RELATÓRIO TRIMESTRAL

Divulgação de Resultados 1T22

DESTAQUES 1T22

Receita Bruta consolidada de **R$ 342 milhões**, um crescimento de **30%** 1T22 vs. 1T21.

Crescimento de **30%** do EBITDA para **R$37,0 milhões** - O melhor primeiro trimestre da história da empresa.

Retorno aos acionistas:
ROIC de **20,7%** e ROE de **34,1%**

+215 mil pontos de venda de cobertura, com crescimento de **33%**

GESTÃO DO PASSIVO

Primeira emissão pública de certificados de recebíveis do agronegócio (**CRA**) **Sustainability-linked (SLB)**

ESG

2 KPIs públicos de ESG até 2026, vinculados ao CRA SLB

Publicação do primeiro **Relatório de ESG** da DORI

Relações com Investidores
ri@dori.com.br | ri.dori.com.br | (14) 3408-3012

Ronald Domingues
CFO e DRI

Katarzyna Doho
Gerente de RI

DESTAQUES CONSOLIDADOS DO 1T22 (% vs. 1T21)

Receita líquida por canal e categorias de *snacks*

Crescimento da Receita Líquida por Categorias de *Snacks* (Var. 1T22 x 1T21)

+36,4%
Sweet Snacks

+31,3%
Snacks de amendoim

+17,2%
Snacks de chocolate

Crescimento da Receita Líquida por Canal (Var. 1T22 x 1T21)

+29,2%
Parcerias B2B

+10,9%
Exportação

+31,7%
Varejo

+33,1%
Atacado Tradicional

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O período dos três primeiros meses de 2022 foi de excelentes resultados para a Dori, seguindo as tendências observadas no final do ano, como flexibilização do isolamento social relacionado à COVID-19 e avanço da vacinação.

Iniciamos o ano com crescimento de dois dígitos no volume de produtos vendidos em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo 24,2 mil toneladas, e crescimento de 30% da receita bruta, totalizando R$ 342 milhões no trimestre. As três categorias de produtos: *snacks* saudáveis de amendoim, *sweet snacks* e *snacks* de chocolate registraram crescimento de dois dígitos. Também, em linha com a estratégia de longo prazo, expandimos com sucesso nossas vendas no canal varejo e Parcerias B2B. Esses e outros fatores, como melhor cenário de custos e realinhamento de preços, contribuíram para a rentabilidade da empresa no primeiro trimestre.

Nossa posição de liderança no início do ano foi reforçada com ações da equipe de trade marketing, com a exposição de produtos estratégicos em lojas dos nossos clientes de acordo com a época do ano. E assim, desde fevereiro, passamos a comercializar produtos de Páscoa, que consiste em toda a categoria de *snacks* de chocolate. Além disso, como parte de nosso calendário festivo, lançamos um novo produto sazonal em forma de ovinhos, Disqueti Ovinhos de Chocolate. Foram mais de 29 mil exposições em pontos de venda em todo o Brasil durante um período de mais de 2 meses.

Nossa distribuição tem uma capilaridade para atender a todo o território nacional. Atualmente contamos com 8 centros de distribuição estrategicamente localizados em diferentes regiões do Brasil e atingimos mais de 215 mil pontos de venda em março de 2022, um crescimento de 33% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior*. Para fortalecer ainda mais o alcance dos nossos *snacks,* continuamos a receber novos distribuidores como parceiros de vendas da Dori.

O resultado de todo o nosso trabalho nestes três primeiros meses do ano pode ser constatado pelo melhor EBITDA do primeiro trimestre de R$37,0 milhões, 30% superior ao mesmo período de 2021. Nesse mesmo intervalo, alcançamos o retorno sobre o capital investido (ROIC) de 20,7% e retorno sobre Patrimônio Líquido (ROE) de 34,1%.

Para alongar e reduzir o custo da dívida da companhia, no final de março de 2022, emitimos R$200 milhões em certificados de recebíveis do agronegócio (CRA) Sustainability-linked (SLB) com vencimento em 5 anos. Essa foi a primeira oferta pública da Dori. Os coordenadores foram Safra (líder) e UBSBB, a securitizadora é a Opea e a demanda pelos papéis superou em mais de 50% o volume ofertado. Atrelado aos esses títulos, a Dori se comprometeu com dois KPIs de ESG até 2026: i) reduzir de 56% a quantidade de resíduos enviado para aterro, e ii) reduzir em 9% o consumo de água.

Agradecemos aos nossos acionistas, colaboradores e fornecedores por estar com a Dori, que tem uma estratégia única para liderar o mercado brasileiro de snacks.

*OBS. Com base na pesquisa Nielsen.

PRINCIPAIS INDICADORES

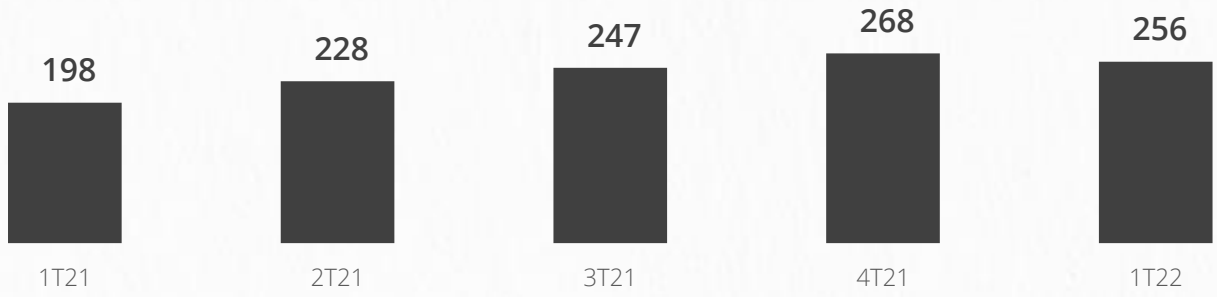
(R$ milhões)	1T22	4T21	*Var. %*	1T21	*Var. %*
Destaques					
Volume (em toneladas)	24.248	26.926	-9,9%	20.906	16,0%
Receita Bruta	341,7	353,9	-3,4%	263,7	29,6%
Receita Líquida	255,8	267,6	-4,4%	198	29,2%
CPV	(160,5)	(174,8)	-8,2%	(124,9)	28,5%
Lucro Bruto	95,3	92,8	2,6%	73,1	30,4%
Margem Bruta %	*37,2%*	*34,7%*	7,2%	*36,9%*	0,8%
SG&A	(63,6)	(63,1)	1,1%	(49,1)	29,5%
% Receita	*24,9%*	*23,5%*	1,35 p.p	*24,9%*	0,04 p.p.
Pessoal	(22,4)	(19,6)	14,3%	(17,5)	28,0%
Despesas comerciais	(16,6)	(18,2)	-8,8%	(12,7)	30,7%
Fretes e armazenagem	(17,7)	(17,3)	2,3%	(13,4)	32,1%
Prestação de serviços	(4,3)	(3,8)	13,2%	(3)	43,3%
Depreciações	(0,9)	(0,8)	12,5%	(0,7)	28,6%
Outras	(1,7)	(3,4)	-50,0%	(1,8)	-5,6%
EBITDA	37,0	34,9	6,1%	28,5	29,9%
Margem EBITDA %	14,5%	13,0%	1,44 p.p.	14,4%	0,09 p.p.
EBITDA/kg	153,0%	130,0%	18,0%	136,0%	13,0%
Lucro Líquido	12,6	19	-34,0%	16,5	-24,0%
Margem Líquida %	4,9%	7,1%	-2,15 p.p.	8,4%	-3,44 p.p.
Indicadores					
Endividamento Líquido	268	204	31,40%	227	18,10%
Endividamento Líquido/EBITDA UDM	1,9x	1,5x		2,1X	
Patrimônio Líquido médio	198	213	-7,00%	176	12,50%
ROE	34,1%	33,5%	*0,6 p.p*	34,4%	-0,3 p.p
ROIC	20,7%	19,0%	*1,7 p.p*	16,6%	4,1 p.p

RECEITA LÍQUIDA

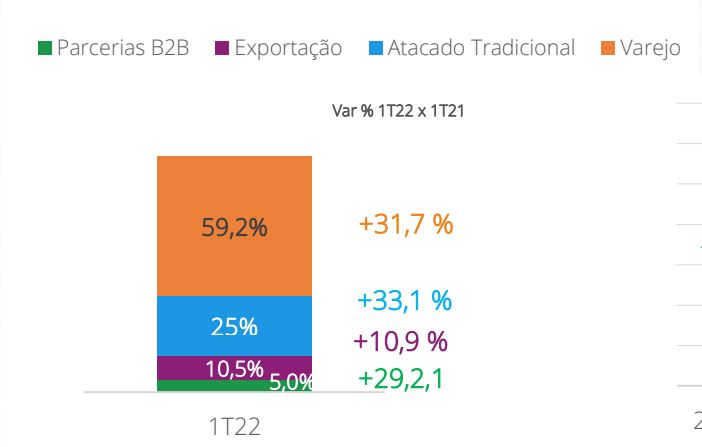
A Dori Alimentos, que conta com as marcas Dori Amendoim, Pettiz, Gomets, Deliket, Dori Granulado, Bolete, Disqueti, Lua Cheia e Yogurte 100, registrou receita líquida de R$ 256 milhões no 1T22, o valor 29% superior ao registrado no 1T21. O desempenho é resultado de incremento de 16% de volume de vendas que totalizou 24,2 mil de toneladas no trimestre, impulsionado pela categoria de *sweet snacks* (+36,4%), e snacks de amendoim (+ 31,3%), além de reposicionamento aproximado de 13% dos preços de nossos produtos e gestão estratégica de mix de categorias e canais, visando garantir rentabilidade do negócio. Em relação ao 4T22, a receita mostrou uma redução de 4% principalmente devido uma redução no canal de exportação (-20%) que tem forte representatividade no 4T21 por conta da sazonalidade de *sweet snacks* (para fins de Páscoa no exterior) e redução de receita da categoria de *snacks* de amendoim no varejo e atacado (*favor leia abaixo*).

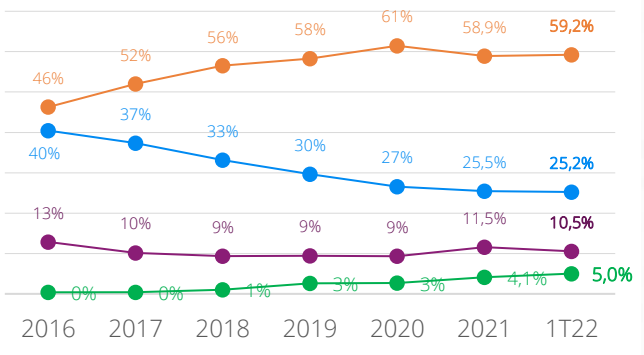
Receita Líquida (R$ milhões)

+29%
1T22 vs. 1T21



% DA RECEITA LÍQUIDA POR CANAL DE DISTRIBUIÇÃO





Em linha com a estratégia da Companhia, nos últimos anos a Dori tem focado em ampliar a distribuição de seus produtos no **Varejo**, que passou de 46% para 59% da receita líquida entre 2016 e 2021. No primeiro trimestre de 2022, continuamos expandir esse canal que teve crescimento de 31,7% comparado ao 1T21. Este resultado deve se principalmente à excelente execução da estratégia por nossa equipe de distribuição e comercial, ao aumento de pontos de venda e trabalho de trade marketing. Em relação à categoria do produto, 43% da receita neste canal veio da categoria de *sweet snacks* no primeiro trimestre de 2022.

O canal de **atacado tradicional** cresceu +33% comparado ao 1T21. Este resultado é principalmente reflexo de adoção de novos formatos e tamanhos de embalagens, bem como do trabalho de nossa equipe de trade marketing e comercial.

Canal de **Parceiros B2B** cresceu 29% no 1T22 em relação ao mesmo período de 2021, um aumento impulsionado pela categoria de *snacks* de amendoim (+357% 1T22x1T21) que atingiu 40% da receita.

Canal de **exportação** cresceu +11% em relação ao 1T21. A única categoria que apresentou crescimento neste canal no primeiro trimestre foi a de *sweet snacks* (+ 15,8% 1T22x1T21) representando 89% da receita liquida de mercado externo. Os principais países exportadores da Dori são: América do Norte 37%, Africa 23,2%, América do Sul 19,3% e América Central 7,2%. Na comparação 1T22 x 4T22, o canal exportação apresentou uma queda de 18,8% na receita líquida devido à:

i) maior queda de volume para América do Norte causada pelo fato que os produtos de Páscoa são embarcados no último trimestre do ano. Ao contrário do que ocorre no Brasil, o produto mais vendido nesta região neste período é o Deliket (jelly beans) e não o chocolate.

ii) Sazonalidade na América do Sul - vendas mais baixas no primeiro trimestre do ano devido às férias escolares.

RECEITA LÍQUIDA POR CATEGORIA DE PRODUTO

(R$ milhões)	1T22	4T21	Var. %	1T21	Var. %
Sweet Snacks	124,4	129,3	-3,8%	91,2	36,4%
Snacks de amendoim	80,2	85,0	-5,6%	61,1	31,3%
Snacks de chocolate	50,3	51,5	-2,3%	42,9	17,2%
Outros[1]	0,8	1,7	-52,9%	2,8	-71,4%
Receita líquida consolidada	255,8	267,6	-4,4%	198,0	29,2%
Preço médio (por kg)	10,5	10,6	-0,9%	9,5	10,5%

Sweet Snacks

A receita líquida dessa categoria de produtos cresceu 36,4% em relação ao 1T21, totalizando R$ 124,4 milhões. Este resultado é principalmente reflexo de expansão no canal de varejo onde a receita de *sweet snacks* cresceu 46% comparado ao 1T21, representando 25% da receita liquida no trimestre no canal. Adicionalmente, a Companhia continuou realizando fortes ações de trade marketing para alcançar novos clientes, além de um reposicionamento estratégico de preços, buscando atenuar ao máximo a pressão de custos.

Snacks de amendoim

A receita líquida de snacks saudáveis de amendoim totalizou R$ 80,2 milhões no 1T22, um aumento de 31,3% em relação ao mesmo período de 2021. Esse crescimento deve-se à reposição de preços e fortes ações da equipe comercial e de trade marketing. Essa categoria representou 31% da receita consolidada da Companhia no 1T22 e o crescimento dela foi impulsionado pela demanda no canal varejo, atacado e Parcerias B2B. Os *snacks* de amendoim vendidos para canal de varejo representaram 23% da receita líquida consolidada no 1T22, e esta categoria no varejo cresceu 23% em relação ao 1T21. Esta categoria foi também o principal motor de crescimento do canal de Parceiros B2B. Os *snacks* de amendoim vendidos para este canal representam atualmente apenas 2% da receita líquida consolidada, mas apresentaram um crescimento bastante expressivo de 357% em relação ao 1T21. Isso se deve à assinatura de um contrato de fornecimento de *snacks* de amendoim para uma multinacional no final de 2021.

Snacks de chocolate

A receita líquida da categoria de chocolates totalizou R$ 50,3 milhões no 1T22, um crescimento de 17,2% em relação ao 1T21. Esse aumento deve-se principalmente às ações de marketing voltadas ao feriado da Páscoa que tiveram início em fevereiro. A maior característica deste feriado é que o consumidor consome e gosta de presentear os produtos de chocolate para sua família e amigos na data. Neste feriado, como de costume, lançamos um novo produto sazonal em forma de ovinhos, Disqueti Ouvinhos de Chocolate. Foram mais de 29 mil exposições em pontos de venda em todo o Brasil durante um período de mais de 2 meses.

P&D e INOVAÇÃO

Com o objetivo de promover o crescimento por meio de novos produtos e o incremento na satisfação do consumidor contamos com um processo contínuo de pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e de renovação de nossas linhas, bem como com parcerias com players internacionais relevantes. Assim, conquistamos cada vez mais espaço nas gôndolas de nossos clientes e na cesta de compras do consumidor final, priorizando produtos com bom potencial de receita, de qualidade e de relação custo-benefício atrativa.

No primeiro trimestre de 2022, nosso time de P&D trabalhou em aprimorar receitas de *snacks* já existentes (menos sódio, zero açúcar, alto proteico, etc.), testando novas tecnologias de envase, novas formulações e novos formatos, desenvolvendo novos produtos para o mercado B2B, canal de exportação, além do mercado interno (com previsão de lançamento de novos SKUs no 2S22) e coordenou o lançamento de mais de 60 SKUs em diferentes gramaturas, em linha com a estratégia de precificação da empresa.

Ainda no 1T22, nossas equipes de P&D e comercial marcaram presença nos mais importantes eventos internacionais com propósito de conhecer novas tendências de produtos e prospectar novos mercados, são eles: *Natural Product Expo* na California (EUA) – uma conferência com foco em produtos naturais, inovação e tendências globais, e *Gulfood Show Dubai*, o maior evento anual de fornecimento de alimentos e bebidas do mundo. Acreditamos que a participação da Dori nesses tipos de eventos é fundamental para fomentar a estratégia de inovação da Companhia.

CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS

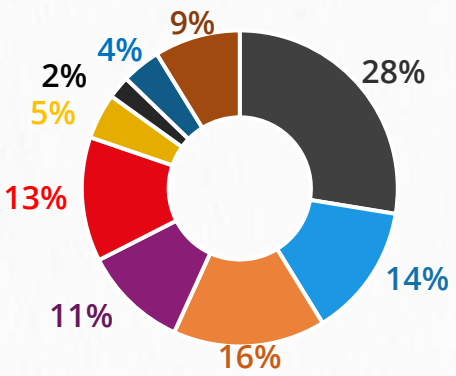
O custo dos produtos vendidos no 1T22 encerrou em R$160,5 milhões, alta de 28,5% em relação ao mesmo período de 2021. Isso se deve ao crescimento de 16% no volume de vendas combinado com forte crescimento nos custos de matérias-primas, principalmente açúcar (+41,4% R$/kg 1T22 vs. 1T21), e xaropes de glicose (+38,6% R$/kg 1T22 vs. 1T21). O conflito entre Rússia e Ucrânia agravou a exportação de amendoim do Brasil, causando uma queda no preço para o mercado interno, e consequentemente, impactando positivamente a estrutura de custos da Dori no primeiro trimestre. O custo de amendoim, que representou 16% do CPV total no 1T22, caiu 16,7% R$/kg 1T22 vs. 1T21, e 7,2% R$/kg 1T22 vs. 4T21.

Em relação aos custos com pessoal, o aumento dessas despesas deve-se ao aumento de 3% no número de funcionários, passando de 2.750 no 1T21 para 2.825 no 1T22, além da inflação incidente sobre os salários entre os períodos.

(R$ milhões)	1T22	4T21	*Var. %*	*AV%*	1T21	*Var. %*	*AV%*
Custo dos produtos vendidos	(160,5)	(174,8)	-8,2%	100%	(124,9)	28,5%	100%
Matéria prima e embalagens	(113,6)	(131,6)	-13,7%	71%	(89,7)	26,6%	72%
Pessoal	(30,2)	(29,5)	2,4%	19%	(23,4)	29,1%	19%
Gastos gerais de fabricação	(12,1)	(9,3)	-30,1%	8%	(7,7)	57,1%	6%
Depreciações	(4,6)	(4,4)	4,5%	3%	(4,1)	12,2%	3%
Lucro bruto	95,3	92,8	2,7%	-	73,1	30,4%	-
Margem bruta	37,2%	34,7%	2,5 p.p.	-	36,9%	0,3 p.p.	-

% DO TOTAL CPV, BASE 1T22

- Transformação
- Embalagens
- Açúcares
- Outros
- Amendoins
- Cacau e Derivados
- Farinhas de trigo
- Gorduras Zero Trans
- Xaropes de Glicose



Custos Var. R$/kg	Var. 1T22 x 1T21	Var. 1T22 x 4T21
CPV TOTAL	12,60%	-7,57%
Custo de Transformação	16,85%	9,22%
Amendoins	(16,75%)	(7,21%)
Açúcares	41,40%	12,61%
Embalagens	19,93%	-2,70%
Outros	20,76%	2,23%
Xaropes de Glicose	38,62%	11,24%
Cacau e Derivados	6,46%	0,94%
Gorduras Zero Trans	34,67%	10,27%
Farinhas de trigo	17,04%	9,23%

EBITDA

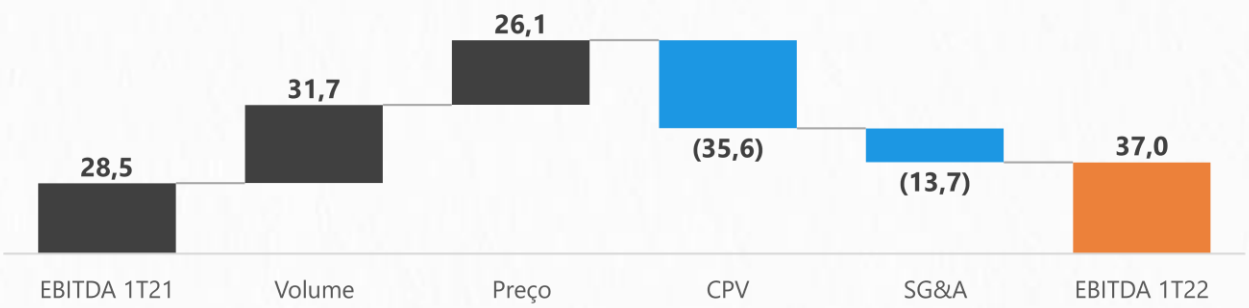
O incremento de volume de vendas, aliado à captura de aumentos de preços e gestão estratégica de mix de categorias e canais, continuou compensando parcialmente a inflação de insumos, o que garantiu que a DORI atingisse o EBITDA de R$ 37,0 milhões no 1T22, um crescimento expressivo de 30% em relação ao 1T21. A margem EBITDA atingiu 14,5%, nível estável em relação ao 1T21, e 1,5 p.p. superior ao trimestre anterior.

(R$ milhões)	1T22	4T21	Var. %	1T21	Var. %
Lucro Líquido	12,6	19	-33,9%	16,5	-23,9%
(+) IRPJ/CSLL corrente e diferido	0,2	4,7	-95,3%	8,6	-97,4%
(+) Resultado financeiro líquido	18,8	6,1	207,6%	(1,5)	-1351,1%
(+) Depreciação e amortização	5,5	5,1	7,7%	4,8	14,4%
EBITDA	37,0	34,9	6,1%	28,5	29,9%
Margem EBITDA %	14,5%	13,0%	1,5 p.p	14,4%	-0,1 p.p
Receita Líquida	255,8	267,6	-4,4%	198	29,2%
Lucro Bruto	95,3	92,8	2,7%	73,1	30,4%

EBITDA (R$ milhões)

+30%
1T22 vs. 1T21

EBITDA BRIDGE 1T21 - 1T22 (R$ milhões)



CRA SUSTAINABILITY-LINKED (SLB)

No final de março de 2022 a empresa captou R$200 milhões em sua primeira oferta pública de certificados de recebíveis do agronegócio (CRA) Sustainability-linked (SLB) com vencimento em 5 anos. O bookbuilding ocorreu no dia 31/03/2022 e a liquidação no dia 8/04/2022. Os coordenadores foram Safra (líder) e UBSBB, a securitizadora é a Opea.

As metas de sustentabilidade receberam parecer externo e independente da Resultante. Veja o relatório completo (SPO) no site da Dori https://ri.dori.com.br/endividamentos-linkados-a-sustentabilidade/ .

Leia mais sobre as metas públicas na parte de ESG (*página 15*).

EMITENTE	DATA DE EMISSÃO	DATA DE VENCIMENTO	PRINCIPAL	RENDIMENTO	STEP-UP
DORI Alimentos S.A.	08/04/2022	14/04/2026	R$ 200 MM	6,20% ao ano, pago semestralmente; SWAP para CDI+1,10%	As metas propostas no SLB são cumulativas. Caso a 1ª medição seja atingida, mas a segunda não (uma ou duas metas), a taxa sobe em 0,25%.

ALAVANCAGEM

A Dívida Líquida da Companhia totalizou R$ 268 milhões em março de 2022, um valor R$ 41 milhões superior ao apresentado em março de 2021. O índice de alavancagem totalizou 1,9x (Dívida Líquida / EBITDA LTM).

Considerando emissão de CRA no montante de R$200 milhões cujo bookbuilding ocorreu em 31/03/2022 e liquidação em 08/04/2022, a dívida líquida da Companhia totalizou R$ 273,4 milhões, considerado a posição em caixa de R$ 248,1 milhões e o índice de alavancagem de 1,95x Dívida Líquida / EBITDA LTM). Com essa emissão a Companhia conseguiu alongar o prazo e reduzir o custo da dívida de CDI+2,22% (ou 119% do CDI) e prazo médio de vencimento em 1,35 anos (ou 16,16 meses) em março de 2022 para CDI+1,58% (ou 114% do CDI) e prazo médio de vencimento em 2,78 anos (ou 33,36 meses) no início de abril de 2022.

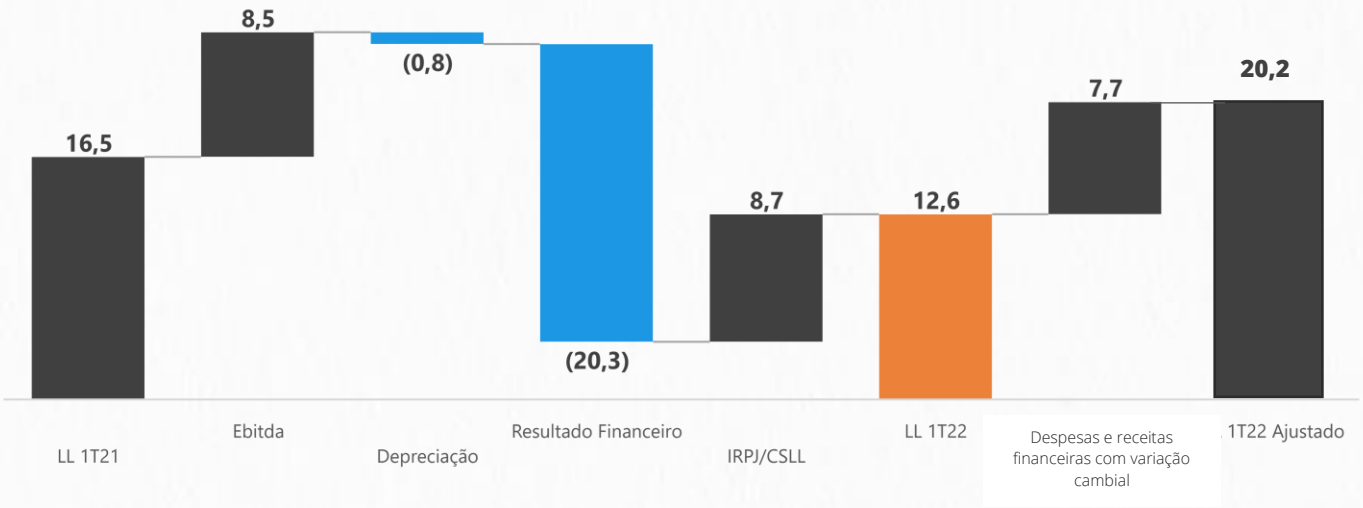
(R$ milhões)	31/03/2022*	30/12/2021	Var. %	31/03/2021	Var. %
Endividamento Curto Prazo	210,7	98,1	114,7%	49,3	327,3%
Endividamento Longo Prazo	310,8	207,5	49,8%	227,5	36,6%
Endividamento total	**521,5**	305,6	70,6%	**276,8**	88,4%
Disponibilidades	248,1	101,7	144,0%	49,4	
Endividamento Líquido	**273,4**	203,9	34,1%	**227,4**	20,2%
Endividamento Líquido/EBIDA recorrente LTM	**1,95x**	1,5x	30,0%	**2,1X**	-7,1%
Endividamento Líquido /PL (em %)	**137%**	85%		**116%**	
Prazo médio da Dívida Líquida (anos)	**4,4**	3,7		**3,1**	

* Considera emissão de CRA no montante de R$200 milhões cujo bookbuilding ocorreu em 31/03/2022 e liquidação em 08/04/2022.

CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO

***** Dados de 31/03/2022 pro-forma considerando emissão de CRA no montante de R$200 milhões cujo bookbuilding ocorreu em 31/03/2022 e liquidação em 08/04/2022.

LUCRO LÍQUIDO BRIDGE 1T21 - 1T22:



A empresa reportou o Lucro Líquido de R$ 12,6 milhões no 1T22, uma redução de 24,1% em relação ao 1T21. Essa contração reflete principalmente o resultado da variação cambial líquida incidente sobre instrumentos financeiros derivativos (contratos de swap e NDF) e sobre saldos bancários em moeda estrangeira que, em 1T22 impactaram o resultado de forma negativa em R$11,6MM, enquanto em 1T21 esse impacto foi positivo em R$4,2MM.

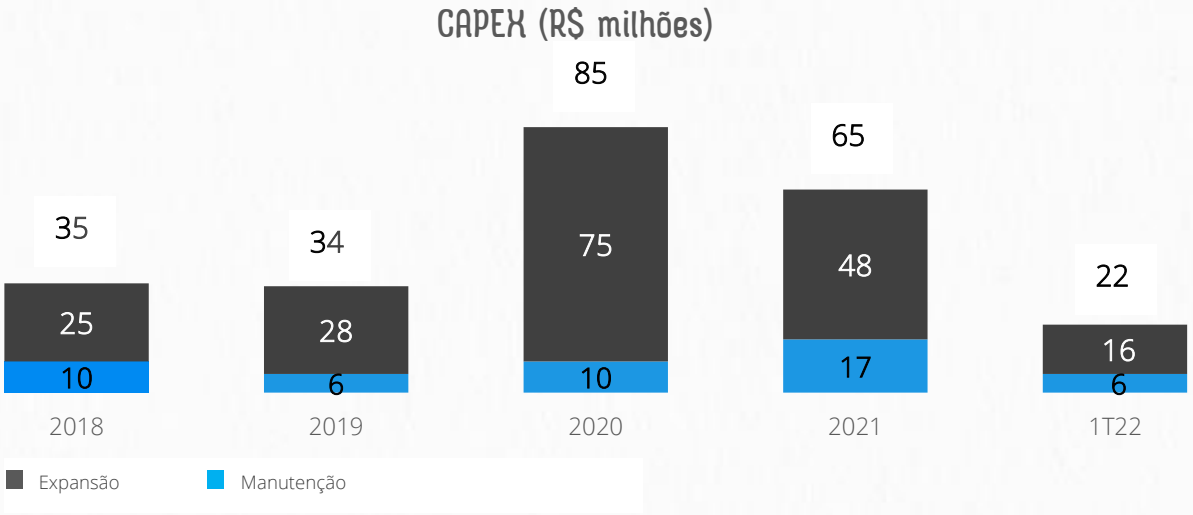
Desconsiderando despesas e receitas financeiras com variação cambial nos dois períodos, observamos um crescimento no Lucro Líquido de 47,4% de R$13,7 milhões no 1T21 para R$20,2 milhões neste trimestre.

RENTABILIDADE

Os principais indicadores, ROIC e ROE apresentam desempenho muito atrativo. O spread do ROIC LTM versus o custo da dívida foi de 6,8 p.p. em 1T22, enquanto o ROE recorrente do período totalizou 34,1%.

(R$ milhões)	1T22	4T21	Var. %	1T21	Var. %
Lucro operacional antes do resultado financeiro – LTM	119.883	112.045	*7,0%*	90.992	*31,8%*
Imposto de renda e contribuição social à alíquota efetiva média	(27.488)	(31.940)	*-13,9%*	(27.271)	*0,8%*
(=) NOPAT	92.395	80.105	*15,3%*	63.721	*45,0%*
Empréstimos e financiamentos (circulante)	122.803	71.341	*72,1%*	56.693	*116,6%*
Empréstimos e financiamentos (não circulante)	107.703	100.827	*6,8%*	77.086	*39,7%*
Instrumentos financeiros derivativos - Swap	8.743	-	*0,0%*	-	*0,0%*
Debêntures (circulante)	367	1.095	*-66,5%*	367	*0,0%*
Debêntures (não circulante)	59.368	120.808	*-50,9%*	124.931	*-52,5%*
Patrimônio líquido	197.772	213.008	*-7,2%*	175.957	*12,4%*
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	(51.364)	(84.906)	*-39,5%*	(52.362)	*-1,9%*
Capital investido	445.392	422.173	*5,5%*	382.672	*16,4%*
ROIC	20,7%	19,0%	*1,7 p.p*	16,6%	*4,1 p.p*

INVESTIMENTOS



Os investimentos no 1T22 totalizaram R$ 22 milhões, dos quais R$ 16 milhões foram destinados à expansão, e R$ 6 milhões à manutenção. A maioria dos investimentos de expansão realizados no 1º trimestre de 2022 foram oriundos de projetos iniciados em 2021, como:

i) Nova linha produtiva de *snacks* entrou em operação no final de 2021 com objetivo de possibilitar inovar na criação de produtos com novos ingredientes como gelatina, pectina e suas combinações, assim como zero açúcar. Com esta nova linha, pretendemos atender novos mercados com novas categorias de produtos e entrar em novos canais.

ii) Ativação da nova unidade fabril, na cidade em Marília, unidade por meio da qual a Companhia espera expandir sua atuação no mercado de *snacks* de proteína vegetal saudável (*plant based*), amendoim. No primeiro trimestre de 2022 iniciamos a atividade de recebimento, secagem e beneficiamento da matéria prima (amendoim). Este último, o beneficiamento, é estratégico para a Companhia, pois permite a Dori comprar amendoim em casca, absorvendo os impactos da variação de custos nos meses de entressafra e escassez de amendoim no mercado. A Companhia espera obter ganhos em redução de custos e ampliação de receita líquida no médio prazo.

iii) Nova Linha de Chocolates Drageados está sendo instalada na unidade matriz em Marília e deverá entrar em operação no início do segundo semestre de 2022. Essa nova linha permite o aumento da produção da linha de Disqueti, além de novos *snacks* de pastilhas de chocolate - um adicional de mais de 2 mil toneladas/ano.

AGENDA ESG

Nossa atuação é, historicamente, orientada pelos princípios ESG, que é transversal ao nosso processo produtivo e à tomada de decisão. Assim, adotamos robustas práticas ambientais, sociais e de governança corporativa.

Desde 2021 somos **signatários do Pacto Global**, iniciativa da Organização das Nações Unidas, buscando um maior alinhamento com o plano global de sustentabilidade, facilitando o *benchmarking* com referências mundiais.

No início de 2022, **aderimos ao Programa Brasileiro GHG Protocol** que proporcionando aos participantes acesso a instrumentos e padrões de qualidade internacional para contabilização das emissões de tCO2eq e publicação dos inventários. Nossa adesão ao GHG Protocol reforça ainda mais nossa estratégia de sustentabilidade e enfrentamento às mudanças climáticas.

No final de março, divulgamos nosso **primeiro Relatório de ESG da DORI**. Por ele, mostramos como conduzimos nosso negócio, tendo como base nossas ações e iniciativas relacionadas aos aspectos ambiental, social e de governança (ESG, na sigla em inglês). Também relatamos nossas iniciativas de combate às mudanças climáticas, o que fazemos para manter a qualidade de produtos, bem como nosso comprometimento com colaboradores e comunidade. Este relato segue a divulgação de acordo com o Sustainability Accounting Standards Board (SASB), uma estrutura liderada pela comunidade de investimentos para facilitar a geração de relatórios, permitindo aos investidores tomar decisões com base em métricas e tópicos de sustentabilidade materiais que podem impactar o desempenho de longo prazo e promover modelos de negócios mais sustentáveis. Além de relatar as metas indicadas pela matriz de materialidade do SASB, também descrevemos outros temas materiais para a Companhia, como: inventário GHG, tratamento de efluentes, reciclagem de resíduos sólidos. Veja o Relatório completo no site de RI da Dori: *siga o link*

METAS PÚBLICAS

Em abril de 2022 concluímos a primeira oferta pública de Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRA) Sustainability-linked (SLB). Com isso, a companhia se comprometeu com duas metas públicas. O compromisso recebeu avaliação externa (SPO - Second Party Opinion) pela Resultante.

KPIs/Sustainability Performance Targets (SPTs)

Aspecto	Tópico	Meta*	Status 2021	ODS
MEIO AMBIENTE	GESTÃO DE RESÍDUOS	**Redução de 56% dos resíduos destinados para aterro até 2026****	On track	
MEIO AMBIENTE	GESTÃO DA ÁGUA	**Redução da pegada hídrica (m³/ton PBI) de 9% até 2026**	On track	

*2021 ano base
**Resíduos destinados para aterro em relação ao total resíduos sólidos

Em relação à meta de resíduos a Companhia planeja investir mais de R$ 3 milhões no coprocessamento de resíduos provenientes de construção civil, bem como na reciclagem e implementação de logística reversa em embalagens de resíduos, jalecos descartáveis, latas de tinta, entre outros. Atualmente, Dori já implementa ações previstas pela PNRS e gerenciadas em seu Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), visando a não gerar/ minimizar a produção de resíduos.

Em relação à meta de gestão de água, a Companhia fez investimentos em estações de tratamento de efluentes em duas unidades em Marília, com entrada em operação prevista ainda para o primeiro semestre de 2022. O principal benefício para a Companhia é o reaproveitamento de 100% dos efluentes (água de vaso sanitário, água de processo, entre outros) reduzindo assim o consumo de água no processo de produção.

Relatório de Impacto: A companhia deve elaborar um relatório de impacto ("Relatório de Impacto") anual em até 120 dias corridos contados do encerramento de cada exercício social, a partir de 31 dezembro de 2022 (inclusive) até a Data de Vencimento para garantir o andamento aos KPIs.

Verificação: No prazo de 2 (dois) anos a contar da data da sua emissão, a Companhia por meio de auditor externo atualizará o Parecer, mediante a emissão de um novo parecer. Serão realizadas duas medições para verificação do cumprimento dos indicadores chave de desempenho da Companhia. A primeira medição deverá ocorrer, em janeiro de 2024, levando em conta o resultado atingido até o mês de dezembro de 2023 ("Primeira Medição"). A segunda medição deverá ocorrer em janeiro de 2026, levando em conta o resultado atingido até o mês de dezembro de 2025 ("Segunda Medição").

BALANÇO PATRIMÔNIAL (R$ MILHÕES)

(R$ milhões)	31/03/2022	31/12/2021	Var.%	31/03/2021	Var.%
Ativo circulante	**370.053**	**415.292**	**-11%**	**331.976**	**11%**
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	53.300	101.725	-48%	49.427	8%
Contas a receber de clientes	137.343	145.286	-5%	148.163	-7%
Estoques	163.896	153.157	7%	124.438	32%
Impostos e contribuições a recuperar	5.501	5.357	3%	6.049	-9%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-		153	-100%
Partes relacionadas	-	-		-	
Outros ativos	10.013	9.767	3%	3.746	167%
Ativo não circulante	**343.841**	**317.884**	**8%**	**279.315**	**23%**
Impostos e contribuições a recuperar	4.161	4.183	-1%	3.763	11%
Outros ativos	1.252	1.063	18%	135	827%
Depósitos judiciais	19.505	19.515	0%	19.445	0%
Partes relacionadas	-	-		-	
Imposto de renda e contribuição social diferidos	8.922	-		2.028	340%
Imobilizado	300.930	284.032	6%	244.536	23%
Intangível	9.071	9.091	0%	9.408	-4%
Total do ativo	**713.894**	**733.176**	**-3%**	**611.291**	**17%**

(R$ milhões)	31/03/2022	31/12/2021	Var.%	31/03/2021	Var.%
Passivo circulante	397.335	273.765	45%	175.877	126%
Fornecedores	118.418	108.750	9%	81.873	45%
Empréstimos e financiamentos	197.045	96.655	104%	48.561	306%
Salários e encargos sociais	27.416	30.430	-10%	21.301	29%
Impostos e contribuições a recolher	18.322	11.878	54%	11.076	65%
Impostos e contribuições previdenciárias parcelados	4.792	4.726	1%	4.642	3%
Instrumentos financeiros derivativos	20.718	-		-	
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	-	9.945	-100%	-	
Debêntures com parte relacionada	-	1.452	-100%	734	-100%
Outras contas a pagar	10.624	9.929	7%	7.690	38%
Passivo não circulante	116.740	219.589	-47%	239.690	-51%
Empréstimos e financiamentos	106.597	83.510	28%	108.808	-2%
Debêntures/dívida com parte relacionada	-	123.979	-100%	118.736	-100%
Provisão para riscos fiscais, cíveis e trabalhistas	3.444	3.408	1%	3.648	-6%
Impostos e contribuições previdenciárias parcelados	4.012	5.139	-22%	8.498	-53%
Outras contas a pagar	2.687	3.553	-24%	-	
Total do passivo	514.075	493.354	4%	415.567	24%
Patrimônio líquido	199.819	239.822	-17%	195.724	2%
Capital social	111.000	90.000	23%	29.571	275%
Reservas	50.015	129.815	-61%	124.888	-60%
Ajuste de avaliação patrimonial	19.796	20.006	-1%	24.735	-20%
Lucro/prejuízo acumulado	19.008	-		16.530	15%
Total do patrimônio líquido	199.819	239.822	-17%	195.724	2%
Total do passivo e patrimônio líquido	713.894	733.176	-3%	611.291	17%

DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

(R$ milhões)	1T22	4T21	Var.%	1T21	Var. %
Receita operacional líquida	255,8	267,6	-4%	198	29%
Custo dos produtos vendidos	-160,5	-174,8	-8%	-124,9	29%
Lucro bruto	95,2	92,8	3%	73,1	30%
Despesas operacionais				-	
Vendas	-47,8	-47,8	0%	-36,9	30%
Gerais e administrativas	-15,9	-15,2	5%	-12,3	29%

Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	0	-0,1	-100%	-0,2	-100%
Lucro operacional antes do resultado financeiro	31,5	29,6	6%	23,7	33%
Resultado financeiro				-	
Receitas financeiras	21	2	950%	11,8	78%
Despesas financeiras	-39,8	-8	398%	-10,3	286%
Total	-18,8	-6,1	208%	1,5	-1353%
Lucro antes do imposto de renda	12,8	23,6	-46%	25,2	-49%
e da contribuição social					
Imposto de renda e contribuição social					
Corrente	-9,8	-4,1	139%	-7,1	38%
Diferido	9,6	0,5	1820%	1,5	540%
Total	-0,2	-4,7	-96%	-8,6	-98%
Lucro líquido do período	**12,6**	**18,9**	-33%	**16,5**	-24%

FLUXO DE CAIXA

(R$ milhões)	1T22	4T21	Var.%	1T21	Var.%
Lucro Líquido do Exercício	12.552	18.887	-34%	16.530	-24%
Itens não Caixa	1.350	22.301	-94%	20.901	-94%
Capital de Giro	7.957	34.262	-77%	9.570	-17%
Outros Ativos Operacionais	832	-5.414	-115%	-413	-302%
Outros Passivos Operacionais	14.193	-1.873	-858%	-13.266	-207%
IR E CSLL Pagos	-3.955	-7.577	-48%	-4.471	-12%
Juros Passivos Pagos	-13.490	-4.604	193%	-2.295	488%
Caixa gerado pelas atividades operacionais	19.439	55.982	-65%	26.556	-27%
Capex	-21.738	-20.709	5%	-14.332	52%
Pagamentos de principal de empréstimos e debêntures	-140.236	-18.020	678%	-7.451	1782%
Captação de empréstimos e emissão de debêntures	157.987	63.550	149%	0	-
Pagamento de impostos parcelados	-304	-928	-67%	-944	-68%
Pagamento de dividendos e JCP	-17.500	0	-	-21.451	-18%
Recompra ações	-45.000	0	-	0	-
Aumento de capital	0	0	-	0	-
Caixa gerado (Utilizado) nas atividades de financiamento	-45.053	44.602	-201%	-29.846	51%
Aumento (redução) do saldo de caixa e equivalentes de caixa	-47.352	79.875	-159%	-17.622	169%
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	94.678	14.803	540%	59.119	60%
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	47.326	94.678	-50%	41.497	14%
Aumento (redução) do saldo de caixa e equivalentes de caixa	-47.352	79.875	-159%	-17.622	169%