

## Hypermarcas cresce 10,8%, com EBITDA Ajustado de R\$297,2 milhões no 2T15

São Paulo, 24 de julho de 2015 – A Hypermarcas S.A. (BM&FBovespa: HYPE3; Reuters: HYPE3.SA; Bloomberg: HYPE3 BZ; ADR: HYPMY) anuncia seus resultados referentes ao 2º 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\$2.443,3 milhões no 1S15, 13,1% acima do 1S14 (ex-terceiros)
- EBITDA Ajustado de R\$584,1 milhões no semestre, 6,9% acima do 1S14
- Redução das Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (ex-Marketing) para 21,0% da Receita Líquida no 1S15, -0,9 p.p. em relação ao 1S14
- Demanda *sell-out* cresce 16,5% na divisão Farma<sup>1</sup> no semestre e 23,6% em Consumo no ano até abril
- Ganhos de market share de +0,9 p.p. em Farma no semestre, com +2,4 p.p. em genéricos, e de +1,3 p.p. em Consumo no ano até abril, com +3,7 p.p. em fraldas infantis

**Tabela 1**

(R\$ milhões)	1S14	% RL	1S15	% RL	Δ %	Δ p.p. RL	2T14	% RL	2T15	% RL	Δ %	Δ p.p. RL
Receita Líquida	2.191,6	100,0%	2.443,3	100,0%	11,5%	-	1.132,7	100,0%	1.255,6	100,0%	10,8%	-
Lucro Bruto	1.423,7	65,0%	1.517,4	62,1%	6,6%	-2,9 p.p.	742,7	65,6%	782,3	62,3%	5,3%	-3,3 p.p.
Vendas, Gerais e Adm. (ex-Mkt)	(480,4)	21,9%	(514,2)	21,0%	7,0%	-0,9 p.p.	(249,6)	22,0%	(272,1)	21,7%	9,0%	-0,3 p.p.
Marketing	(431,9)	19,7%	(464,7)	19,0%	7,6%	-0,7 p.p.	(223,2)	19,7%	(241,2)	19,2%	8,0%	-0,5 p.p.
EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup>	546,6	24,9%	584,1	23,9%	6,9%	-1,0 p.p.	287,6	25,4%	297,2	23,7%	3,3%	-1,7 p.p.
Lucro Líquido	212,4	9,7%	201,5	8,2%	-5,1%	-1,5 p.p.	122,2	10,8%	110,9	8,8%	-9,3%	-2,0 p.p.
Lucro Líquido por Ação	0,34	-	0,32	-	-5,3%	-	0,19	-	0,18	-	-9,4%	-

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

<sup>1</sup> Na métrica PPP – Pharmacy Purchase Price do IMS Health.





participação da Hypermarcas no mercado farmacêutico brasileiro se elevou a 10,6% no período, com ganho de +0,8 p.p., na mesma base de comparação.

Em continuidade às iniciativas para maior cobertura do mercado farmacêutico brasileiro, a Companhia lançou a molécula *atorvastatina cálcica*, uma das principais do mercado, na linha *Neo Química*, tanto em versão genérica, como em similar, com a marca *Atorvasterol*. A Hypermarcas lançou ainda seu primeiro produto nutracêutico, o *Ommax* (ômega 3 e ômega 6). Dentre os produtos lançados nos últimos doze meses, o genérico *omeprazol* e *Benegrip Multi*, primeiro antigripal líquido do mercado brasileiro, mantinham-se entre os Top 5 produtos em demanda de mercado.

A Companhia manteve mais de 20 marcas de medicamentos em TV e rádio, incluindo novos comerciais para *Apracur*, *Benegrip Multi*, *Engov*, *Coristina d* e *Neo Química*. Além disso, o uso de canais digitais vem sendo reforçado como ferramenta de comunicação, com campanhas na internet para *Coristina d*, *Benegrip*, *Apracur* e *Doralgina* – grande sucesso que ultrapassou 22 milhões de visualizações no YouTube e Facebook.

Para geração de demanda junto à comunidade médica, a Companhia estruturou o programa *Hyperselling*, com novas ferramentas de planejamento, treinamento, análise de dados e controle de metas de sua equipe de visita médica. Tal programa busca excelência na execução, com melhores resultados por áreas geográficas e especialidades médicas.

Além das iniciativas para geração de demanda, foram ampliadas as iniciativas para melhoria do relacionamento com clientes e da execução nos pontos de venda. Planos Empresariais Compartilhados para busca conjunta de oportunidades junto a grandes varejistas e distribuidores estão em andamento, bem como programas de Gerenciamento por Categoria nas principais redes de farmácia. Em paralelo, também foi ampliado o programa *Hypertrade*, para melhor controle e otimização das atividades de trade marketing junto a clientes.

## DIVISÃO CONSUMO

A demanda *sell-out* por produtos da divisão Consumo se manteve em expansão acelerada nos quatro primeiros meses do ano, com crescimento de 23,6% até abril, segundo dados da Nielsen. No segundo bimestre, a participação de mercado da Companhia atingiu 9,3% em valor, com ganho de +1,5 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

Esse desempenho é consequência principalmente de propostas atrativas de valor (*smart choice*), com comunicação efetiva para consumidores e ações adequadas nos pontos de venda, com melhoria da execução. Tais propostas resultam de uma combinação entre forte índice de inovação (80% no 2T15), trabalho intensivo de estudos dos hábitos de consumo dos brasileiros e estratégia comercial agressiva em categorias selecionadas.

Com o devido suporte, lançamentos recentes vêm resultando em ganhos consistentes de participação tanto em categorias de alto volume, como fraldas infantis (+4,5 p.p.) e desodorantes (+1,1 p.p.), como em categorias em que a Companhia detém liderança de mercado, como cuidados masculinos (+8,4 p.p.) e esmaltes (+3,0 p.p.).

Além das campanhas tradicionais em rádio e TV para marcas como *Paixão*, *Bozzano*, *Risqué* e *Monange*, a Companhia vem testando novos formatos digitais, com 2,7 milhões de visualizações no YouTube para campanha de *Monange* em homenagem ao Dia das Mães e grande engajamento com a campanha de *Risqué* para o Dia da Manicure, que chegou próxima a 600 mil *likes* no Facebook.



O desempenho da divisão no trimestre reflete ainda melhorias operacionais resultantes da consolidação das operações no Estado de Goiás, com ganhos de produtividade e redução de custos de transformação. A divisão continua ainda focada em ampliação da distribuição de seus produtos e da exposição de suas marcas nos pontos de vendas, com evolução contínua da avaliação pelo sistema *Hyperexecução*.



## Discussão dos Resultados

### Demonstração do Resultado

Segue abaixo um resumo da Demonstração do Resultado da Hypermarcas:

Tabela 2

(R\$ milhões)	1S14	% RL	1S15	% RL	Δ	2T14	% RL	2T15	% RL	Δ
Receita Líquida	2.191,6	100,0%	2.443,3	100,0%	11,5%	1.132,7	100,0%	1.255,6	100,0%	10,8%
Lucro Bruto	1.423,7	65,0%	1.517,4	62,1%	6,6%	742,7	65,6%	782,3	62,3%	5,3%
Despesas com Marketing	(431,9)	-19,7%	(464,7)	-19,0%	7,6%	(223,2)	-19,7%	(241,2)	-19,2%	8,0%
Despesas com Vendas	(360,8)	-16,5%	(382,6)	-15,7%	6,0%	(187,8)	-16,6%	(204,0)	-16,2%	8,6%
Desp. Administrativas e Gerais	(119,6)	-5,5%	(131,6)	-5,4%	10,1%	(61,7)	-5,5%	(68,1)	-5,4%	10,3%
Outras Receitas e Desp. Operacionais Líquidas	(47,1)	-2,1%	(72,8)	-3,0%	54,5%	(24,6)	-2,2%	(34,0)	-2,7%	38,2%
Equivalência Patrimonial	(0,5)	0,0%	(1,4)	-0,1%	218,5%	(0,1)	0,0%	(0,5)	0,0%	427,0%
<b>EBIT Operações Continuadas</b>	<b>463,8</b>	<b>21,2%</b>	<b>464,2</b>	<b>19,0%</b>	<b>0,1%</b>	<b>245,2</b>	<b>21,6%</b>	<b>234,6</b>	<b>18,7%</b>	<b>-4,3%</b>
Despesas Financeiras Líquidas	(207,1)	-9,5%	(240,9)	-9,9%	16,3%	(99,2)	-8,8%	(108,8)	-8,7%	9,7%
Imposto de Renda e CSLL	(38,2)	-1,7%	(16,8)	-0,7%	-56,0%	(19,9)	-1,8%	(13,1)	-1,0%	-34,3%
Resultado Líquido das Operações Descontinuadas	(6,1)	-0,3%	(4,9)	-0,2%	-19,5%	(3,9)	-0,3%	(1,9)	-0,1%	-52,6%
Lucro Líquido	212,4	9,7%	201,5	8,2%	-5,1%	122,2	10,8%	110,9	8,8%	-9,3%
EBITDA <sup>(1)</sup>	516,4	23,6%	515,7	21,1%	-0,1%	271,4	24,0%	261,2	20,8%	-3,7%
<b>EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup></b>	<b>546,6</b>	<b>24,9%</b>	<b>584,1</b>	<b>23,9%</b>	<b>6,9%</b>	<b>287,6</b>	<b>25,4%</b>	<b>297,2</b>	<b>23,7%</b>	<b>3,3%</b>

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



## Receita Líquida

Gráfico 1

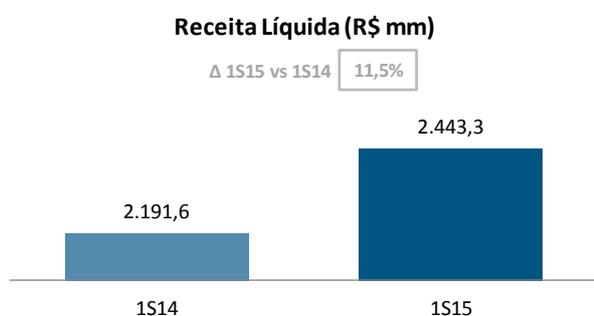


Gráfico 2

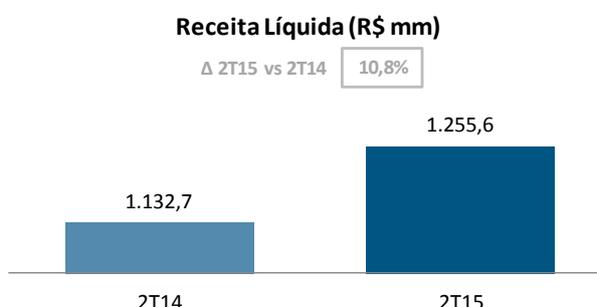


Tabela 3

(R\$ milhões)	1S14	1S15	Δ	2T14	2T15	Δ
Farma	1.257,6	1.369,3	8,9%	645,6	695,6	7,7%
Farma ex-Terceiros <sup>(1)</sup>	1.223,7	1.367,4	11,7%	645,7	695,6	7,7%
Consumo	934,0	1.073,9	15,0%	487,1	560,0	15,0%
<b>Total</b>	<b>2.191,6</b>	<b>2.443,3</b>	<b>11,5%</b>	<b>1.132,7</b>	<b>1.255,6</b>	<b>10,8%</b>
<b>Total ex-Terceiros <sup>(1)</sup></b>	<b>2.157,7</b>	<b>2.441,3</b>	<b>13,1%</b>	<b>1.132,8</b>	<b>1.255,6</b>	<b>10,8%</b>

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

A Receita Líquida da divisão Farma cresceu 11,7% no primeiro semestre de 2015, excluindo terceirizações, em relação ao mesmo período do ano anterior. Tal desempenho esteve próximo ao crescimento do mercado, segundo o IMS Health. No 2T15, o crescimento da divisão foi impactado por uma carteira excedente de pedidos não atendidos por efeitos temporários que afetaram a produção, restritos a alguns medicamentos.

A Receita Líquida da divisão Consumo cresceu 15,0% no 2T15 em comparação com o 2T14, em patamar semelhante aos dois últimos trimestres. 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 3

### Lucro Bruto (R\$ mm)

Δ 1S15 vs 1S14 6,6%

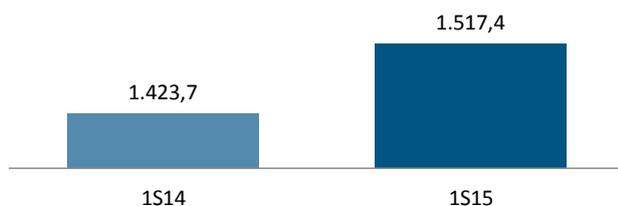


Gráfico 4

### Margem Bruta (%)

Δ 1S15 vs 1S14 -2,9 p.p.

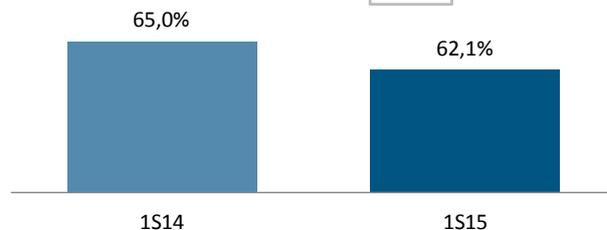


Gráfico 5

### Lucro Bruto (R\$ mm)

Δ 2T15 vs 2T14 5,3%

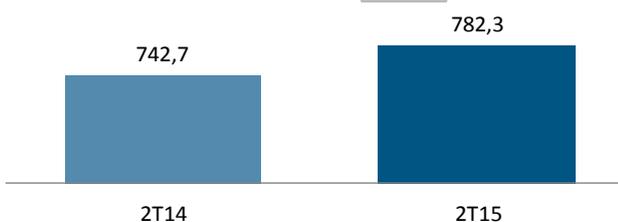


Gráfico 6

### Margem Bruta (%)

Δ 2T15 vs 2T14 -3,3 p.p.

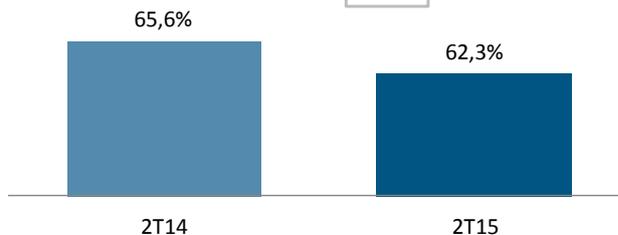


Tabela 4

(R\$ milhões)	1S14	% RL	1S15	% RL	Δ	Δ R\$	2T14	% RL	2T15	% RL	Δ	Δ R\$
Farma	961,8	76,5%	1.055,3	77,1%	0,6 p.p.	93,4	503,5	78,0%	538,3	77,4%	-0,6 p.p.	34,8
Consumo	461,9	49,5%	462,1	43,0%	-6,5 p.p.	0,2	239,2	49,1%	244,0	43,6%	-5,5 p.p.	4,9
<b>Total</b>	<b>1.423,7</b>	<b>65,0%</b>	<b>1.517,4</b>	<b>62,1%</b>	<b>-2,9 p.p.</b>	<b>93,6</b>	<b>742,7</b>	<b>65,6%</b>	<b>782,3</b>	<b>62,3%</b>	<b>-3,3 p.p.</b>	<b>39,7</b>

A Margem Bruta da divisão Consumo foi de 43,6% no 2T15, com redução de 5,5 p.p. em relação ao 2T14, devido principalmente a um impacto negativo de 5,1 p.p. causado pela desvalorização do real diante do dólar, que não foi totalmente compensado pelos reajustes de preços. Além disso, o mix foi menos favorável em relação ao 2T14.

Em relação ao 1T15, houve aumento de 1,2 p.p. da Margem Bruta de Consumo, refletindo o aumento dos preços praticados na divisão, que compensou o mix menos favorável no período.



## Despesas de Marketing

Tabela 5

(R\$ milhões)	1S14	% RL	1S15	% RL	Δ	2T14	% RL	2T15	% RL	Δ
Despesas de Marketing	(431,9)	-19,7%	(464,7)	-19,0%	7,6%	(223,2)	-19,7%	(241,2)	-19,2%	8,0%
Propaganda e Promoção ao Consumidor	(167,2)	-7,6%	(156,8)	-6,4%	-6,3%	(83,4)	-7,4%	(82,6)	-6,6%	-0,9%
Acordos e Verbas para o Ponto de Venda	(123,2)	-5,6%	(145,1)	-5,9%	17,8%	(65,3)	-5,8%	(70,9)	-5,6%	8,7%
Visitas Médicas, Promoções, Brindes e Amostras	(141,5)	-6,5%	(162,8)	-6,7%	15,1%	(74,6)	-6,6%	(87,7)	-7,0%	17,5%

As Despesas de Marketing cresceram 8,0% em termos nominais e representaram 19,2% da Receita Líquida no 2T15, contra 19,7% no 2T14. 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)	1S14	% RL	1S15	% RL	Δ	2T14	% RL	2T15	% RL	Δ
Despesas com Vendas	(360,8)	-16,5%	(382,6)	-15,7%	6,0%	(187,8)	-16,6%	(204,0)	-16,2%	8,6%
Despesas Comerciais	(272,3)	-12,4%	(291,9)	-11,9%	7,2%	(141,6)	-12,5%	(156,1)	-12,4%	10,2%
Fretes	(71,9)	-3,3%	(80,0)	-3,3%	11,4%	(38,6)	-3,4%	(42,0)	-3,3%	8,9%
PDD	(16,7)	-0,8%	(10,7)	-0,4%	-36,0%	(7,6)	-0,7%	(5,8)	-0,5%	-23,8%

As Despesas com Vendas foram reduzidas em 0,4 p.p. para 16,2% da Receita Líquida no 2T15, comparado ao 2T14. As Despesas Comerciais cresceram em linha com a inflação de salários e abaixo da expansão da Receita Líquida, resultando em diluição como percentual da Receita Líquida no trimestre e no semestre.

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

Tabela 7

(R\$ milhões)	1S14	% RL	1S15	% RL	Δ	2T14	% RL	2T15	% RL	Δ
Desp. Gerais e Administrativas	(119,6)	-5,5%	(131,6)	-5,4%	10,1%	(61,7)	-5,5%	(68,1)	-5,4%	10,3%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	(47,1)	-2,1%	(72,8)	-3,0%	54,5%	(24,6)	-2,2%	(34,0)	-2,7%	38,2%

O crescimento de 10,3% das Despesas Gerais e Administrativas, na comparação com o mesmo trimestre do ano anterior, ficou próximo à inflação de salários. Como percentual da Receita Líquida, houve redução de 0,1 p.p. no 1S15 em relação ao 1S14.

A linha de Outras Despesas Operacionais totalizou R\$34,0 milhões no 2T15 e foi composta principalmente por despesas com descartes e gastos relativos a processos de transferência de plantas.



## EBITDA Ajustado

Gráfico 7

### EBITDA Ajustado (R\$ mm)

Δ 1S15 vs 1S14 6,9%

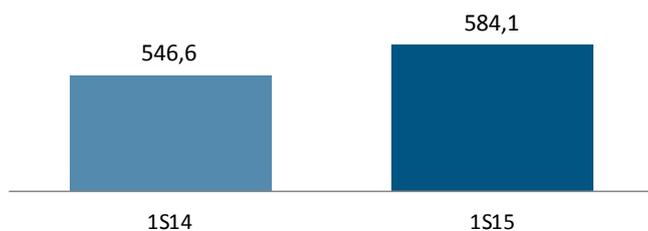


Gráfico 8

### Margem de EBITDA Ajustado (%)

Δ 1S15 vs 1S14 -1,0 p.p.

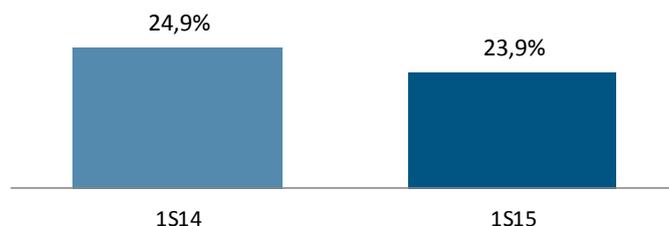


Gráfico 9

### EBITDA Ajustado (R\$ mm)

Δ 2T15 vs 2T14 3,3%

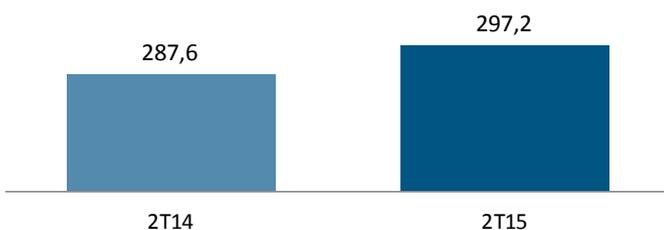


Gráfico 10

### Margem de EBITDA Ajustado (%)

Δ 2T15 vs 2T14 -1,7 p.p.

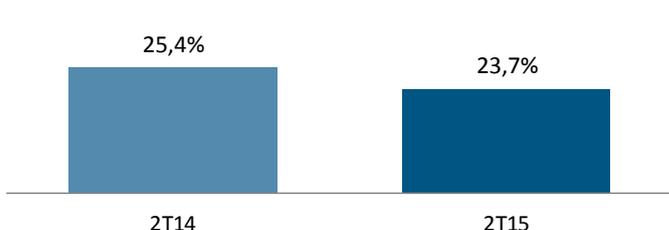


Tabela 8 – Reconciliação do EBITDA Ajustado

(R\$ milhões)	1S14	% RL	1S15	% RL	Δ	2T14	% RL	2T15	% RL	Δ
Lucro Líquido	212,4	9,7%	201,5	8,2%	-5,1%	122,2	10,8%	110,9	8,8%	-9,3%
(-) Resultado Líquido das Operações Descontinuadas	6,1	0,3%	4,9	0,2%	-19,5%	3,9	0,3%	1,9	0,1%	-52,6%
(+) Imposto de Renda e Contribuição Social	38,2	1,7%	16,8	0,7%	-56,0%	19,9	1,8%	13,1	1,0%	-34,3%
(+) Resultado Financeiro	207,1	9,5%	240,9	9,9%	16,3%	99,2	8,8%	108,8	8,7%	9,7%
EBIT	463,8	21,2%	464,2	19,0%	0,1%	245,2	21,6%	234,6	18,7%	-4,3%
(+) Depreciações / Amortizações	52,5	2,4%	51,6	2,1%	-1,8%	26,2	2,3%	26,6	2,1%	1,6%
EBITDA <sup>(1)</sup>	516,4	23,6%	515,7	21,1%	-0,1%	271,4	24,0%	261,2	20,8%	-3,7%
(+) Despesas Não Recorrentes	29,6	1,4%	65,9	2,7%	122,7%	17,4	1,5%	34,8	2,8%	99,8%
(+) Outras Despesas Não-Caixa	0,7	0,0%	2,4	0,1%	259,2%	(1,2)	-0,1%	1,2	0,1%	-
EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup>	546,6	24,9%	584,1	23,9%	6,9%	287,6	25,4%	297,2	23,7%	3,3%

<sup>(1)</sup> Referente somente a Operações Continuadas. Favor se referir à Nota Explicativa 14 das informações financeiras trimestrais.

O EBITDA Ajustado alcançou R\$297,2 milhões, com crescimento de 3,3% em relação ao 2T14 e margem de 23,7% da Receita Líquida, contra 25,4% no ano anterior. Tal redução está relacionada principalmente à redução da Margem



Bruta, parcialmente compensada pela diluição das despesas com vendas, gerais e administrativas, como percentual da Receita Líquida, na mesma base de comparação.

## Despesas Financeiras Líquidas

Tabela 9

(R\$ milhões)	1S14	% RL	1S15	% RL	Δ R\$	2T14	% RL	2T15	% RL	Δ R\$
Despesas Financeiras Líquidas	(207,1)	-9,5%	(240,9)	-9,9%	(33,8)	(99,2)	-8,8%	(108,8)	-8,7%	(9,6)
Despesas com Juros Líquidas	(141,0)	-6,4%	(179,1)	-7,3%	(38,1)	(65,1)	-5,8%	(89,2)	-7,1%	(24,0)
Custo do Hedge e Variação Cambial	(47,8)	-2,2%	(44,8)	-1,8%	3,0	(24,9)	-2,2%	(11,5)	-0,9%	13,3
Atualização Monetária sobre Contingências	(7,3)	-0,3%	(6,6)	-0,3%	0,8	(3,6)	-0,3%	(2,8)	-0,2%	0,8
Realização do Ajuste a Valor Presente	(11,0)	-0,5%	(10,4)	-0,4%	0,6	(5,6)	-0,5%	(5,3)	-0,4%	0,3

As Despesas Financeiras aumentaram R\$9,6 milhões no 2T15 em relação ao 2T14, principalmente em função de maiores Despesas com Juros Líquidas, que cresceram sobretudo devido às altas do IPCA e do CDI no período, parcialmente compensadas por ganhos no trimestre referentes a marcação a mercado de instrumentos de *hedge*.

## Lucro Líquido

Tabela 10

(R\$ milhões)	1S14	1S15	Δ	2T14	2T15	Δ
EBIT Operações Continuadas	463,8	464,2	0,1%	245,2	234,6	-4,3%
(-) Despesas Financeiras, Líquidas	(207,1)	(240,9)	16,3%	(99,2)	(108,8)	9,7%
(-) Imposto de Renda e Contribuição Social	(38,2)	(16,8)	-56,0%	(19,9)	(13,1)	-34,3%
(+) Res. Líquido das Operações Descontinuadas	(6,1)	(4,9)	-19,5%	(3,9)	(1,9)	-52,6%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>212,4</b>	<b>201,5</b>	<b>-5,1%</b>	<b>122,2</b>	<b>110,9</b>	<b>-9,3%</b>
<b>Lucro Líquido por Ação</b>	<b>0,34</b>	<b>0,32</b>	<b>-5,3%</b>	<b>0,19</b>	<b>0,18</b>	<b>-9,4%</b>

O Lucro Líquido da Companhia totalizou R\$110,9 milhões no 2T15, com redução de 9,3% em relação ao 2T14, principalmente em função da redução do EBIT e do aumento das Despesas Financeiras Líquidas na mesma base de comparação.



## Fluxo de Caixa

Tabela 11

(R\$ milhões)	1S14	1S15	2T14	2T15
Fluxo de Caixa Operacional	356,1	122,4	185,1	59,4
Adição Líquida de Imobilizado	(40,9)	(76,3)	(21,8)	(56,7)
Compra de Ativo Imobilizado	(95,0)	(106,5)	(40,0)	(64,2)
Venda de Ativo Permanente	54,1	30,3	18,1	7,5
Compra de Intangíveis	(9,3)	(18,0)	(4,0)	(9,7)
(=) Fluxo de Caixa Livre	305,9	28,2	159,3	(7,0)

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

## Endividamento Líquido

Gráfico 13

### Dívida Líquida / EBITDA Ajustado LTM

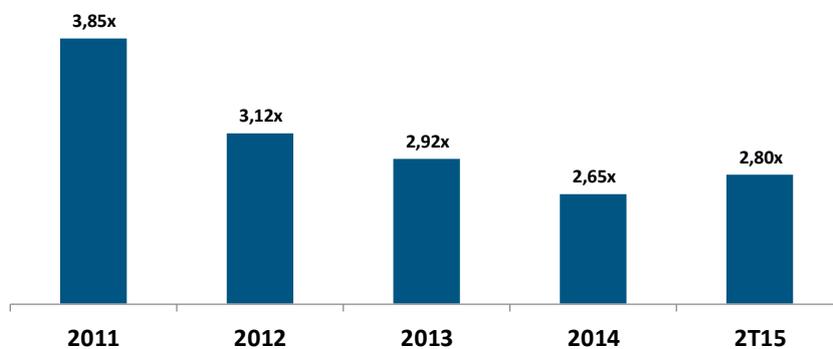


Tabela 12

(R\$ milhões)	Saldo no 2T15	Curto Prazo	Longo Prazo							
			3T - 4T 2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023>
Empréstimos e Financiamentos	4.978,6	1.729,0	277,4	838,0	916,9	46,4	45,1	982,0	44,3	99,5
Títulos a Pagar	47,6	47,6	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Endividamento Bruto</b>	<b>5.026,2</b>	<b>1.776,6</b>	<b>277,4</b>	<b>838,0</b>	<b>916,9</b>	<b>46,4</b>	<b>45,1</b>	<b>982,0</b>	<b>44,3</b>	<b>99,5</b>
Disponibilidades	(1.618,7)									
<b>Endividamento Líquido</b>	<b>3.407,4</b>									
Resultado Não Realizado em Hedge de Dívida	(209,1)									
<b>Endividamento Líquido pós Hedge</b>	<b>3.198,3</b>									

O índice de alavancagem da Companhia aumentou de 2,65 vezes o EBITDA Ajustado acumulado nos últimos 12 meses ao final de 2014 para 2,80 vezes ao final do 2T15. Esse aumento resulta principalmente do Fluxo de Caixa Livre após despesas financeiras no período.



## Agenda de Relações com Investidores

### Teleconferência de Resultados

	Português	Inglês
<b>Data:</b>	27 de julho de 2015	27 de julho 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	10068262

### 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
05-06-ago	Credit Suisse CEO/CFO Midsummer LatAm Conference	Nova Iorque
18-20-ago	JP Morgan Consumer & Healthcare Checkup	São Paulo
08-10-set	Morgan Stanley Global Healthcare Unplugged Conference	Nova Iorque
09-11-set	DB GEM Conference	Nova Iorque
15-set	UBS Healthcare Day	São Paulo
16-18-set	BofA ML Global Consumer Conference	Londres
16-18-set	BofA ML Global Healthcare Conference	Londres
22-25-set	BofA ML Emerging Markets Leaders Asia Corporate Day	Singapura / Hong Kong
8-out	Período de Silêncio 3T15	-
23-out	Divulgação de Resultados 3T15	-



## 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 providas 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

	1S14	1S15	2T14	2T15
<b>Receita Líquida</b>	<b>2.191.619</b>	<b>2.443.270</b>	<b>1.132.744</b>	<b>1.255.561</b>
Custo dos Produtos Vendidos	(767.880)	(925.915)	(390.070)	(473.230)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.423.739</b>	<b>1.517.355</b>	<b>742.674</b>	<b>782.331</b>
<b>Receitas e Despesas Operacionais</b>				
Despesas com Vendas e Marketing	(792.737)	(847.305)	(411.056)	(445.146)
Despesas Gerais e Administrativas	(119.587)	(131.645)	(61.738)	(68.126)
Outras Receitas / Despesas Operacionais Líq.	(47.115)	(72.804)	(24.600)	(33.994)
Equivalência Patrimonial	(453)	(1.443)	(89)	(469)
<b>Resultado Antes das Receitas e Despesas Financeiras</b>	<b>463.847</b>	<b>464.158</b>	<b>245.191</b>	<b>234.596</b>
Resultado Financeiro	(207.116)	(240.910)	(99.213)	(108.819)
Despesas Financeiras	(285.976)	(342.002)	(143.683)	(164.041)
Receitas Financeiras	78.860	101.092	44.470	55.222
<b>Resultado Antes do Impostos de Renda e da Contribuição Social</b>	<b>256.731</b>	<b>223.248</b>	<b>145.978</b>	<b>125.777</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(38.198)	(16.810)	(19.869)	(13.063)
<b>Resultado Líquido das Operações Continuadas</b>	<b>218.533</b>	<b>206.438</b>	<b>126.109</b>	<b>112.714</b>
Resultado Líquido das Operações Descontinuadas	(6.107)	(4.913)	(3.920)	(1.858)
<b>Resultado do Exercício</b>	<b>212.426</b>	<b>201.525</b>	<b>122.189</b>	<b>110.856</b>
<b>Resultado por Ação Básico – R\$</b>	<b>0,34</b>	<b>0,32</b>	<b>0,19</b>	<b>0,18</b>



## Balço Patrimonial Consolidado (R\$ milhares)

Tabela 15

Ativo	31/12/2014	30/06/2015	Passivo e Patrimônio Líquido	31/12/2014	30/06/2015
<b>Circulante</b>	<b>4.825.420</b>	<b>5.081.029</b>	<b>Circulante</b>	<b>2.989.129</b>	<b>3.007.602</b>
Caixa e Equivalentes	1.829.905	1.618.719	Fornecedores	706.642	832.401
Contas a Receber	1.553.826	1.709.211	Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	1.731.023	1.729.034
Estoques	661.666	827.371	Salários a Pagar	156.550	151.911
Tributos a Recuperar	525.518	616.884	Imposto de Renda e Contribuição Social a Pagar	5.693	9.463
Instrumentos Financeiros Derivativos	87.881	74.150	Tributos a Recolher	41.744	48.383
Outros Ativos	166.624	234.694	Contas a Pagar	289.899	173.885
			Títulos a Pagar	51.660	47.557
			Instrumentos Financeiros Derivativos	5.918	14.968
<b>Não Circulante</b>	<b>9.062.271</b>	<b>9.179.820</b>	<b>Não circulante</b>	<b>10.898.562</b>	<b>11.253.247</b>
<b>Realizável a Longo Prazo</b>	<b>444.540</b>	<b>615.651</b>	<b>Exigível a Longo Prazo</b>	<b>3.422.599</b>	<b>3.573.213</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	15.242	14.687	Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	3.073.876	3.249.568
Tributos a Recuperar	254.125	259.567	Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	143.838	149.235
Instrumentos Financeiros Derivativos	47.791	165.248	Tributos a Recolher	28.814	24.078
Outros Ativos	127.382	176.149	Títulos a Pagar	7.639	0
			Contas a Pagar	9.068	5.391
			Provisão para Contingências	156.778	140.193
			Instrumentos Financeiros Derivativos	2.586	4.748
<b>Investimentos</b>	<b>8.617.731</b>	<b>8.564.169</b>	<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>7.475.963</b>	<b>7.680.034</b>
Investimentos	10	2.067	Capital Social	5.269.124	5.269.272
Outros Investimentos	631	564	Reserva de Capital	1.421.371	1.423.769
Imobilizado	1.666.691	1.601.723	Ajustes de Avaliação Patrimonial	(204.443)	(204.443)
Intangível	6.950.399	6.959.815	Reserva de Lucros	989.911	989.911
			Lucro do Período	0	201.525
<b>Total do Ativo</b>	<b>13.887.691</b>	<b>14.260.849</b>	<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>13.887.691</b>	<b>14.260.849</b>



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

Tabela 16

	1S14	1S15	2T14	2T15
<b>Fluxos de Caixa das Atividades Operacionais</b>				
Resultados Antes do IR e Contribuição Social incluindo Operações Descontinuadas	249.872	217.915	141.364	123.662
Depreciação e Amortizações	52.514	51.589	26.175	26.601
Impairment de Ativos	(1.444)	(4.013)	(2.904)	(6.678)
Resultado na Venda de Ativos Permanentes	(5.458)	5.718	(5.985)	7.005
Equivalência Patrimonial	453	1.443	89	469
Perdas Cambiais	47.771	44.798	24.863	11.539
Despesas de Juros e Relacionados	159.345	196.112	74.350	97.280
Despesa com Plano de Opção	668	2.398	(1.173)	1.164
Provisões (PDD, Estoques e Contingências)	54.885	35.645	29.735	19.047
<b>Resultados Ajustados</b>	<b>558.606</b>	<b>551.605</b>	<b>286.514</b>	<b>280.089</b>
<b>Redução (Aumento) nas Contas de Ativos</b>	<b>(148.893)</b>	<b>(448.880)</b>	<b>(117.910)</b>	<b>(264.547)</b>
Contas a Receber de Clientes	(110.191)	(166.043)	(105.404)	(118.966)
Estoques	(8.301)	(196.457)	(1.033)	(101.283)
Impostos a Recuperar	(37.654)	(71.466)	(12.667)	(31.528)
Depósitos Judiciais e Outros	1.814	(10.242)	1.158	(6.443)
Demais Contas a Receber	5.439	(4.672)	36	(6.327)
<b>Aumento (Redução) nas Contas de Passivos</b>	<b>(53.617)</b>	<b>19.722</b>	<b>16.521</b>	<b>43.897</b>
Fornecedores	(604)	119.492	15.980	69.694
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(3.287)	(7.626)	(272)	(1.561)
Impostos a Recolher	(5.046)	4.459	1.051	2.268
Salários e Encargos Sociais	(1.438)	(4.622)	28.325	27.279
Contas a Pagar	(41.152)	(78.883)	(28.506)	(39.426)
Juros Pagos da Operação	573	(9.422)	2.025	(12.474)
Outras Contas a Pagar	(2.663)	(3.676)	(2.082)	(1.883)
<b>Caixa Líquido Proveniente das Atividades Operacionais</b>	<b>356.096</b>	<b>122.447</b>	<b>185.125</b>	<b>59.439</b>
<b>Fluxos de Caixa das Atividades de Investimento</b>				
Aumento de Capital nas Controladas/Coligadas	0	(3.500)	0	(3.500)
Compra de Ativo Imobilizado	(95.014)	(106.528)	(39.954)	(64.211)
Compra de Intangíveis	(9.285)	(17.952)	(3.973)	(9.726)
Venda de Ativos Permanentes	54.092	30.277	18.121	7.507
Juros e Outros	47.650	63.459	26.898	32.997
<b>Caixa Líquido Usado nas Atividades de Investimento</b>	<b>(2.557)</b>	<b>(34.244)</b>	<b>1.092</b>	<b>(36.933)</b>
<b>Fluxos de Caixa das Atividades de Financiamento</b>				
Integralização de Capital	0	148	0	148
Recebimento por Empréstimos Tomados	935.227	127.668	413.983	8.103
Compra/Alienação de Ações - Tesouraria	(7.199)	0	9.096	0
Pagamento de Empréstimos - Principal	(585.949)	(326.912)	(281.607)	(68.620)
Pagamento de Empréstimos - Juros	(133.536)	(98.338)	(72.206)	(9.810)
Custo de Transação de Captação	(981)	(1.955)	(223)	(972)
<b>Caixa Líquido Usado nas Atividades de Financiamento</b>	<b>207.562</b>	<b>(299.389)</b>	<b>69.043</b>	<b>(71.151)</b>
<b>Aumento Líquido de Caixa e Equivalente de Caixa</b>	<b>561.101</b>	<b>(211.186)</b>	<b>255.260</b>	<b>(48.645)</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	1.464.674	1.667.364
Caixa e Equivalente de Caixa no Fim do Exercício	1.719.934	1.618.719	1.719.934	1.618.719
<b>Aumento Líquido de Caixa e Equivalente de Caixa</b>	<b>561.101</b>	<b>(211.186)</b>	<b>255.260</b>	<b>(48.645)</b>



## Outras Informações

### Despesas Não Recorrentes

Tabela 17

(R\$ milhões)	1S14	1S15	2T14	2T15
Outros Gastos de Natureza Não-Recorrente	17,2	35,1	7,8	17,2
Gastos Decorrentes de Reestruturações <sup>(1)</sup>	50,1	49,8	26,8	19,8
Outras Receitas	(37,7)	(18,9)	(17,1)	(2,1)
<b>Não Recorrentes de Operações Continuadas</b>	<b>29,6</b>	<b>65,9</b>	<b>17,4</b>	<b>34,8</b>
Resultado de Alienações / Operações Descontinuadas	6,9	5,3	4,6	2,1
<b>Total Não Recorrentes</b>	<b>36,5</b>	<b>71,3</b>	<b>22,1</b>	<b>37,0</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)	2T14	1T15	2T15
Contas a Receber <sup>(1)</sup>	93	107	108
Estoques	130	148	157
Fornecedores	(111)	(158)	(158)
<b>Ciclo de Conversão de Caixa</b>	<b>112</b>	<b>97</b>	<b>107</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\$2.519,4 milhões de ágio fiscal a ser amortizado para fins fiscais nos próximos anos, conforme tabela a seguir:

**Tabela 19**

(R\$ milhões)	
3T - 4T15	373,6
2016	656,3
2017	607,4
2018	593,2
2019	250,0
2020	36,3
2021	2,7
<b>Total</b>	<b>2.519,4</b>

Fonte: Hypermarcas

Além disso, a Companhia possui os seguintes créditos fiscais:

- Tributos a recuperar: R\$876,5 milhões (vide Nota Explicativa 13 das Informações Financeiras Trimestrais);
- Efeito Caixa de Prejuízos Fiscais e Bases Negativas de CSLL: R\$1.192,0 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	2T15
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	695,6
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<sup>1</sup></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>	<b>695,6</b>

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

## Endividamento Líquido após Hedge de Dívida

**Tabela 21**

	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14	2T14	3T14	4T14	1T15	2T15
Endividamento Líquido	(2.600,7)	(2.818,7)	(2.793,4)	(2.917,4)	(2.836,6)	(2.738,7)	(2.881,9)	(3.034,3)	(3.444,7)	(3.407,4)
Resultado Não Realizado em Hedge de Dívida	13,5	39,5	9,1	(7,5)	(78,8)	(140,8)	3,1	103,5	376,8	209,1
<b>Endividamento Líquido pós-Hedge</b>	<b>(2.587,2)</b>	<b>(2.779,3)</b>	<b>(2.784,3)</b>	<b>(2.924,8)</b>	<b>(2.915,4)</b>	<b>(2.879,5)</b>	<b>(2.878,8)</b>	<b>(2.930,8)</b>	<b>(3.068,0)</b>	<b>(3.198,3)</b>

