

## Hypermarcas anuncia crescimento orgânico de 15,7% e EBITDA Ajustado de R\$286,9 milhões no 1T15

São Paulo, 24 de abril de 2015 – A Hypermarcas S.A. (BM&FBovespa: HYPE3; Reuters: HYPE3.SA; Bloomberg: HYPE3 BZ; ADR: HYPMY) anuncia seus resultados referentes ao 1º 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\$1.187,7 milhões no 1T15, 15,7% acima do 1T14 (ex-terceiros)
- EBITDA Ajustado de R\$286,9 milhões no trimestre, 10,8% acima do 1T14
- Demanda *sell-out* cresce 19,0% na divisão Farma e 20,6% em Consumo
- Aceleração de ganhos de market share: +1,1 p.p. em Farma e +1,0 p.p. em Consumo, com +3,2 p.p. em genéricos e +5,8 p.p. em fraldas infantis

**Tabela 1**

(R\$ milhões)	1T14	% RL	1T15	% RL	Δ %	Δ p.p. RL
Receita Líquida	1.058,9	100,0%	1.187,7	100,0%	12,2%	-
Lucro Bruto	681,1	64,3%	735,0	61,9%	7,9%	-2,4 p.p.
Vendas, Gerais e Adm. (ex-Mkt)	(230,8)	21,8%	(242,1)	20,4%	4,9%	-1,4 p.p.
Marketing	(208,7)	19,7%	(223,5)	18,8%	7,1%	-0,9 p.p.
EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup>	259,0	24,5%	286,9	24,2%	10,8%	-0,3 p.p.
Lucro Líquido	90,2	8,5%	90,7	7,6%	0,5%	-0,9 p.p.
Lucro Líquido por Ação	0,14	-	0,14	-	0,3%	-

<sup>(1)</sup> EBITDA antes das despesas não recorrentes e outras despesas não caixa. Vide Reconciliação do EBITDA na Tabela 8.

<sup>(2)</sup> Fluxo de Caixa Livre (=) Fluxo de Caixa Operacional (+) Compras de Ativo Imobilizado (+) Venda de Ativo Permanente (+) Compra de Intangível.



## Contexto Operacional

No primeiro trimestre de 2015, a Hypermarcas atingiu desempenho consistente com sua estratégia de crescimento rentável com geração de valor para seus acionistas. A empresa começa a colher os frutos do plano de reestruturação executado entre 2011 e 2014, período em que investimos mais de R\$ 1,0 bilhão na consolidação das 23 empresas adquiridas entre 2007 e 2010, com foco na criação de uma plataforma operacional com vantagem competitiva superior e no fortalecimento de nossos negócios e marcas.

Investimos na geração contínua de demanda, com fortes investimentos em marketing de mídia de massa, visita médica e ações promocionais nos pontos de venda. Também investimos fortemente em inovação contínua, com diversos lançamentos de novos produtos de sucesso. Modernizamos nossas marcas, fábricas e logística, sempre buscando uma distribuição com alta capilaridade e operações de baixo custo.

Como resultado de todo esse esforço, apesar da crise econômica, nossa demanda sell-out se mostrou robusta neste início de ano, crescendo ao redor de 20,0% em ambas as divisões de negócio, o que permitiu uma aceleração dos ganhos de *market share*. Em Farma, a demanda cresceu 19,0%; em Consumo, 20,6%.

Ganhamos +1,1 p.p. de *market share* em Farma, e a divisão assumiu em março a 1ª posição do mercado, de acordo com o ranking PPP do IMS Health<sup>[1]</sup>. Consolidamos a 2ª posição em genéricos e crescemos 27,5% em produtos de prescrição médica. Em Consumo, ganhamos +1,0 p.p., atingindo 8,6% do mercado. Diversos relançamentos de 2014 tiveram efeitos bastante positivos, com ganhos de *market share* em vários de nossos negócios e marcas. Em fraldas infantis, ganhamos +5,8 p.p. de *market share*, empatando na 2ª posição em volume no mercado.

No trimestre, a Receita Líquida da Companhia atingiu R\$1.187,7 milhões, representando um crescimento de 12,2% em relação ao 1T14. Nas mesmas bases, crescemos 15,7% (excluindo terceiros). Essa expansão foi consistente nas duas divisões de negócio da companhia, que registraram crescimento de dois dígitos: em Consumo, de 15,0%; em Farma, de 16,2%, desconsiderando terceiros.

Em termos de resultado operacional, o EBITDA Ajustado da Companhia foi de R\$286,9 milhões, 10,8% acima do 1T14, ou 17,1% superior, excluindo terceiros. Vale destacar que, apesar de uma redução de nossa Margem Bruta no trimestre, nossas despesas com vendas, marketing e administrativas foram diluídas, resultando em uma margem de EBITDA Ajustado de 24,2%, relativamente estável em relação ao 1T14. Essa redução de Margem Bruta no trimestre se deveu principalmente à desvalorização do real frente ao dólar, maior que 20,0% no período. Para compensar esse impacto e outros aumentos de custos, a empresa lançou a partir de abril uma nova tabela de preços, com aumento médio ponderado de 8,0%.

Em termos de Lucro Líquido, a Companhia atingiu R\$90,7 milhões no trimestre, ligeiramente acima do 1T14. Este resultado não foi maior devido ao aumento do IPCA, que elevou nossas despesas financeiras em aproximadamente R\$14,0 milhões no trimestre.

Muito fizemos, mas ainda temos muito a fazer. Continuamos acreditando no Brasil, apesar da crise que vivemos, e continuaremos investindo em nossos negócios. Acreditamos que é em momentos de crise como o que atravessamos, que uma plataforma competitiva como a que criamos, abre novas oportunidades para que a Companhia possa acelerar seu crescimento. Ganhos de *market share* nestes momentos, quando temos um aumento da aversão ao risco, mostram-se ainda mais atrativos e rentáveis para nossos acionistas.

<sup>[1]</sup> No critério PPP – Pharmacy Purchase Price, a preços efetivamente praticados no mercado.



## DIVISÃO FARMA

A demanda *sell-out* por produtos da divisão Farma aumentou 19,0% em relação ao primeiro trimestre de 2014, segundo dados do IMS Health<sup>[2]</sup>. Esse desempenho, acima do crescimento do mercado, elevou a participação da Companhia a seu maior patamar histórico no 1T15, equivalente a 10,6% do mercado farmacêutico brasileiro em valor, com pico de 11,1% em março, quando a Companhia tornou-se também a maior empresa farmacêutica brasileira<sup>[3]</sup>.

Em fevereiro, a Hypermarcas também assumiu a vice-liderança do mercado brasileiro de medicamentos genéricos em unidades, sob a bandeira *Neo Química*. Desde então, a Companhia vem se consolidando nesta posição.

Ainda segundo o IMS Health, a demanda por medicamentos de prescrição (RX) da Companhia avançou 27,5% em relação ao 1T14, com o sucesso de *Addera D3* comprimidos, produto lançado em 2014, e a melhoria de produtividade da equipe de geração de demanda médica.

Visando maior cobertura do mercado farmacêutico brasileiro, a Companhia deu continuidade no trimestre às atividades de inovação e introdução de novos produtos, com o lançamento do anticoncepcional *Lydian*, também indicado para tratamento da síndrome do ovário policístico, na linha de prescrição. Na linha de medicamentos isentos de prescrição (OTC), foi lançada a extensão de linha *Doril Enxaqueca*, que revitaliza a marca *Doril* com nova versão indicada para tratamento de enxaquecas.

Em genéricos, a Companhia obteve novos registros para moléculas como o ansiolítico *escitalopram*, uma das 20 maiores moléculas do mercado em valor, e o colírio *olopatadina* – primeiro registro para versão genérica do mercado brasileiro.

Ao longo do trimestre, a divisão fortaleceu ainda iniciativas para melhor relacionamento com clientes e aperfeiçoamento da execução nos pontos de venda. Novos projetos (*Planos Empresariais Compartilhados*) estão em andamento com grandes varejistas e distribuidores, para identificação de oportunidades conjuntas com clientes a partir de dados analíticos. Em paralelo, o programa *Hypertrade*, para melhor controle e otimização das atividades de trade marketing, vem resultando em maior frequência de visitas a lojas, com menor tempo de visitação e redução de rupturas no varejo.

## DIVISÃO CONSUMO

No início do ano, a demanda *sell-out* por produtos da divisão Consumo cresceu 20,6% em relação ao ano anterior, segundo dados da Nielsen para janeiro e fevereiro, resultando em participação de mercado de 8,6%, com alta de 1,0 ponto percentual.

Em categorias de alto volume, como fraldas infantis, linha capilar e desodorantes, os ganhos de *market share* se aceleraram, dado o posicionamento *smart choice* das marcas da Companhia, com propostas atrativas de valor para clientes e consumidores. Em particular, a demanda *sell-out* por fraldas infantis da Companhia aumentou 34,5%, ainda segundo dados da Nielsen, com ganho de +5,8 p.p. de *market share* em relação ao primeiro bimestre de 2014, ultrapassando a marca de 15,0% do mercado em valor, com liderança em volume em grandes varejistas do canal alimentar.

O desempenho no trimestre também é consequência da assertividade de lançamentos recentes em diversas categorias de Consumo, como esmaltes, cuidados masculinos e fraldas infantis, suportados por uma plataforma robusta de vendas, marketing e merchandising. No 1T15, o índice de inovação da Companhia se manteve em

<sup>[2]</sup> No critério PPP – Pharmacy Purchase Price, a preços efetivamente praticados no mercado.

<sup>[3]</sup> Também no critério PPP.



77%, com lançamentos como a nova linha das fraldas *Pom Pom* – única marca do mercado a oferecer proteção de até 14h para bebês. A divisão também levou ao mercado o hidratante *Monange S.O.S.*, para pele fragilizada, e renovou a linha capilar de *éh!*, com novas fórmulas e embalagens.

No trimestre, a Margem Bruta da divisão foi impactada pela desvalorização acelerada do real frente ao dólar, que afetou os custos pontualmente no curto prazo. Em abril, a Companhia introduziu nova tabela de preços ao mercado, com aumento médio de 8,0% no portfólio de Consumo. Além disso, a Companhia analisa as taxas de câmbio para avaliar ajustes adicionais de preço.

A divisão continua focada em melhorar sua execução nos pontos de vendas, com revisão de roteiros da equipe de merchandising para maior cobertura do varejo, especialmente do canal farma. A Companhia mantém projetos de Gestão por Categoria em parceria com grandes clientes, nas categorias em que detém liderança, como preservativos, adoçantes e fraldas para incontinência, além de grandes categorias em volume, como fraldas infantis.



## Discussão dos Resultados

### Demonstração do Resultado

Segue abaixo um resumo da Demonstração do Resultado da Hypermarcas:

Tabela 2

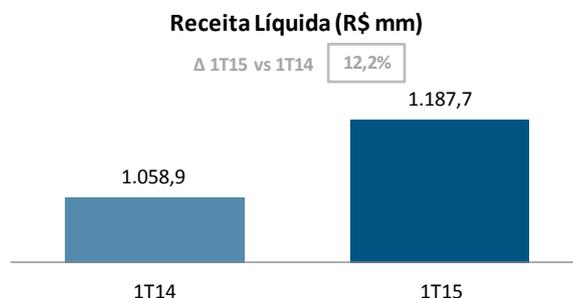
(R\$ milhões)	1T14	% RL	1T15	% RL	Δ
Receita Líquida	1.058,9	100,0%	1.187,7	100,0%	12,2%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>681,1</b>	<b>64,3%</b>	<b>735,0</b>	<b>61,9%</b>	<b>7,9%</b>
Despesas com Marketing	(208,7)	-19,7%	(223,5)	-18,8%	7,1%
Despesas com Vendas	(173,0)	-16,3%	(178,6)	-15,0%	3,3%
Desp. Administrativas e Gerais	(57,8)	-5,5%	(63,5)	-5,3%	9,8%
Outras Receitas e Desp. Operacionais, Líquidas	(22,5)	-2,1%	(38,8)	-3,3%	72,4%
Equivalência Patrimonial	(0,4)	0,0%	(1,0)	-0,1%	167,6%
<b>EBIT Operações Continuadas</b>	<b>218,7</b>	<b>20,6%</b>	<b>229,6</b>	<b>19,3%</b>	<b>5,0%</b>
Despesas Financeiras, Líquidas	(107,9)	-10,2%	(132,1)	-11,1%	22,4%
Imposto de Renda e CSLL	(18,3)	-1,7%	(3,7)	-0,3%	-79,6%
Resultado Líquido das Operações Descontinuadas	(2,2)	-0,2%	(3,1)	-0,3%	39,7%
Lucro Líquido	90,2	8,5%	90,7	7,6%	0,5%
EBITDA <sup>(1)</sup>	245,0	23,1%	254,6	21,4%	3,9%
<b>EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup></b>	<b>259,0</b>	<b>24,5%</b>	<b>286,9</b>	<b>24,2%</b>	<b>10,8%</b>

<sup>(1)</sup> Referente somente a Operações Continuadas.



## Receita Líquida

**Gráfico 1**



**Tabela 3**

(R\$ milhões)	1T14	1T15	Δ
Farma	612,0	673,8	10,1%
Farma ex-Terceiros <sup>(1)</sup>	578,0	671,8	16,2%
Consumo	446,9	513,9	15,0%
<b>Total</b>	<b>1.058,9</b>	<b>1.187,7</b>	<b>12,2%</b>
<b>Total ex-Terceiros <sup>(1)</sup></b>	<b>1.024,9</b>	<b>1.185,7</b>	<b>15,7%</b>

<sup>(1)</sup> Vendas do portfólio de marcas da Companhia (excluindo produção para terceiros)

A Receita Líquida da divisão Farma cresceu 16,2% no trimestre, comparado ao 1T14, já excluindo vendas relacionadas a contratos de fabricação para terceiros, com desempenho acima da expansão do mercado no período. Considerando terceirizações, o crescimento foi de 10,1%.

A Receita Líquida da divisão Consumo cresceu 15,0% em comparação com o 1T14, em patamar semelhante ao 4T14. Tal crescimento é consequência da estratégia de oferta de produtos com propostas atrativas de valor para clientes e consumidores (*smart choice*), em especial em categorias selecionadas de alto volume, com destaque para fraldas infantis.



## Lucro Bruto

Gráfico 2

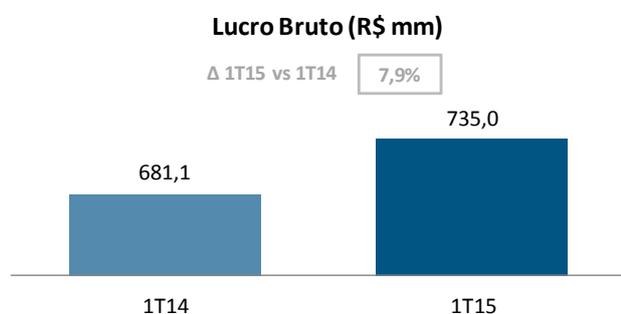


Gráfico 3

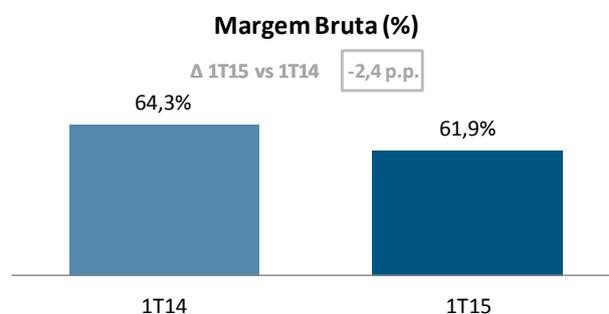


Tabela 4

(R\$ milhões)	1T14	% RL	1T15	% RL	Δ
Farma	458,3	74,9%	517,0	76,7%	1,8 p.p.
Consumo	222,7	49,8%	218,1	42,4%	-7,4 p.p.
<b>Total</b>	<b>681,1</b>	<b>64,3%</b>	<b>735,0</b>	<b>61,9%</b>	<b>-2,4 p.p.</b>

No 1T15, a Margem Bruta da divisão Farma aumentou 1,8 p.p. na comparação com o ano anterior, para 76,7% da Receita Líquida. No 1T14, a margem havia sido influenciada pela venda de estoques remanescentes de produtos de terceiros.

Na divisão Consumo, a Companhia manteve estratégia mais promocional em categorias de alto volume. Esse efeito, aliado ao aumento de custos, principalmente por variação cambial, resultou em redução da Margem Bruta para 42,4% no trimestre, contra 49,8% no 1T14.

## Despesas de Marketing

Tabela 5

(R\$ milhões)	1T14	% RL	1T15	% RL	Δ
Despesas de Marketing	(208,7)	-19,7%	(223,5)	-18,8%	7,1%
Propaganda e Promoção ao Consumidor	(83,9)	-7,9%	(74,2)	-6,2%	-11,6%
Acordos e Verbas para o Ponto de Venda	(57,9)	-5,5%	(74,2)	-6,2%	28,1%
Visitas Médicas, Promoções, Brindes e Amostras	(66,9)	-6,3%	(75,2)	-6,3%	12,4%

As Despesas com Marketing cresceram 7,1% em termos nominais e representaram 18,8% da Receita Líquida no 1T15, contra 19,7% no 1T14. O crescimento das Despesas com Marketing abaixo do aumento da Receita Líquida está alinhado com a estratégia da Companhia para o ano.



## Despesas com Vendas

Tabela 6

(R\$ milhões)	1T14	% RL	1T15	% RL	Δ
Despesas com Vendas	(173,0)	-16,3%	(178,6)	-15,0%	3,3%
Despesas Comerciais	(130,7)	-12,3%	(135,8)	-11,4%	3,9%
Fretes	(33,2)	-3,1%	(38,0)	-3,2%	14,2%
PDD	(9,1)	-0,9%	(4,9)	-0,4%	-46,2%

As Despesas com Vendas foram reduzidas em 1,3 p.p. para 15,0% da Receita Líquida no 1T15, comparado ao 1T14. O efeito da inflação de salários sobre as Despesas Comerciais foi compensado no trimestre por maior eficiência em outros gastos não relacionados a pessoal, principalmente despesas com logística.

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

Tabela 7

(R\$ milhões)	1T14	% RL	1T15	% RL	Δ
Desp. Gerais e Administrativas	(57,8)	-5,5%	(63,5)	-5,3%	9,8%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(22,5)	-2,1%	(38,8)	-3,3%	72,4%

O crescimento de 9,8% das Despesas Gerais e Administrativas, na comparação com o ano anterior, ficou próximo à inflação de salários. Como percentual da Receita Líquida, houve redução de 0,2 p.p. em relação ao 1T14.

A linha de Outras Despesas Operacionais, líquida de efeitos não recorrentes, totalizou R\$22,1 milhões no 1T15 e foi composta essencialmente por descartes. As despesas não recorrentes no período corresponderam substancialmente a indenizações trabalhistas relativas à desativação da planta da antiga Mantecorp no Rio de Janeiro e descarte do estoque remanescente antes da entrega desse imóvel, ocorrida em 1º de abril.

## EBITDA Ajustado

Gráfico 4

### EBITDA Ajustado (R\$ mm)

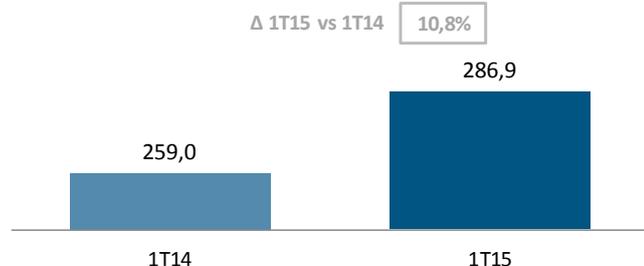
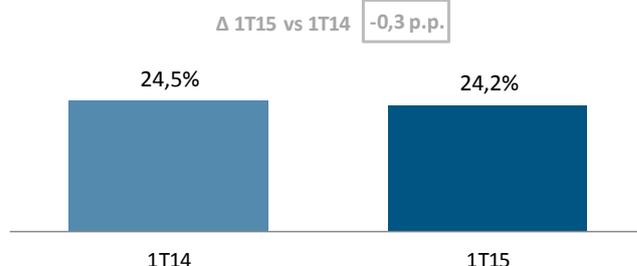


Gráfico 5

### Margem de EBITDA Ajustado (%)



**Tabela 8 – Reconciliação do EBITDA Ajustado**

(R\$ milhões)	1T14	% RL	1T15	% RL	Δ
Lucro Líquido	90,2	8,5%	90,7	7,6%	0,5%
(-) Resultado Líquido das Operações Descontinuadas	2,2	0,2%	3,1	0,3%	39,7%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	18,3	1,7%	3,7	0,3%	-79,6%
(+) Resultado Financeiro	107,9	10,2%	132,1	11,1%	22,4%
EBIT	218,7	20,6%	229,6	19,3%	5,0%
(+) Depreciações / Amortizações	26,3	2,5%	25,0	2,1%	-5,1%
EBITDA <sup>(1)</sup>	245,0	23,1%	254,6	21,4%	3,9%
(+) Despesas Não Recorrentes	12,2	1,1%	31,1	2,6%	155,6%
(+) Outras Despesas Não-Caixa	1,8	0,2%	1,2	0,1%	-33,0%
<b>EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup></b>	<b>259,0</b>	<b>24,5%</b>	<b>286,9</b>	<b>24,2%</b>	<b>10,8%</b>

<sup>(1)</sup> Referente somente a Operações Continuadas. Favor se referir à Nota Explicativa 15 das informações financeiras trimestrais.

O EBITDA Ajustado totalizou R\$286,9 milhões no 1T15, com crescimento de 10,8% em relação ao 1T14. A redução da Margem Bruta em 2,4 p.p. no mesmo período foi parcialmente compensada pela alavancagem operacional sobre as Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (ex-marketing) e pela menor agressividade em Despesas com Marketing, de modo que a margem de EBITDA Ajustado foi de 24,2% da Receita Líquida no trimestre, com leve diminuição de 0,3 p.p. em relação ao 1T14.

Vale ressaltar que a venda de estoques remanescentes de produtos de terceiros resultou em uma contribuição de R\$13,9 milhões para o EBITDA Ajustado no 1T14. Desconsiderando esse montante, o crescimento do EBITDA Ajustado teria atingido 17,1%, próximo ao expansão da Receita Líquida (ex-terceiros) no período.

## Despesas Financeiras Líquidas

**Tabela 9**

(R\$ milhões)	1T14	% RL	1T15	% RL	Δ R\$
Despesas Financeiras Líquidas	(107,9)	-10,2%	(132,1)	-11,1%	(24,2)
Despesas com Juros Líquidas	(75,8)	-7,2%	(89,9)	-7,6%	(14,1)
Custo do Hedge e Variação Cambial	(22,9)	-2,2%	(33,3)	-2,8%	(10,4)
Atualização Monetária sobre Contingências	(3,7)	-0,4%	(3,8)	-0,3%	(0,1)
Realização do Ajuste a Valor Presente	(5,4)	-0,5%	(5,1)	-0,4%	0,3

As Despesas Financeiras aumentaram R\$24,2 milhões no 1T15 em relação ao 1T14. Esse incremento foi influenciado especialmente pelo crescimento do IPCA no período, que gerou despesa adicional de R\$13,7 milhões, na mesma base de comparação.



## Lucro Líquido

Tabela 10

(R\$ milhões)	1T14	1T15	Δ
EBIT Operações Continuadas	218,7	229,6	5,0%
(-) Despesas Financeiras, Líquidas	(107,9)	(132,1)	22,4%
(-) Imposto de Renda e Contribuição Social	(18,3)	(3,7)	-79,6%
(+) Res. Líquido das Operações Descontinuadas	(2,2)	(3,1)	39,7%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>90,2</b>	<b>90,7</b>	<b>0,5%</b>
<b>Lucro Líquido por Ação</b>	<b>0,14</b>	<b>0,14</b>	<b>0,3%</b>

O Lucro Líquido da Companhia alcançou R\$90,7 milhões no 1T15, praticamente no mesmo patamar do 1T14, mesmo diante de despesas financeiras mais elevadas no período.

## Fluxo de Caixa

Gráfico 6

### Fluxo de Caixa Operacional (R\$ mm)

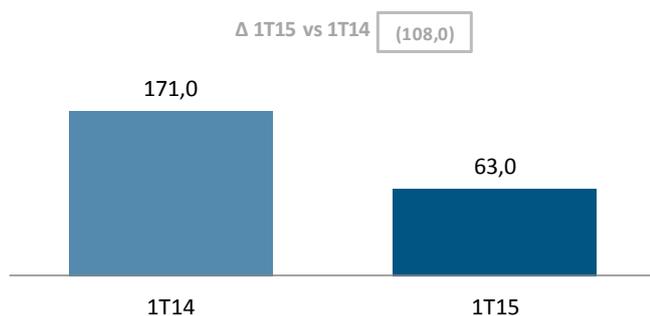


Gráfico 7

### Fluxo de Caixa Livre (R\$ mm)

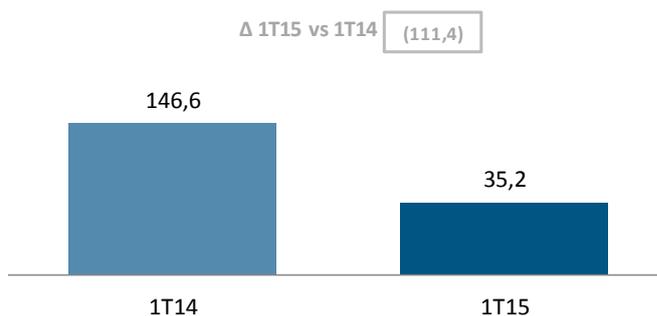


Tabela 11

(R\$ milhões)	1T14	1T15
Fluxo de Caixa Operacional	171,0	63,0
Adição Líquida de Imobilizado	(19,1)	(19,5)
Compra de Ativo Imobilizado	(55,1)	(42,3)
Venda de Ativo Permanente	36,0	22,8
Compra de Intangíveis	(5,3)	(8,2)
<b>(=) Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>146,6</b>	<b>35,2</b>

O Fluxo de Caixa Livre foi impactado no trimestre por menor geração de caixa operacional, sobretudo como resultado de maior formação de estoques, principalmente de matéria-prima, dado o forte crescimento do volume de vendas observado nos últimos trimestres.

Por outro lado, com a evolução dos projetos de consolidação das operações da Companhia, a compra de ativo imobilizado foi reduzida para R\$42,3 milhões no 1T15, contra R\$55,1 milhões no 1T14.



## Endividamento Líquido

Gráfico 8

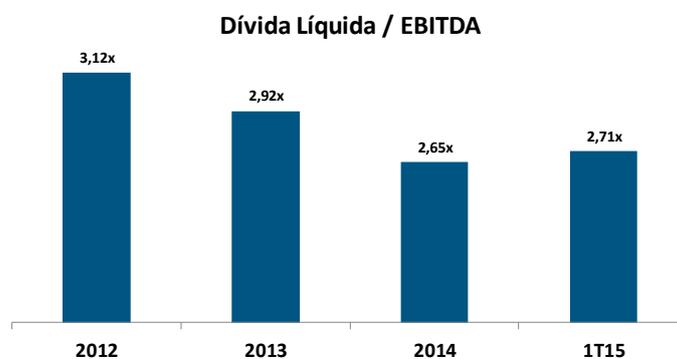


Tabela 12

(R\$ milhões)	Saldo no 1T15	Curto Prazo	Longo Prazo							
			2T - 4T 2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023>
Empréstimos e Financiamentos	5.053,7	1.692,6	297,9	870,2	932,6	46,1	44,7	1.027,8	43,9	98,0
Títulos a Pagar	58,4	50,5	7,9	-	-	-	-	-	-	-
<b>Endividamento Bruto</b>	<b>5.112,1</b>	<b>1.743,1</b>	<b>305,8</b>	<b>870,2</b>	<b>932,6</b>	<b>46,1</b>	<b>44,7</b>	<b>1.027,8</b>	<b>43,9</b>	<b>98,0</b>
Disponibilidades	(1.667,4)									
<b>Endividamento Líquido</b>	<b>3.444,7</b>									
Resultado Não Realizado em Hedge de Dívida	(376,8)									
<b>Endividamento Líquido pós Hedge</b>	<b>3.068,0</b>									

A alavancagem da Companhia ficou praticamente estável no 1T15 em relação ao 4T14, em 2,7 vezes o EBITDA Ajustado acumulado dos últimos 12 meses. Em valores nominais, a Dívida Líquida após *hedge* aumentou, na comparação com o trimestre anterior, em função do Fluxo de Caixa Livre após despesas financeiras.



## Agenda de Relações com Investidores

### Teleconferência de Resultados

	Português	Inglês
<b>Data:</b>	27 de abril de 2015	27 de abril de 2015
<b>Hora:</b>	10:30 (Brasília) 09:30 (Nova Iorque)	12:30 (Brasília) 11:30 (Nova Iorque)
<b>Telefone:</b>	+55 (11) 2188-0155	+1 (877) 317-6776 (somente EUA) +1 (412) 317-6776 (outros países)
<b>Código:</b>	Hypermarcas	Hypermarcas
<b>Webcast:</b>	<a href="#">Clique aqui</a>	<a href="#">Clique aqui</a>
<b>Replay:</b>	+55 (11) 2188-0400	+1 (877) 344-7529 (somente EUA) +1 (412) 317-0088 (outros países)
<b>Código do Replay:</b>	Hypermarcas	10063838

### Dados de Contato

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

### Próximos Eventos

Tabela 13

Data	Evento	Local
11-12-mai	UBS Latin America Consumer Conference	Nova Iorque
13-14-mai	10th Itaú Annual LatAm CEO Conference	Nova Iorque
01-04-jun	Jefferies Global Healthcare Conference	Nova Iorque
08-jun	7th Bradesco London Conference	Londres
09-11-jun	DB Global Consumer Conference	Paris
12-jun	UBS LatAm Equities Ideas Conference	Milão
12-jun	dbAccess Latin American Consumer Day	Londres
24-25-jun	Citi Brazil Equity Conference	São Paulo
9-jul	Período de Silêncio 2T15	-
24-jul	Divulgação de Resultados 2T15	-



## 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

	1T14	1T15
<b>Receita Líquida</b>	<b>1.058.875</b>	<b>1.187.709</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(377.810)	(452.685)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>681.065</b>	<b>735.024</b>
<b>Receitas e Despesas Operacionais</b>		
Despesas com Vendas e Marketing	(381.681)	(402.159)
Despesas Gerais e Administrativas	(57.849)	(63.519)
Outras Receitas / Despesas Operacionais, Líq.	(22.515)	(38.810)
Equivalência Patrimonial	(364)	(974)
<b>Resultado Antes das Receitas e Despesas Financeiras</b>	<b>218.656</b>	<b>229.562</b>
Resultado Financeiro	(107.903)	(132.091)
Despesas Financeiras	(142.293)	(177.961)
Receitas Financeiras	34.390	45.870
<b>Resultado Antes do Impostos de Renda e da Contribuição Social</b>	<b>110.753</b>	<b>97.471</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(18.329)	(3.747)
<b>Resultado Líquido das Operações Continuadas</b>	<b>92.424</b>	<b>93.724</b>
Resultado Líquido das Operações Descontinuadas	(2.187)	(3.055)
<b>Resultado do Exercício</b>	<b>90.237</b>	<b>90.669</b>
<b>Resultado por Ação Básico – R\$</b>	<b>0,14</b>	<b>0,14</b>



## Balanço Patrimonial Consolidado (R\$ milhares)

**Tabela 15**

Ativo	31/12/2014	31/03/2015	Passivo e Patrimônio Líquido	31/12/2014	31/03/2015
<b>Circulante</b>	<b>4.825.420</b>	<b>5.046.090</b>	<b>Circulante</b>	<b>2.989.129</b>	<b>3.013.792</b>
Caixa e Equivalentes	1.829.905	1.667.364	Fornecedores	706.642	793.910
Contas a Receber	1.553.826	1.596.020	Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	1.731.023	1.692.566
Estoques	661.666	743.233	Salários a Pagar	156.550	124.647
Tributos a Recuperar	525.518	576.017	Imposto de Renda e Contribuição Social a Pagar	5.693	0
Instrumentos Financeiros Derivativos	87.881	233.377	Tributos a Recolher	41.744	45.024
Outros Ativos	166.624	230.079	Contas a Pagar	289.899	306.284
			Títulos a Pagar	51.660	50.505
			Instrumentos Financeiros Derivativos	5.918	856
<b>Não Circulante</b>	<b>9.062.271</b>	<b>9.231.064</b>	<b>Não circulante</b>	<b>10.898.562</b>	<b>11.263.362</b>
<b>Realizável a Longo Prazo</b>	<b>444.540</b>	<b>589.262</b>	<b>Exigível a Longo Prazo</b>	<b>3.422.599</b>	<b>3.695.496</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	15.242	13.555	Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	3.073.876	3.361.133
Tributos a Recuperar	254.125	256.521	Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	143.838	145.735
Instrumentos Financeiros Derivativos	47.791	182.872	Tributos a Recolher	28.814	26.494
Outros Ativos	127.382	136.314	Títulos a Pagar	7.639	7.892
			Contas a Pagar	9.068	8.237
			Provisão para Contingências	156.778	142.185
			Instrumentos Financeiros Derivativos	2.586	3.820
<b>Investimentos</b>	<b>8.617.731</b>	<b>8.641.802</b>	<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>7.475.963</b>	<b>7.567.866</b>
Investimentos	10	0	Capital Social	5.269.124	5.269.124
Outros Investimentos	631	631	Reserva de Capital	1.421.371	1.422.605
Imobilizado	1.666.691	1.686.824	Ajustes de Avaliação Patrimonial	(204.443)	(204.443)
Intangível	6.950.399	6.954.347	Reserva de Lucros	989.911	989.911
			Lucro do Período	0	90.669
<b>Total do Ativo</b>	<b>13.887.691</b>	<b>14.277.154</b>	<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>13.887.691</b>	<b>14.277.154</b>



## Demonstração do Fluxo de Caixa Consolidado (R\$ milhares)

Tabela 16

	1T14	1T15
<b>Fluxos de Caixa das Atividades Operacionais</b>		
Resultados Antes do IR e Contribuição Social incluindo Operações Descontinuadas	108.508	94.253
Depreciação e Amortizações	26.339	24.988
Impairment de Ativos	1.460	2.665
Resultado na Venda de Ativos Permanentes	527	(1.287)
Equivalência Patrimonial	364	974
Perdas Cambiais	22.908	33.259
Despesas de Juros e Relacionados	84.995	98.832
Despesa com Plano de Opção	1.841	1.234
Provisões (PDD, Estoques e Contingências)	25.150	16.598
<b>Resultados Ajustados</b>	<b>272.092</b>	<b>271.516</b>
<b>Redução (Aumento) nas Contas de Ativos</b>	<b>(30.983)</b>	<b>(184.333)</b>
Contas a Receber de Clientes	(4.787)	(47.077)
Estoques	(7.268)	(95.174)
Impostos a Recuperar	(24.987)	(39.938)
Depósitos Judiciais e Outros	656	(3.799)
Demais Contas a Receber	5.403	1.655
<b>Aumento (Redução) nas Contas de Passivos</b>	<b>(70.138)</b>	<b>(24.175)</b>
Fornecedores	(16.584)	49.798
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(3.015)	(6.065)
Impostos a Recolher	(6.097)	2.191
Salários e Encargos Sociais	(29.763)	(31.901)
Contas a Pagar	(12.646)	(39.457)
Juros Pagos da Operação	(1.452)	3.052
Outras Contas a Pagar	(581)	(1.793)
<b>Caixa Líquido Proveniente das Atividades Operacionais</b>	<b>170.971</b>	<b>63.008</b>
<b>Fluxos de Caixa das Atividades de Investimento</b>		
Compra de Ativo Imobilizado	(55.060)	(42.317)
Compra de Intangíveis	(5.312)	(8.226)
Venda de Ativos Permanentes	35.971	22.770
Juros e outros	20.752	30.462
<b>Caixa Líquido Usado nas Atividades de Investimento</b>	<b>(3.649)</b>	<b>2.689</b>
<b>Fluxos de Caixa das Atividades de Financiamento</b>		
Integralização de Capital	0	0
Recebimento por Empréstimos Tomados	521.244	119.565
Compra/Alienação de Ações - Tesouraria	(16.295)	0
Pagamento de Empréstimos - Principal	(304.342)	(258.292)
Pagamento de Empréstimos - Juros	(61.330)	(88.528)
Custo de Transação de Captação	(758)	(983)
<b>Caixa Líquido Usado nas Atividades de Financiamento</b>	<b>138.519</b>	<b>(228.238)</b>
<b>Aumento Líquido de Caixa e Equivalente de Caixa</b>	<b>305.841</b>	<b>(162.541)</b>
<b>Demonstração do Aumento Líq. de Caixa e Equivalente de Caixa</b>		
Caixa e Equivalente de Caixa no Início do Exercício	1.158.833	1.829.905
Caixa e Equivalente de Caixa no Fim do Exercício	1.464.674	1.667.364
<b>Aumento Líquido de Caixa e Equivalente de Caixa</b>	<b>305.841</b>	<b>(162.541)</b>



## Outras Informações

### Despesas Não Recorrentes

Tabela 17

(R\$ milhões)	1T14	1T15		
		Outras Receitas / Despesas	Demais Linhas	Total
Outros Gastos de Natureza Não-Recorrente	9,4	5,6	12,3	17,9
Gastos Decorrentes de Reestruturações <sup>(1)</sup>	23,3	27,9	2,1	30,0
Outras Receitas	(20,6)	(16,8)	-	(16,8)
<b>Não Recorrentes de Operações Continuadas</b>	<b>12,2</b>	<b>16,7</b>	<b>14,4</b>	<b>31,1</b>
Resultado de Alienações / Operações Descontinuadas	2,2	-	3,2	3,2
<b>Total Não Recorrentes</b>	<b>14,4</b>	<b>16,7</b>	<b>17,6</b>	<b>34,3</b>

<sup>(1)</sup> 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)	4T14	1T15	Δ 1T15-4T14
Contas a Receber <sup>(1)</sup>	93	107	14
Estoques	118	148	30
Fornecedores	(126)	(158)	(32)
<b>Ciclo de Conversão de Caixa</b>	<b>85</b>	<b>97</b>	<b>12</b>

(R\$ milhões)	4T14	1T15	Δ 1T15-4T14
Contas a Receber	1.554	1.596	42
Estoques	662	743	82
Fornecedores	(707)	(794)	(87)
<b>Capital de Giro</b>	<b>1.509</b>	<b>1.545</b>	<b>36</b>

<sup>(1)</sup> Calculado com base na Receita Bruta de Operações Continuadas e Descontinuadas.



## Amortização de Ágio para Fins Fiscais / Créditos Tributários

A Companhia detém R\$2.707,0 milhões de ágio fiscal a ser amortizado para fins fiscais nos próximos anos, conforme tabela a seguir:

**Tabela 19**

(R\$ milhões)	
2T - 4T15	560,4
2016	657,1
2017	607,4
2018	593,2
2019	250,0
2020	36,3
2021	2,7
<b>Total</b>	<b>2.707,0</b>

Fonte: Hypermarcas

Além disso, a Companhia possui os seguintes créditos fiscais:

- i) Tributos a recuperar: R\$832,5 milhões (vide Nota Explicativa 13 das Informações Financeiras Trimestrais);
- ii) Efeito caixa de Prejuízos Fiscais e Bases Negativas de CSLL: R\$1.191,9 milhões (vide Nota Explicativa 21(a) das Informações Financeiras Trimestrais).

## Histórico de Receita Líquida e Terceirizações – Divisão Farma

**Tabela 20**

(R\$ milhões)	1T12	2T12	3T12	4T12	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14	2T14	3T14	4T14	1T15
Farma	520,3	530,6	530,6	494,4	543,9	601,2	613,6	570,0	612,0	645,6	653,9	672,5	673,8
Terceiros	(12,1)	(18,9)	(13,0)	(17,7)	(9,9)	(24,8)	(39,9)	(7,2)	(34,0)	0,1	(0,8)	-	(2,0)
<b>Farma ex-Terceiros*</b>	<b>508,2</b>	<b>511,7</b>	<b>517,6</b>	<b>476,7</b>	<b>534,0</b>	<b>576,4</b>	<b>573,7</b>	<b>562,8</b>	<b>578,0</b>	<b>645,7</b>	<b>653,0</b>	<b>672,5</b>	<b>671,8</b>

\* Vendas do portfólio de marcas da Companhia (excluindo produção para terceiros).

