hypermarcas

Hypermarcas cresce 11,2%, com EBITDA Ajustado de R$277,9 milhões no 3T15

São Paulo, 30 de outubro de 2015 – A Hypermarcas S.A. (BM&FBovespa: HYPE3; Reuters: HYPE3.SA; Bloomberg: HYPE3 BZ; ISIN Code: BRHYPEACNOR0; ADR: HYPMY) anuncia seus resultados referentes ao 3º trimestre de 2015. As informações financeiras apresentadas neste documento são derivadas das informações financeiras trimestrais da Hypermarcas S.A., elaboradas de acordo com as normas do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) e as Normas Internacionais de Relatórios Financeiros (IFRS), emitidas pelo *International Accounting Standards Board* (IASB).

Destaques

- **Receita Líquida de R$1.319,3 milhões no 3T15,** 11,2% acima do 3T14 (ex-terceiros), maior resultado da Companhia em um trimestre
- **Margem Bruta de 60,7%,** apesar de impacto do câmbio de -4,7 p.p. contra o 3T14
- **Redução das Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (ex-Marketing) para 19,3% da Receita Líquida no 3T15,** -1,2 p.p. em relação ao 3T14
- **Despesas com Marketing em patamar levemente inferior ao 3T14,** correspondentes a 22,3% da Receita Líquida no 3T15

Tabela 1

(R$ milhões)	9M14	% RL	9M15	% RL	Δ %	Δ p.p. RL	3T14	% RL	3T15	% RL	Δ %	Δ p.p. RL
Receita Líquida	3.379,3	100,0%	3.762,6	100,0%	11,3%	-	1.187,6	100,0%	1.319,3	100,0%	11,1%	-
Lucro Bruto	2.185,5	64,7%	2.318,8	61,6%	6,1%	-3,1 p.p.	761,7	64,1%	801,5	60,7%	5,2%	-3,4 p.p.
Vendas, Gerais e Adm. (ex-Mkt)	(724,4)	21,4%	(769,0)	20,4%	6,2%	-1,0 p.p.	(244,0)	20,5%	(254,8)	19,3%	4,4%	-1,2 p.p.
Marketing	(701,1)	20,7%	(759,2)	20,2%	8,3%	-0,5 p.p.	(269,1)	22,7%	(294,4)	22,3%	9,4%	-0,4 p.p.
EBITDA Ajustado [1]	833,0	24,6%	862,0	22,9%	3,5%	-1,7 p.p.	286,3	24,1%	277,9	21,1%	-2,9%	-3,0 p.p.
Lucro Líquido	331,2	9,8%	276,9	7,4%	-16,4%	-2,4 p.p.	118,8	10,0%	75,4	5,7%	-36,5%	-4,3 p.p.
Lucro Líquido por Ação	0,52	-	0,44	-	-16,5%	-	0,19	-	0,12	-	-36,6%	-

[1] EBITDA das Operações Continuadas antes das despesas não recorrentes e outras despesas não caixa. Vide Reconciliação do EBITDA na Tabela 8.

Contexto Operacional

No terceiro trimestre de 2015, a Hypermarcas reportou Receita Líquida de R$1.319,3 milhões, com crescimento de 11,2% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior[1]. Esse é o maior valor já alcançado pela Companhia em um trimestre, como resultado das iniciativas contínuas de inovação e geração de demanda conduzidas pela Companhia desde o início do ciclo de reestruturação de suas operações, ainda em 2011.

Esse desempenho reflete, por um lado, o bom momento da divisão Consumo, que cresceu 16,2% no mesmo período, em meio a um cenário econômico que vem favorecendo a preferência do consumidor brasileiro por produtos com propostas atrativas de valor. Por outro lado, também resulta do crescimento de 7,1% da divisão Farma, que se manteve próximo ao patamar do aumento da demanda *sell-out* no 3T15.

Apesar dos ajustes de preços implementados no ano, a Margem Bruta da Companhia passou de 64,1% no 3T14 para 60,7% no trimestre, principalmente em função da forte desvalorização do real frente ao dólar, que gerou impacto negativo de 4,7 p.p. nesse período.

A redução da Margem Bruta em 3,4 p.p., no entanto, foi parcialmente compensada com disciplina em termos de despesas. As Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (ex-Marketing) foram diluídas para 19,3% da Receita Líquida no 3T15, contra 20,5% no mesmo trimestre do ano anterior, e as Despesas de Marketing para 22,3%, contra 22,7% no 3T14.

Como resultado, a Margem de EBITDA Ajustado se reduziu, em menor intensidade, para 21,1% da Receita Líquida no trimestre. Em termos nominais, o EBITDA Ajustado totalizou R$277,9 milhões no 3T15.

No mesmo período, o Lucro Líquido totalizou R$75,4 milhões, contra R$118,8 milhões no 3T14. Esse resultado está relacionado principalmente ao aumento das Despesas Financeiras Líquidas no período, diante da marcação a mercado de instrumentos de *hedge* e do aumento do CDI e do IPCA em relação ao ano anterior.

A Companhia continuará buscando aproveitar as oportunidades resultantes de sua plataforma operacional superior, seu portfólio único de marcas fortes e sua cultura pragmática e orientada a resultados. Neste momento de ambiente econômico desfavorável, os investimentos e esforços já realizados nas operações, em inovação e geração de demanda provam ser um diferencial para geração contínua de valor para os acionistas.

[1] Ex-terceiros.

DIVISÃO FARMA

A demanda *sell-out* por medicamentos no Brasil aumentou 11,4% no ano até setembro, segundo o IMS Health[2]. Nesse mesmo período, a Receita Líquida da divisão Farma cresceu 10,1% (ex-terceiros), e a participação da Companhia se elevou a 10,6% do mercado farmacêutico, contra 9,8% no período equivalente do ano anterior. Esse desempenho foi marcado principalmente por ganhos nos mercados de genéricos (+2,3 p.p.) e dermocosméticos (+1,6 p.p.), na mesma base de comparação.

No trimestre, a Receita Líquida da divisão Farma cresceu 7,1% (ex-terceiros) em relação ao 3T14, em ritmo próximo à expansão de 8,9% do mercado no período, segundo o IMS Health[3]. No 3T15, houve elevação da participação de mercado para 10,7%, contra 10,0% no mesmo trimestre do ano anterior.

A Companhia ampliou sua cobertura do mercado farmacêutico brasileiro no trimestre, complementando seu portfólio com novos produtos. Como resultado, o índice de inovação da divisão aumentou para 22,4%, contra 13,2% no 3T14.

Lançamentos na linha de dermocosméticos diversificaram a oferta sob a marca *Mantecorp Skincare*, com a linha anti-idade *Urby* (resveratrol), o hidratante para pele sensível ou lesionada *Epidrat Calm* (*Sens C Sensiline© Complex*), além de extensões de linha para o protetor solar *Episol*, com versão em pó compacto, e o hidratante *Hydraporin*. Tais produtos terão suporte nos pontos de venda da equipe reestruturada de dermoconsultores, que visita lojas com maior frequência e oferece melhor cobertura do varejo, mesmo com redução de custos operacionais.

No portfólio de OTC, foram introduzidas extensões de linha para o antiácido *Estomazil*, com novos sabores e nova versão em frasco. Também foi relançado o polivitamínico *Vitasay Stress*, com alta concentração de vitaminas e sais minerais e eficácia comprovada por estudos clínicos. Com o produto, a Companhia amplia sua oferta no mercado de vitaminas, que movimentou no Brasil R$2,7 bilhões nos doze meses até junho de 2015, segundo dados do IMS Health.

Em similares, foram lançados o antiulceroso *Neoprazol* (omeprazol), o antidiarreico *Flomicin* (saccharomyces boulardii), o suplemento *Citroplex* (vitamina C) em comprimidos, além de *Lipoxen* (orlistate), indicado para tratamento da obesidade.

Em genéricos, a Companhia lançou as moléculas bromoprida, para o tratamento de náuseas, cujo mercado total alcançou cerca de R$103,6 milhões nos 12 meses até setembro de 2015, e cloridrato de lidocaína, um anestésico local em gel.

A Companhia manteve mais de 20 marcas de medicamentos em campanhas na TV e no rádio, incluindo nova campanha para o multivitamínico *Biotônico Fontoura*. Também estreou, em formato para web, nova campanha digital para o relaxante muscular *Miorrelax*, disponível em https://www.youtube.com/watch?v=b3BDT8lCo_c.

Os esforços da Companhia para melhorar sua execução, especialmente em lojas de grandes redes farmacêuticas, continuam gerando resultados, com aumento da produtividade da equipe de trade marketing e redução do índice de falta de produtos em gôndolas. Com a introdução do programa *Hypertrade*, voltado para otimização e controle dos

[2] Segundo a métrica PPP (*Pharmacy Purchase Price*), do IMS Health.
[3] Segundo a métrica PPP (*Pharmacy Purchase Price*), do IMS Health.

investimentos em trade marketing, a Companhia passou a rastrear a implementação efetiva de ações nos pontos de venda, com índice de positivação já próximo a 90% do potencial contratado.

DIVISÃO CONSUMO

A demanda *sell-out* por produtos da divisão Consumo da Hypermarcas se manteve em crescimento acelerado no quarto bimestre do ano (julho e agosto), avançando 32,5% em relação ao mesmo período de 2014, segundo dados da Nielsen. Como resultado, a participação da Companhia em categorias de consumo em valor alcançou 10,0% no bimestre, um ganho de 1,8 p.p., na mesma base de comparação.

Esse crescimento sinaliza a preferência do consumidor brasileiro por produtos com propostas atrativas de valor no atual ambiente econômico, o que vem favorecendo especialmente marcas locais posicionadas no segmento intermediário de preços. Segundo pesquisa CNI/Ibope, mais de 72% dos brasileiros afirmaram ter trocado marcas por alternativas mais baratas nos últimos 12 meses até junho. A Companhia vem se beneficiando dessa tendência, em particular, em categorias de alto volume no mercado, como desodorantes, linha capilar e fraldas infantis.

Diante da expansão da demanda em volume, em conjunto com os aumentos de preços implementados no portfólio de Consumo desde abril, a Receita Líquida da divisão cresceu 16,2% em comparação com o 3T14, alcançando R$620,0 milhões no trimestre.

Esse resultado reflete ainda os esforços contínuos de inovação e marketing da divisão, cujo índice de inovação se manteve em patamar elevado, equivalente a 71% no 3T15. No trimestre, a linha de coloração de *BIOCOLOR* foi relançada, com produtos específicos de rápida ação para raiz do cabelo, *BIOCOLOR SOS Raiz*.

A Companhia tem a marca mais lembrada entre as mulheres brasileiras em 2015 – *Risqué –,* vencedora também na categoria esmaltes no prêmio Folha Top of Mind 2015. Duas outras marcas da Companhia também são Top of Mind: *Zero-Cal*, em adoçantes, e *Jontex*, em preservativos, ambas líderes em seus segmentos.

No trimestre, foram veiculadas campanhas em TV e rádio para as marcas *Bozzano*, *Monange*, *Paixão*, *Risqué*, *Jontex* e *Olla*. Esta última, que foi patrocinadora do *Rock in Rio 2015*, estreou novo comercial em setembro com o ator Caio Castro. No trimestre, as iniciativas de marketing digital focaram especialmente a categoria preservativos, com filmes no YouTube para *Jontex Gel 3x1* (https://www.youtube.com/watch?v=x4SjwIh0pSo) e para *Olla*, no Dia do Sexo (https://www.youtube.com/watch?v=G4hMu0olTUA).

Discussão dos Resultados

Demonstração do Resultado

Segue abaixo um resumo da Demonstração do Resultado da Hypermarcas:

Tabela 2

(R$ milhões)	9M14	% RL	9M15	% RL	Δ	3T14	% RL	3T15	% RL	Δ
Receita Líquida	**3.379,3**	***100,0%***	**3.762,6**	***100,0%***	***11,3%***	**1.187,6**	***100,0%***	**1.319,3**	***100,0%***	***11,1%***
Lucro Bruto	**2.185,5**	***64,7%***	**2.318,8**	***61,6%***	***6,1%***	**761,7**	***64,1%***	**801,5**	***60,7%***	***5,2%***
Despesas com Marketing	(701,1)	*-20,7%*	(759,2)	*-20,2%*	*8,3%*	(269,1)	*-22,7%*	(294,4)	*-22,3%*	*9,4%*
Despesas com Vendas	(545,4)	*-16,1%*	(576,2)	*-15,3%*	*5,7%*	(184,6)	*-15,5%*	(193,7)	*-14,7%*	*4,9%*
Desp. Administrativas e Gerais	(179,0)	*-5,3%*	(192,8)	*-5,1%*	*7,7%*	(59,4)	*-5,0%*	(61,2)	*-4,6%*	*3,0%*
Outras Receitas e Desp. Operacionais Líquidas	(48,3)	*-1,4%*	(93,8)	*-2,5%*	*94,2%*	(1,2)	*-0,1%*	(21,0)	*-1,6%*	*1640,5%*
Equivalência Patrimonial	(0,6)	*0,0%*	(1,7)	*0,0%*	*209,3%*	(0,1)	*0,0%*	(0,3)	*0,0%*	*169,9%*
EBIT Operações Continuadas	**711,2**	***21,0%***	**695,1**	***18,5%***	***-2,3%***	**247,3**	***20,8%***	**230,9**	***17,5%***	***-6,6%***
Despesas Financeiras Líquidas	(305,8)	*-9,0%*	(397,1)	*-10,6%*	*29,9%*	(98,6)	*-8,3%*	(156,2)	*-11,8%*	*58,3%*
Imposto de Renda e CSLL	(64,4)	*-1,9%*	(12,7)	*-0,3%*	*-80,3%*	(26,2)	*-2,2%*	4,1	*0,3%*	*-*
Resultado Líquido das Operações Descontinuadas	(9,8)	*-0,3%*	(8,4)	*-0,2%*	*-14,2%*	(3,7)	*-0,3%*	(3,5)	*-0,3%*	*-5,3%*
Lucro Líquido	331,2	*9,8%*	276,9	*7,4%*	*-16,4%*	118,8	*10,0%*	75,4	*5,7%*	*-36,5%*
EBITDA [1]	792,9	*23,5%*	772,5	*20,5%*	*-2,6%*	276,6	*23,3%*	256,7	*19,5%*	*-7,2%*
EBITDA Ajustado [1]	**833,0**	***24,6%***	**862,0**	***22,9%***	***3,5%***	**286,3**	***24,1%***	**277,9**	***21,1%***	***-2,9%***

[1] Referente somente a Operações Continuadas.

Receita Líquida

Gráfico 1

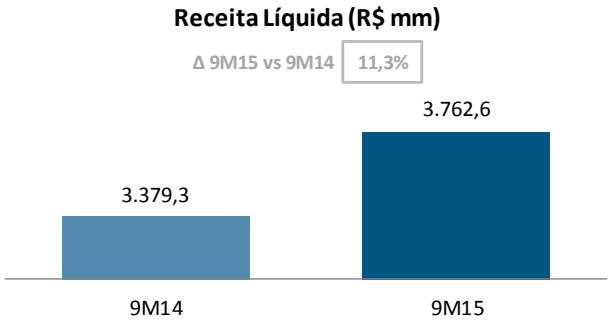

Gráfico 2

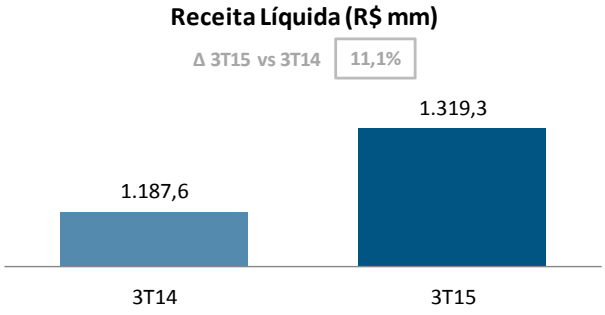

Tabela 3

(R$ milhões)	9M14	9M15	Δ	3T14	3T15	Δ
Farma	1.911,5	2.068,7	*8,2%*	653,9	699,3	*7,0%*
Farma ex-Terceiros [1]	1.876,8	2.066,7	*10,1%*	653,0	699,3	*7,1%*
Consumo	1.467,8	1.693,9	*15,4%*	533,8	620,0	*16,2%*
Total	**3.379,3**	**3.762,6**	***11,3%***	**1.187,6**	**1.319,3**	***11,1%***
Total ex-Terceiros [1]	**3.344,6**	**3.760,6**	***12,4%***	**1.186,8**	**1.319,3**	***11,2%***

[1] *Vendas do portfólio de marcas da Companhia (excluindo produção para terceiros)*

No ano até setembro, a Receita Líquida de Farma cresceu 10,1% (ex-terceiros) em relação ao mesmo período do ano anterior, patamar semelhante à expansão do mercado, com aumento da participação de mercado da Companhia para 10,6%, contra 9,8% no 9M14. No trimestre, a Receita Líquida cresceu 7,1% (ex-terceiros) contra o 3T14. No mesmo período, houve elevação da participação de mercado de 10,0% para 10,7%.

Na divisão Consumo, a Receita Líquida aumentou 16,2% na comparação com o 3T14, em ritmo próximo aos trimestres anteriores, mas principalmente como resultado dos aumentos de preços introduzidos pela Companhia no portfólio da divisão, visando compensar aumentos de custos relacionados a variação cambial e inflação.

Lucro Bruto

Gráfico 3

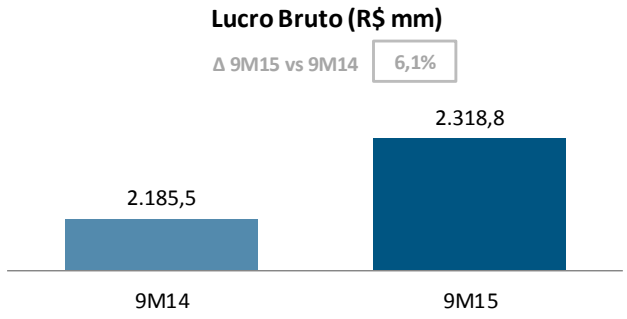

Gráfico 4

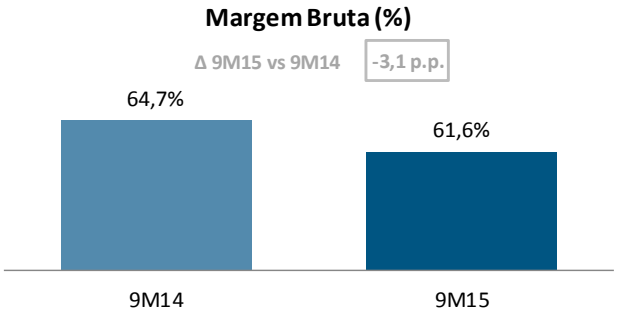

Gráfico 5

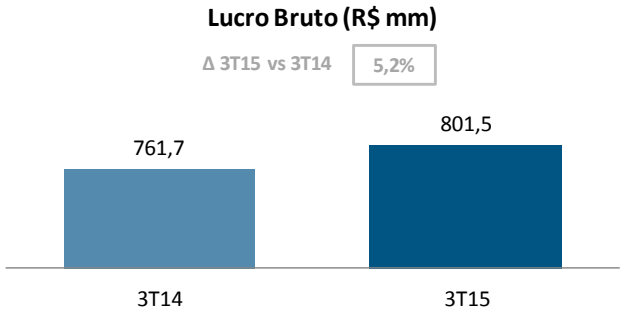

Gráfico 6

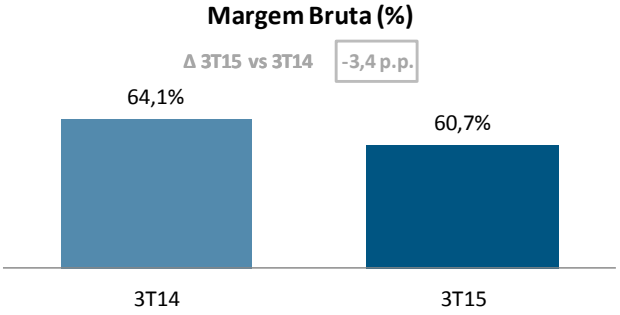

Tabela 4

(R$ milhões)	9M14	% RL	9M15	% RL	Δ	Δ R$	3T14	% RL	3T15	% RL	Δ	Δ R$
Farma	1.470,7	*76,9%*	1.588,1	*76,8%*	*-0,1 p.p.*	117,3	508,9	*77,8%*	532,8	*76,2%*	*-1,6 p.p.*	23,9
Consumo	714,7	*48,7%*	730,8	*43,1%*	*-5,6 p.p.*	16,0	252,8	*47,4%*	268,7	*43,3%*	*-4,1 p.p.*	15,8
Total	**2.185,5**	***64,7%***	**2.318,8**	***61,6%***	***-3,1 p.p.***	**133,4**	**761,7**	***64,1%***	**801,5**	***60,7%***	***-3,4 p.p.***	**39,7**

A Margem Bruta de Farma foi de 76,2% no 3T15, com redução de 1,6 p.p. contra o 3T14, principalmente pelo aumento de custos de insumos importados. No 9M15, entretanto, a Margem Bruta da divisão permaneceu praticamente estável em 76,8% da Receita Líquida, com mix mais favorável compensando quase totalmente a alta dos custos.

Os ajustes de preços implementados na divisão Consumo mitigaram em grande parte o impacto do aumento de custos, sobretudo de insumos importados, sobre a Margem Bruta da divisão no trimestre. No entanto, em função principalmente de um mix menos favorável, a Margem Bruta de Consumo foi de 43,3%, com redução de 4,1 p.p. em relação ao 3T14.

Despesas de Marketing

Tabela 5

(R$ milhões)	9M14	% RL	9M15	% RL	Δ	3T14	% RL	3T15	% RL	Δ
Despesas de Marketing	(701,1)	-20,7%	(759,2)	-20,2%	8,3%	(269,1)	-22,7%	(294,4)	-22,3%	9,4%
Propaganda e Promoção ao Consumidor	(265,9)	-7,9%	(263,4)	-7,0%	-0,9%	(98,6)	-8,3%	(106,7)	-8,1%	8,2%
Acordos e Verbas para o Ponto de Venda	(195,5)	-5,8%	(240,2)	-6,4%	22,9%	(72,3)	-6,1%	(95,0)	-7,2%	31,4%
Visitas Médicas, Promoções, Brindes e Amostras	(239,7)	-7,1%	(255,6)	-6,8%	6,6%	(98,2)	-8,3%	(92,7)	-7,0%	-5,6%

As Despesas de Marketing cresceram 9,4% em termos nominais e representaram 22,3% da Receita Líquida no 3T15, contra 22,7% no 3T14. O crescimento das Despesas de Marketing abaixo do aumento da Receita Líquida está alinhado com a estratégia da Companhia para o ano.

Despesas com Vendas

Tabela 6

(R$ milhões)	9M14	% RL	9M15	% RL	Δ	3T14	% RL	3T15	% RL	Δ
Despesas com Vendas	(545,4)	-16,1%	(576,2)	-15,3%	5,7%	(184,6)	-15,5%	(193,7)	-14,7%	4,9%
Despesas Comerciais	(414,6)	-12,3%	(438,3)	-11,6%	5,7%	(142,3)	-12,0%	(146,4)	-11,1%	2,9%
Fretes	(110,4)	-3,3%	(123,0)	-3,3%	11,4%	(38,5)	-3,2%	(42,9)	-3,3%	11,5%
PDD	(20,4)	-0,6%	(14,9)	-0,4%	-27,0%	(3,8)	-0,3%	(4,3)	-0,3%	12,5%

As Despesas com Vendas foram reduzidas em 0,8 p.p. para 14,7% da Receita Líquida no 3T15, comparado ao 3T14. As Despesas Comerciais cresceram 2,9% no mesmo período, abaixo da expansão da Receita Líquida, resultando em diluição em termos percentuais no trimestre.

Despesas Administrativas e Gerais & Outras Rec./ Desp. Operacionais Líquidas

Tabela 7

(R$ milhões)	9M14	% RL	9M15	% RL	Δ	3T14	% RL	3T15	% RL	Δ
Desp. Gerais e Administrativas	(179,0)	-5,3%	(192,8)	-5,1%	7,7%	(59,4)	-5,0%	(61,2)	-4,6%	3,0%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(48,3)	-1,4%	(93,8)	-2,5%	94,2%	(1,2)	-0,1%	(21,0)	-1,6%	1640,5%

O crescimento de 3,0% das Despesas Gerais e Administrativas, na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior, ficou abaixo da inflação de salários no período. Como percentual da Receita Líquida, houve redução de 0,4 p.p. no 3T15 em relação ao 3T14.

A linha de Outras Despesas Operacionais totalizou R$21,0 milhões no 3T15 e foi composta principalmente por despesas com descartes e gastos relativos a processos de transferência de plantas.

EBITDA Ajustado

Gráfico 7

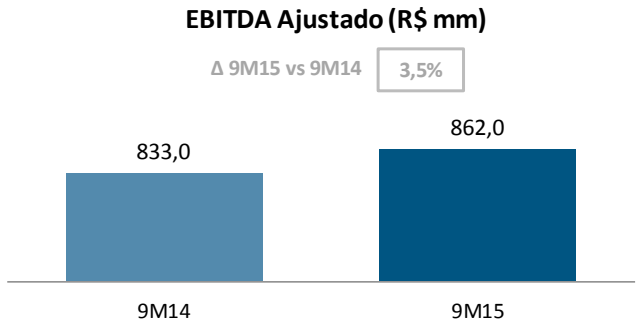

Gráfico 8

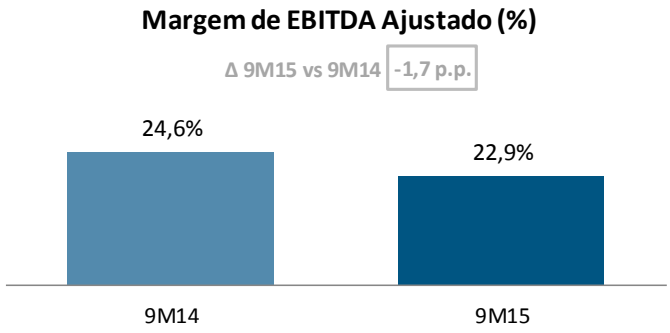

Gráfico 9

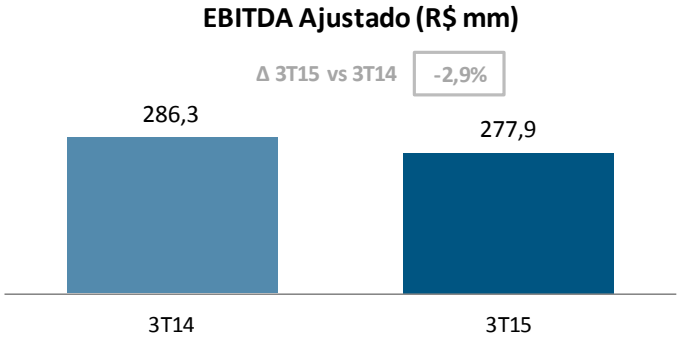

Gráfico 10

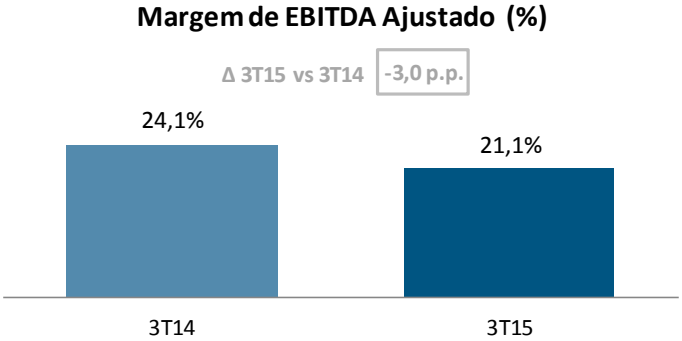

Tabela 8 – Reconciliação do EBITDA Ajustado

(R$ milhões)	9M14	% RL	9M15	% RL	Δ	3T14	% RL	3T15	% RL	Δ
Lucro Líquido	331,2	9,8%	276,9	7,4%	-16,4%	118,8	10,0%	75,4	5,7%	-36,5%
(-) Resultado Líquido das Operações Descontinuadas	9,8	0,3%	8,4	0,2%	-14,2%	3,7	0,3%	3,5	0,3%	-5,3%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	64,4	1,9%	12,7	0,3%	-80,3%	26,2	2,2%	(4,1)	-0,3%	-
(+) Resultado Financeiro	305,8	9,0%	397,1	10,6%	29,9%	98,6	8,3%	156,2	11,8%	58,3%
EBIT	711,2	21,0%	695,1	18,5%	-2,3%	247,3	20,8%	230,9	17,5%	-6,6%
(+) Depreciações / Amortizações	81,7	2,4%	77,4	2,1%	-5,3%	29,2	2,5%	25,8	2,0%	-11,8%
EBITDA [1]	792,9	23,5%	772,5	20,5%	-2,6%	276,6	23,3%	256,7	19,5%	-7,2%
(+) Despesas Não Recorrentes	38,3	1,1%	86,9	2,3%	126,6%	8,7	0,7%	20,9	1,6%	139,9%
(+) Outras Despesas Não-Caixa	1,7	0,1%	2,7	0,1%	56,3%	1,0	0,1%	0,3	0,0%	-73,9%
EBITDA Ajustado [1]	**833,0**	**24,6%**	**862,0**	**22,9%**	**3,5%**	**286,3**	**24,1%**	**277,9**	**21,1%**	**-2,9%**

[1] Referente somente a Operações Continuadas. Favor se referir à Nota Explicativa 15 das informações financeiras trimestrais.

O EBITDA Ajustado alcançou R$277,9 milhões, com decréscimo de 2,9% em relação ao 3T14 e margem de 21,1% da Receita Líquida, contra 24,1% no ano anterior. Essa variação está relacionada principalmente à redução da Margem Bruta, parcialmente compensada pela diluição das despesas com marketing, vendas, gerais e administrativas, como percentual da Receita Líquida.

Despesas Financeiras Líquidas

Tabela 9

(R$ milhões)	9M14	% RL	9M15	% RL	Δ R$	3T14	% RL	3T15	% RL	Δ R$
Despesas Financeiras Líquidas	(305,8)	-9,0%	(397,1)	-10,6%	(91,3)	(98,6)	-8,3%	(156,2)	-11,8%	(57,5)
Despesas com Juros Líquidas	(216,9)	-6,4%	(263,0)	-7,0%	(46,2)	(75,9)	-6,4%	(83,9)	-6,4%	(8,1)
Custo do *Hedge* e Variação Cambial	(61,5)	-1,8%	(108,5)	-2,9%	(47,0)	(13,8)	-1,2%	(63,7)	-4,8%	(50,0)
Atualização Monetária sobre Contingências	(10,5)	-0,3%	(9,5)	-0,3%	1,0	(3,2)	-0,3%	(2,9)	-0,2%	0,3
Realização do Ajuste a Valor Presente	(16,9)	-0,5%	(16,0)	-0,4%	0,8	(5,8)	-0,5%	(5,6)	-0,4%	0,2

As Despesas Financeiras Líquidas aumentaram R$57,5 milhões no 3T15 em relação ao 3T14, principalmente em função da marcação a mercado de instrumentos de *hedge*, que resultou em perdas no 3T15, mas havia gerado ganho no 3T14. Nos 9M15, tal efeito foi menos significativo, em função dos ganhos registrados no 2T15.

Em menor intensidade, as despesas financeiras líquidas também foram impactadas negativamente no 3T15 pelo aumento do CDI e do IPCA em relação ao 3T14.

Lucro Líquido

Tabela 10

(R$ milhões)	9M14	9M15	Δ	3T14	3T15	Δ
EBIT Operações Continuadas	711,2	695,1	-2,3%	247,3	230,9	-6,6%
(-) Despesas Financeiras, Líquidas	(305,8)	(397,1)	29,9%	(98,6)	(156,2)	58,3%
(-) Imposto de Renda e Contribuição Social	(64,4)	(12,7)	-80,3%	(26,2)	4,1	-
(+) Res. Líquido das Operações Descontinuadas	(9,8)	(8,4)	-14,2%	(3,7)	(3,5)	-5,3%
Lucro Líquido	**331,2**	**276,9**	**-16,4%**	**118,8**	**75,4**	**-36,5%**
Lucro Líquido por Ação	**0,52**	**0,44**	**-16,5%**	**0,19**	**0,12**	**-36,6%**

O Lucro Líquido atingiu R$75,4 milhões no 3T15, com redução de 36,5% em relação ao 3T14. Esse desempenho resulta do aumento das Despesas Financeiras Líquidas e, em menor grau, da redução do resultado operacional, na mesma base de comparação.

Fluxo de Caixa

Gráfico 11

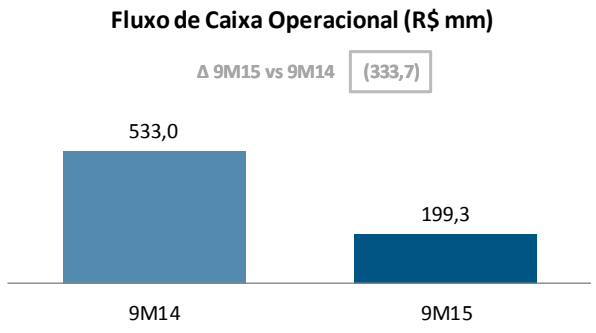

Gráfico 12

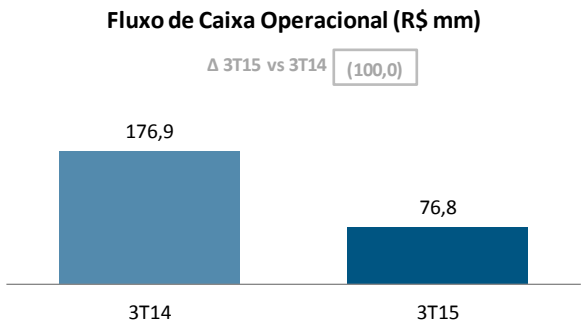

Tabela 11

(R$ milhões)	9M14	9M15	3T14	3T15
Fluxo de Caixa Operacional	533,0	199,3	176,9	76,8
Adição Líquida de Imobilizado	(84,9)	(126,0)	(43,9)	(49,8)
Compra de Ativo Imobilizado	(140,9)	(164,7)	(45,9)	(58,2)
Venda de Ativo Permanente	56,1	38,7	2,0	8,4
Compra de Intangíveis	(14,1)	(27,7)	(4,8)	(9,8)
(=) Fluxo de Caixa Livre	**434,0**	**45,5**	**128,1**	**17,3**

No 3T15, o fluxo de caixa operacional de R$76,8 milhões resultou principalmente de investimento em capital de giro, com aumento dos estoques, sobretudo em função de volumes de venda sazonalmente maiores no último trimestre do ano, e do saldo de contas a receber, decorrente do crescimento da receita, compensado em parte pelo aumento de fornecedores.

Endividamento Líquido

Tabela 12

(R$ milhões)	Saldo no 3T15	Curto Prazo	Longo Prazo							
			4T16	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023>
Empréstimos e Financiamentos	5.430,2	1.517,5	150,2	961,6	1.304,0	46,0	44,8	1.261,8	44,0	100,3
Títulos a Pagar	47,5	47,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Endividamento Bruto	**5.477,7**	**1.565,0**	**150,2**	**961,6**	**1.304,0**	**46,0**	**44,8**	**1.261,8**	**44,0**	**100,3**
Disponibilidades	(1.616,8)									
Endividamento Líquido	**3.860,9**									
Resultado Não Realizado em *Hedge* de Dívida	(524,3)									
Endividamento Líquido pós *Hedge*	**3.336,6**									

A dívida bruta da Companhia encerrou o 3T15 em R$5.477,7 milhões. Desse montante, R$1.565,0 correspondiam a vencimentos de curto prazo. A Companhia possuía R$1.616,8 milhões em caixa e equivalentes no final do trimestre e captou, em 8 de outubro, outros R$350,0 milhões por meio de emissão de debêntures. Além disso, possuía R$620,0 milhões em linha de crédito comprometida (*stand by*) para fazer frente aos vencimentos de curto prazo.

Adicionalmente à posição de caixa, há R$524,3 milhões em ganhos não realizados de hedge, de forma que a dívida líquida pós-*hedge* encerrou o trimestre em R$3.336,6 milhões, equivalentes a 2,9 vezes o EBITDA Ajustado acumulado nos 12 meses até setembro.

Evento Subsequente

Conforme aprovado em 29/09/15 pela AGE da subsidiária Brainfarma, ocorreu em 08/10/15 a 1ª emissão de debêntures (simples e não conversíveis em ações) dessa subsidiária, no montante total de R$350,0 milhões. O prazo de vencimento é de 4 anos, com taxa de juros de 110% do CDI.

Agenda de Relações com Investidores

Teleconferência de Resultados

	Português	Inglês
Data:	03 de novembro de 2015	03 de novembro de 2015
Hora:	10:30 (Brasília) 07:30 (Nova Iorque)	12:30 (Brasília) 09:30 (Nova Iorque)
Telefone:	+55 (11) 2188-0155	+1 (877) 317-6776 (somente EUA) +1 (412) 317-6776 (outros países)
Código:	Hypermarcas	Hypermarcas
Webcast:	Clique aqui	Clique aqui
Replay:	+55 (11) 2188-0400	+1 (877) 344-7529 (somente EUA) +1 (412) 317-0088 (outros países)
Código do Replay:	Hypermarcas	10073435

Dados de Contato

Telefone: +55 (11) 3627-4242
Email: ri@hypermarcas.com.br
Site: www.hypermarcas.com.br/ri

Próximos Eventos

Tabela 13

Data	Evento	Local
16-nov	Goldman Sachs Latam Consumer and Retail Boston Conference	Boston
18-19-nov	Jefferies Global London Healthcare Conference	Londres
19-20-nov	Bradesco CEO Forum	Nova Iorque
23-24-nov	Itaú Latam Conference	Londres
01-03-dez	JP Morgan Brazil Opportunities Conference	São Paulo
7-dez	Hype Day 2015	São Paulo
06-08-jan	Morgan Stanley 8th Annual Latin America Conference	Key Biscayne
11-12-jan	JP Morgan 34th Annual Healthcare Conference	São Francisco
12-14-jan	Santander 20th Annual Latin American Conference	Cancún
19-21-jan	Credit Suisse Latin American Investment Conference	São Paulo
02-04-fev	BTG CEO Conference	São Paulo

Disclaimer

Considerações futuras, se contidas nesse documento, são exclusivamente relacionadas às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros e às perspectivas de crescimento da Companhia, não se constituindo, portanto, em garantia de performance ou de resultados futuros da Companhia. Essas considerações são apenas projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Companhia em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o seu plano de negócios. Tais considerações futuras dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores, além dos riscos apresentados nos documentos de divulgação arquivados pela Companhia e estão, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio.

Adicionalmente, informações adicionais não auditadas ou revisadas por auditoria aqui contidas refletem a interpretação da Administração da Companhia sobre informações provindas de suas informações trimestrais e seus respectivos ajustes, que foram preparados em conformidade com as práticas de mercado e para fins exclusivos de uma análise mais detalhada e específica dos resultados da Companhia. Dessa forma, tais considerações e dados adicionais devem ser também analisados e interpretados de forma independente pelos acionistas e agentes de mercado que deverão fazer suas próprias análises e conclusões sobre os resultados aqui divulgados. Nenhum dado ou análise interpretativa realizada pela Administração da Companhia deve ser tratado como garantia de desempenho ou de resultado futuro e são meramente ilustrativas da visão da Administração da Companhia sobre os seus resultados.

A administração da Companhia não se responsabiliza pela conformidade e pela precisão das informações financeiras gerenciais discutidas no presente relatório. Tais informações financeiras gerenciais devem ser consideradas apenas para fins informativos e não de forma a substituir a análise de nossas demonstrações individuais e consolidadas auditadas ou informações trimestrais revisada por auditores independentes para fins de decisão de investimento em nossas ações, ou para qualquer outra finalidade.

Demonstração de Resultado Consolidado (R$ milhares)

Tabela 14

	9M14	9M15	3T14	3T15
Receita Líquida	**3.379.267**	**3.762.603**	**1.187.648**	**1.319.333**
Custo dos Produtos Vendidos	(1.193.784)	(1.443.764)	(425.904)	(517.849)
Lucro Bruto	**2.185.483**	**2.318.839**	**761.744**	**801.484**
Receitas e Despesas Operacionais				
Despesas com Vendas e Marketing	(1.246.460)	(1.335.391)	(453.723)	(488.086)
Despesas Gerais e Administrativas	(178.972)	(192.795)	(59.385)	(61.150)
Outras Receitas / Despesas Operacionais Líq.	(48.324)	(93.847)	(1.209)	(21.043)
Equivalência Patrimonial	(559)	(1.730)	(106)	(287)
Resultado Antes das Receitas e Despesas Financeiras	**711.168**	**695.076**	**247.321**	**230.918**
Resultado Financeiro	(305.755)	(397.068)	(98.639)	(156.158)
Despesas Financeiras	(428.938)	(550.127)	(142.962)	(208.125)
Receitas Financeiras	123.183	153.059	44.323	51.967
Resultado Antes do Impostos de Renda e da Contribuição Social	**405.413**	**298.008**	**148.682**	**74.760**
Imposto de Renda e Contribuição Social	(64.418)	(12.697)	(26.220)	4.113
Resultado Líquido das Operações Continuadas	**340.995**	**285.311**	**122.462**	**78.873**
Resultado Líquido das Operações Descontinuadas	(9.795)	(8.404)	(3.688)	(3.491)
Resultado do Exercício	**331.200**	**276.907**	**118.774**	**75.382**
Resultado por Ação Básico – R$	**0,52**	**0,44**	**0,19**	**0,12**

Balanço Patrimonial Consolidado (R$ milhares)

Tabela 15

Ativo	31/12/2014	30/09/2015	Passivo e Patrimônio Líquido	31/12/2014	30/09/2015
Circulante	**4.825.420**	**5.491.233**	**Circulante**	**2.989.129**	**2.901.552**
Caixa e Equivalentes	1.829.905	1.616.815	Fornecedores	706.642	926.383
Contas a Receber	1.553.826	1.794.653	Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	1.731.023	1.517.467
Estoques	661.666	941.111	Salários a Pagar	156.550	166.228
Tributos a Recuperar	525.518	650.411	Imposto de Renda e Contribuição Social a Pagar	5.693	3.411
Instrumentos Financeiros Derivativos	87.881	250.926	Tributos a Recolher	41.744	51.676
Outros Ativos	166.624	237.317	Contas a Pagar	289.899	172.811
			Títulos a Pagar	51.660	47.546
			Instrumentos Financeiros Derivativos	5.918	16.030
Não Circulante	**9.062.271**	**9.379.750**	**Não circulante**	**10.898.562**	**11.969.431**
Realizável a Longo Prazo	**444.540**	**764.274**	**Exigível a Longo Prazo**	**3.422.599**	**4.219.280**
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	15.242	11.886	Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	3.073.876	3.912.694
Tributos a Recuperar	254.125	260.721	Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	143.838	128.067
Instrumentos Financeiros Derivativos	47.791	321.264	Tributos a Recolher	28.814	21.705
Outros Ativos	127.382	170.403	Títulos a Pagar	7.639	0
			Contas a Pagar	9.068	3.408
			Provisão para Contingências	156.778	146.987
			Instrumentos Financeiros Derivativos	2.586	6.419
Investimentos	**8.617.731**	**8.615.476**	**Patrimônio Líquido**	**7.475.963**	**7.750.151**
Investimentos	10	1.780	Capital Social	5.269.124	5.270.726
Outros Investimentos	631	564	Reserva de Capital	1.421.371	1.424.041
Imobilizado	1.666.691	1.638.334	Ajustes de Avaliação Patrimonial	(204.443)	(211.434)
Intangível	6.950.399	6.974.798	Reserva de Lucros	989.911	989.911
			Lucro do Período	0	276.907
Total do Ativo	**13.887.691**	**14.870.983**	**Total do Passivo e Patrimônio Líquido**	**13.887.691**	**14.870.983**

Demonstração do Fluxo de Caixa Consolidado (R$ milhares)

Tabela 16

	9M14	9M15	3T14	3T15
Fluxos de Caixa das Atividades Operacionais				
Resultados Antes do IR e Contribuição Social incluindo Operações Descontinuadas	393.346	288.078	143.474	70.163
Depreciação e Amortizações	81.749	77.390	29.235	25.801
Impairment de Ativos	(1.319)	(2.668)	125	1.345
Resultado na Venda de Ativos Permanentes	(4.605)	5.862	853	144
Equivalência Patrimonial	559	1.730	106	287
Perdas Cambiais	61.538	108.534	13.767	63.736
Despesas de Juros e Relacionados	244.217	288.534	84.872	92.422
Despesa com Plano de Opção	1.709	2.669	1.041	271
Provisões (PDD, Estoques e Contingências)	43.361	53.861	(11.524)	18.216
Resultados Ajustados	**820.555**	**823.990**	**261.949**	**272.385**
Redução (Aumento) nas Contas de Ativos	**(423.326)**	**(713.750)**	**(274.433)**	**(264.870)**
Contas a Receber de Clientes	(228.356)	(255.759)	(118.165)	(89.716)
Estoques	(125.833)	(313.712)	(117.532)	(117.255)
Impostos a Recuperar	(59.785)	(101.947)	(22.131)	(30.481)
Depósitos Judiciais e Outros	(6.820)	(10.693)	(8.634)	(451)
Demais Contas a Receber	(2.532)	(31.639)	(7.971)	(26.967)
Aumento (Redução) nas Contas de Passivos	**135.757**	**89.050**	**189.374**	**69.328**
Fornecedores	173.720	165.903	174.324	46.411
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(9.412)	(22.729)	(6.125)	(15.103)
Impostos a Recolher	(7.223)	6.638	(2.177)	2.179
Salários e Encargos Sociais	29.107	9.712	30.545	14.334
Contas a Pagar	(49.418)	(56.346)	(8.266)	22.537
Juros Pagos da Operação	(4.616)	(8.468)	(5.189)	954
Demais Contas a Pagar	3.599	(5.660)	6.262	(1.984)
Caixa Líquido Proveniente das Atividades Operacionais	**532.986**	**199.290**	**176.890**	**76.843**
Fluxos de Caixa das Atividades de Investimento				
Aumento de Capital nas Controladas/Coligadas	0	(3.500)	0	0
Compra de Ativo Imobilizado	(140.910)	(164.707)	(45.896)	(58.179)
Compra de Intangíveis	(14.097)	(27.738)	(4.812)	(9.786)
Venda de Ativos Permanentes	56.054	38.671	1.962	8.394
Rendimentos de Aplicações Financeiras e Outros	81.577	93.645	33.927	30.186
Caixa Líquido Usado nas Atividades de Investimento	**(17.376)**	**(63.629)**	**(14.819)**	**(29.385)**
Fluxos de Caixa das Atividades de Financiamento				
Integralização de Capital	0	1.602	0	1.454
Recebimento por Empréstimos Tomados	1.012.657	461.510	77.430	333.842
Compra/Alienação de Ações - Tesouraria	(5.594)	0	1.605	0
Pagamento de Empréstimos - Principal	(610.824)	(760.403)	(24.875)	(433.491)
Pagamento de Empréstimos - Juros	(244.187)	(47.391)	(110.651)	50.947
Custo de Transação de Captação	(1.891)	(4.069)	(910)	(2.114)
Caixa Líquido Usado nas Atividades de Financiamento	**150.161**	**(348.751)**	**(57.401)**	**(49.362)**
Aumento Líquido de Caixa e Equivalente de Caixa	**665.771**	**(213.090)**	**104.670**	**(1.904)**
Demonstração do Aumento Líq. de Caixa e Equivalente de Caixa				
Caixa e Equivalente de Caixa no Início do Exercício	1.158.833	1.829.905	1.719.934	1.618.719
Caixa e Equivalente de Caixa no Fim do Exercício	1.824.604	1.616.815	1.824.604	1.616.815
Aumento Líquido de Caixa e Equivalente de Caixa	**665.771**	**(213.090)**	**104.670**	**(1.904)**

Outras Informações

Despesas Não Recorrentes

Tabela 17

(R$ milhões)	9M14	9M15	3T14	3T15
Outros Gastos de Natureza Não-Recorrente	42,3	52,3	25,1	17,2
Gastos Decorrentes de Reestruturações [1]	77,8	58,1	27,7	8,3
Outras Receitas	(81,7)	(23,5)	(44,0)	(4,6)
Não Recorrentes de Operações Continuadas	**38,3**	**86,8**	**8,7**	**20,9**
Resultado de Alienações / Operações Descontinuadas	12,1	9,9	5,2	4,6
Total Não Recorrentes	**50,4**	**96,8**	**13,9**	**25,5**

[1] Despesas relacionadas à integração de empresas adquiridas ou custos de reestruturações operacionais, tais como indenizações e rescisões trabalhistas e despesas de fechamento das plantas para transferência da produção para Goiás.

Ciclo de Conversão de Caixa

Tabela 18

(Dias)	3T14	4T14	1T15	2T15	3T15
Contas a Receber [1]	96	93	107	108	105
Estoques	140	118	148	157	164
Fornecedores	(142)	(126)	(158)	(158)	(161)
Ciclo de Conversão de Caixa	**94**	**85**	**97**	**107**	**107**

[1] Calculado com base na Receita Bruta de Operações Continuadas e Descontinuadas.

Amortização de Ágio para Fins Fiscais / Créditos Tributários

A Companhia detém R$2,3 bilhões de ágio a ser amortizado para fins fiscais, equivalente a um efeito caixa de R$793,1 milhões, conforme calendário a seguir.

Tabela 19

Data	R$ milhões
4T15	186,8
2016	656,3
2017	607,4
2018	593,2
2019	250,0
2020	36,3
2021	2,7
Total	**2.332,6**

Fonte: Hypermarcas

Além disso, a Companhia possui os seguintes créditos fiscais:

i) Tributos a recuperar: R$911,1 milhões (vide Nota Explicativa 13 das Informações Financeiras Trimestrais);

ii) Efeito Caixa de Prejuízos Fiscais e Bases Negativas de CSLL: R$1.206,8 milhões (vide Nota Explicativa 21(a) das Informações Financeiras Trimestrais).

Histórico de Receita Líquida e Terceirizações – Divisão Farma

Tabela 20

(R$ milhões)	1T14	2T14	3T14	4T14	1T15	2T15	3T15
Farma	612,0	645,6	653,9	672,5	673,8	695,6	699,3
Terceiros	(34,0)	0,1	(0,8)	-	(2,0)	-	-
Farma ex-Terceiros[1]	**578,0**	**645,7**	**653,0**	**672,5**	**671,8**	**695,6**	**699,3**

[1] *Vendas do portfólio de marcas da Companhia (excluindo produção para terceiros).*

Endividamento Líquido após Hedge de Dívida

Tabela 21

(R$ million)	1Q14	2Q14	3Q14	4Q14	1Q15	2Q15	3Q15
Net Debt	(2.836,6)	(2.738,7)	(2.881,9)	(3.034,3)	(3.444,7)	(3.407,4)	(3.860,9)
Non-realized gains/losses on debt hedges	(78,8)	(140,8)	3,1	103,5	376,8	209,1	524,3
Net Debt After Hedge	**(2.915,4)**	**(2.879,5)**	**(2.878,8)**	**(2.930,8)**	**(3.068,0)**	**(3.198,3)**	**(3.336,6)**