**(123,4)**	**(50,1)**	**(542,0)**	**-69,8%**	**(405,7)**	**(101,4)**	**(45,2)**	**(552,3)**	**-72,0%**	**-1,9%**
Mão de Obra Direta	(125,2)	(62,6)	(18,4)	(206,2)	-26,6%	(138,4)	(51,9)	(16,6)	(206,9)	-27,0%	-0,3%
Refeição	(115,0)	(37,7)	(29,8)	(182,4)	-23,5%	(133,0)	(31,8)	(26,7)	(191,5)	-25,0%	-4,7%
Outros	(110,8)	(12,5)	(0,8)	(124,0)	-16,0%	(114,9)	(9,6)	(0,7)	(125,2)	-16,3%	-0,9%
Combustível e Acessórios de Veículos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%	-
Depreciação e Amortização	(17,4)	(10,7)	(1,2)	(29,3)	-3,8%	(19,4)	(8,1)	(1,3)	(28,8)	-3,8%	1,8%
Lucro Bruto	**114,6**	**69,6**	**50,1**	**234,3**	**30,2%**	**117,7**	**60,0**	**37,1**	**214,9**	**28,0%**	**9,0%**
Despesas Operacionais[1]	**(132,5)**	**(66,5)**	**(33,4)**	**(232,3)**	**-29,9%**	**(117,2)**	**(52,5)**	**(31,4)**	**(201,2)**	**-26,2%**	**15,5%**
Vendas e Operacionais	(36,3)	(40,1)	(13,3)	(89,7)	-11,6%	(28,1)	(32,9)	(12,0)	(73,0)	-9,5%	23,0%
Aluguéis de Lojas	(54,5)	(19,2)	(10,5)	(84,3)	-10,9%	(55,8)	(15,8)	(9,0)	(80,6)	-10,5%	4,5%
Pré-Aberturas de Lojas	(0,5)	(0,5)	(0,8)	(1,8)	-0,2%	(1,9)	(0,1)	(0,0)	(2,0)	-0,3%	-13,7%
Depreciação e Amortização	(13,4)	(0,7)	(5,0)	(19,1)	-2,5%	(16,1)	(0,4)	(4,2)	(20,7)	-2,7%	-8,1%
Amortização de Invest. em J.V.	0,0	(1,2)	0,0	(1,2)	-0,1%	0,0	(0,8)	0,0	(0,8)	-0,1%	40,5%
Equivalência Patrimonial	0,0	5,4	0,0	5,4	0,7%	0,0	4,4	0,0	4,4	0,6%	21,0%
Outras receitas (despesas)	(4,7)	(0,3)	0,6	(4,3)	-0,6%	4,3	0,1	(2,7)	1,7	0,2%	-350,1%
Gerais e Administrativas	(23,1)	(9,9)	(4,4)	(37,4)	-4,8%	(19,6)	(6,9)	(3,6)	(30,1)	-3,9%	24,1%
(+) Deprec. e Amortização	30,8	12,6	6,2	49,5	6,4%	35,5	9,3	5,6	50,4	6,6%	-1,6%
Resultado Operacional[1]	**13,0**	**15,7**	**22,9**	**51,5**	**6,6%**	**36,0**	**16,8**	**11,3**	**64,1**	**8,4%**	**-19,6%**
Despesas Corporativas[2]				(9,3)	-1,2%				(15,4)	-2,0%	-39,8%
Itens Especiais - Baixa de Ativos				0,0	0,0%						
Itens Especiais - Outros				(4,5)	-0,6%				(5,7)	-0,7%	-20,8%
EBIT	**(17,9)**	**3,2**	**16,7**	**(11,8)**	**-1,5%**	**0,5**	**7,5**	**5,7**	**(7,4)**	**-1,0%**	
(+) D&A e Baixa de Ativos				49,5	6,4%				50,4	6,6%	-1,6%
EBITDA				**37,8**	**4,9%**				**43,0**	**5,6%**	**-12,1%**
(+) Itens Especiais				4,5	0,6%				5,7	0,7%	-20,8%
EBITDA Ajustado				**42,3**	**5,4%**				**48,6**	**6,3%**	**-13,1%**

[1]antes de itens especiais; [2]não alocadas aos resultados dos países e segmentos

As operações do Brasil corresponderam a 62,2% das vendas no 1S16, frente a 68,2% no 1S15. A menor representatividade das Operações Brasil como percentual das vendas se deve principalmente ao crescimento das vendas no Caribe e ao impacto positivo da variação cambial sobre as vendas no Caribe e nos Estados Unidos, bem como à redução nas receitas do Brasil, devido ao fechamento de lojas deficitárias, e à pressão do cenário macroeconômico sobre o SSS.



A distribuição geográfica do resultado operacional também foi impactada pela variação cambial, bem como pela redução de margem das Operações Brasil, que representaram 25% do resultado operacional do 1S16, em comparação a 56% no 1S15.

Resultados das Operações Brasil

(em milhões de R$)	2T16		2T15			2016		2015		
	2T16	% AV	2T15	% AV	% AH	2016	% AV	2015	% AV	% AH
Receita Líquida	**225,1**	**100,0%**	**254,8**	**100,0%**	**-11,7%**	**483,0**	**100,0%**	**523,5**	**100,0%**	**-7,7%**
Restaurantes e Outros	181,5	80,6%	204,6	80,3%	-11,3%	385,0	79,7%	419,9	80,2%	-8,3%
Postos de Combustível	43,6 8.3	19,4%	50,2	19,7%	-13,3%	98,1	20,3%	103,5	19,8%	-5,3%
Custo de Vendas e Serviços	**(172,5)**	**-76,6%**	**(202,0)**	**-79,3%**	**-14,6%**	**(368,4)**	**-76,3%**	**(405,7)**	**-77,5%**	**-9,2%**
Mão de Obra Direta	(60,8)	-27,0%	(69,0)	-27,1%	-12,0%	(125,2)	-25,9%	(138,4)	-26,4%	-9,5%
Refeição	(53,2)	-23,6%	(66,3)	-26,0%	-19,8%	(115,0)	-23,8%	(133,0)	-25,4%	-13,6%
Outros	(15,6)	-6,9%	(16,2)	-6,4%	-3,9%	(110,8)	-22,9%	(114,9)	-21,9%	-3,6%
Combustível e Acessórios de Veículos	(34,6)	-15,4%	(40,9)	-16,0%	-15,3%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Depreciação e Amortização	(8,4)	-3,7%	(9,7)	-3,8%	-13,3%	(17,4)	-3,6%	(19,4)	-3,7%	-10,1%
Lucro Bruto	**52,6**	**23,4%**	**52,8**	**20,7%**	**-0,4%**	**114,6**	**23,7%**	**117,7**	**22,5%**	**-2,7%**
Despesas Operacionais[1]	**(65,8)**	**-29,2%**	**(59,6)**	**-23,4%**	**10,3%**	**(132,5)**	**-27,4%**	**(117,2)**	**-22,4%**	**13,0%**
Vendas e Operacionais	(17,7)	-7,9%	(14,0)	-5,5%	26,9%	(36,3)	-7,5%	(28,1)	-5,4%	29,0%
Aluguéis de Lojas	(26,2)	-11,6%	(27,9)	-10,9%	-6,1%	(54,5)	-11,3%	(55,8)	-10,7%	-2,4%
Pré-Aberturas de Lojas	(0,2)	-0,1%	(1,6)	-0,6%	-90,4%	(0,5)	-0,1%	(1,9)	-0,4%	-75,6%
Depreciação e Amortização	(6,8)	-3,0%	(8,7)	-3,4%	-22,0%	(13,4)	-2,8%	(16,1)	-3,1%	-16,7%
Amortização de Invest. em J.V.	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Equivalência Patrimonial	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Outras receitas (despesas)	(3,4)	-1,5%	2,8	1,1%	-220,6%	(4,7)	-1,0%	4,3	0,8%	-208,6%
Gerais e Administrativas[2]	(11,5)	-5,1%	(10,2)	-4,0%	13,1%	(23,1)	-4,8%	(19,6)	-3,8%	17,7%
(+) Deprec. e Amortização	15,2	6,8%	18,4	7,2%	-17,4%	30,8	6,4%	35,5	6,8%	-13,1%
Resultado Operacional	**2,1**	**0,9%**	**11,6**	**4,6%**	**-82,3%**	**13,0**	**2,7%**	**36,0**	**6,9%**	**-64,0%**
Capex Expansão	33,6	14,9%	5,8	2,3%	481,6%	38,8	8,0%	12,2	2,3%	218,8%
Capex Manutenção	3,2	1,4%	1,5	0,6%	106,7%	5,3	1,1%	5,3	1,0%	0,4%
Total Capex	**36,8**	**16,3%**	**7,3**	**2,9%**	**402,9%**	**44,1**	**9,1%**	**17,4**	**3,3%**	**152,9%**
Res. Operacional - Capex[3]	**(34,7)**	**n/a**	**4,3**	**37,1%**	**n/a**	**(31,1)**	**n/a**	**18,5**	**51,5%**	**n/a**

[1]antes de itens especiais; [2]não alocadas aos resultados dos segmentos; [3] AV vs. Res. Op.

A receita das Operações Brasil foi afetada principalmente pelo enfraquecido cenário macroeconômico que impactou a confiança do consumidor, levando a um menor fluxo de passageiros nos aeroportos (-10,4%, abr-jun sobre o mesmo período do ano anterior), a uma queda nos gastos nos shopping centers (-9,4% no SSS de mercado no 2T16 sobre o mesmo período do ano anterior) e a um menor fluxo de veículos nas rodovias (-4,7% no 2T16 sobre o mesmo período do ano anterior), fatores esses que impactaram as vendas nas mesmas lojas. Também é importante mencionar que, na comparação com o 2T15, houve uma redução de 28 lojas nas Operações Brasil (-14 nos aeroportos, -2 nas rodovias e -12 nos shopping centers) no 2T16. Tais efeitos foram parcialmente mitigados pelas iniciativas de vendas da IMC, incluindo entre outras: i) precificação: separar as lojas em grupos de marcas regionais com a definição de preços específicos para cada produto específico; ii) engenharia de cardápio: focar em produtos com margem mais elevada e vendas sugestivas; iii) sortimento e mix de produtos; iv) *upselling* (fomentar as vendas de produtos de maior valor); e v) qualidade e inovação de produto.

Em suma, a receita das Operações Brasil caiu 11,7% no 2T16. No 1S16, a receita líquida totalizou R$ 483 milhões, uma redução de 7,7% quando comparado ao 1S15.

Em termos de custos e despesas, é importante salientar a redução de 2,4p.p nos custos de refeição, apesar do efeito do alto índice de inflação sobre os itens alimentícios. Conforme mencionado anteriormente, para melhor comparabilidade, o "custo de mão de obra direta" e as "despesas com vendas e operacionais" devem ser combinados, o que resultou em R$78,5 milhões no 2T16 em comparação a R$ 83,0 milhões no 2T15, em virtude da reestruturação do quadro de funcionários, que compensou a pressão da inflação sobre a folha de pagamento. Vale salientar que a margem operacional das Operações Brasil foi fortemente impactada pela redução nas vendas; pela inflação de custos em geral; pelo aumento de outras despesas (principalmente impactado pelos custos de rescisão relativos aos ajustes no quadro de funcionários promovido em abril – é importante notar que o resultado positivo em 2015 incluiu recuperações tributárias e reversão de provisões); e pelo aumento das despesas com aluguéis (como % da receita líquida), as quais foram impactadas principalmente pelo segmento de aeroportos.

Consequentemente, as Operações Brasil registraram receita operacional de R$ 2,1 milhões no 2T16, o que representa uma redução de 82,3% em relação ao 2T15, com uma contração de quase 3,7p.p da margem operacional. No entanto, é importante considerar que: i) as iniciativas implementadas pela Companhia para melhorar as vendas e reduzir custos ainda estão sendo implementadas e serão ainda mais representativas quando esse processo for finalizado; ii) há varias outras iniciativas a serem implementadas que esperamos também aumentarão as vendas e a eficiência; e iii) quando a economia brasileira começar sua recuperação, o impacto sobre as margens será ainda mais significativo devido ao crescimento nas vendas e o consequente aumento na alavancagem operacional.

Resultados das Operações Brasil – AEROPORTOS

Resultado Segmento Air Brasil (em milhões de R$)	Brasil - Air									
	2T16	% AV	2T15	% AV	% AH	2016	% AV	2015	% AV	% AH
Receita Líquida	**64,1**	**100,0%**	**78,1**	**100,0%**	**-17,9%**	**135,6**	**100,0%**	**158,0**	**100,0%**	**-14,1%**
Restaurantes e Outros	64,1	100,0%	78,1	100,0%	-17,9%	135,6	100,0%	158,0	100,0%	-14,1%
Postos de Combustível	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Custo de Vendas e Serviços	**(45,4)**	**-70,8%**	**(60,1)**	**-77,0%**	**-24,4%**	**(94,3)**	**-69,5%**	**(118,5)**	**-75,0%**	**-20,4%**
Mão de Obra Direta	(20,2)	-31,5%	(26,7)	-34,2%	-24,3%	(41,9)	-30,9%	(53,1)	-33,6%	-21,2%
Refeição	(17,6)	-27,4%	(25,3)	-32,4%	-30,4%	(37,2)	-27,5%	(49,5)	-31,3%	-24,8%
Outros	(5,0)	-7,7%	(5,0)	-6,5%	-1,5%	(9,7)	-7,2%	(9,7)	-6,2%	-0,3%
Combustível e Acessórios de Veículos	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Depreciação e Amortização	(2,6)	-4,1%	(3,1)	-3,9%	-13,8%	(5,5)	-4,1%	(6,1)	-3,9%	-9,8%
Lucro Bruto	**18,7**	**29,2%**	**18,0**	**23,0%**	**4,0%**	**41,3**	**30,5%**	**39,5**	**25,0%**	**4,6%**
Despesas Operacionais[1]	**(24,5)**	**-38,2%**	**(24,9)**	**-31,9%**	**-1,6%**	**(50,8)**	**-37,5%**	**(47,4)**	**-30,0%**	**7,2%**
Vendas e Operacionais	(6,8)	-10,6%	(4,4)	-5,6%	54,4%	(14,3)	-10,5%	(8,7)	-5,5%	62,9%
Aluguéis de Lojas	(12,4)	-19,3%	(13,6)	-17,4%	-9,0%	(26,2)	-19,3%	(26,9)	-17,0%	-2,7%
Pré-Aberturas de Lojas	(0,1)	-0,2%	(1,2)	-1,6%	-89,8%	(0,3)	-0,2%	(1,5)	-1,0%	-79,3%
Depreciação e Amortização	(5,2)	-8,2%	(5,7)	-7,3%	-7,9%	(10,1)	-7,4%	(10,2)	-6,5%	-1,4%
Amortização de Invest. em J.V.	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Equivalência Patrimonial	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Outras receitas (despesas)	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Gerais e Administrativas[2]	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
(+) Deprec. e Amortização	7,9	12,3%	8,7	11,2%	-10,0%	15,6	11,5%	16,3	10,3%	-4,6%
Resultado Operacional	**2,1**	**3,3%**	**1,8**	**2,4%**	**13,7%**	**6,1**	**4,5%**	**8,4**	**5,3%**	**-27,7%**
Capex Expansão	30,8	48,0%	5,5	7,0%	460,1%	33,7	24,8%	11,7	7,4%	188,7%
Capex Manutenção	0,3	0,5%	0,5	0,6%	-25,0%	0,8	0,6%	3,2	2,0%	-75,1%
Total Capex	**31,1**	**48,5%**	**6,0**	**7,6%**	**422,5%**	**34,5**	**25,4%**	**14,9**	**9,4%**	**131,4%**
Res. Operacional - Capex[3]	**(29,0)**	**n/a**	**(4,1)**	**-224,5%**	**n/a**	**(28,4)**	**n/a**	**(6,5)**	**-77,0%**	**n/a**

[1]antes de itens especiais; [2]não alocadas aos resultados dos segmentos; [3] AV vs. Res. Op.

O resultado operacional do segmento de Aeroportos no Brasil registrou um crescimento de R$ 2,1 milhões no 1S16, com uma expansão de margem de 0,9p.p, principalmente em virtude da:

i) Redução nos custos de alimentação de 5,0p.p em relação ao 2T15, combinada com uma redução de 1,4p.p nas despesas de pré-abertura de lojas, que foram parcialmente mitigadas pela:

ii) Redução nas vendas, como consequência do fechamento líquido de 14 lojas, associada à diminuição de 10,9% no SSS, como consequência da queda no fluxo de passageiros nos aeroportos operados pela Companhia (-10,4%, abr-jun em relação ao 2T15), o que, por sua vez, reduziu a alavancagem operacional, tendo os seguintes resultados:

   i. Aumento de 2,3p.p nas despesas com pessoal – é preciso notar, porém, que, em termos nominais, as despesas com pessoal ("custo de mão de obra direta" combinado com as "despesas com vendas e operacionais") totalizaram R$ 27,0 milhões comparadas aos R$ 31,1 milhões registrados no 2T15, como resultado de ajustes no quadro de funcionários nas operações, os quais mitigaram a pressão inflacionária sobre a folha de pagamento.

ii. Aumento de 1,9p.p em aluguéis – excluindo despesas com aluguéis, a margem operacional subiu 2,8p.p (22,5% comparado a 19,8% no 2T15).

iii. Expansão de 1,3p.p em outros – relacionado principalmente a despesas com serviços públicos.

No 1S16, o resultado operacional do segmento de Aeroportos no Brasil totalizou R$ 6,1 milhões, uma redução de 27,7% em relação ao 1S15, com uma margem de 4,5% versus 5,3% no 1S15. Excluindo as despesas com aluguéis, porém, a margem operacional no 1S16 alcançou 23,8% comparado a 22,4% no 1S15.

Além disso, alinhado à estratégia da Companhia de ter uma presença significativa e uma parceria mutuamente benéfica com apenas alguns dos principais aeroportos, a IMC reestruturou os contratos existentes no segmento Aeroportos no Brasil, fortalecendo a parceria entre a Companhia e as operadoras dos três principais aeroportos do Brasil: Guarulhos, Brasília e Confins, e ajustando os aspectos econômicos dos contratos à dinâmica atual do mercado.

I. No Aeroporto de Guarulhos, onde a IMC atua com marcas bem estabelecidas, como Red Lobster, Olive Garden, Margaritaville, Carl's Jr, Sports Bar, Frango Assado e Viena, entre outras, a IMC e o Aeroporto de Guarulhos (GRU) mantiveram a extensão dos contratos que vencem, em sua maioria, entre 2023 e 2024. Além disso, a IMC operará com 25 lojas (das atuais 29, das quais 10 no Terminal 3 e 19 no Terminal 2), incluindo o recém-lançado Sports Bar no Terminal 3 e uma nova loja a ser lançada em breve no Terminal 2. A Companhia também está comprometida a renovar parte das lojas existentes, buscando aprimorar a experiência do consumidor e no desempenho operacional.

II. No Aeroporto de Brasília (BSB), onde a IMC não apenas tem lojas (com marcas como Viena, Red Lobster, Batata Inglesa e Frango Assado), mas também uma operação de catering, a Companhia aumentou substancialmente sua relevância no aeroporto, principalmente no *Air Side* (área de embarque restrita após a verificação de segurança), com novas lojas a serem lançadas nos próximos meses. O novo contrato reflete melhor a atual dinâmica do mercado e estende todos os contratos (novos e existentes, excluindo catering) até 2026. Atualmente, em BSB, a IMC opera 11 lojas e, depois do fechamento de 3 lojas e a abertura de 8 novos quiosques no *Air Side*, a Companhia terá 16 lojas em Brasília, aumentando significativamente sua exposição num dos mais importantes aeroportos na América Latina.

III. Com relação a Confins, onde a IMC não somente tem lojas (com marcas como Espresso Mineiro, Viena Snacks, Carl's Jr e Batata Inglesa), mas também uma operação de catering, a Companhia, por meio de um novo contrato com a BH Airport, obteve os direitos para a oferta de alimentos e bebidas no *Air Side* do novo terminal por 10 anos, o que representa uma importante evolução num dos mais importantes aeroportos do Brasil. Com esta evolução, a IMC será a companhia âncora do setor de alimentação no novo terminal. A Companhia vai operar no novo terminal em três áreas distintas com uma oferta de conceito múltiplo: bar, restaurante self-service, *grab & fly* e lanchonete, entre outros. Com relação às operações existentes, que incluem o recém-lançado Espresso Mineiro (um Café *Premium* completo), a IMC está empenhada em adaptar seu portfólio, reformando, mudando a localização e fechando algumas das existentes. Além disso, o contrato de catering foi estendido por outros 10 anos.

Resultados das Operações Brasil – RODOVIAS

(em milhões de R$)	Brasil - Roads									
	2T16	% AV	2T15	% AV	% AH	2016	% AV	2015	% AV	% AH
Receita Líquida	**98,4**	**100,0%**	**108,3**	**100,0%**	**-9,1%**	**219,5**	**100,0%**	**225,7**	**100,0%**	**-2,8%**
Restaurantes e Outros	54,8	55,7%	58,0	53,6%	-5,5%	121,4	55,3%	122,2	54,1%	-0,6%
Postos de Combustível	43,6	44,3%	50,2	46,4%	-13,3%	98,1	44,7%	103,5	45,9%	-5,3%
Custo de Vendas e Serviços	**(82,3)**	**-83,6%**	**(90,5)**	**-83,5%**	**-9,1%**	**(181,5)**	**-82,7%**	**(185,0)**	**-82,0%**	**-1,9%**
Mão de Obra Direta	(22,3)	-22,7%	(21,1)	-19,5%	5,6%	(45,9)	-20,9%	(43,2)	-19,1%	6,2%
Refeição	(16,8)	-17,1%	(19,4)	-17,9%	-13,2%	(38,7)	-17,7%	(40,2)	-17,8%	-3,7%
Outros	(5,4)	-5,5%	(5,7)	-5,2%	-5,3%	(90,5)	-41,3%	(94,8)	-42,0%	-4,5%
Combustível e Acessórios de Veiculos	(34,6)	-35,2%	(40,9)	-37,7%	-15,3%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Depreciação e Amortização	(3,2)	-3,2%	(3,4)	-3,2%	-7,5%	(6,4)	-2,9%	(6,8)	-3,0%	-6,7%
Lucro Bruto	**16,1**	**16,4%**	**17,8**	**16,5%**	**-9,5%**	**38,0**	**17,3%**	**40,7**	**18,0%**	**-6,7%**
Despesas Operacionais[1]	**(10,4)**	**-10,6%**	**(9,8)**	**-9,0%**	**6,4%**	**(21,3)**	**-9,7%**	**(20,2)**	**-8,9%**	**5,7%**
Vendas e Operacionais	(5,2)	-5,3%	(4,0)	-3,7%	31,9%	(10,6)	-4,8%	(8,4)	-3,7%	26,4%
Aluguéis de Lojas	(4,3)	-4,4%	(4,5)	-4,1%	-3,0%	(9,0)	-4,1%	(9,2)	-4,1%	-1,5%
Pré-Aberturas de Lojas	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Depreciação e Amortização	(0,9)	-0,9%	(1,4)	-1,3%	-36,9%	(1,7)	-0,8%	(2,7)	-1,2%	-35,0%
Amortização de Invest. em J.V.	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Equivalência Patrimonial	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Outras receitas (despesas)	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Gerais e Administrativas[2]	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
(+) Deprec. e Amortização	4,0	4,1%	4,8	4,4%	-15,9%	8,1	3,7%	9,5	4,2%	-14,7%
Resultado Operacional	**9,7**	**9,9%**	**12,8**	**11,9%**	**-24,1%**	**24,7**	**11,3%**	**30,0**	**13,3%**	**-17,6%**
Capex Expansão	0,3	0,3%	0,0	0,0%	0,0%	0,3	0,1%	0,0	0,0%	0,0%
Capex Manutenção	0,4	0,4%	0,6	0,6%	-34,7%	0,5	0,2%	1,0	0,4%	-46,6%
Total Capex	**0,7**	**0,7%**	**0,6**	**0,6%**	**11,6%**	**0,8**	**0,4%**	**1,0**	**0,4%**	**-18,2%**
Res. Operacional - Capex[3]	**9,1**	**93,0%**	**12,2**	**95,3%**	**-2,2%**	**23,9**	**96,7%**	**29,0**	**96,7%**	**0,0%**

[1]antes de itens especiais; [2]não alocadas aos resultados dos segmentos; [3] AV vs. Res. Op.

O resultado operacional do segmento de Rodovias registrou uma redução de R$ 3,1 milhões no 2T16, com uma contração de margem de 2,0p.p, principalmente devido a:

i) Redução nas vendas (-9,1% comparado ao 2T15), como consequência do fechamento líquido de 2 lojas, associada à redução de 5,6% no SSS, como resultado da contração macroeconômica, a qual, por sua vez, levou a uma redução de 4,7% no tráfego e a uma competição mais acirrada nas rodovias onde a companhia opera, as quais foram parcialmente compensadas pelos esforços da IMC para aumentar o ticket médio, incluindo precificação e gerenciamento de categorias, novo mix e planograma de produtos nos nossos "check-outs".

ii) Pressão inflacionária sobre a folha de pagamento, aluguel e serviços públicos (água, esgoto, luz, telefonia, gás, etc.), a qual levou a um aumento nas despesas de 4,8p.p, 0,3p.p e 0,2p.p, respectivamente.

iii) Esses impactos foram parcialmente mitigados pela maior eficiência no custo de combustíveis (redução de 2,5p.p) e o custo de alimentação (0,8p.p), como resultado das iniciativas de precificação que mitigaram a pressão inflacionária no trimestre.

No 1S16, o resultado operacional do segmento de Rodovias no Brasil totalizou R$ 24,7 milhões, uma redução de 17,6% em relação ao 1S15, com uma margem de 11,3% versus 13,3% no 1S15.

O segmento de Rodovias continua sendo um grande gerador de caixa para a Companhia, com boas perspectivas de alcançar margens operacionais elevadas por meio do melhor aproveitamento das lojas existentes com ações para aumentar as vendas, em especial na divisão de varejo. Em junho, a IMC lançou uma nova loja conceito, com um minimercado completamente modificado com mudanças significativas em termos de layout, planograma e merchandising visual. O novo conceito traz: i) mudanças no layout, a fim de melhorar o fluxo dos consumidores no minimercado; ii) novo mobiliário da loja (100% padronizado), com objetivo de melhorar a visibilidade; iii) novas categorias (produtos de higiene e beleza, produtos para animais de estimação, churrasco e vinhos), iv) "fila única" no "check-out"; e v) novos comunicação na loja, para uma identificação mais fácil das seções, entre outras coisas.

É importante notar que, com essa loja conceito, a IMC está procurando testar várias novas ideias e melhorias que – tão logo o período de testes seja concluído – deverão ser gradualmente implementadas em outras lojas da rede Frango Assado. Outro fato importante é que esses protótipos devem ser escaláveis (com um retorno sobre o investimento aceitável) e com um curto período de implementação. No 2S16, a IMC também deverá testar uma novo conceito na oferta de alimentos e bebidas (restaurante, padaria e lanchonete) na rede Frango Assado.

Resultados das Operações Brasil – Malls

(em milhões de R$)	Brasil - Malls									
	2T16	% AV	2T15	% AV	% AH	2016	% AV	2015	% AV	% AH
Receita Líquida	**62,6**	**100,0%**	**68,5**	**100,0%**	**-8,6%**	**127,9**	**100,0%**	**139,8**	**100,0%**	**-8,5%**
Restaurantes e Outros	62,6	100,0%	68,5	100,0%	-8,6%	127,9	100,0%	139,8	100,0%	-8,5%
Postos de Combustível	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Custo de Vendas e Serviços	**(44,8)**	**-71,6%**	**(51,5)**	**-75,2%**	**-12,9%**	**(92,6)**	**-72,4%**	**(102,2)**	**-73,1%**	**-9,4%**
Mão de Obra Direta	(18,3)	-29,2%	(21,2)	-31,0%	-13,9%	(37,5)	-29,3%	(42,1)	-30,1%	-10,9%
Refeição	(18,8)	-30,0%	(21,6)	-31,5%	-13,1%	(39,0)	-30,5%	(43,3)	-31,0%	-9,9%
Outros	(5,2)	-8,3%	(5,5)	-8,0%	-4,6%	(10,5)	-8,2%	(10,4)	-7,4%	1,6%
Combustível e Acessórios de Veículos	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Depreciação e Amortização	(2,6)	-4,1%	(3,2)	-4,7%	-18,9%	(5,6)	-4,4%	(6,5)	-4,6%	-14,0%
Lucro Bruto	**17,8**	**28,4%**	**17,0**	**24,8%**	**4,5%**	**35,3**	**27,6%**	**37,5**	**26,9%**	**-6,0%**
Despesas Operacionais[1]	**(16,0)**	**-25,5%**	**(17,5)**	**-25,6%**	**-9,0%**	**(32,5)**	**-25,4%**	**(34,3)**	**-24,6%**	**-5,4%**
Vendas e Operacionais	(5,7)	-9,1%	(5,6)	-8,2%	1,8%	(11,5)	-9,0%	(11,0)	-7,9%	4,1%
Aluguéis de Lojas	(9,5)	-15,2%	(9,9)	-14,4%	-3,6%	(19,3)	-15,1%	(19,7)	-14,1%	-2,3%
Pré-Aberturas de Lojas	(0,0)	0,0%	(0,4)	-0,6%	-92,4%	(0,2)	-0,1%	(0,4)	-0,3%	-61,0%
Depreciação e Amortização	(0,7)	-1,2%	(1,7)	-2,5%	-57,1%	(1,6)	-1,2%	(3,2)	-2,3%	-50,4%
Amortização de Invest. em J.V.	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Equivalência Patrimonial	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Outras receitas (despesas)	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Gerais e Administrativas[2]	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
(+) Deprec. e Amortização	3,3	5,3%	4,9	7,1%	-32,1%	7,2	5,6%	9,7	6,9%	-26,0%
Resultado Operacional	**5,1**	**8,2%**	**4,3**	**6,3%**	**18,0%**	**10,0**	**7,8%**	**12,9**	**9,2%**	**-22,6%**
Capex Expansão	1,1	1,8%	0,0	0,0%	4426,4%	2,0	1,5%	0,1	0,0%	2806,7%
Capex Manutenção	0,8	1,3%	0,5	0,7%	69,0%	0,9	0,7%	1,0	0,7%	-11,6%
Total Capex	**1,9**	**3,0%**	**0,5**	**0,7%**	**288,4%**	**2,9**	**2,3%**	**1,1**	**0,8%**	**162,8%**
Res. Operacional - Capex[3]	**3,2**	**62,9%**	**3,9**	**88,7%**	**-25,9%**	**7,1**	**70,9%**	**11,8**	**91,4%**	**-20,5%**

[1]antes de itens especiais; [2]não alocadas aos resultados dos segmentos; [3] AV vs. Res. Op.

No 2T16, o resultado operacional do segmento de Shopping Centers registrou uma expansão de 18,0% em comparação ao 2T15, totalizando R$ 5,1 milhões com uma melhoria da margem de 1,9p.p, principalmente devido a:

i) Uma redução nos custos de alimentação de 1,5p.p em relação ao 2T15, como resultado de maior eficiência, combinado com:

ii) Uma redução de 0,9p.p nas despesas com pessoal ("custo de mão de obra direta" combinado com as "despesas com vendas e operacionais") que totalizaram R$ 24,0 milhões comparado aos R$ 26,9 milhões registrados no 2T15, como resultado de ajustes no quadro de funcionários nas operações que mitigaram a pressão inflacionária sobre a folha de pagamento, os quais foram parcialmente aliviados por:

iii) Uma redução de 8,6% nas vendas, como consequência do fechamento líquido de 12 lojas, associada à redução de 2,4% no SSS, como resultado da contração macroeconômica, a qual levou a uma redução nos gastos dos consumidores em shopping centers, o que, por seu turno, reduziu a alavancagem operacional da IMC, resultando num:

i. Aumento de 0,8p.p em aluguéis e de 0,3p.p em outros custos (principalmente serviços públicos).

A IMC continua mantendo o foco na estratégia de racionalização do portfólio do segmento de Shopping Centers no Brasil. A Companhia está trabalhando no fechamento de lojas deficitárias. Ademais, a IMC continua buscando melhorias na experiência dos clientes na rede Viena, dedicando-se às renovações e ao reposicionamento da marca de algumas lojas no decorrer do ano de 2016 com o intuito de incrementar as vendas e o resultado operacional. A Companhia lançou sua primeira loja conceito do Viena Express (restaurante da praça de alimentação), por meio do qual a IMC tem por meta: i) aumentar a satisfação dos clientes; ii) reduzir o tempo de fila, e iii) melhorar os índices de consumo de bebidas e sobremesas (bebidas/sobremesas vendidas por refeição). Tendo isso em vista; a introduzimos: i) um novo sortimento e planograma para uma exposição melhorada de bebidas; ii) um novo sortimento com novos tamanhos e embalagens diferentes para sobremesas; iii) um cardápio de almoço inovador e diversificado com diferentes ciclos; iv) cardápios diferentes para cada período do dia (almoço vs. jantar); v) novas categorias (bebidas alcoólicas e "take-away"); e vi) uma loja com visual e ambiente completamente renovados com uma marca e um conceito modernizados, etc.

Com essa loja conceito, a IMC está procurando testar várias novas ideias e melhorias que – tão logo o período de testes seja concluído – deverão ser implementadas em outras lojas da rede Viena Express. Outro fato importante é que esses protótipos devem ser escaláveis (com retorno sobre o investimento aceitável) e com um curto período de implementação. Por exemplo, o novo Viena Express foi lançado 5x mais rápido e custou 35% menos do que a loja lançada anteriormente.

No 2S16, a Companhia planeja lançar uma loja flagship da rede Viena Delicatessen, para testar esse novo conceito, além do primeiro restaurante Olive Garden em shopping centers no Brasil.

Resultados das Operações EUA

Resultado USA (em milhões de US$)	2T16	% AV	2T15	% AV	% AH	2016	% AV	2015	% AV	% AH
Receita Líquida	**33,1**	**100,0%**	**33,4**	**100,0%**	**-0,8%**	**53,1**	**100,0%**	**53,4**	**100,0%**	**-0,6%**
Restaurantes e Outros	33,1	100,0%	33,4	100,0%	-0,8%	53,1	100,0%	53,4	100,0%	-0,6%
Postos de Combustível	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Custo de Vendas e Serviços	**(19,7)**	**-59,4%**	**(19,5)**	**-58,4%**	**0,9%**	**(33,7)**	**-63,5%**	**(33,8)**	**-63,3%**	**-0,2%**
Mão de Obra Direta	(9,7)	-29,4%	(9,8)	-29,3%	-0,5%	(17,1)	-32,1%	(17,4)	-32,5%	-1,6%
Refeição	(6,4)	-19,4%	(6,4)	-19,2%	0,0%	(10,4)	-19,5%	(10,5)	-19,7%	-1,8%
Outros	(2,1)	-6,2%	(1,9)	-5,8%	6,9%	(3,4)	-6,4%	(3,2)	-6,0%	6,8%
Combustível e Acessórios de Veiculos	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0%
Depreciação e Amortização	(1,5)	-4,4%	(1,4)	-4,1%	7,4%	(2,9)	-5,4%	(2,7)	-5,1%	6,4%
Lucro Bruto	**13,5**	**40,6%**	**13,9**	**41,6%**	**-3,1%**	**19,4**	**36,5%**	**19,6**	**36,7%**	**-1,3%**
Despesas Operacionais[1]	**(10,7)**	**-32,4%**	**(10,5)**	**-31,5%**	**2,1%**	**(18,2)**	**-34,2%**	**(17,5)**	**-32,7%**	**4,0%**
Vendas e Operacionais	(6,3)	-19,2%	(6,3)	-18,9%	0,8%	(11,0)	-20,6%	(11,0)	-20,5%	-0,1%
Aluguéis de Lojas	(3,4)	-10,2%	(3,5)	-10,4%	-2,6%	(5,3)	-10,0%	(5,2)	-9,8%	1,7%
Pré-Aberturas de Lojas	(0,1)	-0,4%	0,0	0,0%	-2497%	(0,1)	-0,3%	(0,0)	-0,1%	224,6%
Depreciação e Amortização	(0,1)	-0,3%	(0,1)	-0,2%	28,5%	(0,2)	-0,4%	(0,1)	-0,3%	31,2%
Amortização de Invest. em J.V.	(0,2)	-0,5%	(0,2)	-0,5%	0,0%	(0,3)	-0,6%	(0,3)	-0,5%	14,3%
Equivalência Patrimonial	0,7	2,2%	0,8	2,5%	-11,1%	1,5	2,8%	1,5	2,7%	0,0%
Outras receitas (despesas)	(0,0)	-0,1%	0,0	0,0%	-604,9%	(0,1)	-0,1%	0,0	0,0%	-445,7%
Gerais e Administrativas	(1,3)	-3,9%	(1,3)	-4,0%	-3,4%	(2,7)	-5,0%	(2,3)	-4,3%	14,7%
(+) Deprec. e Amortização	1,7	5,2%	1,6	4,8%	7,7%	3,4	6,4%	3,1	5,9%	8,2%
Resultado Operacional	**4,4**	**13,4%**	**5,0**	**14,9%**	**-10,7%**	**4,6**	**8,7%**	**5,3**	**9,9%**	**-13,3%**
Capex Expansão	2,2	6,5%	0,6	1,7%	277,6%	3,6	6,8%	0,8	1,6%	331,5%
Capex Manutenção	0,4	1,3%	0,2	0,6%	103,5%	0,6	1,2%	0,3	0,6%	93,6%
Total Capex	**2,6**	**7,8%**	**0,8**	**2,3%**	**231,1%**	**4,2**	**8,0%**	**1,2**	**2,2%**	**264,5%**
Res. Operacional - Capex[2]	**1,9**	**41,8%**	**4,2**	**84,3%**	**-42,5%**	**0,4**	**7,7%**	**4,1**	**78,0%**	**-70,4%**

[1]antes de itens especiais; [2]AV vs. Res. Op.

A operação dos Estados Unidos é composta basicamente pela Margaritaville, que atualmente conta com 18 restaurantes. Os comentários abaixo (assim como a tabela acima) estão expressos em moeda local (US$), para melhor explicar o resultado da região, eliminando os impactos da variação cambial.

No 2T16, a receita das operações dos EUA somou US$ 33,1 milhões (R$ 116,0 milhões), ficando relativamente estável em relação ao 2T15. A redução de 0,8% (+12,9% em reais) reflete a queda nas vendas nas mesmas lojas (-3,6%), parcialmente mitigada pela abertura líquida de 2 restaurantes.

É imporante notar, contudo, que há uma tendência positiva em termos de vendas nas mesmas lojas nos EUA, tanto para alimentos e bebidas quanto para varejo, quando analisamos o desempenho mensal em comparação ao mesmo período do ano anterior:

- A&B: abril -5%; maio -8%, junho 0%, e julho +1%
- Varejo: abril -4%; maio +4%, junho +4% e julho +5%

O resultado operacional alcançou US$ 4,4 milhões no 2T16 comparado a US$ 5,0 milhões no 2T15, e US$ 4,6 milhões no 1S16 vs. US$ 5,3 milhões no 2T15. A margem operacional (13,4% no 2T16 vs. 14,9% no 2T15) foi pressionada principalmente devido a um aumento de 0,4p.p nos serviços públicos, aumento de 0,3p.p nas despesas com pessoal e uma redução de 0,3p.p na equivalência patrimonial. É importante notar que a Companhia e o novo CEO continuam trabalhando em iniciativas para reverter a tendência de queda nas vendas nas mesmas lojas (SSS), como a mudança no sortimento de produtos de varejo, vendas sugestivas que ajudarão durante o verão (que representam a maioria dos resultados do ano), além de instituir projetos transformadores, para melhorar a eficiência e o SSS: i) engenharia de cardápio; ii) vendas coletivas; iii) controle mais rígido sobre os alimentos produzidos (custo real vs. custo teórico da refeição), entre outras iniciativas.

Resultados das Operações CARIBE

Resultado Caribe

(em milhões de R$)	2T16	2T15	% AH	2T16²	% AH²	2016	2015	% AH	2016²	% AH²
Receita Líquida	**46,7**	**43,1**	**8,5%**	**44,8**	**4,0%**	**100,2**	**82,3**	**21,7%**	**89,4**	**8,6%**
Restaurantes e Outros	46,7	43,1	8,5%	44,8	4,0%	100,2	82,3	21,7%	89,4	8,6%
Postos de Combustível	0,0	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Custo de Vendas e Serviços	**(23,3)**	**(23,9)**	**-2,6%**	**(22,6)**	**-5,5%**	**(50,1)**	**(45,2)**	**10,9%**	**(45,3)**	**0,2%**
Mão de Obra Direta	(8,9)	(8,9)	0,7%	(8,7)	-1,7%	(18,4)	(16,6)	11,1%	(16,9)	2,0%
Refeição	(13,6)	(14,1)	-3,1%	(13,2)	-6,5%	(29,8)	(26,7)	11,7%	(26,7)	0,0%
Outros	(0,4)	(0,3)	8,5%	(0,4)	13,6%	(0,8)	(0,7)	14,5%	(0,8)	15,0%
Combustível e Acessórios de Veículos	0,0	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Depreciação e Amortização	(0,4)	(0,7)	-41,0%	(0,4)	-43,9%	(1,2)	(1,3)	-10,6%	(1,0)	-25,2%
Lucro Bruto	**23,4**	**19,1**	**22,3%**	**22,2**	**15,8%**	**50,1**	**37,1**	**34,9%**	**44,1**	**18,8%**
Despesas Operacionais[1]	**(15,6)**	**(18,7)**	**-16,6%**	**(14,9)**	**-20,2%**	**(33,4)**	**(31,4)**	**6,2%**	**(29,8)**	**-5,2%**
Vendas e Operacionais	(6,2)	(6,6)	-6,2%	(6,0)	-8,5%	(13,3)	(12,0)	11,2%	(12,2)	1,9%
Aluguéis de Lojas	(4,9)	(4,8)	1,9%	(4,6)	-5,6%	(10,5)	(9,0)	17,5%	(9,0)	0,3%
Pré-Aberturas de Lojas	(0,3)	(0,0)	4939,2%	(0,2)	4330,2%	(0,8)	(0,0)	3031,9%	(0,6)	2358,0%
Depreciação e Amortização	(2,3)	(2,2)	3,2%	(2,2)	0,6%	(5,0)	(4,2)	17,3%	(4,5)	6,6%
Amortização de Invest. em J.V.	0,0	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Equivalência Patrimonial	0,0	0,0	0,0%	0,0	0,0%	0,0	0,0	0,0%	0,0	0,0%
Outras receitas (despesas)	0,4	(3,0)	-114,5%	0,4	-114,3%	0,6	(2,7)	-124,0%	0,6	-122,0%
Gerais e Administrativas	(2,3)	(2,1)	13,4%	(2,3)	9,3%	(4,4)	(3,6)	23,0%	(4,1)	13,1%
(+) Depreciação e Amortização	2,7	2,9	-7,1%	2,6	-9,8%	6,2	5,6	10,7%	5,5	-1,0%
EBITDA	**10,5**	**3,3**	**214,4%**	**9,9**	**195,9%**	**22,9**	**11,3**	**103,1%**	**19,8**	**76,1%**
Margen EBITDA (%)	*22,4%*	*7,7%*	*14.7p.p.*	*-9.8p.p.*	*0,0% 0.0%*	*22,8%*	*13,7%*	*9.1p.p.*	*-5.4p.p.*	*0,0% 0.0%*
Resultado Operacional	**10,5**	**3,3**	**214,4%**	**9,9**	**195,9%**	**22,9**	**11,3**	**103,1%**	**19,8**	**76,1%**
Capex Expansão	0,0	1,4	-98,6%	0,0	-98,6%	0,9	4,2	-78,0%	0,9	-78,9%
Capex Manutenção	0,4	0,3	55,6%	0,4	49,2%	1,6	0,6	163,8%	1,5	153,0%
Total Capex	**0,5**	**1,6**	**-72,0%**	**0,4**	**-73,2%**	**2,5**	**4,8**	**-48,2%**	**2,4**	**-50,4%**
Res. Operacional - Capex[3]	**10,0**	**1,7**	**492,2%**	**9,4**	**456,8%**	**20,4**	**6,4**	**216,1%**	**17,4**	**170,4%**

[1]antes de itens especiais; [2]em moedas constantes frente ao mesmo período do ano anterior; [3] AV vs. Res. Op.

Os comentários sobre o resultado das operações do Caribe, compostas por Panamá e Colômbia, estão apresentados em moeda constante (utilizando a taxa de câmbio do 2T15 para converter os resultados no 2T15 e no 2T16), a fim de eliminar o efeito da variação cambial. Estão também excluídos os resultados das operações descontinuadas (México, República Dominicana e Porto Rico) para a devida comparabilidade das operações continuadas da IMC.

A receita líquida totalizou R$ 44,8 milhões, o que corresponde a um aumento de 4,0% em relação ao ano anterior, influenciado pelo crescimento de 2,7% do SSS, graças aos esforços da Companhia para melhorar o ticket médio, mitigando o impacto do fechamento líquido de 2 lojas.

O foco em excelência operacional, associado a uma maior alavancagem operacional devido ao aumento das vendas, gerou uma expansão de 5,1p.p na margem bruta, com uma redução de 1,1p.p nos custos com mão de obra e uma redução de 3,3p.p nos custos com refeição. Consequentemente, o lucro bruto alcançou R$ 22,2 milhões no 2T16, equivalente a um aumento de 15,8% frente ao 2T15.

No 2T16, as principais linhas das despesas operacionais diminuíram como uma porcentagem da receita líquida, a saber: com vendas e operacionais (-1,8p.p), e aluguéis (-1,0p.p). Além disso, em 2015, outras receitas/despesas foram impactadas por contingências, resultando numa despesa de R$ 3,0 milhões comparada a uma receita de R$ 0,4 milhões no 2T16. Esses impactos foram parcialmente mitigados por maiores despesas gerais e administrativas (+0,2p.p) e maiores despesas pré-abertura de lojas (+0,5p.p).

Em suma, o resultado operacional ficou em R$ 9,9 milhões no 2T16, com aumento de 196% em relação ao 2T15, acompanhado por uma margem operacional de 22,0% versus 7,7% no 2T15. No 1S16, o resultado operacional totalizou R$ 19,8 milhões, um aumento de 76% quando comparado ao 1S15.

EBITDA AJUSTADO E MARGEM AJUSTADA

RECONCILIAÇÃO DO EBITDA
(em milhões de R$)

	2T16	2T15	AH (%)	2016	2015	AH (%)
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQ. DAS OPERAÇÕES CONTINUADAS	**0,2**	**(19,0)**	**-101,0%**	**(27,2)**	**(25,2)**	**-7,8%**
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	5,7	(3,5)	-262,4%	3,0	(7,7)	-138,7%
(+) Resultado Financeiro	(9,2)	11,9	-177,2%	12,5	25,5	-51,2%
(+) D&A e Baixa de Ativos	23,4	25,7	-9,2%	48,4	49,5	-2,3%
(+) Amortização de Investimento em Joint Venture	0,5	0,5	n.a.	1,2	0,8	n.a.
EBITDA	**20,6**	**15,6**	**32,1%**	**37,8**	**43,0**	**-12,1%**
(+) Despesas com Itens Especiais	3,0	5,7	n.a.	4,5	5,7	-20,8%
EBITDA Ajustado	**23,7**	**21,3**	**11,1%**	**42,3**	**48,6**	**-13,1%**
EBITDA / Receita Líquida	*5,3%*	*3,9%*		*4,9%*	*5,6%*	
EBITDA Ajustado / Receita Líquida	*6,1%*	*5,3%*		*5,4%*	*6,3%*	

* Vide definição de EBITDA e EBITDA Ajustado no Glossário.

O EBITDA da Companhia, incluindo itens extraordinários, totalizou R$ 23,7 milhões no 2T16, uma melhora de 11,1%, com uma margem EBITDA ajustada de 6,1% versus 5,3% no 2T15. Os itens extraordinários referem-se ao plano de opção de compra de ações da Companhia em 2016 e reestruturação da diretoria em 2T15. No 1S16, o EBITDA totalizou R$ 42,3 milhões, com uma margem de 5,4%, comparado a R$ 48,6 milhões no 1S15.

RESULTADO FINANCEIRO, IMPOSTO DE RENDA E LUCRO LÍQUIDO

A Companhia registrou um resultado financeiro positivo de R$ 9,2 milhões, o qual incluiu um impacto positivo não caixa de R$ 8,3 milhões devido à baixa de juros acumulados, como consequência da renegociação de direitos sobre pontos de vendas (Aeroporto de Brasília). Excluindo esse impacto, o resultado financeiro líquido totalizaria R$ 0,9 milhões, comparado a uma despesa financeira líquida de R$ 11,9 milhões no 2T15.

O imposto de renda totalizou R$ 5,7 milhões, comparado a um crédito de R$3,5 milhões no 2T15.

A Companhia registrou um lucro líquido de R$ 0,2 milhão no 2T16, comparado a um prejuízo líquido de R$ 19,0 milhões no 2T15.

INFORMAÇÕES SELECIONADAS DO FLUXO DE CAIXA

ATIVIDADES OPERACIONAIS

Reconciliação do EBITDA ao FCO (em milhões de R$)	2T16	2T15	Var. (%)	2016	2015	Var. (%)
EBITDA	**20,6**	**15,6**	**32,1%**	**37,8**	**43,0**	**-12,1%**
(+/-) Outros Impactos Não Caixa na DRE	10,4	11,6	-10,7%	19,9	15,6	27,3%
(+/-) Capital de Giro	(8,9)	7,4	n/a	(15,8)	2,8	n/a
(-) Impostos Pagos	(1,4)	(1,8)	-36,3%	(3,1)	(3,5)	-31,9%
Caixa Operacional	**20,7**	**32,9**	**-37,0%**	**38,7**	**57,9**	**-33,2%**
Caixa Operacional / EBITDA	**100,4%**	**210,4%**		**102,4%**	**134,7%**	

O fluxo de caixa operacional somou R$ 20,7 milhões no 2T16, em comparação a R$ 32,9 milhões no 2T15, o que representa uma taxa de conversão de EBITDA para Caixa de 100,4%.

ATIVIDADES DE INVESTIMENTO

Atividades de Investimento (em R$ milhões)	2T16	2T15	AH (%)	2016	2015	AH (%)
Adições de Imobilizado	(16,1)	(8,4)	91,4%	(28,8)	(18,7)	53,8%
Adições de Ativo Intangível	(30,2)	(2,9)	924,7%	(33,2)	(7,0)	373,2%
(=) Total investido em CAPEX	(46,3)	(11,4)	307,2%	(62,0)	(25,7)	140,9%
Pagamento de Aquisições	(0,1)	(12,9)	-99,5%	(78,3)	(24,9)	213,9%
Resultado da Venda de Ativos	0,0	0,0		169,1	0,0	
Total de Investimentos no período	**(46,4)**	**(24,2)**	91,4%	**28,8**	**(50,7)**	**n/a**
Caixa Operacional	20,7	32,9	**-37,0%**	38,7	57,9	-33,2%
Caixa Operacional - CAPEX	**(25,6)**	**21,5**	**n/a**	**(23,4)**	**32,2**	**n/a**

CAPEX (em milhões de R$)	2T16	1T15	AH (%)	2016	2015	AH (%)
Expansão						
Operações do Brasil	**32,2**	**5,5**	**483,0%**	**35,9**	**11,7**	**206,3%**
Brasil - Air	*30,8*	*5,5*	*460,1%*	*33,7*	*11,7*	*188,7%*
Brasil - Roads	*0,3*	*0,0*	*-*	*0,3*	*0,0*	*-*
Brasil - Malls	*1,1*	*0,0*	*4426,4%*	*2,0*	*0,1*	*2806,7%*
Operações dos EUA	**7,6**	**1,8**	**329,7%**	**13,1**	**2,5**	**419,3%**
Operações do Caribe	**0,0**	**1,4**	**-98,6%**	**0,9**	**4,2**	**-78,0%**
Corporativo	**1,5**	**0,3**	**452,4%**	**2,9**	**0,4**	**550,3%**
Total de Investimentos em Expansão	**41,2**	**8,9**	**363,0%**	**52,9**	**18,9**	**179,4%**
Manutenção						
Operações do Brasil	**1,5**	**1,5**	**-0,4%**	**2,3**	**5,3**	**-57,2%**
Brasil - Air	*0,3*	*0,5*	*-25,0%*	*0,8*	*3,2*	*-75,1%*
Brasil - Roads	*0,4*	*0,6*	*-34,7%*	*0,5*	*1,0*	*-46,6%*
Brasil - Malls	*0,8*	*0,5*	*69,0%*	*0,9*	*1,0*	*-11,6%*
Operações dos EUA	**1,5**	**0,6**	**131,6%**	**2,3**	**1,0**	**133,0%**
Operações do Caribe	**0,4**	**0,3**	**55,6%**	**1,6**	**0,6**	**163,8%**
Corporativo	**1,6**	**0,0**	**-**	**3,0**	**0,0**	**-**
Total de Investimentos em Manutenção	**5,1**	**2,5**	**107,3%**	**9,2**	**6,8**	**33,7%**
Total de Investimentos em Capex	**46,3**	**11,4**	**307,6%**	**62,0**	**25,8**	**140,7%**

O CAPEX total aumentou 4x no 2T16, totalizando R$ 46,3 milhões, principalmente devido aos dispêndios de capital no setor de aeroportos no Brasil, os quais incluem pagamentos relacionados à renegociação de direitos sobre pontos de vendas que já estavam no balanço. Em 2016, o CAPEX total alcançou R$ 62,0 milhões, um aumento de 141% quando comparado a 2015.

Com relação ao CAPEX de crescimento no 2T16, a IMC investiu principalmente nas novas lojas abertas em aeroportos brasileiros, e nas novas lojas conceito em shopping centers e rodovias; no aeroporto de Miami, no Mall of America e no Jackson Memorial Hospital, nos Estados Unidos; e em shopping centers na Colômbia e novas lojas no aeroporto do Panamá.

No 2T16, os investimentos em manutenção se concentraram na substituição de maquinário e utensílios das lojas e nas operações de Catering no Brasil, lojas no Caribe e restaurantes nos Estados Unidos.

ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO

No 2T16, o fluxo de caixa de financiamento da Companhia foi afetado principalmente pela amortização de empréstimos.

ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO (em milhões de R$)	2T16	2T15	2016	2015
Contribuição de Capital	(0,0)	0,0	46,4	0,0
Ações em Tesouraria	(8,3)	0,0	(8,3)	0,0
Novos Empréstimos	1,3	11,3	1,3	13,8
Amortização de Empréstimos	(22,3)	(13,1)	(84,2)	(14,6)
Caixa Líquido Aplicado nas Atividades de Financiamento	**(29,3)**	**(1,8)**	**(44,8)**	**(0,9)**

Considerando os pagamentos a ex-proprietários de algumas companhias adquiridas no passado como dívida (“seller finance”), o total de amortização de dívida foi de R$ 21,0 milhões no 2T16.

Amortização líquida de dívida por investimentos (em R$ milhões)	2T16	2T15	2016	2015
Aquisições de negócios, líquidas de caixa (sellers financing)	(0,1)	(12,9)	(78,3)	(24,9)
Novos empréstimos	1,3	11,3	1,3	13,8
Amortização de empréstimos	(22,3)	(13,1)	(84,2)	(14,6)
Total de amortização de dívida	**(21,0)**	**(14,7)**	**(161,1)**	**(25,8)**

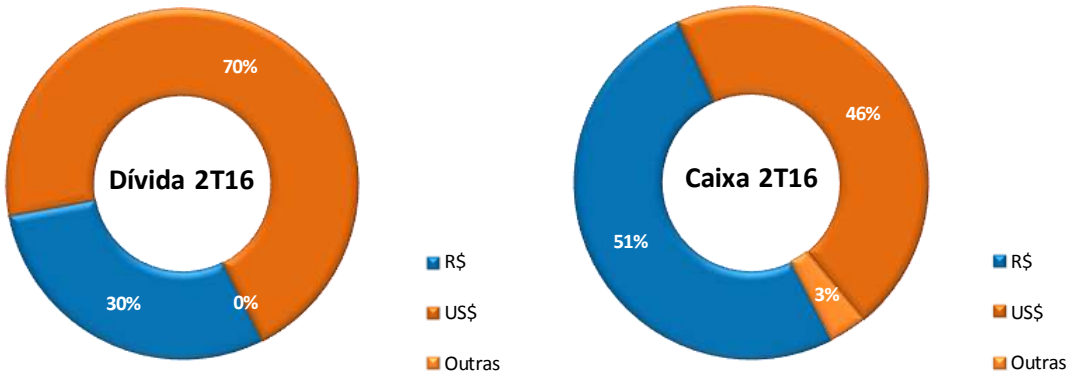
ENDIVIDAMENTO

Dívida Líquida

Em virtude do sucesso da implementação da estratégia de desalavancagem, a Companhia fechou o primeiro semestre com uma posição líquida de caixa de R$ 41,7 milhões, incluindo caixa, equivalentes de caixa e investimentos de curto prazo, além de "seller finance" e contratos firmados com os atuais operadores das concessões em aeroportos privados. A tabela abaixo apresenta a dívida das operações continuadas. A Companhia tem, portanto, uma relação de Dívida Líquida/EBITDA negativa.

Em milhões de R$	2T16	4T15
Dívida Bancária	209,8	329,2
Financiamento de Aquisições Passadas	10,2	100,2
Direitos sobre Pontos Comerciais	0,0	52,6
Dívida Total	**220,0**	**482,0**
(-) Caixa	-261,7	-289,4
Dívida Líquida	**(41,7)**	**192,6**

Abaixo demonstramos a abertura da dívida total e do caixa para o segundo trimestre, por moeda.



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADA

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONDENSADA (em milhares de R$)	**2T16**	**2T15**	**2016**	**2015**
RECEITA LÍQUIDA	387.793	400.617	776.276	767.197
CUSTOS DE VENDAS E SERVIÇOS	(264.729)	(285.845)	(541.964)	(552.315)
LUCRO BRUTO	123.064	114.772	234.312	214.882
	-	-	-	-
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS				
Despesas de vendas e operacionais	(89.105)	(83.332)	(173.978)	(153.599)
Despesas gerais e administrativas	(26.713)	(32.743)	(52.935)	(53.279)
Depreciação e amortização	(9.451)	(11.192)	(19.066)	(20.742)
Redução do valor recuperável dos ativos				
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	(3.105)	(144)	(4.333)	1.733
Resultado de equivalência patrimonial	2.023	2.045	4.220	3.619
Resultado financeiro, líquido	9.191	(11.913)	(12.452)	(25.520)
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DE IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	5.904	(22.507)	(24.232)	(32.906)
Imposto de Renda e Contribuição Social	(5.713)	3.518	(2.966)	7.672
Lucro líquido (prejuízo) do período de operações continuadas	191	(18.989)	(27.198)	(25.234)
Resultado de Operações Descontinuadas	0	505	3.972	7.208
Lucro Líquido do Período	191	(18.484)	(23.226)	(18.026)

BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

BALANÇO PATRIMONIAL CONDENSADO

(em milhares de R$)	30/06/2016	31/12/2015
ATIVO		
CIRCULANTE		
Caixa e equivalentes de caixa	261.748	289.390
Contas a receber	63.261	70.586
Estoques	38.825	41.917
Instrumentos financeiros derivativos - "swap"	4.826	12.857
Outros ativos e adiantamentos	45.871	38.419
Ativos não circulantes classificados como mantidos para venda	0	511.492
Total do ativo circulante	414.531	964.661
	-	-
NÃO CIRCULANTE		
Imposto de renda e contribuição social diferidos	619	720
Instrumento financeiro derivativo	3.552	18.256
Outros ativos	73.335	64.266
Imobilizado	252.581	281.654
Intangível	834.534	896.466
Total do ativo não circulante	1.164.621	1.261.362
TOTAL DO ATIVO	1.579.152	2.226.023
	-	-
PASSIVO		
CIRCULANTE		
Contas a pagar	76.940	78.723
Empréstimos e financiamentos	104.026	144.656
Salários e encargos sociais	45.379	47.543
Outros passivos circulantes	43.861	43.226
Passivos relacionados a ativos mantidos para venda	0	260.105
Total do passivo circulante	270.206	574.253
	-	-
NÃO CIRCULANTE		
Empréstimos e financiamentos LP	124.367	368.469
Provisão para disputas trab., cíveis e tributárias	11.556	13.596
Imposto de renda e contribuição social diferidos LP	54.759	47.858
Outros passivos	15.375	17.719
Total do passivo não circulante	206.057	447.642
	-	-
PATRIMÔNIO LÍQUIDO		
Capital e reservas de capital	1.165.229	1.122.662
Prejuízos acumulados	(50.893)	(27.667)
Outros resultados abrangentes	(21.309)	24.697
Valores reconhecidos em outros resultados abrangentes e acumu	0	72.437
Total do Patrimônio Líquido	1.093.027	1.192.129
Participação não controladora	9.862	11.999
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.579.152	2.226.023

DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA

DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA CONDENSADA

(em milhares de R$)

	2T16	2T15	2016	2015
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS				
Lucro (prejuízo) líquido do trimestre	191	(18.989)	(27.198)	(25.234)
Depreciação e amortização	23.361	25.718	48.383	49.534
Redução do valor recuperável dos ativos intangíveis (utliz.)	(6.353)	-	(9.905)	-
Amortização de investimento em joint venture	548	489	1.157	824
Resultado de equivalência patrimonial	(2.571)	(2.534)	(5.377)	(4.443)
Provisão para disputas trabalhistas, cíveis e tributárias	(2.687)	1.133	(1.098)	2.894
Imposto de renda e contribuição social	5.713	(3.518)	2.966	(7.672)
Juros sobre financiamentos	5.067	11.494	15.444	23.270
Resultado de variação cambial	(777)	1.431	23.839	3.797
Baixa de ativos	6.642	168	10.430	329
Receita diferida, Rebates apropriado	(906)	(1.089)	(1.858)	(2.027)
Despesa com pagamento a empregados baseado em ações	3.034	-	4.491	-
Provisões diversas e outros	(252)	12.939	(3.659)	17.298
Variação nos ativos e passivos operacionais	(8.907)	7.446	(15.821)	2.838
Caixa (aplicado nas) gerado pelas atividades operacionais	22.103	34.688	41.794	61.408
Imposto de renda e contribuição social pagos	(1.401)	(1.836)	(3.143)	(3.509)
Juros pagos	(5.382)	(11.274)	(14.968)	(22.662)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	15.320	21.578	23.683	35.237
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO				
Aumento de capital em subsidiárias		-	0	(6.416)
Adições de empresas, líquidas de caixa	(60)	(12.860)	(78.251)	(24.925)
Dividendos recebidos	3.292	2.299	5.359	3.578
Recebimento na alienação de operação descontinuada, líqu	-	-	169.080	-
Adições a ativos intangíveis	(30.188)	(2.946)	(33.217)	(7.019)
Adições de imobilizado	(16.129)	(8.428)	(28.790)	(18.724)
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento continuadas	(43.085)	(21.935)	34.181	(53.506)
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento descc	-	5.113	-	17.146
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(43.085)	(16.822)	34.181	(36.360)
FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO				
Contribuição de capital	(1)	-	46.382	-
Ações em tesouraria	(8.306)	-	(8.306)	-
Novos empréstimos	1.333	11.254	1.333	13.756
Amortização de empréstimos	(22.296)	(13.098)	(84.198)	(14.608)
Caixa líquido gerado pelas atividades de financiamento	(29.270)	(1.844)	(44.789)	(852)
EFEITO DE VARIAÇÕES CAMBIAIS SOBRE CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	(17.321)	(501)	(40.717)	3.359
VARIAÇÃO LÍQUIDA NO PERÍODO	(74.356)	2.411	(27.642)	1.384
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO INÍCIO DO PERÍODO	336.104	83.793	289.390	84.820
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA NO FIM DO PERÍODO	261.748	86.204	261.748	86.204

ANEXO - TABELA DE CONVERSÃO CAMBIAL

	US$		Peso Colombiano	
	Fim do Periodo	Media	Fim do Periodo	Media
1T13	2,019	1,995	0,0011	0,0011
2T13	2,226	2,062	0,0012	0,0011
3T13	2,235	2,285	0,0012	0,0012
4T13	2,348	2,272	0,0012	0,0012
1T14	2,266	2,369	0,0012	0,0012
2T14	2,205	2,234	0,0012	0,0012
3T14	2,438	2,276	0,0012	0,0012
4T14	2,687	2,548	0,0011	0,0012
1T15	3,208	2,865	0,0012	0,0012
2T15	3,103	3,073	0,0012	0,0012
3T15	3,973	3,540	0,0013	0,0013
4T15	3,905	3,841	0,0012	0,0013
1T16	3,559	3,857	0,0012	0,0012
2T16	3,201	3,501	0,0011	0,0012

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 Consolidadas 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 Alimentação S.A. ou IMCASA.

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 médias 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.

NOTAS LEGAIS

Este relatório contém informações futuras. Tais informações não são apenas fatos históricos, mas refletem os desejos e as expectativas da direção da IMC. As palavras "antecipa", "deseja", "espera", "prevê", "pretende", "planeja", "prediz", "projeta", "almeja" e similares, pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos. Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e produtos, aceitação dos produtos no mercado, transições de produto da Companhia e seus competidores, aprovação regulamentar, moeda, flutuação da moeda, dificuldades de fornecimento e produção e mudanças na venda de produtos, dentre outros riscos. Este relatório também contém algumas informações elaboradas pela Companhia a título exclusivo de informação e referência, portanto, são grandezas não auditadas. Este relatório está atualizado até a presente data e a IMC não se obriga a atualizá-lo mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros. 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.