

## DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS DO 2T16

Eldorado do Sul, RS, 15 de agosto de 2016 – A Dimed S.A. Distribuidora de Medicamentos (BM&FBOVESPA: PNVL3), uma das principais varejistas e distribuidoras de produtos farmacêuticos do País, anuncia hoje os resultados do 2º trimestre de 2016 (2T16). As demonstrações financeiras da Companhia são elaboradas em Reais (R\$), de acordo com a legislação societária brasileira e normas internacionais de relatório financeiro (IFRS). As comparações de resultado referem-se ao segundo trimestre do ano de 2015.

### Informações de mercado

em 12/08/2016:

PNVL3: R\$ 456,00/ação

PNVL4: R\$ 183,50/ação

Valor de mercado: R\$ 1.956.552 mil

Máxima em 2016(PNVL3): R\$ 456,00/ação

Mínima em 2016(PNVL3): R\$ 258,01/ação

### Contate RI:

Roberto Coimbra Santos  
Diretor Financeiro e de  
Relações com Investidores  
Tel.: (55) (51) 3481-9998  
reinvest@dimed.com.br  
www.panvel.com.br

### Destques Operacionais e Financeiros do 2º Trimestre de 2016

- **Receita Bruta Varejo 2T16:** Crescimento de 17,3% em relação ao 2º trimestre de 2015, com a Receita Bruta Total atingindo o valor de R\$ 538.528 mil.
- **Margem Bruta Varejo 2T16:** 32,4% da Receita Bruta, crescimento de 0,5 ponto percentual sobre o mesmo trimestre do ano anterior.
- **EBITDA 2T16 Ajustado:** R\$ 36.418, crescimento de 27,3% em relação ao 2T15.
- **Lucro Líquido 2T16 Ajustado:** R\$ 19.735, crescimento de 53,1% em relação ao 2T15.
- **Abertura Bruta de Lojas:** 27 aberturas nos últimos 12 meses.

Destques	2T2015	2T2016	Var. %	1S2015	1S2016	Var. %
Receita Bruta	505.864	538.528	6,5%	1.007.121	1.102.999	9,5%
Lucro Bruto	135.602	154.161	13,7%	255.102	300.170	17,7%
Margem Bruta	26,8%	28,6%		25,3%	27,2%	
EBITDA	28.602	36.418	27,3%	45.899	62.094	35,3%
Margem EBITDA	5,7%	6,8%		4,6%	5,6%	
Lucro Líquido	12.892	19.735	53,1%	18.431	29.953	62,5%
Lojas	333	353	6,0%	333	353	6,0%
Nº CD's	4	2		4	2	

\* Os valores de EBITDA e Lucro Líquido do 2T16 e 1S16 são ajustados.

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

### INTRODUÇÃO

Conforme já comunicado ao mercado, o segundo trimestre de 2016 trouxe um desafio inesperado para a Companhia, sob a forma do incêndio ocorrido na data de 14/04/2016 em nosso centro de distribuição localizado na cidade de São José/SC. Neste sinistro, perdemos muitos ativos (estoques, prédios, máquinas, móveis, utensílios, todos devidamente cobertos por seguro), mas não tivemos nenhum ferido em nossa equipe local, o que nos deixou aliviados e confiantes. Cabe dizer que foi esta equipe, junto com muitos outros colaboradores, que tornou possível no dia seguinte ao incêndio voltar a abastecer nossas lojas localizadas nos Estados de Santa Catarina e do Paraná a partir do centro de distribuição de Eldorado do Sul/RS.

A perda do centro de distribuição em Santa Catarina causou uma série de eventos não recorrentes no resultado do segundo trimestre da Companhia. Em primeiro lugar, houve uma redução acentuada na venda do Atacado para a região atendida por aquele CD (basicamente, para os Estados de Santa Catarina e Paraná), visto que optamos por não retomar o atendimento dos clientes localizados naqueles Estados a partir do Rio Grande do Sul. Em segundo lugar, tivemos impactos significativos em despesas, como por exemplo com o desligamento de colaboradores e com as baixas contábeis vinculadas ao sinistro. Nos itens seguintes deste relatório, procuramos identificar e ajustar estes valores, para melhorar a comparabilidade de nossos números.

Importante dizer que todos os grandes impactos no resultado, causados pelo incêndio, foram devidamente reconhecidos dentro do segundo trimestre de 2016. Além disso, cerca de 95% do valor do seguro de danos materiais será recebido dentro do terceiro trimestre, fato que irá reduzir a dívida líquida da Companhia e melhorar o seu desempenho financeiro. A expectativa da Administração é de que não haverá mais nenhuma despesa relevante vinculada ao sinistro a ser reconhecida nos próximos trimestres do atual exercício

Mesmo com este evento inesperado e indesejado, destacamos o forte desempenho de vendas de nossa unidade de negócio varejista, com um crescimento total de 17,3%, na comparação trimestral, bem como um crescimento de SSS (*Same Store Sales*) na ordem de 13,4%. Cabe ressaltar que ambos os indicadores estão entre os melhores dos últimos trimestres, reforçando o forte posicionamento da Panvel nos mercados em que atua. Além disso, o crescimento de vendas foi acompanhado por um crescimento na Margem Bruta do Varejo de 0,5 ponto percentual (de 31,9% no 2T15 para 32,4% no 2T16), aumentando ainda mais os ganhos do negócio.

Outro destaque foi o forte crescimento verificado no EBITDA (27,3%) e no Lucro Líquido (53,1%) no trimestre. Estes dois indicadores são sinais inequívocos de que nosso foco na execução, com muita disciplina financeira, foi capaz de nos trazer ótimos resultados mesmo em um contexto muito desafiador.

## CENÁRIO

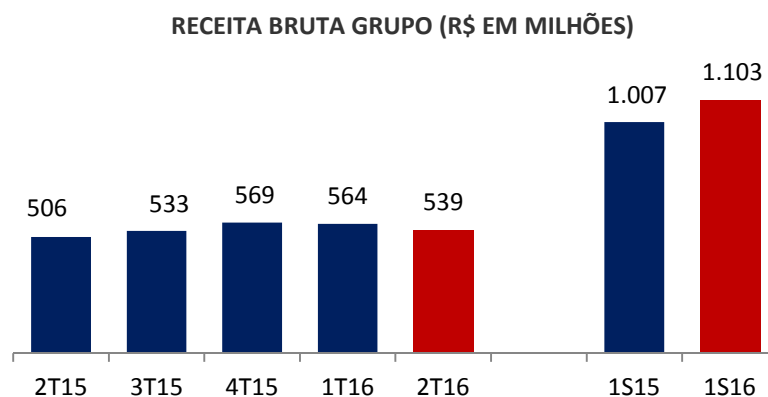
O cenário traçado pela Administração para os próximos trimestres de 2016 prevê crescimento nas vendas do Varejo, com aceleração no ritmo de abertura de novas lojas, e manutenção do atual patamar de vendas do Atacado. Entendemos que a Companhia saiu mais forte e eficiente do sinistro em Abril/16 e isso nos trará boas oportunidades de redução de despesas ao longo do ano. Isso se casa perfeitamente com a necessidade de mantermos a cautela, para bem enfrentar os desdobramentos da crise econômica e política que permanece viva em nosso país. Mas reforçamos que mesmo diante de um cenário com incertezas, continuamos acreditando que o mercado apresenta boas oportunidades de negócios: a população segue envelhecendo, a renda, mesmo que se reduza, permanecerá em um patamar historicamente alto e a formalização da concorrência segue melhorando o ambiente competitivo.

## INVESTIMENTOS

Os investimentos no segundo trimestre de 2016 totalizaram R\$ 7.699 mil. Do total investido, 47,4% foi direcionado para a abertura e reforma de nossas lojas. O restante foi gasto prioritariamente na área de Tecnologia da Informação e para o aumento de produtividade e capacidade do CD de Eldorado do Sul/RS, permitindo que ele assumisse, com qualidade, os volumes anteriormente atendidos pelo CD de São José/SC.

## RECEITA BRUTA

Apresentamos uma receita bruta de R\$ 538.528 mil no segundo trimestre de 2016, superando em 6,5% o resultado obtido no mesmo trimestre do ano passado.

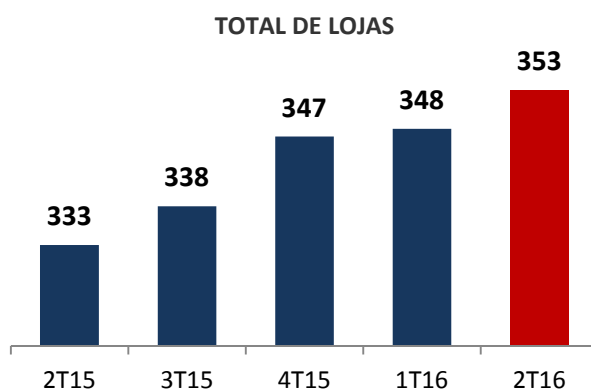


No segmento varejo, crescemos 17,3% no trimestre e merece especial destaque o crescimento de vendas da Loja Virtual no 2T16, que foi de 27,2% em relação ao trimestre anterior.

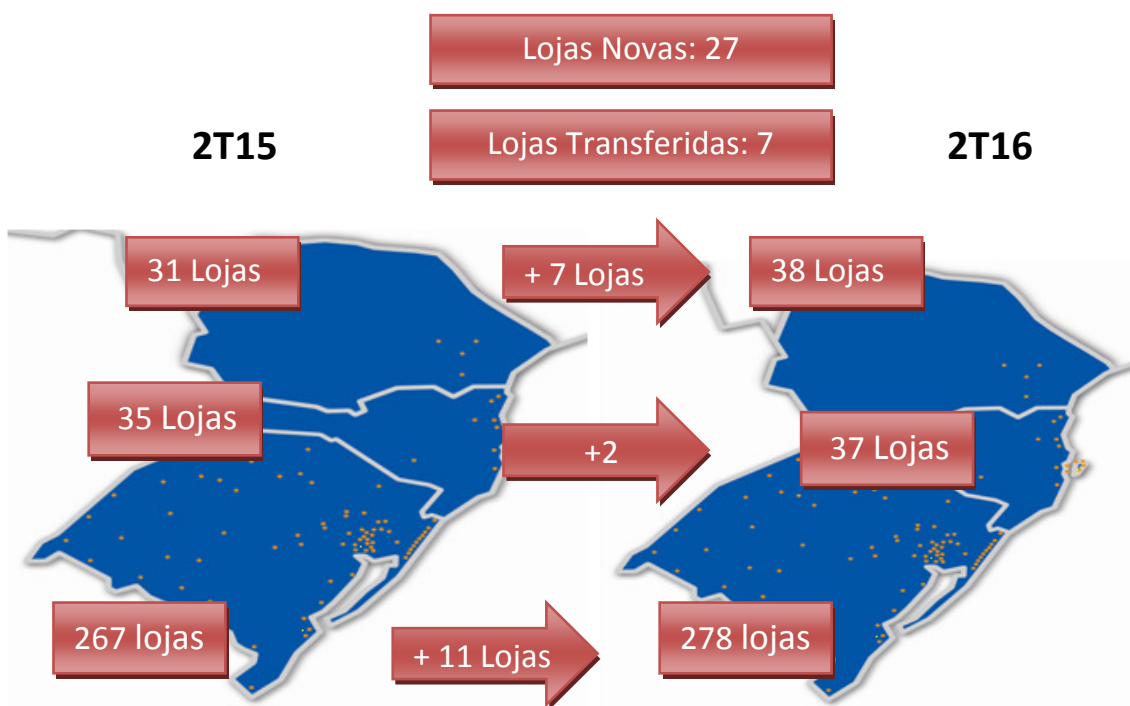
### Informações do Varejo

Nos últimos doze meses, tivemos a abertura bruta de 27 lojas. Ao todo, contamos com 353 lojas espalhadas nos Estados do RS, SC e PR. A empresa mantém a estratégia de expansão visando um crescimento sustentável e equilibrado, priorizando a utilização de recursos gerados pelo próprio negócio.

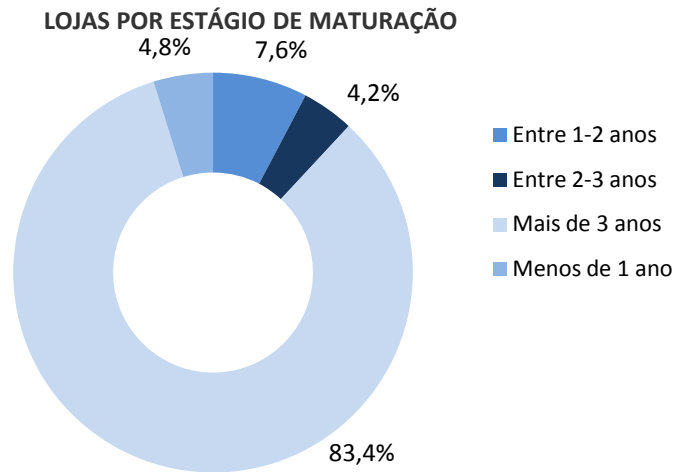
Além das aberturas, nos últimos 12 meses investimos na reforma de 27 lojas, melhorando suas condições físicas para o bom atendimento de nossos clientes e para o bem-estar de nossos colaboradores.



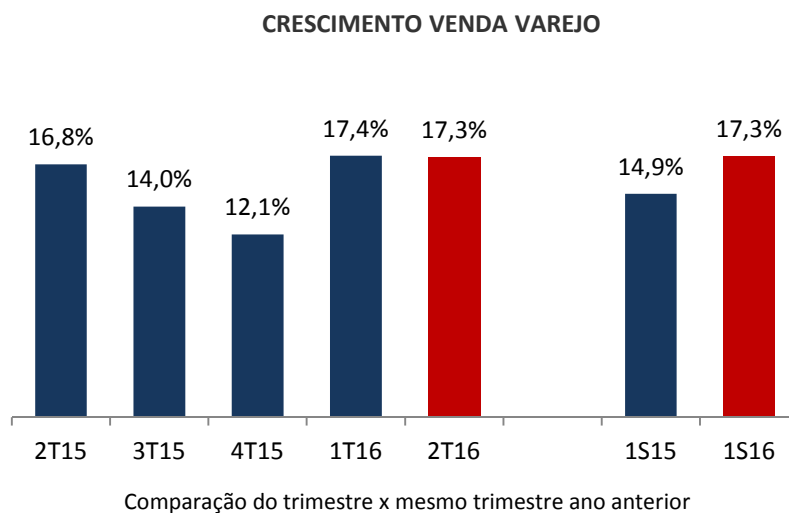
A ilustração abaixo demonstra o nosso total de lojas nos Estados em que operamos.



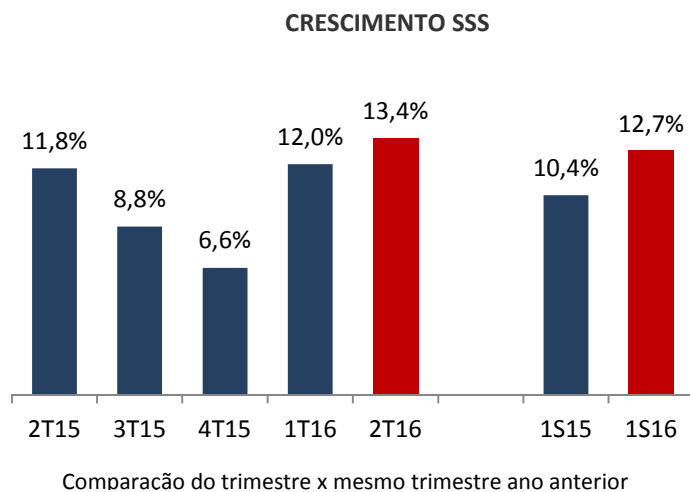
Ao final do período, possuíamos 16,6% de nossas lojas ainda em estágio de maturação (menos de 3 anos de funcionamento), não tendo, portanto, atingido o seu potencial de vendas e de rentabilidade, e contávamos com 83,4% das lojas já maduras.



O crescimento de vendas do varejo no 2T16 foi de 17,3% em relação à 2T15, mesmo percentual obtido quando comparamos o 1S16 com o 1S15.

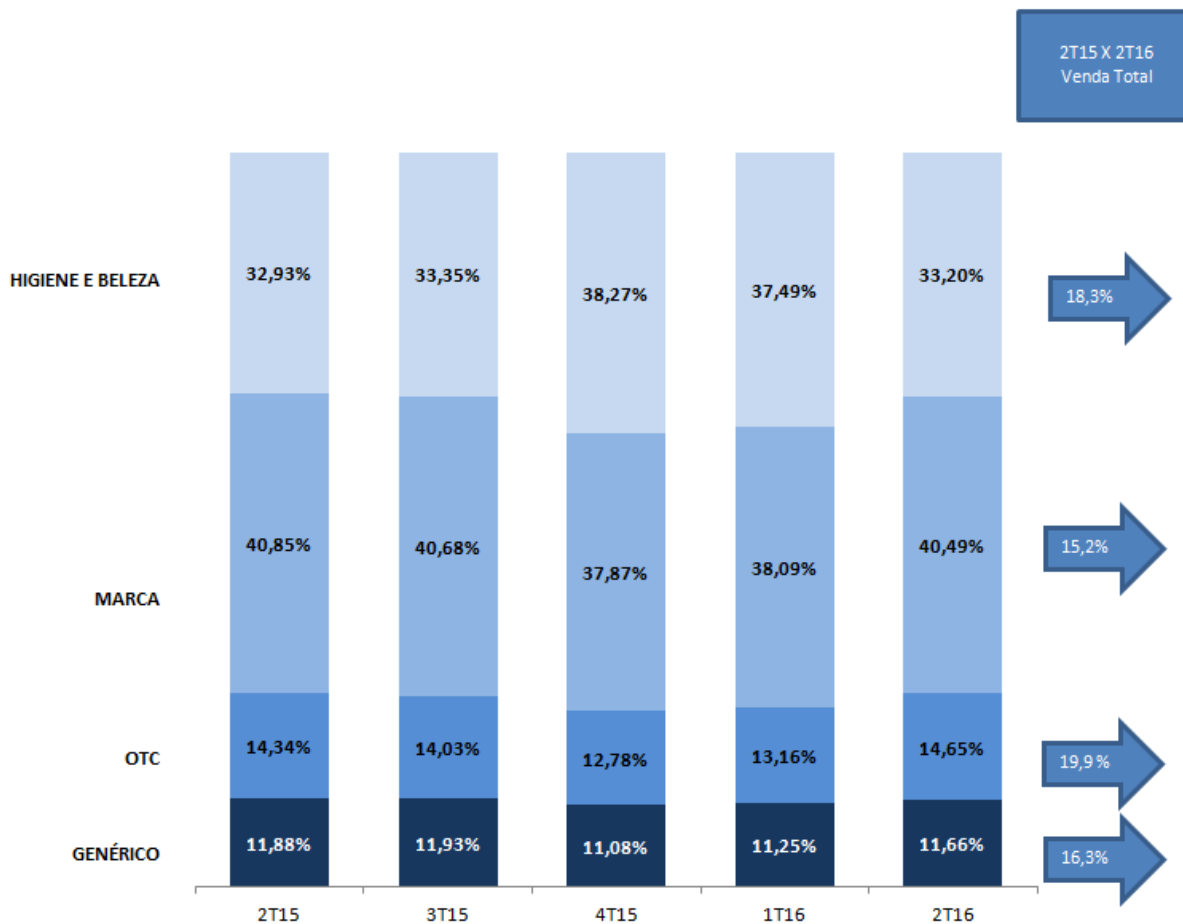


O crescimento de vendas de mesmas lojas ficou em 13,4% no 2T16, em relação ao total de vendas do segundo trimestre de 2015.



### Mix de Vendas

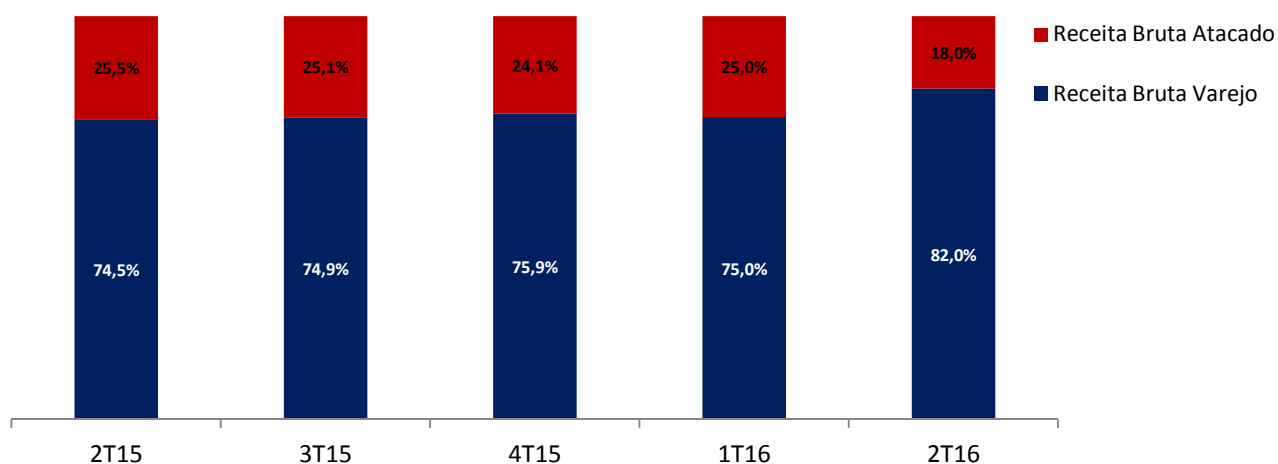
O mix de vendas da Companhia no 2T16, em relação ao 2T15, mostrou pequenas variações. Os segmentos que apresentaram maior crescimento foram OTC (19,9%) e Higiene e Beleza (18,3%).



## Informações do Atacado

O Atacado no segundo trimestre de 2016 reduziu seu nível de vendas em relação ao segundo trimestre de 2015. A forte queda observada tem relação direta com o incêndio no centro de distribuição de São José/SC, visto que deixamos de vender na maior parte das regiões que antes eram atendidas por aquele CD. Este acontecimento acelerou a redução da participação das vendas do Atacado, fato que já vinha acontecendo nos trimestres anteriores e que permanece alinhado com a estratégia da Companhia. De qualquer forma, continuamos trabalhando para melhorar as margens deste negócio, através de ações comerciais saudáveis e de uma eficiência crescente nos custos da operação.

No gráfico a seguir, demonstramos a participação de vendas de cada unidade de negócio ao longo dos últimos trimestres, onde o ganho de *share* do Varejo fica bem evidenciado.

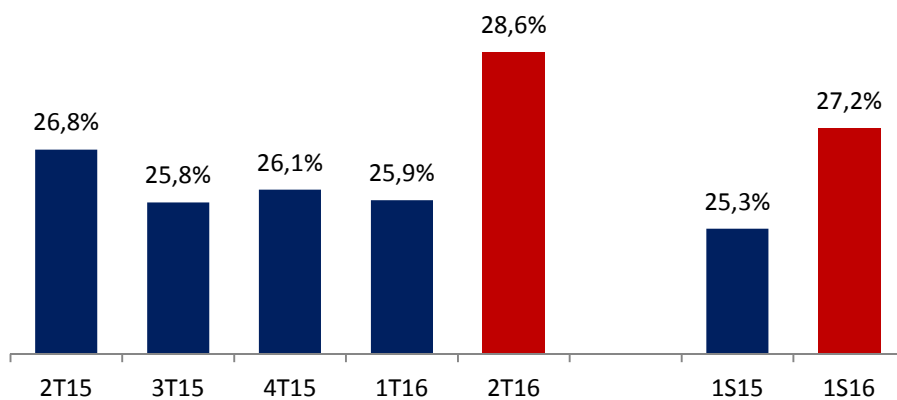


## MARGEM BRUTA

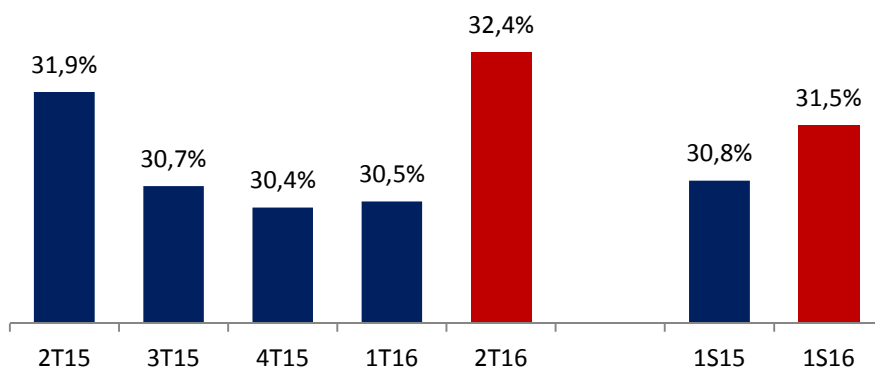
A partir dos Comentários da Administração constantes nas Demonstrações Financeiras do último trimestre de 2015, para fins de acompanhamento gerencial, passamos a demonstrar a Margem Bruta da Companhia somando a rubrica de “Outras Receitas Operacionais”, composta por aportes e verbas de fornecedores destinados a fomentar vendas no Varejo e no Atacado. Este indicador ajustado representa com maior precisão as reais margens de operação de nossos negócios. Para facilitar a comparação, atualizamos as informações dos três primeiros trimestres de 2015 com o mesmo critério.

Dessa forma, a margem bruta do 2T16 foi de 28,6%, representando um acréscimo de 1,8 ponto percentual em relação à margem bruta do 2T15. O crescimento observado na Margem Bruta no 2T16 é consequência tanto da redução da participação da venda do Atacado no total de vendas da Companhia, como do crescimento de Margem Bruta do Varejo, que cresceu 0,5 ponto percentual na comparação trimestral.

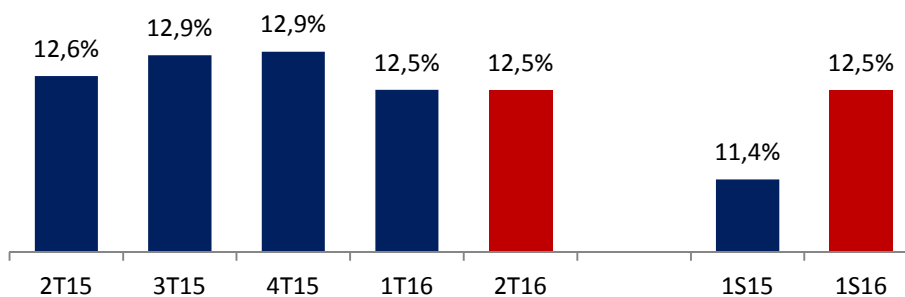
**MARGEM BRUTA GRUPO  
% RECEITA BRUTA**



**MARGEM BRUTA VAREJO  
% RECEITA BRUTA**



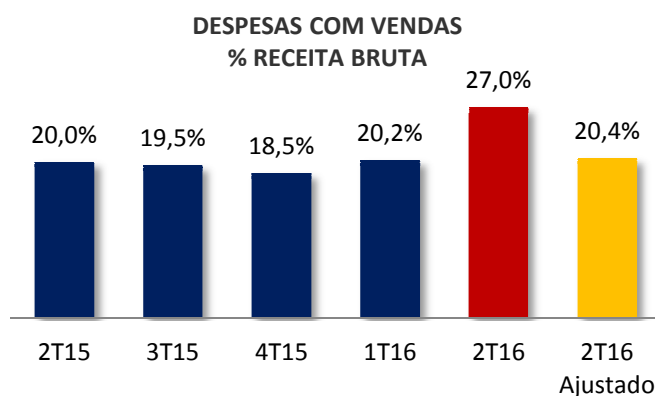
**MARGEM BRUTA ATACADO  
% RECEITA BRUTA**





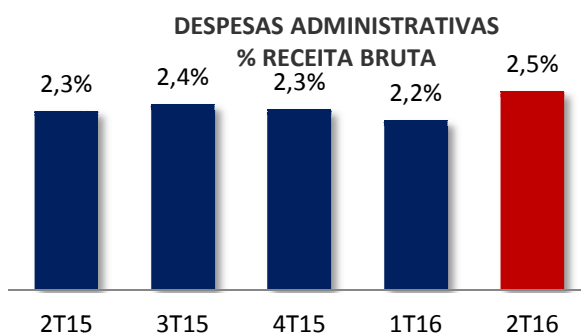
## DESPESAS COM VENDAS

As despesas com vendas totalizaram R\$ 143.691 mil no 2T16, equivalente a 27,0% da receita bruta. Entretanto, este aumento de 7,0 pontos percentuais observado na comparação entre trimestres é em grande medida reflexo de despesas não recorrentes ligadas ao sinistro em Santa Catarina. Desconsiderando estes efeitos, teríamos um percentual de equivalente a 20,4% da receita bruta, ou seja, um crescimento de 0,4 ponto percentual observado na comparação trimestral. Este crescimento, de magnitude menor, é consequência do aumento da participação do Varejo no *share* de vendas da Companhia (ver gráfico da nota “Informações do Atacado”). Este efeito se explica pelo fato das despesas com vendas do Varejo (em especial, despesas de lojas) serem significativamente mais altas do que as despesas com vendas do Atacado (despesas com agentes de negócio / vendedores). Em compensação, como a margem bruta do negócio Varejo é significativamente mais alta que a do Atacado, essa mudança de *share* faz com que o resultado medido através do EBITDA e do Lucro Líquido seja superior.



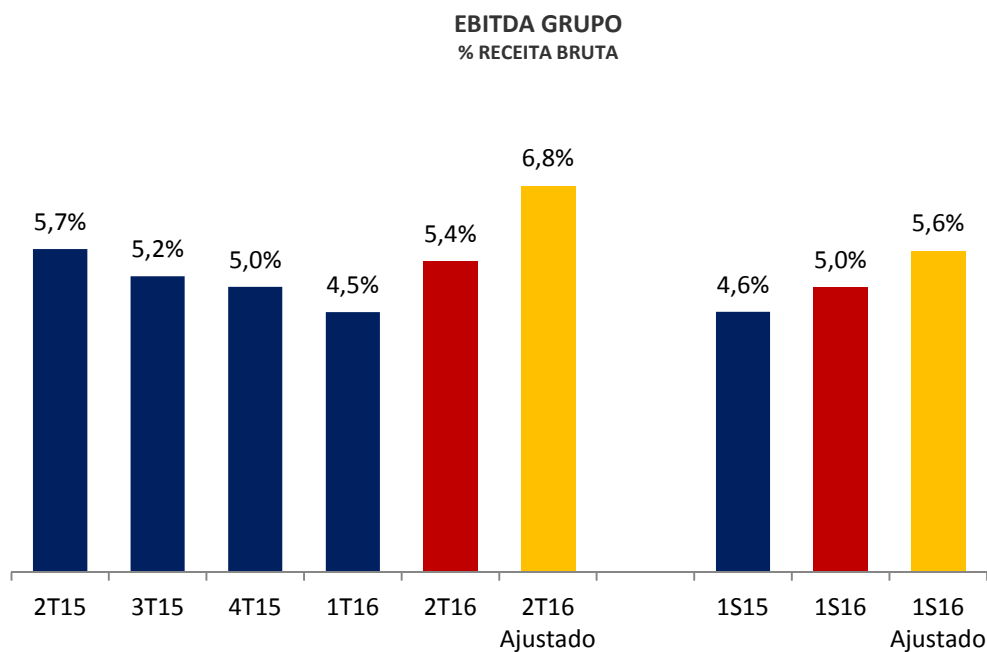
## DESPESAS ADMINISTRATIVAS

As despesas administrativas totalizaram R\$ 15.269 mil no 2T16 e representaram 2,5% da receita bruta, um acréscimo de 0,2 ponto percentual em relação ao segundo trimestre de 2015. A rápida queda de venda no Atacado, resultante do sinistro, prejudicou a diluição das despesas administrativas neste trimestre.



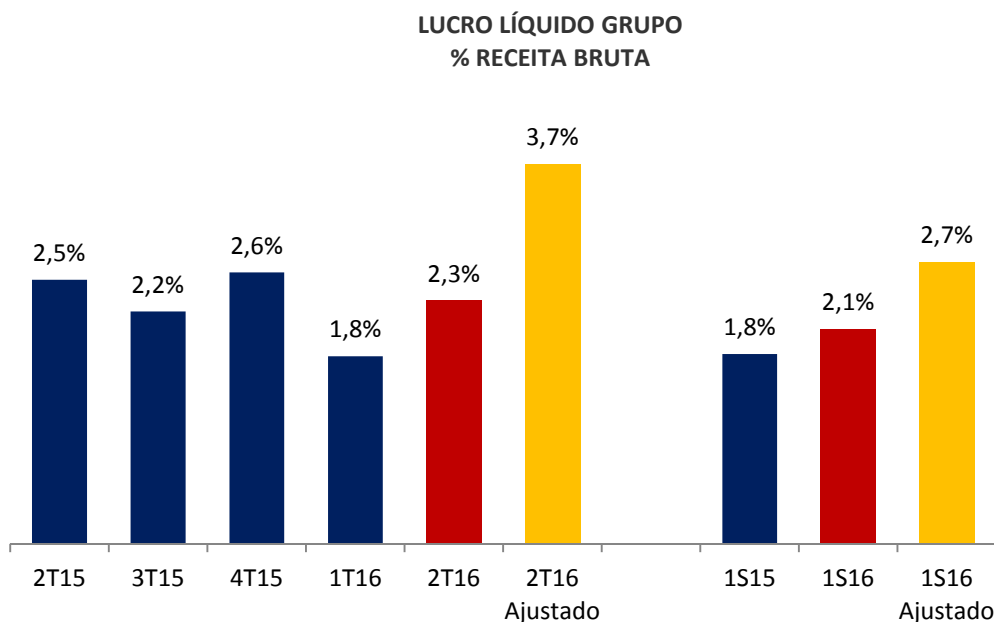
## EBITDA

Atingimos no segundo trimestre de 2016 um EBITDA de R\$ 29.326 mil, um crescimento de 2,5% sobre o sobre o 2T15. Assim como comentado nos tópicos anteriores, o EBITDA do 2T16 foi influenciado negativamente por efeitos não recorrentes causados pelo incêndio no centro de distribuição localizado em Santa Catarina. Desconsiderando estes efeitos, obteríamos no 2T16 um EBITDA de R\$ 36.418 mil, que representa um crescimento de 27,3% na comparação com o 2T15. O forte crescimento do EBITDA observado no trimestre é fruto dos bons resultados comerciais (crescimento de vendas e de margens) bem como dos ganhos de eficiência operacional trabalhados ao longo do último ano.



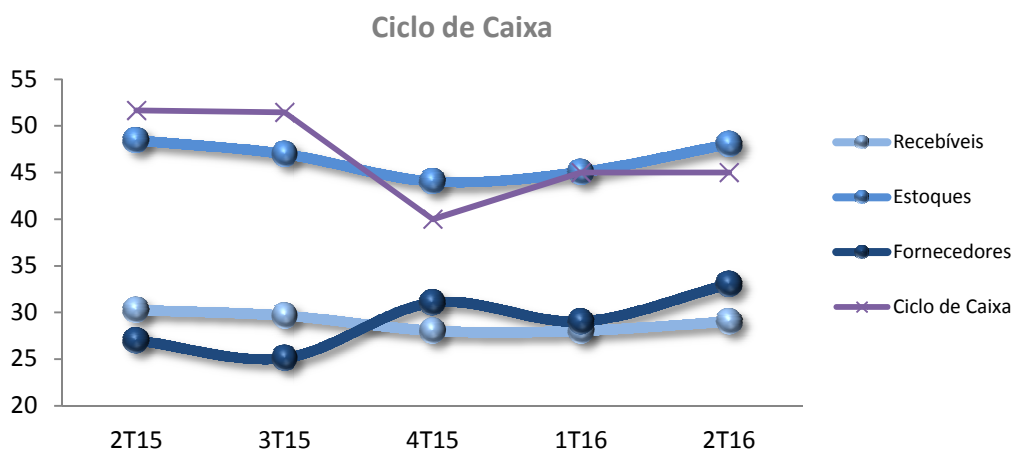
## LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido no 2T16 foi de R\$ 12.633 mil, representando 2,3% da receita bruta, uma redução de 2,0% quando comparado com o 2T15. Desconsiderando os efeitos não recorrentes, o lucro líquido do 2T16 seria de R\$ 19.735 mil, um crescimento de 53,1% na comparação trimestral.



## CICLO DE CAIXA

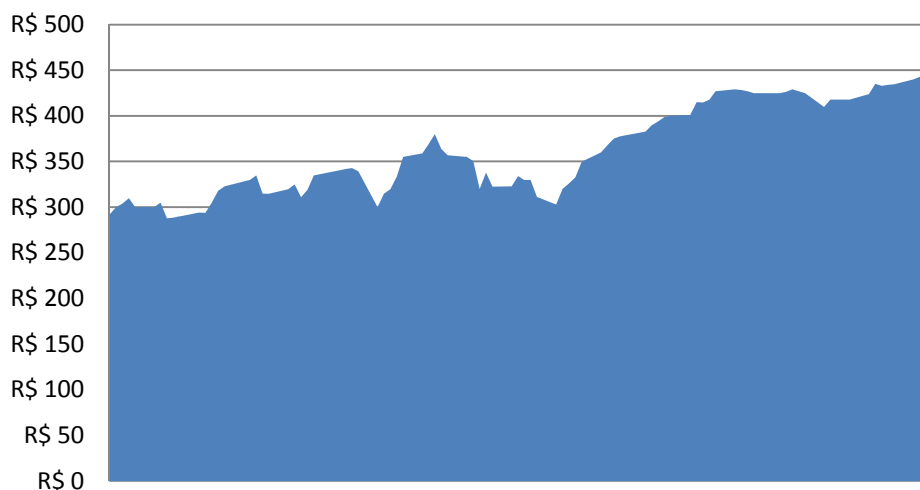
A companhia reduziu seu ciclo de caixa no 2T16 em 7 dias com relação ao mesmo trimestre de 2015. Essa melhora na performance de caixa está relacionada com o aumento do prazo médio de pagamento de fornecedores, bem como com a redução do prazo médio de recebimento de clientes. Sobre o último item, destaca-se a redução do saldo de recebíveis do Atacado na região dos Estados de Santa Catarina e Paraná, que deixaram de ser atendidos após o sinistro.



## MERCADO DE CAPITAIS

As ações da Companhia, ao longo do segundo trimestre de 2016, apresentaram um crescimento na ordem de 43,0% (cotação de R\$ 300,00 em 01/04/2016 e cotação de R\$ 429,00 em 30/06/2016). O IBOVESPA, neste mesmo período, apresentou valorização de 1,9%.

O gráfico a seguir demonstra a evolução da nossa ação ordinária de 02/01/2015 até 12/08/2016.



## ARRECADAÇÃO DE IMPOSTOS

A Companhia acredita e fomenta as boas práticas fiscais, a formalização e a transparência do setor em que atua, tendo sido a primeira empresa no Brasil a emitir Nota Fiscal eletrônica. Dessa forma, entendemos que os impostos pagos têm um papel fundamental para o desenvolvimento da sociedade. No segundo trimestre de 2016, recolhemos aos cofres públicos R\$ 59.263 mil, sendo R\$ 20.430 mil de impostos federais, R\$ 38.499 mil de estaduais e R\$ 334 mil de municipais.

## RESPONSABILIDADE SOCIAL E O PÚBLICO INTERNO

Analisando o 2º trimestre do ano de 2016, a área de Treinamento e Desenvolvimento executou 22.061 horas de treinamento, atendendo a 4.398 participantes em diversos assuntos, com maior destaque para ações de conteúdo técnico e de atualizações de mercado. Em comparação com o ano de 2015, houve uma evolução de 89% em volume de horas realizadas de treinamento. Esses dados comprovam o contínuo e crescente investimento da Companhia no desenvolvimento e capacitação de seus colaboradores, tanto no formato de treinamentos presenciais quanto à distância, que continua em ritmo de implantação acelerado nos negócios do Grupo.

Abaixo, seguem alguns destaques dos programas de treinamento realizados no segundo trimestre do ano:

- Foram realizadas 36 turmas de “Integração de Novos Colaboradores”, totalizando 2.313 horas de treinamentos e um total de 445 participantes. A integração visa informar o colaborador sobre o histórico da empresa, missão e valores, regras de convivência, fluxos de processos e boas práticas, para que este possa o mais rápido possível desenvolver o seu trabalho de forma efetiva, entregando a nossos clientes produtos e serviços de qualidade pelos quais somos reconhecidos no mercado.

- Foram realizados quatro grandes eventos, sendo dois voltados para os Consultores de Beleza e dois, aos Farmacêuticos. Nestes eventos, abordamos assuntos voltados para sua qualificação pessoal e profissional junto à rede Panvel. Os eventos totalizaram 526 participantes, sendo 331 voltados para a área de Higiene e Beleza, e 195 para a área Farmacêutica, somando 6.953 horas de treinamento.

- Realizamos o segundo módulo do programa PDL Ampliar, nosso Programa de Desenvolvimento de Lideranças. Neste módulo, foram capacitadas 37 lideranças entre Diretores, Gerentes Corporativos, Coordenadores e Supervisores do Varejo. Foram 520 horas de treinamento.

O Ampliar, assim como os programas Ser Mais e Decolar, voltados para os gestores das Lojas Panvel, é um programa que objetiva especificamente trabalhar a qualificação e desenvolvimento das lideranças da empresa, focando nos eixos Pessoas, Comercial, Estratégias e Processos.

## **RESPONSABILIDADE SOCIAL E O PÚBLICO EXTERNO**

Com uma visão socioambiental forte, a Companhia desenvolve programas voltados à saúde e ao desenvolvimento das comunidades onde atua. Além de ser parceira de diversos projetos, a empresa não fica para trás na criação de suas ações próprias.

Em 2010, a Panvel lançou um programa pioneiro em descarte de medicamentos: o “Destino Certo”. A ação orienta a população a fazer o descarte correto de remédios vencidos ou em desuso nas lojas participantes da rede, para evitar a contaminação do solo e da água. Mais de 28 toneladas de medicamentos já foram recolhidas desde o início do projeto, sendo que somente no segundo trimestre de 2016 foram recolhidos aproximadamente 1,1 toneladas. Ainda pensando no meio-ambiente, também criou o “Menos Sacolas na Natureza”, que visa reduzir o uso de sacolas plásticas. Os clientes que abrem mão do material na hora das compras ganham quatro pontos no Programa Fidelidade. Com isso, mais de 35 milhões de sacolas já deixaram de ser distribuídas desde o início do programa. Somente no segundo trimestre, 1.624 milhões de sacolas deixaram de ser distribuídas.

Já o projeto “Troco Amigo” permite que os clientes façam a doação de qualquer quantia em dinheiro do seu troco para ajudar os principais hospitais da Região Sul. A cada colaboração é fornecido um comprovante de participação. Todos os anos, a Panvel realiza a prestação de contas do Projeto, e o valor arrecadado é investido na modernização dos hospitais, melhorias de atendimento, reformas e aquisições de novos equipamentos. Desde o lançamento do Projeto, no Natal de 2008, o Troco Amigo transforma a experiência de compra em um ato de solidariedade, tendo distribuído mais de 4 milhões de reais desde o seu início. No segundo trimestre de 2016 foram repassados aproximadamente 423 mil reais.

Por fim, é importante mencionar o “Projeto Pescar”, uma iniciativa que proporciona a jovens em vulnerabilidade social a oportunidade de se qualificarem profissionalmente. A Companhia é uma das empresas gaúchas com o maior número de alunos e acredita profundamente nesta oportunidade de desenvolver pessoas para trabalhar em algum de seus negócios. A parceria com o Projeto Pescar iniciou no ano de 2006 e está na sua 11ª edição. Atualmente, a turma conta com 18 jovens com idades entre 16 e 19 anos, e ao todo já foram formados mais de 125 jovens, que em sua grande maioria permanecem trabalhando conosco.

## Anexo I - Balanço Patrimonial (Consolidado)

<b>ATIVO</b> (em milhares).	<b>2T2015</b>	<b>2T2016</b>	<b>Var. %</b>
<b>Circulante</b>	<b>539.884</b>	<b>559.936</b>	<b>3,7%</b>
Caixa e equivalentes de caixa	17.002	31.351	84,4%
Clientes	188.867	169.533	-10,2%
Estoque	<b>307.840</b>	<b>297.246</b>	<b>-3,4%</b>
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	4.691	13.690	191,8%
Tributos a recuperar	<b>1.567</b>	<b>1.355</b>	<b>-13,5%</b>
Outras contas a receber	19.917	46.761	134,8%
<b>Não Circulante</b>	<b>220.083</b>	<b>219.067</b>	<b>-0,5%</b>
Tributos diferidos	4.579	5.623	22,8%
Impostos a recuperar	2.019	1.920	-4,9%
Depósitos judiciais	7.110	7.855	10,5%
Outros ativos	798	698	-12,5%
Outras participações	284	284	-
Imobilizado	193.907	190.368	-1,8%
Intangível	11.386	12.319	8,2%
<b>Total do Ativo</b>	<b>759.967</b>	<b>779.003</b>	<b>2,5%</b>
<b>PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b> (em milhares).	<b>2T2015</b>	<b>2T2016</b>	<b>Var. %</b>
<b>Circulante</b>	<b>315.609</b>	<b>325.485</b>	<b>3,1%</b>
Fornecedores	209.763	190.720	-9,1%
Empréstimos e financiamentos	20.938	40.831	95,0%
Salários e encargos sociais	24.703	28.966	17,3%
Participações a pagar	5.884	3.651	-38,0%
Impostos, taxas e contribuições	21.084	30.027	42,4%
Dividendos e juros s/capital próprio	5.651	1.096	-80,6%
Outras contas a pagar	23.245	25.669	10,4%
Programa Fidelidade	4.341	4.525	4,2%
<b>Não Circulante</b>	<b>100.216</b>	<b>89.774</b>	<b>-10,4%</b>
Empréstimos e financiamentos	88.512	78.699	-11,1%
Provisões fiscais, previdenciárias, trabalhistas e cíveis	7.033	7.335	4,3%
Receitas diferidas - subvenção para investimento	3.626	3.026	-16,5%
Parcelamento de tributos	1.045	714	-31,7%
<b>Patrimônio líquido</b>	<b>344.142</b>	<b>363.744</b>	<b>5,7%</b>
Capital social	295.000	325.000	10,2%
Reserva de lucros	49.142	15.893	-67,7%
Lucros/Prejuízos Acumulados	-	22.851	-
<b>Total Passivo e Patrimônio líquido</b>	<b>759.967</b>	<b>779.003</b>	<b>2,5%</b>

## Anexo II – DRE (Consolidado)

<b>DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO</b> (em milhares).	<b>2T2015</b>	<b>2T2016</b>	<b>Var. %</b>
<b>Receita bruta</b>	<b>505.864</b>	<b>538.528</b>	<b>6,5%</b>
Impostos e devoluções	(29.284)	(30.676)	4,8%
Programa Fidelidade	-	(184)	
<b>Receita líquida</b>	<b>476.580</b>	<b>507.668</b>	<b>6,5%</b>
Custo das mercadorias vendidas	(360.564)	(369.725)	2,5%
<b>Lucro bruto</b>	<b>116.016</b>	<b>137.943</b>	<b>18,9%</b>
Outras receitas operacionais	20.878	45.400	117,5%
<b>Lucro bruto com outras receitas operacionais</b>	<b>136.894</b>	<b>183.343</b>	<b>33,9%</b>
<b>Despesas</b>	<b>(112.778)</b>	<b>(158.960)</b>	<b>40,9%</b>
Com vendas	(101.169)	(145.242)	43,6%
Gerais e administrativas	(11.609)	(13.718)	18,2%
<b>Resultado financeiro</b>	<b>(5.553)</b>	<b>(3.757)</b>	<b>-32,3%</b>
Despesas financeiras	(6.654)	(5.552)	-16,6%
Receitas financeiras	1.101	1.795	63,0%
<b>Lucro antes do IR e contribuição social</b>	<b>18.563</b>	<b>20.626</b>	<b>11,1%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(5.671)	(7.993)	40,9%
<b>Lucro líquido do exercício</b>	<b>12.892</b>	<b>12.633</b>	<b>-2,0%</b>