



grupo panvel

Relatório de
Administração 2021

Eldorado do Sul, RS, 24 de março de 2022

A Dimed S.A. Distribuidora de Medicamentos (B3 S.A. - BRASIL, BOLSA, BALCÃO: PNVL3), uma das principais varejistas e distribuidoras de produtos farmacêuticos do País, anuncia os resultados do 4º trimestre de 2021 (4T21). 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 do 4T21 usam como base o 4T20, exceto quando indicado de outra forma. Para fins de comparabilidade com períodos anteriores, os números deste relatório são demonstrados de acordo com a norma IAS 17/CPC 06. Os valores financeiros mencionados são referentes a valores em R\$ (Real).



Relações com Investidores

Antônio Carlos Tocchetto Napp

Diretor Financeiro e de RI

José Eduardo Szuster

Gerente Executivo de RI

Ismael Rohrig

Analista de RI

Pedro Bernardes

Estagiário de RI

Tel.: 51 3481-9588 / E-mail: relinvest@grupodimed.com.br / Site: www.grupodimed.com.br/ri

Resultados 4T21 e 2021

4T21

Receita Bruta do Varejo R\$ 884M (+14,3%)	Margem Bruta do Varejo 29,7% (+0,7 p.p.)
EBITDA Ajustado R\$ 49M (+14,6%) Margem de 5,1%	Lucro Líquido Ajustado R\$ 28M (+5,9%) Margem de 2,9%

2021

Receita Bruta do Varejo R\$ 3.174M (+17,9%)	Margem Bruta do Varejo 30,0% (+0,9 p.p.)
EBITDA Ajustado R\$ 161M (+25,7%) Margem de 4,6%	Lucro Líquido Ajustado R\$ 92M (+32,2%) Margem de 2,7%

Descrição	4T20	1T21	2T21	3T21	4T21	2020	2021	Δ
Nº de Lojas	473	477	494	500	517	473	517	+9,3%
Nº de funcionários	7.493	7.622	7.771	7.805	8.646	7.493	8.646	+15,4%
Em reais mil								
Receita Bruta TT	853.152	811.830	834.720	860.213	959.918	2.987.128	3.466.681	+16,1%
Margem Bruta TT	235.987	233.074	240.674	241.875	272.976	823.695	988.599	+20,0%
% da Receita Bruta	27,7%	28,7%	28,8%	28,1%	28,4%	27,6%	28,5%	+0,9 p.p.
Receita Bruta Varejo	773.567	735.760	766.846	787.863	883.890	2.692.055	3.174.359	+17,9%
Margem Bruta Varejo	224.214	223.495	231.967	233.319	262.214	782.525	950.994	+21,5%
% da Receita Bruta Varejo	29,0%	30,4%	30,2%	29,6%	29,7%	29,1%	30,0%	+0,9 p.p.
EBITDA Ajustado TT	42.790	37.478	39.913	34.833	49.041	128.276	161.265	+25,7%
% da Receita Bruta	5,0%	4,6%	4,8%	4,0%	5,1%	4,3%	4,6%	+0,3 p.p.
Lucro Líquido Ajustado TT	26.571	19.714	24.169	20.333	28.126	69.836	92.343	+32,2%
% da Receita Bruta	3,1%	2,4%	2,9%	2,4%	2,9%	2,3%	2,7%	+0,4 p.p.

Mensagem da administração

O ano de 2021 foi de muito trabalho e desafios, mas também trouxe importantes conquistas e recordes para o Grupo.

Esse foi o período com o maior volume de investimentos da história da Companhia. Após o *follow on* realizado em julho de 2020, entramos em um novo e crescente ciclo de investimentos que se encontra em seu segundo ano, focado nas operações de loja, na logística e em tecnologia. Esses investimentos foram responsáveis diretos pela entrega de dois elementos fundamentais da nossa estratégia de longo prazo:

- a) Abertura de 60 novas lojas no ano: atingimos o recorde histórico de abertura de lojas da Panvel. Esse marco reforça a maturidade alcançada pelo nosso processo de expansão, que se mostra cada vez mais estruturado. Este novo ritmo de abertura de lojas, que se encontra em seu segundo ano de aceleração, se por um lado traz uma pressão natural em nossas margens na comparação com períodos pré pandemia, por outro lado constrói os alicerces para ganhos de margem futuros;
- b) Abertura do novo Centro de Distribuição em São José dos Pinhais: o início da operação do novo CD no Estado do Paraná e o encerramento do antigo CD na cidade de Passo Fundo (RS) foram movimentos fundamentais para dar mais fôlego para o novo ritmo de crescimento da Panvel, em especial nos Estados de Santa Catarina e Paraná, onde os efeitos positivos já serão percebidos em 2022 tanto no resultado quanto no nível de serviço do Grupo.

As conquistas de 2021 não se resumem apenas aos investimentos realizados. Ao longo do ano, entregamos resultados consistentes e crescentes em todos os nossos pilares estratégicos. A venda da Companhia atingiu R\$ 3,5 bilhões no ano, e as vendas da Panvel cresceram 17,9% no período, com uma ótima performance de SSS (14,7% no ano) e de MSSS (8,4% no ano). O crescimento robusto de vendas acima do mercado está diretamente ligado ao sucesso de iniciativas e projetos:

O crescimento em vendas veio acompanhado de uma importante expansão das nossas Margens.

- a) No Panvel Clinic, atingimos a maior participação de serviços sobre as vendas de todo o varejo farma e a Companhia se consolidou como líder na região Sul na prestação de serviços em farmácias, sejam testes, vacinas ou outros serviços. Encerramos o ano com 305 lojas com Clinic, o que representa um crescimento de 167,5% em relação ao ano passado;
- b) No Digital, a Panvel mais uma vez se destacou, mantendo alta participação nas vendas totais da rede (15,9% no ano) e melhorando cada vez mais a sua capacidade de entrega de última milha. Com inúmeros projetos focados em na experiência do usuário e na eficiência operacional, a Panvel continua sendo o *benchmark* do varejo farma quando o assunto é *e-commerce*;
- c) O forte crescimento da nossa base de clientes (22,8% no ano), aliado às nossas ferramentas de CRM, permitiu trazer um maior nível de fidelização, através de iniciativas como a criação da *PBM Panvel* e outros projetos focados no acompanhamento do cliente que utiliza medicamentos para doenças crônicas e de uso contínuo;
- d) Em Produtos Panvel, tivemos mais um ano de crescimento da participação destes produtos sobre as vendas, atingindo o patamar recorde de 7,8% de participação no ano (vs 7,3% em 2020) e mantendo a liderança em relação ao restante do varejo farma brasileiro.

Atingimos no ano um EBITDA ajustado de R\$ 161,3 milhões, crescimento de 25,7% sobre 2020, e um Lucro Líquido ajustado de R\$ 92,3 milhões, um crescimento de 32,2% em relação ao mesmo período do ano

anterior. Esses resultados são fruto de uma estratégia comercial bem balanceada, com foco em *pricing* e em um mix de produtos vantajoso. Além disso, a busca contínua dos melhores processos internos e da melhor produtividade, bem como de uma curva de maturação de lojas mais acelerada do que a inicialmente prevista, contribuíram de forma muito positiva para esse resultado.

Vale lembrar que esse crescimento em vendas também veio acompanhado da melhora em nossos indicadores de atendimento ao cliente, cujo principal *KPI* é o NPS (*Net Promoter Score*). Esse indicador passou de 74 pontos em 2020 para 80 pontos ao final de 2021, mais um recorde histórico da Panvel, e um dos maiores do setor. Essa é a melhor tradução possível do nosso propósito de “Proporcionar Saúde e Bem Estar”, com o cliente sempre no centro das nossas decisões.

Além de apresentar números robustos e consistentes, ao longo de 2021 tivemos a oportunidade de evoluir em várias outras frentes, lançando e reforçando alguns marcos muito importantes, como os exemplos abaixo:

- a) Na estratégia ESG, lançamos oficialmente a nossa plataforma, denominada Todos Bem. Com isso demos um passo definitivo na história da Companhia, na medida em que passamos a organizar e mostrar nossos esforços ESG de forma estruturada, com metas claras e definidas até 2026;
- b) Na busca da constante evolução na Governança Corporativa, a Companhia finalizou a migração para o Novo Mercado da B3, reforçando seu comprometimento com os mais altos níveis de governança e de *disclosure* de informações da bolsa brasileira;
- c) Anunciamos no último trimestre do ano o lançamento da nossa nova marca corporativa, Grupo Panvel, que foi oficialmente incorporada ao nosso dia a dia no primeiro trimestre de 2022 e já está presente, inclusive, neste release e em todos os nossos materiais. Essa mudança reforça nossa capacidade de comunicação com nosso público interno e com o público externo.

Avaliando em perspectiva todas estas entregas, nos orgulhamos muito do fato de que todos os compromissos firmados pela Companhia em seu *follow on* em julho/2020 foram entregues até aqui, sob a forma de crescimento das vendas, dos resultados obtidos, dos investimentos e da governança. Isso nos motiva e reforça o compromisso para com todos os acionistas e demais *stakeholders*.

Agradecemos a todos os nossos colaboradores e parceiros que fazem do Grupo Panvel uma referência em Saúde e Bem-Estar do setor farma em toda a Região Sul e também no Brasil, e que venham os novos desafios de 2022.

Investimentos

Como mencionado na Mensagem da Administração, e dando continuidade aos projetos de expansão, evolução em tecnologia da informação e aprimoramento de processos logísticos, a Companhia realizou um alto nível de investimento no ano, totalizando R\$ 135,2 milhões em 2021, crescimento de 59,9% em relação ao ano anterior e um crescimento de 153,3% sobre 2019.

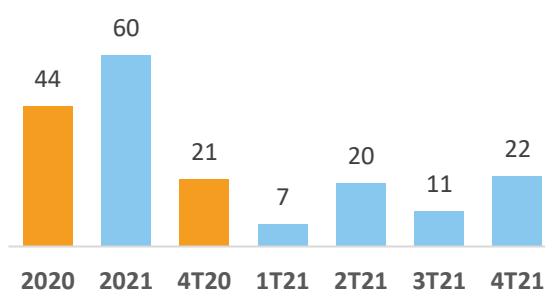
Estamos no segundo ano deste novo ciclo de investimento, com foco na abertura de lojas, e entendemos que os impactos de curto prazo da maior quantidade de lojas em maturação, são um passo necessário para a construção de nossa visão de futuro para a Companhia.

R\$ milhares	2019	2020	2021	Δ vs 2020	Δ vs 2019
Abertura Lj.	19.557	31.939	76.404	139,2%	290,7%
Reforma Lj.	8.321	6.306	9.396	49,0%	12,9%
TI	15.447	18.475	27.145	46,9%	75,7%
Logística e outros	10.045	27.836	22.228	-20,2%	121,3%
Total	53.369	84.556	135.173	59,9%	153,3%

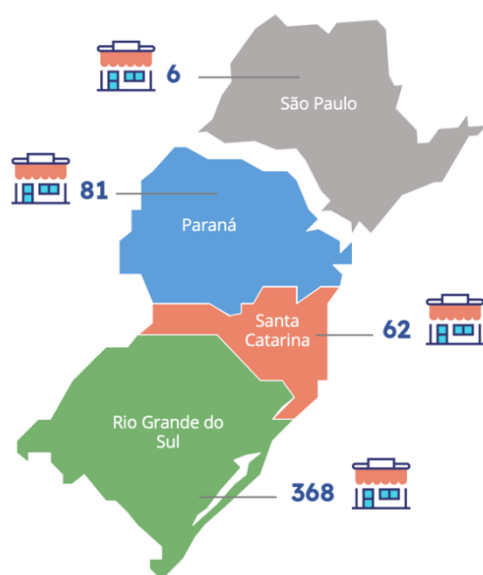
Portfólio de lojas

Com a abertura de 22 lojas no 4T21, chegamos a um total de 60 novas unidades em apenas 12 meses, um recorde para a Companhia. Abrimos 36 lojas no RS, 13 em SC e 11 no PR. O plano de expansão está em linha com a estratégia de adensamento regional na Região Sul, principalmente fora das Capitais, e incremento da capacidade digital, finalizando 2021 com um total de 517 lojas.

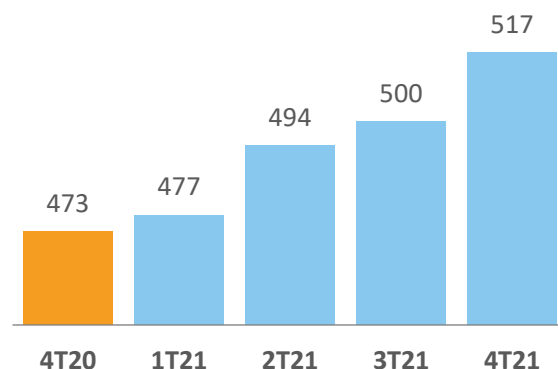
Abertura de Lojas



Além das aberturas realizadas ao longo do ano, a Companhia realizou a transferência de 7 filiais (maduras) para pontos com maior potencial de venda. Outras 9 filiais (8 maduras e 1 em processo de maturação) foram encerradas porque não atendiam mais ao perfil e potencial de venda determinado pelos padrões de operação da Companhia.



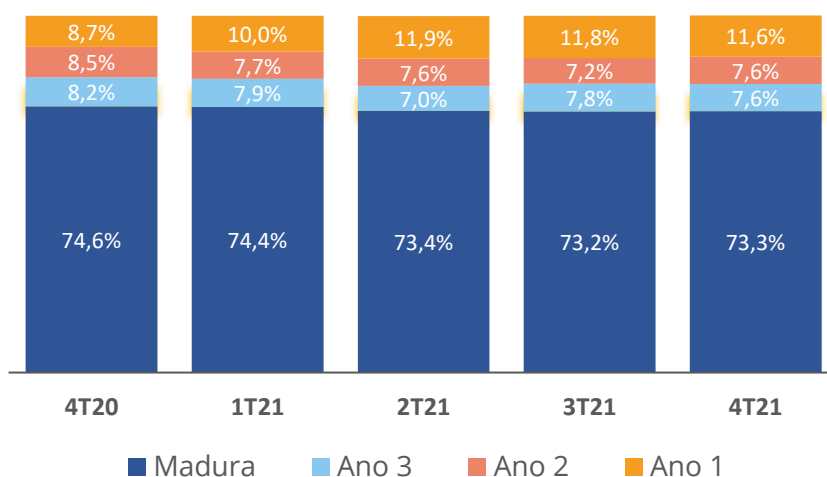
Número de Lojas



Lojas	4T20	1T21	2T21	3T21	4T21
Abertas	21	7	20	11	22
Transferidas/Encerrada	(7)	(3)	(3)	(5)	(5)

Ao final do período, a Companhia contava com 73,3% de lojas maduras e 26,7% em processo de maturação.

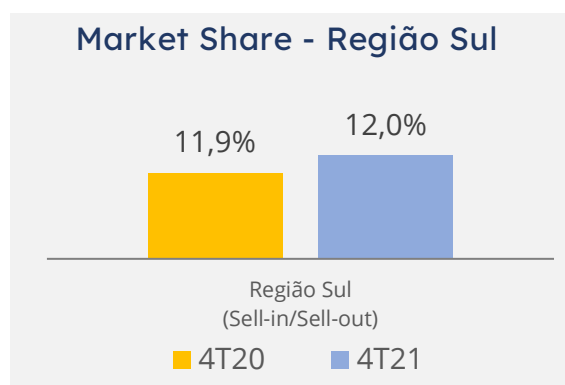
Distribuição do Portfólio de Lojas por Maturidade



Market share

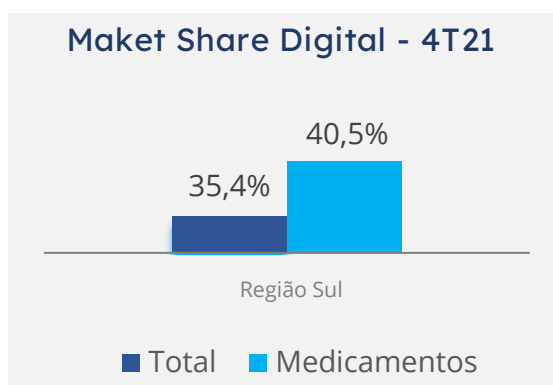
No 4T21, a participação da Panvel na Região Sul alcançou 12,0%, uma evolução de 0,1 p.p. sobre o mesmo período do ano anterior, com crescimento em todos os Estados de atuação, reafirmando nossa consistência na evolução do *market share*. Esses números refletem a qualidade da operação das lojas já existentes da Panvel e a assertividade da execução do nosso plano de expansão.

Ao analisar o nosso *market share* por região (Capital e Interior), e também por Estado, as oportunidades de expansão são bastante claras, tanto no interior do Rio Grande do Sul, quanto nos Estados de Santa Catarina e do Paraná.



Fonte: IQVIA

*Sell-in / sell-out = vendas dos distribuidores somadas às vendas do varejo



E-commerce e iniciativas digitais

O Digital manteve um elevado share nas vendas do varejo, com uma participação de 15,3% no 4T21 e de 15,9% no acumulado do ano, participações muito acima da média do mercado.

Destacamos que, mais uma vez, os excelentes resultados foram obtidos em um trimestre de forte crescimento de vendas da Panvel nas lojas físicas. Dessa forma, não restam dúvidas de que o *Digital* é um diferencial competitivo importante da Companhia, que permanece sendo o *benchmark* do varejo farma brasileiro.

Mesmo com uma base de comparação forte, as vendas do *Digital* cresceram 14,1% no 4T21 e 16,0% no ano,

demonstrando a qualidade de nosso modelo de negócio e de nossa estrutura de entrega de última milha. Neste quesito, a Panvel também se destaca por possuir a entrega de última milha mais rápida do varejo farma brasileiro. Aqui vale mencionar que o ano de 2020 representou uma base de comparação forte para o digital, principalmente no 2T20 e 3T20, mas mesmo assim apresentamos resultados robustos. Os investimentos nessa estrutura se traduzem em indicadores sólidos:

Destaques do Digital

Abrangência da entrega em até 1h: Todas as cidades nas quais estamos presentes

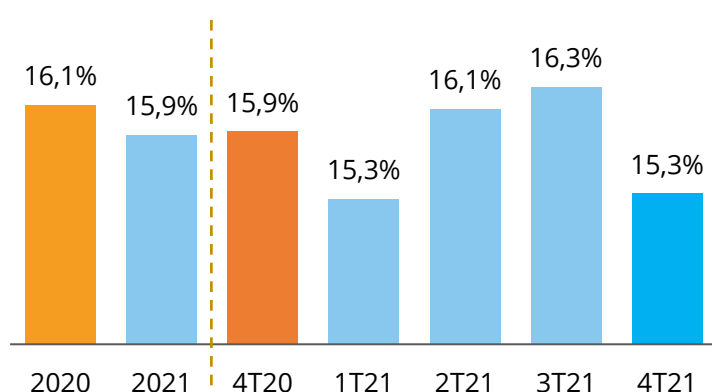
Estrutura de Entrega 4T21: 128 lojas híbridas + 9 Mini CDs (*dark stores*)

Participação do Digital nas Vendas do Varejo 4T21: 15,3% (crescimento de 14,1% sobre o 4T20)

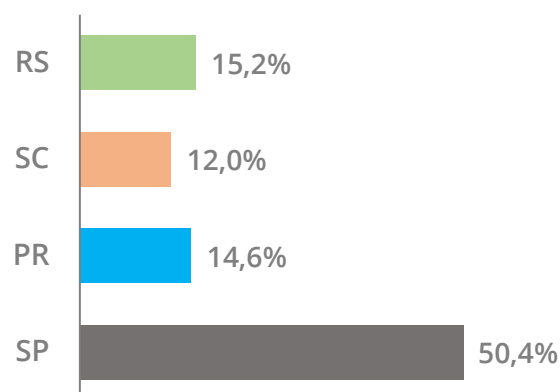
Número de Entregas 4T21: 577 mil (média de 192,3 mil entregas por mês)

Nível de Serviço: 97% das entregas dentro do prazo (4T21)

Digital
(Participação na RB do Varejo)



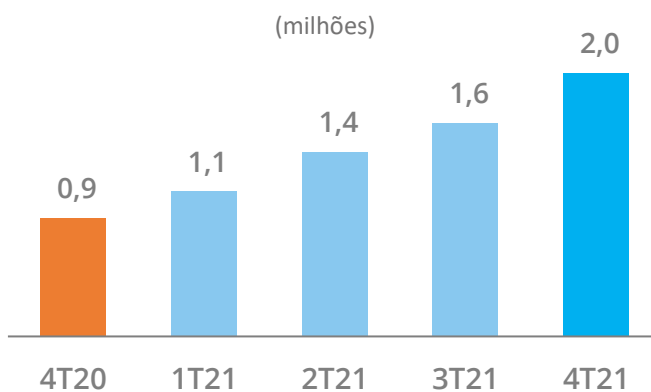
% total das vendas por UF
(4T21)



A participação da venda se manteve elevada e equilibrada em toda a Região Sul (RS/SC/PR). Em São Paulo, merece destaque a participação superior à média da rede, em linha com a estratégia da Companhia para a região.

Outro destaque importante no trimestre foi o forte crescimento dos downloads de nosso app, que evoluiu 122,2% em relação ao 4T20. Esse crescimento está alinhado com a estratégia da Panvel de digitalizar cada vez mais o seu cliente e não foi por acaso: está diretamente vinculado à evolução dos nossos cupons promocionais, com incentivos ao download de app, além do forte aproveitamento de datas promocionais como Black Friday e Natal.

App - Download (acumulado)



Ao longo de 2021, evoluímos em várias frentes, como na reescrita de todo o nosso site, o panvel.com, atualizando a tecnologia de forma que ele possa crescer e evoluir muito mais rápido. Investimos pesado em melhorias de UX (*user experience*), tanto no app como no site, bem como no nosso motor de buscas e de categorização. Já colocamos no ar um site renovado e um app com muitas melhorias. Tudo com foco em facilitar a vida do nosso cliente na hora que ele mais precisa, para encontrar e comprar um produto.

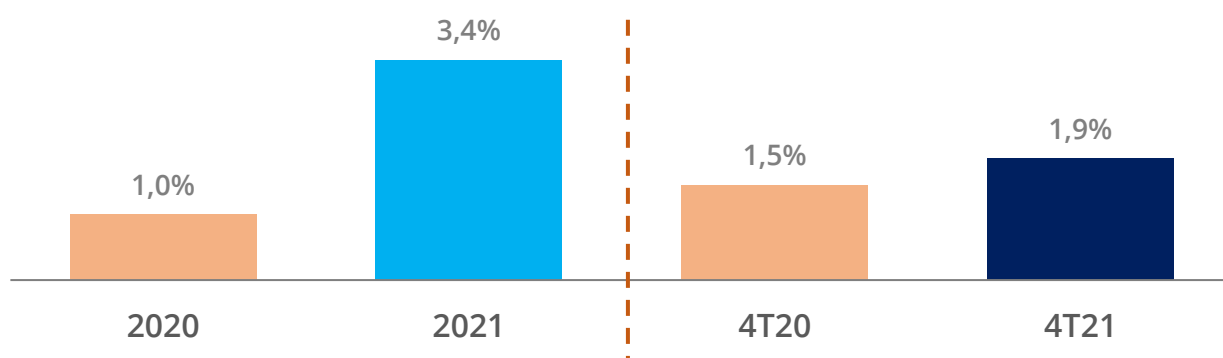
Panvel Clinic e ecossistema de saúde

O ecossistema de saúde da Panvel tem se consolidado ao longo dos últimos anos com a inclusão de novos produtos e serviços, além da manutenção de um elevado *share* na Região Sul. Cada vez mais, os clientes identificam as lojas da Panvel como um local para tratar e solucionar os mais diversos assuntos relacionados à saúde.

Destaques Panvel Clinic

Panvel Clinic 305 lojas (+167,5% vs 4T20)	Salas de Vacinação 74 (+48,0% vs 4T20)	Vacinas aplicadas: +160 mil (2021) (+112,8 vs 2020)
Filiais realizando somente Testes Rápidos Covid-19 251 filiais (4T21)	Testes Rápidos realizados +770 mil (2021) e +134 mil (4T21)	Outros serviços +257 mil outros serviços prestados em 2021 (+14,1% vs 2020)

% Participação nas Vendas do Varejo



Com estrutura robusta e expertise na prestação de serviços, aliadas à qualidade de atendimento, nos tornamos líderes em serviços, com um market share de 39,0% na Região Sul no 4T21 e 41,0% em 2021.

Ao longo do ano, aplicamos mais de 160 mil vacinas e realizamos mais de 770 mil testes rápidos de Covid, além de mais de 257 mil outros tipos de serviços. Com esse resultado, o Panvel Clinic bateu recorde de participação na receita das vendas da Panvel, chegando a 3,4% em 2021. Os números demonstram que a Panvel tem se tornado cada vez mais uma referência em serviços. Entendemos que, assim como o Digital, o pilar de Serviços passa a ter um novo patamar nas vendas do varejo, o qual não deve retornar aos níveis pré-pandemia.

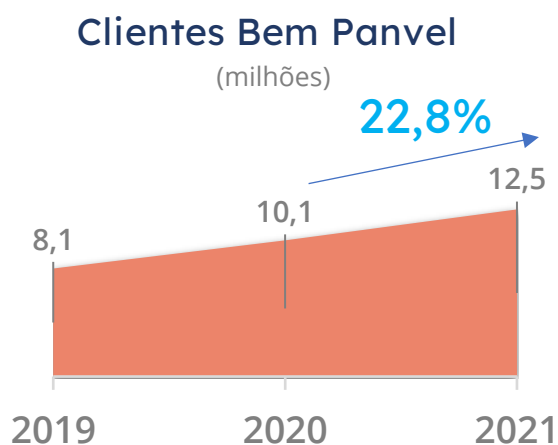
Com o objetivo de fortalecer mais um pilar do seu Ecossistema de Saúde, em 2021, a Companhia investiu na renovação da sua estrutura de atendimento de Medicamentos Especiais e Convênios. Com isso, surgiu o [Panvel Saúde Empresarial](#), uma nova área que já nasce robusta e que abrange Convênios, Medicamentos Especiais, Gestão de Pacientes e Licitações.

O [Panvel Saúde Empresarial](#) oferece um programa de benefícios aos colaboradores das empresas conveniadas. Para Operadoras de Planos de Saúde, Autogestões e Medicinas de Grupo oferece a gestão e o acompanhamento dos seus beneficiários, o fornecimento de medicamentos especiais e todos os produtos necessários para a melhoria da qualidade de vida desta população, neste contexto, apresentou apenas em Medicamentos Especiais um crescimento de 21,3% em relação ao ano de 2020. Esse avanço reflete o empenho e a força das nossas parcerias, que seguem critérios de qualidade nos produtos e nos serviços de saúde oferecidos no modelo *B2B2C*. É mérito também de uma equipe de visitantes que leva à classe médica todas as inovações que estamos desenvolvendo para o mercado.

Ao longo de 2021, com essa nova estrutura, tivemos muitas conquistas e expandimos nossas fronteiras, inclusive em regiões com baixa penetração de nossas lojas físicas. Destaque para importantes parcerias firmadas no Estado do Paraná, trazendo mais de 40 mil beneficiários e na Região Sudeste (Rio de Janeiro), com mais de 20 mil beneficiários. Atualmente o Panvel Saúde Empresarial representa 32% da venda da Panvel, apresentando crescimento consistente no *share* de vendas da Companhia.

CRM

O Programa Bem Panvel conta com mais de 12 milhões de clientes, 22,8% superior ao que tínhamos em 2020, e com mais de 92% da venda identificada em loja, o que nos permite traçar estratégias bem personalizadas para cada um dos nossos públicos. Com a estratégia de segmentação e personas, impulsionamos nossas ações de marketing direto, gerando um importante resultado de venda em todos os canais. Também vimos um importante crescimento na base de clientes *Omni*, que atingiu 10,1% (vs 9,5% em 2020). Vale lembrar que esses são os clientes que compram tanto em nossas lojas físicas e quanto nas virtuais, com uma frequência e um ticket médio maiores que clientes apenas físicos ou apenas digitais. Quando falamos da estratégia de digitalização de nossos clientes, estamos falando de aumentar a fatia de clientes *Omni* dentro da empresa.

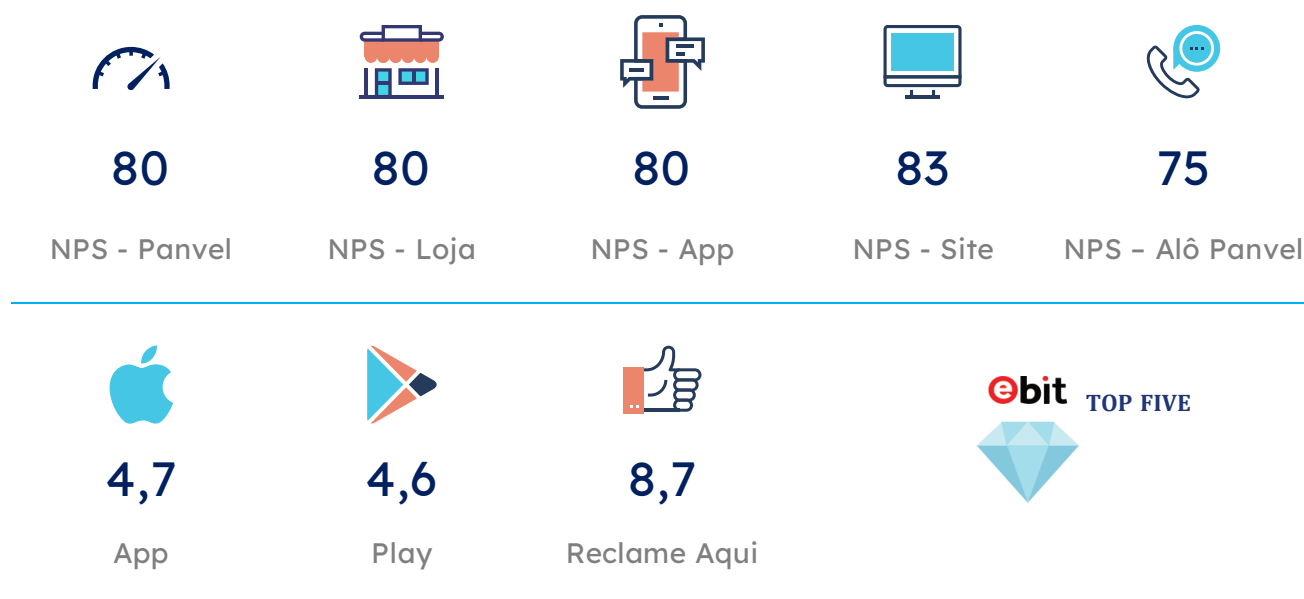


Em linha com essa estratégia, trouxemos um novo benefício para o cliente do programa: o Cupom Bem Panvel *omnichannel*. Agora, além da loja física, o cliente pode utilizar cupons com ofertas personalizadas e segmentadas nos canais digitais. É mais um impulsionador para a estratégia *Omni* da empresa, com foco na personalização e no incremento de produtos na cesta, fazendo com que o cliente usufrua benefícios do programa em todos os canais.

Outro importante projeto deste último trimestre foi o Programa de Uso Contínuo Bem Panvel, a PBM da Panvel. Trata-se de um programa focado em pacientes que fazem uso de medicamentos de uso contínuo, visando melhorar a aderência ao tratamento através de personalização de jornada, lembretes e descontos personalizados. O Programa de Uso Contínuo Bem Panvel, funciona em todos os canais e apresenta excelente desempenho num curto período, tendo atingido uma taxa de conversão de mais de 80% e a adesão de mais de 280 mil clientes até dez/21.

Qualidade no atendimento

A Panvel continua a oferecer para seus clientes uma jornada única de satisfação, qualidade e experiência, independentemente do canal onde ocorre a compra. Por essa razão, a Panvel é reconhecida pelos consumidores por oferecer a melhor experiência do varejo farma, conforme indicadores abaixo (posição de dez/2021):



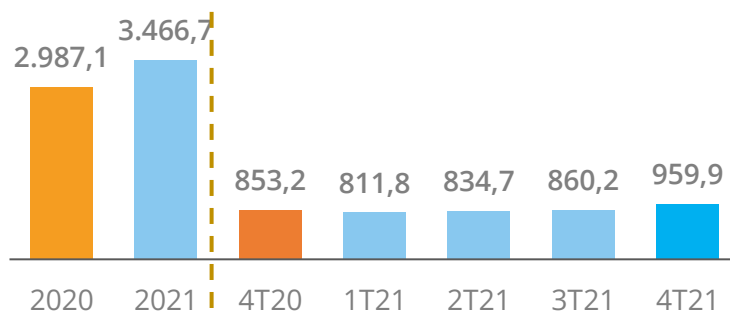
O NPS da loja subiu 6 pontos em relação ao mesmo período do ano anterior, alcançando 80 pontos no 4T21. A Panvel é única rede do varejo farma brasileiro que alia alta penetração dos canais digitais à entrega de produtos mais rápida do Brasil e uma qualidade invejável, quantificada por um NPS que se mantém em patamares elevados. Essa plataforma única permitirá ainda mais crescimento no futuro.

Receita bruta

A receita bruta consolidada (que contempla as vendas do varejo, do atacado e de outras unidades de negócio da Companhia) no 4T21 foi de R\$ 959,9 milhões, o que representa um aumento de 12,5% em relação ao 4T20. Com isso, finalizamos o ano com uma receita de R\$ 3,5 bilhões de reais, crescimento de 16,1% em relação ao ano de 2020.

Receita Bruta Consolidada

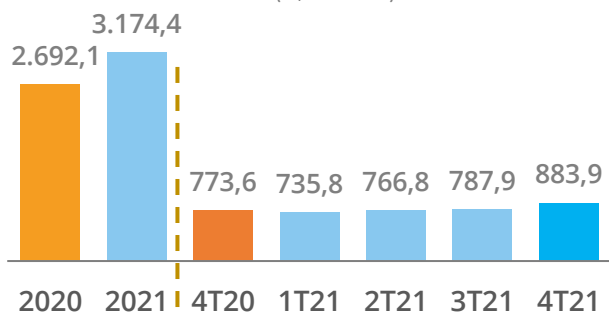
(R\$ milhões)



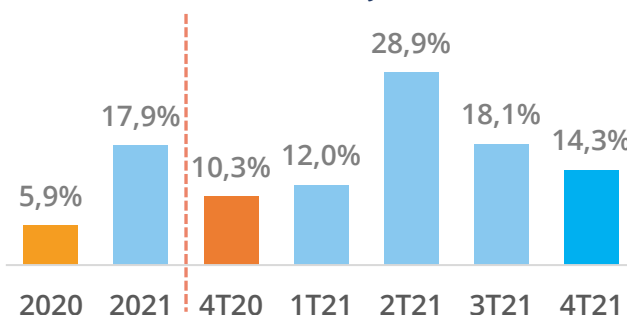
Varejo

Receita Bruta - Varejo

(R\$ milhões)



Crescimento de Vendas - Varejo



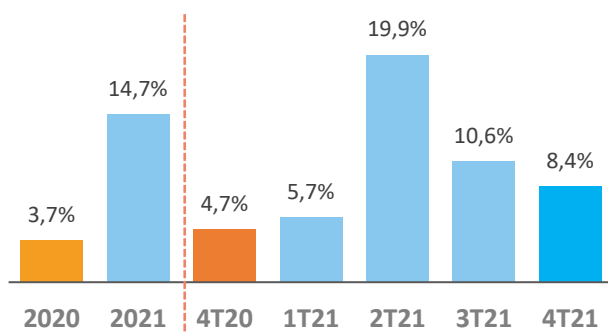
A receita bruta do varejo foi de R\$ 883,9 milhões no 4T21, um crescimento de 14,3% sobre o mesmo período do ano passado. Esse forte desempenho é explicado pelo incremento do fluxo de clientes em nossas lojas físicas e virtuais, em especial nos meses de novembro e dezembro.

Ao olhar para o consolidado de 2021, apresentamos crescimento de 17,9% frente ao ano anterior, reforçando a excelência operacional da Panvel e a assertividade de nossa estratégia de expansão.

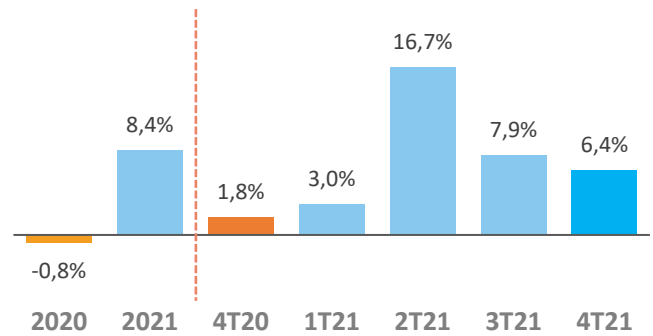
A venda de mesmas lojas (*Same Store Sales* ou SSS) apresentou crescimento de 8,4% no 4T21 em comparação ao 4T20. Trata-se de uma taxa muito robusta, considerando que o crescimento se dá sob uma forte base de comparação, diferente do segundo e do terceiro trimestres de 2020 que foram mais impactados pela pandemia. No acumulado do ano, houve um crescimento de 14,7% em relação a 2020.

O desempenho das Lojas Maduras (*Mature Same Store Sales* ou MSSS) também foi relevante, com um crescimento de 6,4% em relação ao 4T20, e de 8,4% no acumulado do ano em relação a 2020.

Crescimento Mesmas Lojas



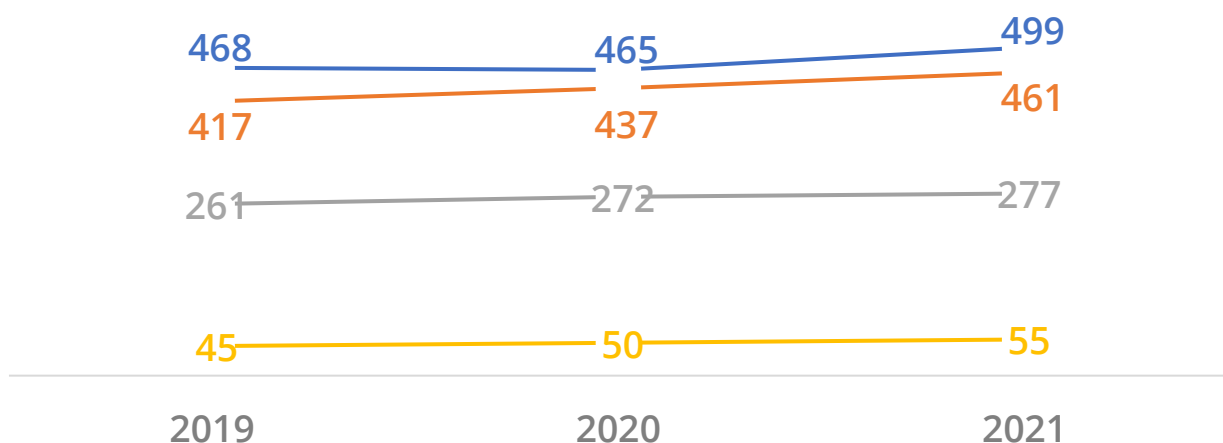
Crescimento Lojas Maduras



Também vale destacar o aumento da venda média por loja, que vem evoluindo de forma consistente a cada trimestre. No 4T21, totalizamos uma venda média por loja de R\$ 569,9 mil por mês (+4,5% vs. 4T20) e finalizamos o ano com uma venda média de R\$ 511,7 mil por mês (+7,9% vs. 2020). Destacamos que esse crescimento acontece mesmo com a abertura de mais de 100 lojas nos últimos dois anos, sendo 60 novas unidades só em 2021. Ao analisar os dados de venda média na Região Sul do IQVIA, onde a Panvel apresenta uma evolução de venda média superior às Redes e aos Associativistas e Independentes, fica demonstrada a assertividade de nosso projeto de expansão e da nossa produtividade.

Evolução Venda Média por Loja - Região Sul (R\$ CPP)

(Milhares)

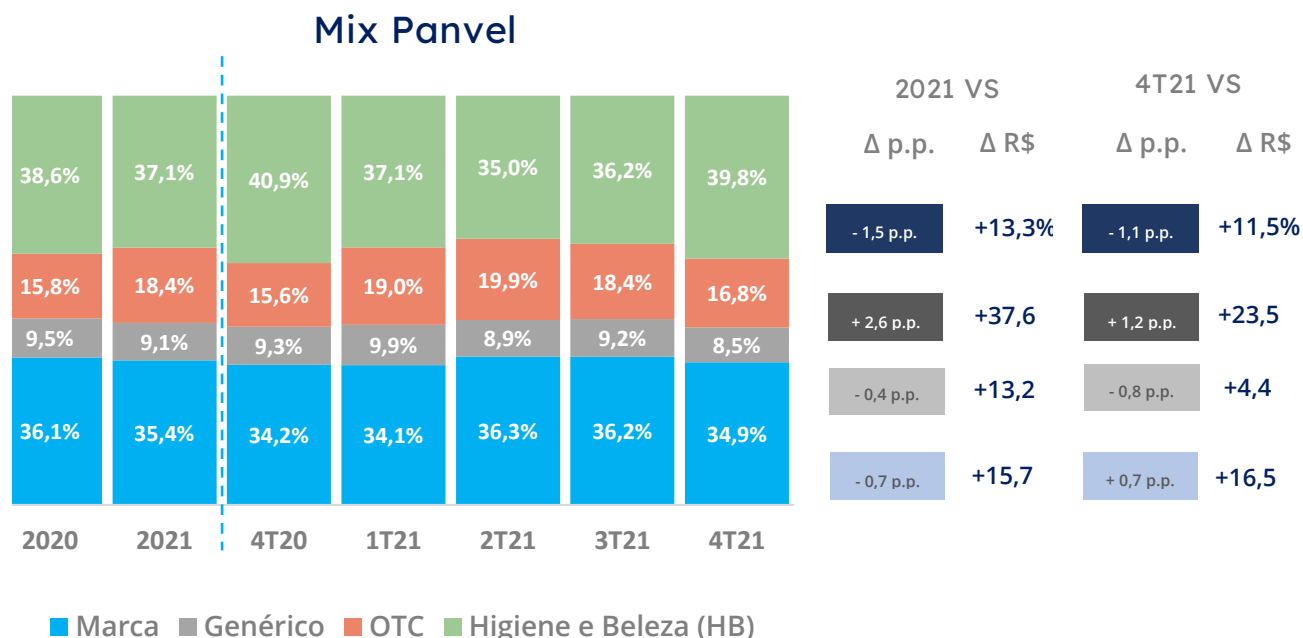


Fonte: IQVIA

— Panvel — Redes Abrafarma — Redes — Assoc. e Franquias

R\$ CPP: Consumer Product Purchase é a unidade de medida utilizada pelo IQVIA.

Mix de vendas do varejo



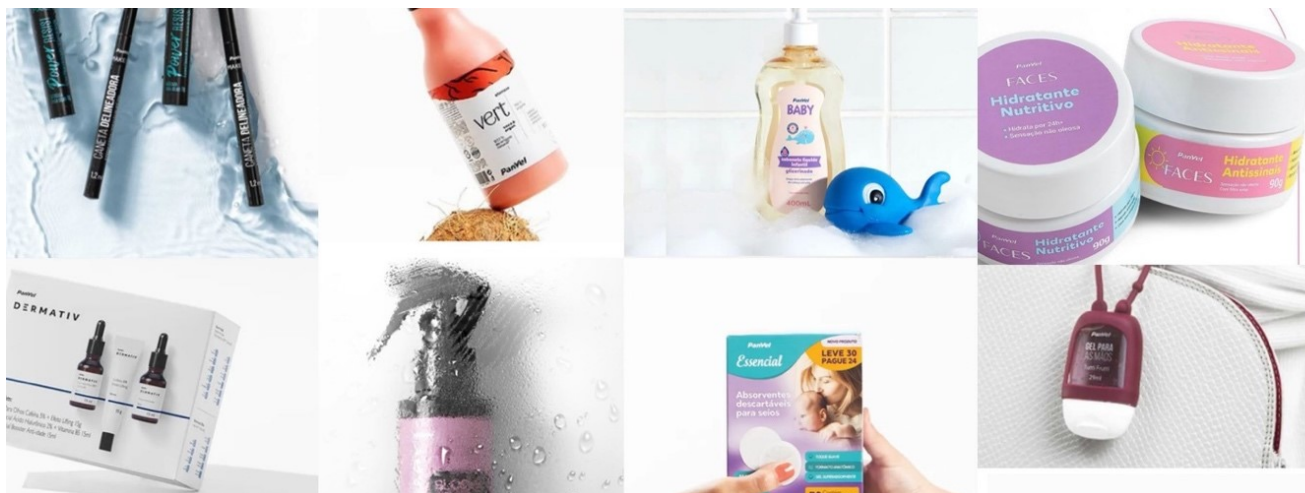
Os medicamentos em geral mantiveram excelente performance em nosso mix, representando 60,2% no 4T21 e 62,9% no acumulado de 2021, com crescimentos de 16,5% no 4T21 (vs 4T20) e de 20,9% em 2021 (vs 2020). O crescimento da participação de medicamentos, em especial no último trimestre, tem relação direta com importantes projetos que estão sendo conduzidos pela Companhia, como o acompanhamento da jornada de clientes que possuem doenças Crônicas, e o incremento de parcerias com operadoras de saúde e venda de Medicamentos Especiais.

A categoria de OTC apresentou forte crescimento no 4T21 (+23,5%). Dentro dela, o destaque foi dos grupos de Grippes e Resfriados (+74,4%) Diabetes (+33,2%), Gastrointestinais (+20,3%) e Nutrição Especializada (+22,8%). Além disso, os serviços seguem tendo um papel muito importante, especialmente vacinas e testes rápidos de Covid-19. Destacamos que no mês de dezembro/21, com o avanço da pandemia, foi observado um forte crescimento na procura por testes rápidos e medicamentos, tendência que permaneceu no mês de janeiro/22.

A categoria de Genéricos, por sua vez, apresentou um crescimento de 4,4% no último trimestre. O pequeno avanço percentual é impactado pela forte base de comparação do 4T20, quando registramos forte demanda por medicamentos indicados para o tratamento da Covid-19. Excluindo este efeito da base, o crescimento de Genéricos no 4T21 alcançaria 11,1% na comparação trimestral.

Já a categoria Higiene e Beleza (HB) apresentou um crescimento de 11,5% em relação ao 4T20. Destaque para a performance dos Produtos Panvel, além de categorias como Maquiagem (+19,3%), Mãos e Pés (+19,5%), Infantil (+18,2%), Produtos para o Corpo (+14,6%), Conveniência (+33,3) e Alimentos (+36,9%).

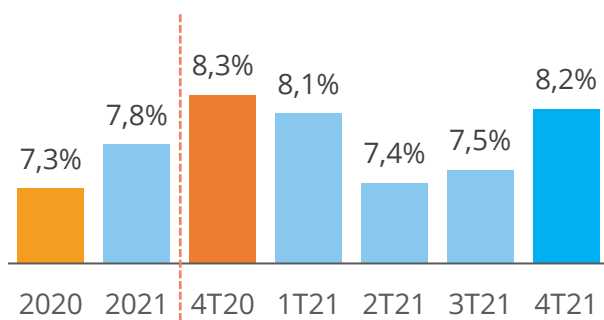
Produtos PanVel



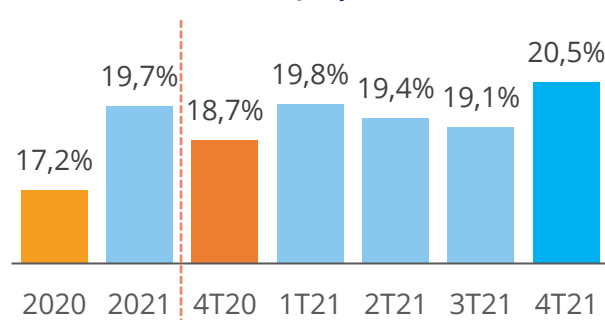
A venda dos Produtos Panvel cresceu 12,6% em relação ao 4T20, atingindo a participação de 8,2% do total das vendas do Varejo e 20,5% do total das vendas de produtos de Higiene e Beleza no 4T21. No ano, atingimos o patamar de participação mais alto da histórica da Panvel (7,8%), mais uma vez consolidando a Companhia como *benchmark* no mercado farma de *Private Label*.

Importante ressaltar que uma parcela relevante dos produtos de marca Panvel são fabricados pelo laboratório próprio do grupo, o Lifar, garantindo a qualidade e ótima relação custo/benefício. Além disso, esta estratégia possibilita margens ainda maiores em função da rentabilização de toda a cadeia de valor.

% Participação na Rede



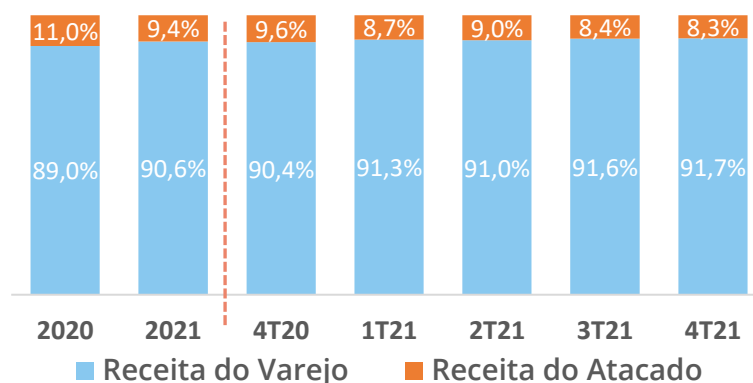
% Participação em HB



Atacado

No 4T21, o Atacado representou 8,3% das vendas totais da Companhia, seguindo a tendência de redução de participação nas vendas, em linha com a estratégia previamente definida. Após a reestruturação da capacidade logística da Companhia, com a transição do Centro de Distribuição de Passo Fundo/RS para São José dos Pinhais/PR, vimos no 4T21 os resultados do Atacado retornarem aos patamares esperados.

Participação do Atacado nos Negócios



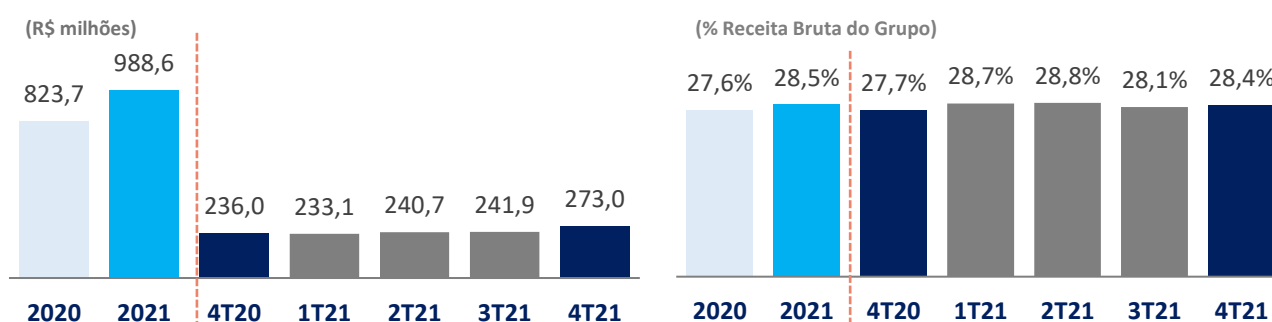
Margem bruta

A Companhia entregou uma Margem Bruta Consolidada (incluindo operações de varejo, atacado e outras unidades de negócio) de R\$ 273,0 milhões no 4T21, o que representa 28,4% da receita bruta do período, um crescimento de 0,7 p.p. na comparação com o 4T20. No acumulado do ano, a margem foi de R\$ 988,6 milhões, ou 28,5% crescimento de 0,9 p.p. em relação ao ano anterior.

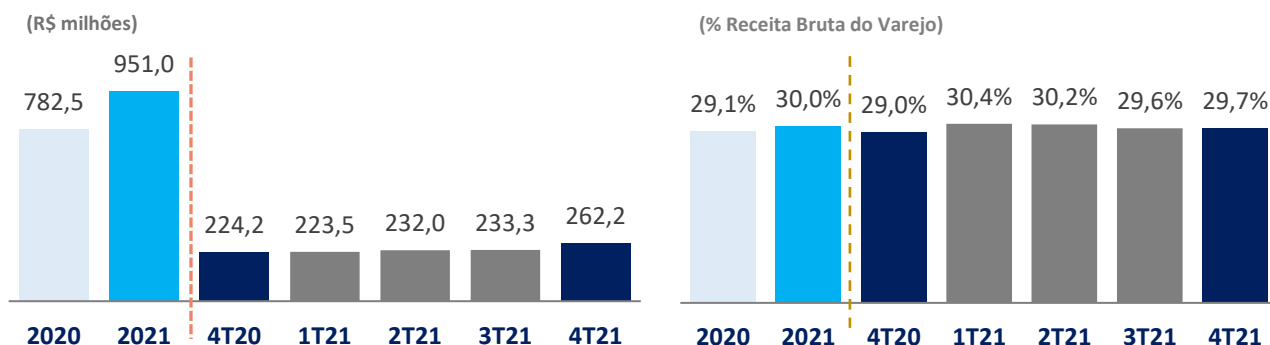
A Margem Bruta do Varejo foi de R\$ 262,2 milhões, o que equivale a 29,7% da Receita Bruta no 4T21, e a um crescimento de 0,7 p.p. em relação ao 4T20. Essa evolução reflete os movimentos estratégicos da Companhia construídos ao longo de 2021, como o projeto de Genéricos, o incremento na venda de Serviços e na participação de Produtos Panvel, entre outras iniciativas. No ano, a Margem Bruta do Varejo cresceu 0,9 p.p., atingindo 30,0% da Receita Bruta.

Já a Margem Bruta do Atacado retornou no 4T21 aos seus patamares históricos, após um terceiro trimestre de resultado mais fraco. No 4T21, a margem foi de 11,3%, crescimento de 0,8 p.p. vs. 4T20. Em 2021 a Margem Bruta atingiu 9,8%, uma pressão de 1,0 p.p. reflexo das reorganizações que envolveram a operação logística da Companhia ao longo do ano.

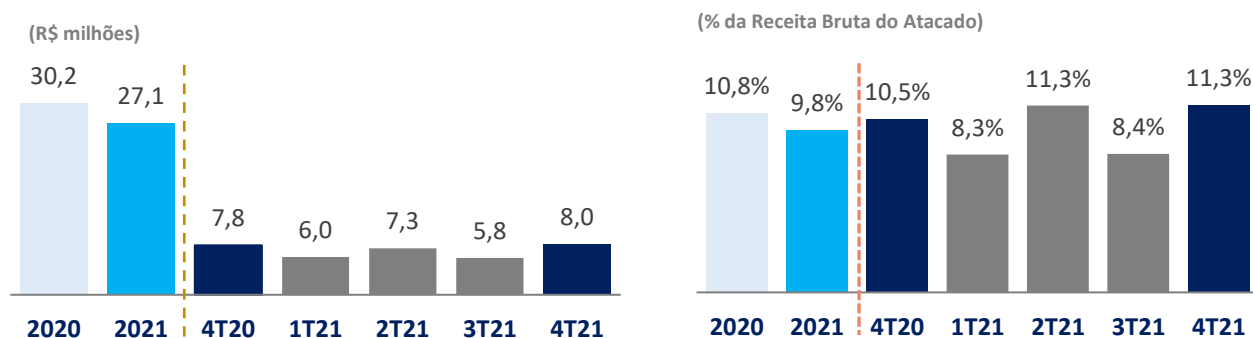
MARGEM BRUTA - GRUPO



MARGEM BRUTA - VAREJO

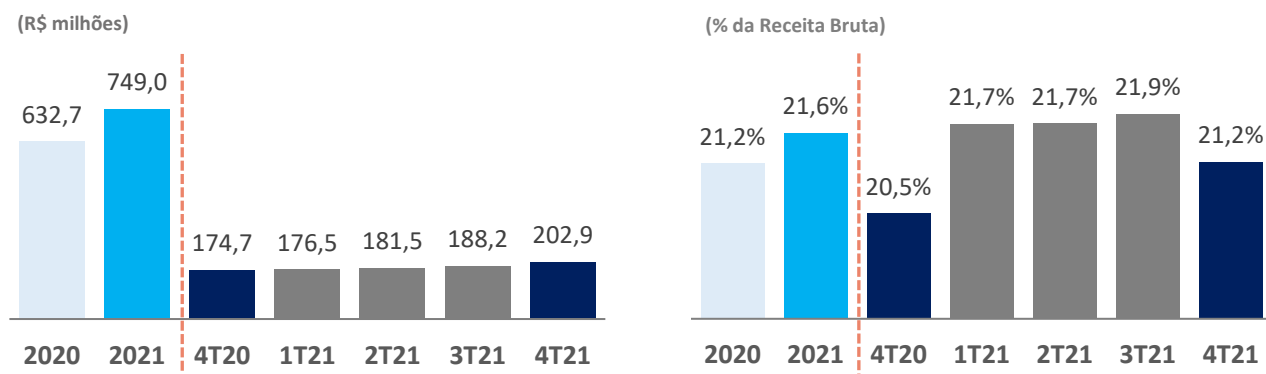


MARGEM BRUTA - ATACADO



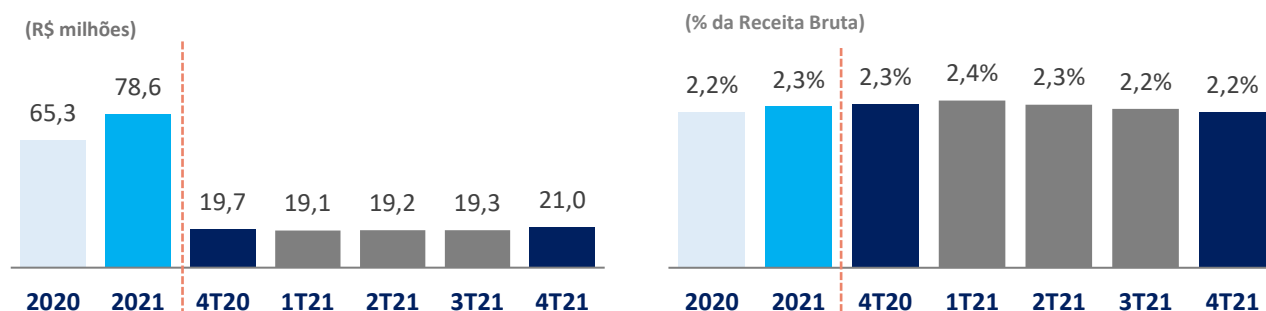
Despesas com vendas

O total de Despesas com Vendas no 4T21 somou R\$ 202,9 milhões, o que representou 21,2% da Receita Bruta, um acréscimo de 0,7 p.p. em relação ao 4T20, mas uma diluição importante em relação aos outros trimestres de 2021. As despesas com vendas neste patamar têm relação direta com a aceleração da expansão de lojas observada no último ano e com os efeitos inflacionários que impactaram em especial salários e aluguéis. Aqui vale ressaltar que em dezembro/21 tivemos uma quantidade relevante de colaboradores afastados, devido ao Covid-19, e isso também trouxe impactos nas despesas com vendas.



Despesas gerais e administrativas

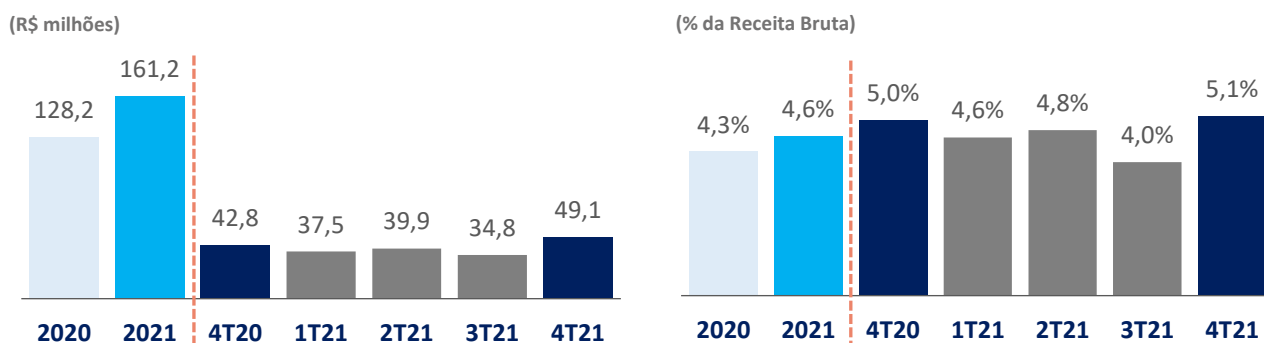
As Despesas Gerais e Administrativas totalizaram R\$ 21,0 milhões no 4T21, representando 2,2% da Receita Bruta e uma redução de 0,1 p.p. sobre o mesmo período no ano anterior. Esse resultado reforça o compromisso da Companhia no controle de despesas e com a busca constante por mais eficiência operacional, mesmo em um cenário de pressão inflacionária.



EBITDA

No 4T21, atingimos um EBITDA ajustado de R\$ 49,1 milhões, 14,6% superior ao mesmo período de 2020, e com uma margem equivalente a 5,1% da Receita Bruta, incremento de 0,1 p.p. no período. Em 2021 alcançamos um importante crescimento de 25,7% em nosso EBITDA ajustado, com uma expansão de margem de 0,3 p.p. Esse aumento de margem tangibiliza o sucesso da estratégia da Companhia em um ano de forte investimento em lojas, logística e tecnologia. E mesmo com a natural pressão de curto prazo trazida pelo plano de investimentos, tivemos êxito em obter importantes ganhos em nossa Margem Bruta e na produtividade de nossas operações.

EBITDA AJUSTADO



Reconciliação EBITDA	4T20	4T21	Var. %	2020	2021	Var. %
(R\$ milhões)						
Lucro Líquido	24,5	26,0	6,1%	64,0	88,3	38,0%
(+) Imposto de Renda	(6,2)	(3,8)	-	1,1	9,0	-
(+) Resultado Financeiro	3,2	(0,6)	-	12,4	(11,0)	-
EBIT	21,5	21,6	0,5%	77,5	86,3	11,3%
(+) Depreciação e amortização	9,0	12,1	-	34,6	45,3	-
EBITDA	30,4	33,7	10,8%	112,1	131,6	17,4%
Participações/Distribuições	10,2	13,3	-	10,2	13,3	-
Baixas de Ativos	1,2	0,6	-	1,2	2,4	-
Outros Ajustes	0,9	1,5	-	2,3	14,1	-
Gastos com Re-IPO (Follow On)	0,0	0,0	-	2,4	-	-
EBITDA Ajustado	42,8	49,1	14,6%	128,2	161,3	25,7%
Margem EBITDA Ajustada	5,0%	5,1%	0,1 pp	4,3%	4,6%	0,3 pp

EBITDA Varejo

EBITDA do varejo representa a geração de resultado das lojas e é calculado a partir da fórmula descrita ao lado.

O EBITDA do varejo no 4T21 foi de R\$ 86,8 milhões, equivalente a 9,8% da Receita Bruta. No acumulado do ano, o EBITDA do Varejo também atingiu 9,8%, com uma pressão de 0,2 p.p. na comparação anual. Essa redução está em linha com a nossa estratégia e é resultado direto da aceleração da expansão física observada em 2021, com um maior número de lojas em período de maturação.

Receita Bruta Varejo

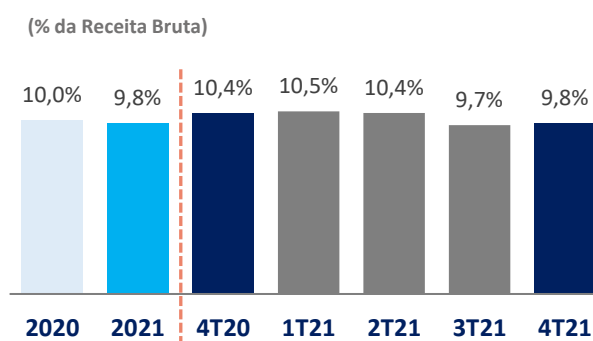
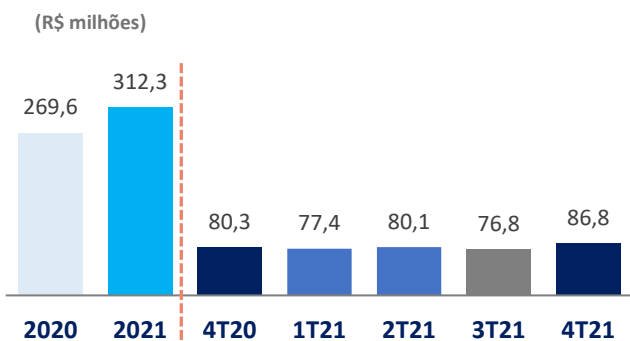
(-) CMV/Impostos/

Descontos/Devoluções

= Margem Bruta Varejo

(-) Despesas com vendas de lojas

(+) Depreciação de lojas

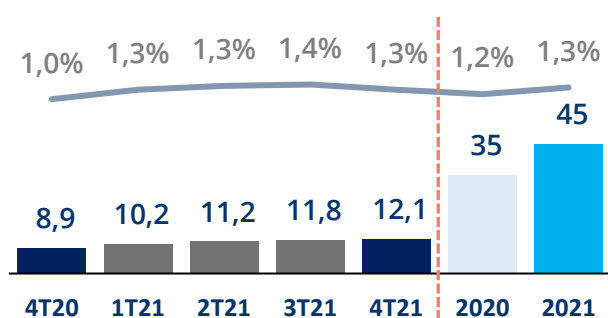


Depreciação, resultado financeiro líquido e IR/CSLL

Destaca-se no período o aumento na depreciação em 0,3 p.p. como percentual da Receita Bruta, justificado pelo aumento no ritmo de investimento na expansão de lojas, logística e tecnologia.

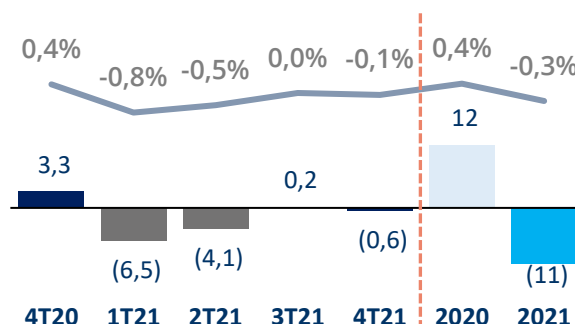
Depreciação

(R\$ milhões, % Receita Bruta)



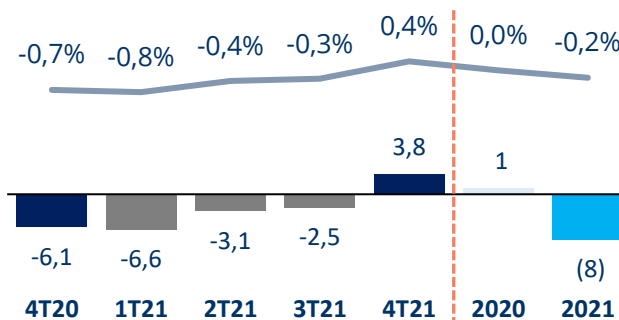
Resultado Financeiro Líquido

(R\$ milhões, % Receita Bruta)



IR/CSLL

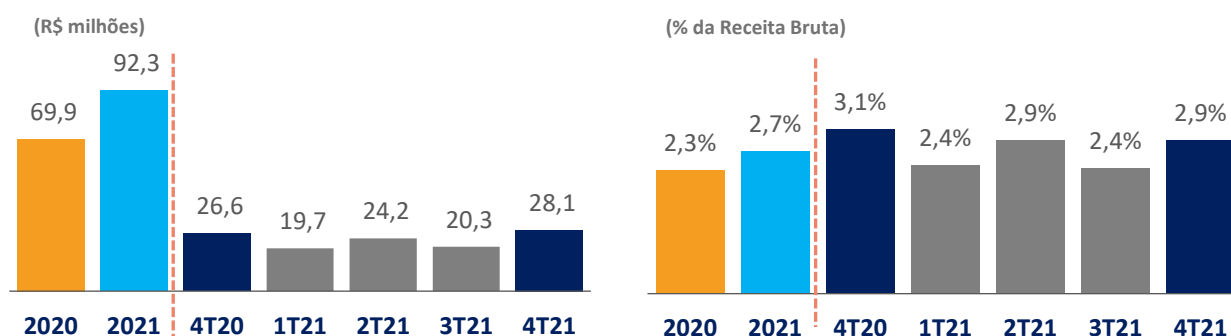
(R\$ milhões, % Receita Bruta)



Lucro líquido

O lucro líquido ajustado no 4T21 foi de R\$ 28,1 milhões, representando uma margem líquida de 2,9%, e um crescimento de 5,7% em relação ao 4T20. Em 2021, nosso lucro líquido ajustado atingiu R\$ 92,3 milhões, com um crescimento de 32,2% sobre o ano anterior e uma margem líquida de 2,7%. Esse forte crescimento, conforme comentado anteriormente, é resultado direto do sucesso de nossas entregas ao longo de 2021.

LUCRO LÍQUIDO

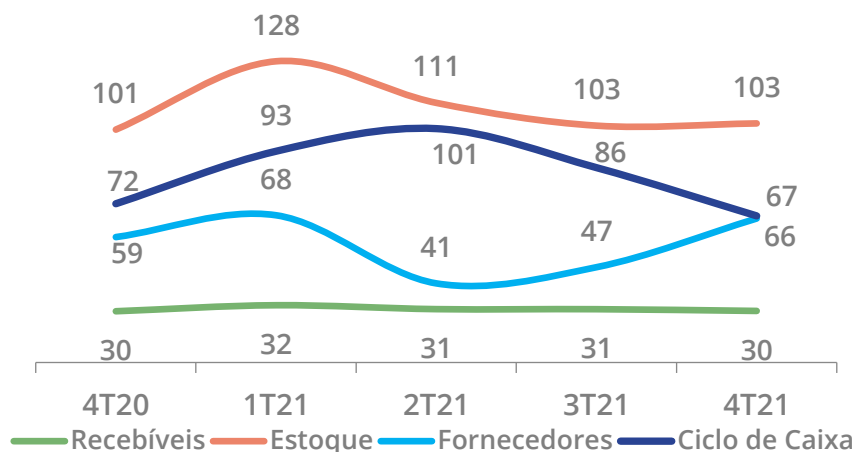


Na tabela abaixo realizamos a reconciliação do Lucro Líquido e das despesas não recorrentes no período.

Reconciliação Lucro Líquido	4T20	4T21	Var. %	2020	2021	Var. %
(R\$ milhões)						
Lucro Líquido	24,5	26,0	6,1%	64,0	88,3	38,0%
Baixas de Ativos	1,2	0,6	(50,5%)	1,2	2,4	-
Outros Ajustes	0,9	1,5	-	2,3	1,6	-
Gastos com Re-IPO (Follow On)	0,0	0,0	-	2,4	0,0	-
Lucro Líquido Ajustado	26,6	28,1	5,7%	69,9	92,3	32,2%
Margem Líquida Ajustada	3,1%	2,9%	-0,2 pp	2,3%	2,7%	0,4 pp

Ciclo de caixa

A Companhia reduziu seu ciclo de caixa em 5 dias na comparação com o 4T20. Os dias de estoque estão estabilizados, após um ano de fortes investimentos na compra de medicamentos (pré alta de preços) e da transição logística entre nossos Centros de Distribuição. O prazo de fornecedores melhorou de maneira consistente, aumentando 7 dias em relação ao 4T20.



Fluxo de caixa

A Companhia apresentou um fluxo de caixa livre positivo de R\$ 32,7 milhões no 4T21, frente um fluxo de caixa livre negativo no 4T20. Esse resultado só foi possível, principalmente, devido a melhora de ciclo de caixa conforme demonstrado anteriormente.

Fluxo de caixa	4T21	4T20	Var.	2021	2020	Var.
Lucro líquido do período	25.996	24.409	6,5%	88.783	63.898	38,9%
IRPJ/CSLL	(3.810)	(6.149)	-38,0%	8.426	1.144	636,5%
Resultado Financeiro	(553)	3.238	-117,1%	(11.057)	12.454	-188,8%
EBIT	21.633	21.498	0,6%	86.152	77.496	11,2%
Depreciações e Amortizações	12.102	8.931	35,5%	45.373	34.644	31,0%
EBITDA	33.735	30.429	10,9%	131.525	112.140	17,3%
Outros	467	(830)	-156,3%	(15.292)	(4.218)	262,5%
Recursos das Operações	34.202	29.599	15,6%	116.233	107.922	7,7%
Ciclo de Caixa	65.148	(19.853)	-428,2%	(112.891)	(85.937)	31,4%
Demais variações nos ativos e	(27.496)	9.662	-384,6%	(2.935)	(3.795)	-22,7%
Fluxo de caixa Operacional	71.854	19.408	270,2%	407	18.190	-97,8%
Investimentos	(39.169)	(37.359)	4,8%	(135.580)	(84.797)	59,9%
Fluxo de Caixa Livre	32.685	(17.951)	-282,1%	(135.173)	(66.607)	102,9%
Juros sobre o Capital Próprio	3.501	(5.479)	-163,9%	(20.442)	(18.241)	12,1%
Ações em tesouraria	(1.656)	(8.960)	-81,5%	(20.406)	(16.356)	24,8%
Fluxo de Caixa Total	34.530	(32.390)	-206,6%	(176.021)	(101.204)	73,9%

Endividamento

O nível de endividamento bruto da Dimed no fechamento do 4T21 foi de R\$ 136,4 milhões e, depois de descontadas as disponibilidades em Caixa (R\$ 209,7 milhões), o Caixa Líquido encerrou o período em R\$ 73,2 milhões. Consideramos que a estrutura de capital está sólida e oferece suporte para a continuidade do plano de expansão da Companhia.

Dívida Líquida	4T20	1T21	2T21	3T21	4T21
Dívida de Curto Prazo	54,9	55,8	55,2	57,3	56,0
Dívida de Longo Prazo	134,8	134,4	107,6	107,3	80,4
Dívida Bruta	189,7	190,3	162,8	164,6	136,4
(-) Caixa, Equivalentes e Aplicações	436,9	293,9	172,2	205,5	209,7
Dívida Líquida (Caixa Líquido)	(247,2)	(103,7)	(9,3)	(41,0)	(73,2)
Dívida Líquida (Caixa Líquido) / EBITDA	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a

Responsabilidade corporativa, social e ambiental (ESG)

No início do 2º semestre de 2021, lançamos de oficialmente, para todos os stakeholders, a plataforma [Todos Bem](#). São 4 pilares que guiam nossas ações de responsabilidade ambiental, social e corporativa: Nossa Gente, Nossa Casa, Nossos Clientes e Nossos Parceiros. Destaque para os resultados alcançados durante o ano de 2021:

Dentro do pilar NOSSA CASA

que envolve energia renovável, entregamos no ano mais duas usinas fotovoltaicas e o Carport em nossa sede em Eldorado do Sul, fechando o ano com 8.346 MWh/ano gerados, suficientes para abastecer a matriz da empresa e mais 195 lojas, através de 6 usinas de energia fotovoltaicas próprias. Com o compromisso de preservar o meio ambiente, reciclamos 710 toneladas de papel, madeira, metal e plástico. Com o programa Destino Certo, realizamos a destinação de 23 toneladas de medicamentos recolhidos em 211 lojas.

Relativo ao pilar NOSSA GENTE

destacamos a importância do nosso Canal de Ética, que atendeu e solucionou 91% de todos os relatos realizados na organização. Temos também avanços importantes no campo da diversidade: hoje, 72% do nosso quadro de colaboradores é formado por mulheres. Ao todo, elas ocupam 432 cargos de gestão, o que equivale a 68% de todas as posições de gerente e acima. Ao mesmo tempo, 19% das posições de gestão são ocupadas por pessoas que se declaram negras e/ou pardas.

Quanto ao desenvolvimento de lideranças, fundamental para atender à demanda de expansão acelerada das lojas, formamos 141 gerentes em 2021 através de nosso Programa de Desenvolvimento de Lideranças. Destes, 108 já foram promovidos. Prezamos pelo desenvolvimento de nossos colaboradores e proporcionamos muitas oportunidades de carreira.

Em relação aos NOSSOS CLIENTES

alcançamos um NPS de 80 pontos em dezembro, demonstrando a satisfação e admiração em relação a nossa marca.

Metas 2021-2026

Definimos 30 metas objetivas de ESG a serem alcançadas até 2026. Todas as metas definidas para 2021 foram 100% entregues e aproveitamos aqui para destacar as que temos a cumprir em 2022:

- Nossa CASA – abastecer com energias renováveis 70% das nossas lojas de rua abertas no ano anterior e 100% do centro de distribuição de Eldorado do Sul; além disso, utilizar iluminação LED em 100% das instalações das lojas até o final de 2022.
- Nossos CLIENTES – Considerar como verba em publicidade campanhas que estimulem a saúde e a sustentabilidade; em 100% das campanhas da marca Panvel, considerar a diversidade de pessoas em sua pluralidade, refletindo a diversidade da sociedade.
- Nossa GENTE – Reestruturar o programa Troco Amigo; investir 1% do lucro líquido em projetos voltados à saúde da comunidade a partir de 2022; criar Grupos de Afinidade (raciais/étnicos, LGBTQIA+, PCD, equidade de gênero, geracional) para definir políticas e iniciativas que tornem o grupo ainda mais diverso e inclusivo.

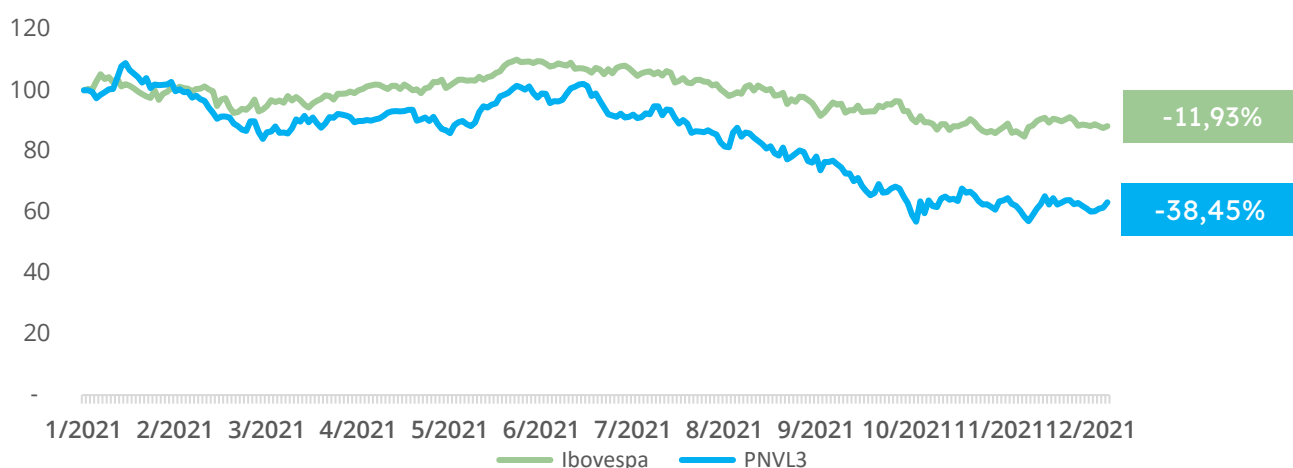
Em 2022 iremos, ainda, realizar nosso primeiro relatório de atividades socioambientais, dando ainda mais visibilidade e transparência ao nosso desempenho social, ambiental, econômico-financeiro e de governança.

Mercado de capitais

O ano de 2021 permitiu que a Companhia avançasse em diversos compromissos firmados desde o seu *follow on*, em julho de 2020. Os recursos obtidos pela Companhia permitiram a aceleração de projetos, com o investimento na expansão da sua rede de farmácias e o aprimoramento dos seus sistemas digitais e de logística.

Em 2021, a Companhia avançou em seu compromisso assumido junto aos acionistas de elevar seu padrão de Governança Corporativa ao nível mais alto na B3. O processo de migração ao Novo Mercado foi concluído e as ações começaram a ser negociadas nesse nível em setembro/20. Tivemos também a eleição da Sra. Clarice Martins Costa como a primeira Conselheira mulher da Companhia, reforçando nosso compromisso com a diversidade.

Atualmente a Companhia integra os seguintes índices da B3: IBRA (Índice Brasil Amplo), ICON (Índice de Consumo), IGCT (Índice de Governança Corporativa Trade), IGCX (Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada), IGMN (Índice de Governança Corporativa – Novo Mercado), ITAG (Índice de Ações com Tag Along Diferenciado) e SMLL (Índice Small Cap).



Remuneração dos acionistas

Com base no resultado obtido em 2021, a Companhia deliberou o pagamento de juros sobre capital próprio de R\$ 26,0 milhões, conforme tabela abaixo:

Provento	Evento	Deliberação	Data base	Pagamento	Montante	Valor por
ICP - Parcela Única	RCA	06/08/2021	20/08/2021	31/08/2021	6.000	0,039899591
ICP - 1ª Parcela	RCA	17/08/2021	27/12/2021	31/03/2022	6.666	0,044884818
ICP - 2ª Parcela	RCA	17/08/2021	27/12/2021	29/04/2022	6.667	0,044884818
ICP - 3ª Parcela	RCA	17/08/2021	27/12/2021	31/05/2022	6.667	0,044884818
Total					26.000	0,174554045

IFRS 16: impactos

A norma trazida pelo IFRS 16/CPC 06 (R2) estabelece novos procedimentos quanto à forma de contabilização de alguns contratos de aluguel. Para aqueles que se enquadram na nova regra são realizados registros contábeis de reconhecimento dos valores no Ativo (direitos de uso) e no Passivo (compromissos futuros) da Companhia, resultando em alteração nos registros contábeis entre as despesas de aluguel, de depreciação e de juros.

Para manter a comparabilidade histórica, os valores aqui são apresentados pela metodologia antiga (IAS 17). Os dados e as demonstrações financeiras sob as regras do IFRS 16 estão disponíveis no site da Companhia e da CVM.

4T21			
Demonstração do Resultado	IAS 17	Reclassificação	IFRS 16
(R\$ milhões)			
Receita Bruta	893.830	-	893.830
Lucro Bruto	272.977	-	272.977
% RB	30,5%	0,0%	30,5%
Despesas com Vendas	(202.859)	34.485	(168.374)
Despesas Administrativas	(21.004)	-	(21.004)
Total das Despesas	(223.863)	34.485	(189.378)
% RB	25,0%	-3,9%	21,2%
EBITDA Ajustado	49.115	30.254	79.369
% RB	5,5%	3,4%	8,9%
Depreciação e amortização	(12.102)	(30.192)	(42.294)
Part. Adm/PLR	(13.943)	-	(13.943)
Outros ajustes	(1.439)	-	(1.439)
Resultado Financeiro	554	(8.534)	(7.980)
IRPJ/CSLL	3.810	1.442	5.252
Lucro Líquido	25.996	(2.799)	23.197
% RB	2,9%	-0,3%	2,6%

4T21			
Balanco Patrimonial	IAS 17	Reclassificação	IFRS 16
(R\$ milhões)			
Ativo	1.850.520	532.540	2.383.060
Ativo não Circulante	455.436	532.540	987.976
Ativo Diferido	25.537	11.309	36.846
Imobilizado	354.875	521.231	876.106
Passivo e Patrimônio Líquido	1.850.520	532.539	2.383.059
Passivo Circulante	695.212	133.151	828.363
Arrendamentos Mercantil	1.454	133.151	134.605
Passivo não Circulante	100.551	421.340	521.891
Arrendamentos Mercantil	3.164	421.340	424.504
Patrimônio Líquido	1.054.757	(21.952)	1.032.805
Lucros Acumulados	75.434	(21.952)	53.482

Balanço

Norma Antiga (IAS 17)			
ATIVO	4T20	4T21	Var. %
(em milhares)			
Ativo Circulante	1.376.502	1.395.084	1,3%
Caixa e equivalentes de caixa	130.107	54.435	-58,2%
Aplicações Financeiras	305.701	155.216	-49,2%
Clientes	285.753	324.615	13,6%
Estoque	574.821	739.036	28,6%
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	4.396	11.693	166,0%
Tributos a recuperar	9.912	35.248	255,6%
Outras contas a receber	65.812	74.841	13,7%
Ativo Não Circulante	367.552	453.436	23,4%
Tributos diferidos	25.132	25.537	1,6%
Impostos a recuperar	5.858	7.895	34,8%
Depósitos judiciais	6.424	3.875	-39,7%
Créditos com partes relacionadas	3.030	3.030	0,0%
Outros ativos	891	275	-69,1%
Investimentos	284	5	-98,2%
Imobilizado	280.065	352.875	26,0%
Intangível	45.868	59.944	30,7%
Ativo Total	1.744.054	1.848.520	6,0%

Norma Antiga (IAS 17)			
PASSIVO	4T20	4T21	Var. %
(em milhares)			
Passivo Circulante	571.175	695.212	21,7%
Fornecedores	371.763	464.714	25,0%
Empréstimos e financiamentos	53.400	54.532	2,1%
Arrendamento - IFRS 16	1.453	1.453	0,0%
Salários e encargos sociais	39.481	51.167	29,6%
Participações a pagar	7.121	12.211	71,5%
Impostos, taxas e contribuições	29.900	30.801	3,0%
Dividendos e juros s/capital próprio	2.305	19.090	728,2%
Outras contas a pagar	63.490	59.520	-6,3%
Outras Provisões	2.262	1.724	-23,8%
Passivo Não Circulante	149.242	98.551	-34,0%
Empréstimos e financiamentos	132.143	79.286	-40,0%
Arrendamento - IFRS 16	2.680	1.164	-56,6%
Passivos com partes relacionadas	-	-	100,0%
Provisões fiscais, previdenciárias, trabalhistas e cíveis	14.419	18.101	25,5%
Patrimônio Líquido	1.023.637	1.054.757	3,0%
Capital social	912.000	918.000	0,7%
Gastos com emissão de ações	(14.448)	(14.448)	0,0%
Reserva de lucros	56.937	75.771	33,1%
Lucros Acumulados	69.148	75.434	9,1%
Passivo Total e Patrimônio Líquido	1.744.054	1.848.520	6,0%

Demonstração de resultados

Norma Antiga (IAS 17)						
DRE	4T20	4T21	Var. %	2020	2021	Var. %
(em milhares)						
Receita bruta	853.152	959.919	12,5%	2.987.128	3.466.681	16,1%
Impostos e devoluções	(49.617)	(77.673)	56,5%	(168.018)	(252.858)	50,5%
Fidelidade	-	-	-	-	-	-
Receita líquida	803.535	893.830	11,2%	2.819.110	3.225.408	14,4%
Custo das mercadorias vendidas	(567.548)	(620.853)	9,4%	(1.995.415)	(2.236.809)	12,1%
Lucro bruto	235.987	272.977	15,7%	823.695	988.599	20,0%
Despesas	(214.489)	(251.346)	17,2%	(746.199)	(902.448)	20,9%
Com vendas	(190.490)	(232.613)	22,1%	(676.031)	(841.819)	24,5%
Gerais e administrativas	(23.551)	(26.598)	12,9%	(74.100)	(95.179)	28,4%
Outras receitas operacionais	(448)	7.865	-	3.932	34.550	778,7%
Resultado financeiro	(3.252)	554	-117,0%	(12.454)	11.058	-188,8%
Despesas financeiras	(8.094)	(5.393)	-33,4%	(30.636)	(14.560)	-52,5%
Receitas financeiras	4.842	5.947	22,8%	18.182	25.618	40,9%
Lucro antes do IR e contribuição social e	18.246	22.186	21,6%	65.042	97.209	49,5%
Imposto de renda e contribuição social	6.163	3.810	-38,2%	(1.144)	(8.426)	636,5%
Lucro líquido do exercício	24.409	25.996	6,5%	63.898	88.783	38,9%

Aviso legal

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da DIMED são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Administração sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, da legislação, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio.

Relacionamento com Auditores Independentes

Em atendimento à Instrução CVM nº 381/2003 e ao Ofício Circular SNC/SEP nº 01/2007, a Companhia informa que, durante o ano de 2021, a Ernst & Young Auditores Independentes S.S., realizou serviços de auditoria independente relacionados às demonstrações financeiras do exercício findo em 31 de dezembro de 2021, além dos serviços das revisões trimestrais dos períodos findos em 31 de março, 30 de junho e 30 de setembro de 2021, prestação de serviços relacionados às traduções simples das informações financeiras para a língua inglesa (English free translation), cujos honorários totalizaram R\$454.032. Os valores recebidos por outros serviços prestados pela Ernst & Young para a Companhia, em 2021, não ligados à atividade de auditoria ou revisão, referem-se à prestação de serviços técnicos especializados para o diagnóstico e recomendações do processo de suprimentos, com honorários totais de R\$280.000.

A política da Companhia junto aos seus auditores independentes, no que diz respeito à prestação de serviços não relacionados à auditoria independente, está fundamentada nos princípios que preservam a independência do auditor. Esses princípios se baseiam no fato de que o auditor não deve auditar seu próprio trabalho, nem exercer funções gerenciais ou ainda advogar para o seu cliente.

A Ernst & Young Auditores Independentes S.S., não tem conhecimento de qualquer relacionamento entre as partes que poderiam ser considerados como conflitantes em relação a sua independência.