

TEM DIFERENÇA. TEM SABOR.



# Resultados 3T21 & 9M21

As afirmações contidas neste documento relacionadas às perspectivas da administração sobre os negócios da M. Dias Branco são meramente tendências e, como tais, são baseadas exclusivamente nas perspectivas da administração sobre a continuidade de ações do passado e presente, e em fatos já ocorridos. Essas tendências não se constituem em projeções e nem estimativas, e podem ser alteradas substancialmente por mudanças nas condições de mercado e nos desempenhos da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais.

# Resultados em linha com a nossa estratégia de crescimento com lucratividade

- ✓ **R\$ 2,2 bilhões** de receita líquida, **recorde trimestral**;
- ✓ **Recorde trimestral da contribuição dos lançamentos de biscoitos**. Receita Bruta de R\$ 79,7 milhões no 3T21;
- ✓ Seguimos prospectando **novas parcerias**, inclusive no e-commerce;
- ✓ Com disciplina e programas de produtividade e eficiência, **reduzimos estruturalmente o patamar das despesas com vendas e administrativas**, que representaram, respectivamente, 16,6% e 3,0% no 3T21;
- ✓ **Margem EBITDA** voltou aos dois dígitos, **13,1%** no 3T21;
- ✓ A evolução do EBITDA em 2021 e a gestão do capital de giro, contribuíram para a geração de **R\$ 426 milhões de caixa operacional no 3T21**, 3x maior que o 3T20;
- ✓ **Posição de caixa líquido (0,1x EBITDA) no 3T21** e reafirmação do Rating AAA Perspectiva Estável;
- ✓ Em sustentabilidade, **reafirmação do Rating A no ESG MSCI**.

M. Dias Branco é reconhecida regional e nacionalmente por sua atuação e força das marcas



**Melhor Empresa**  
Categoria  
"Alimentos  
do Brasil"

**2º ANO  
CONSECUTIVO**



Categoria  
Cream Cracker  
(Salvador/BA)



Categoria  
Macarrão  
(Brasil)



**1º LUGAR**



**Maior Empresa**  
"Setor de Alimentos  
e Bebidas"  
Região Nordeste



**1º LUGAR**



**Ranking das 100  
Empresas**  
Líderes em  
Inovação

**2º ANO  
CONSECUTIVO**



**Entre os Mais  
Transparentes**  
do Brasil na  
Qualidade das DFs

**5º ANO  
CONSECUTIVO**

Aquisição da Latinex pelo valor de R\$ 180 milhões, podendo alcançar até R\$ 272 milhões, reforça a presença da M. Dias Branco em *healthy foods* (saudabilidade) e snacks, além de marcar a entrada nos segmentos de temperos, molhos e condimentos (Closing realizado em 03/11/21)



Opções Nutritivas de  
*healthy foods*



Linha de Snacks  
"Batata Chips" e "Tex/Mex"



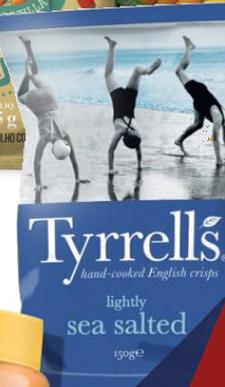
Sais e  
Temperos



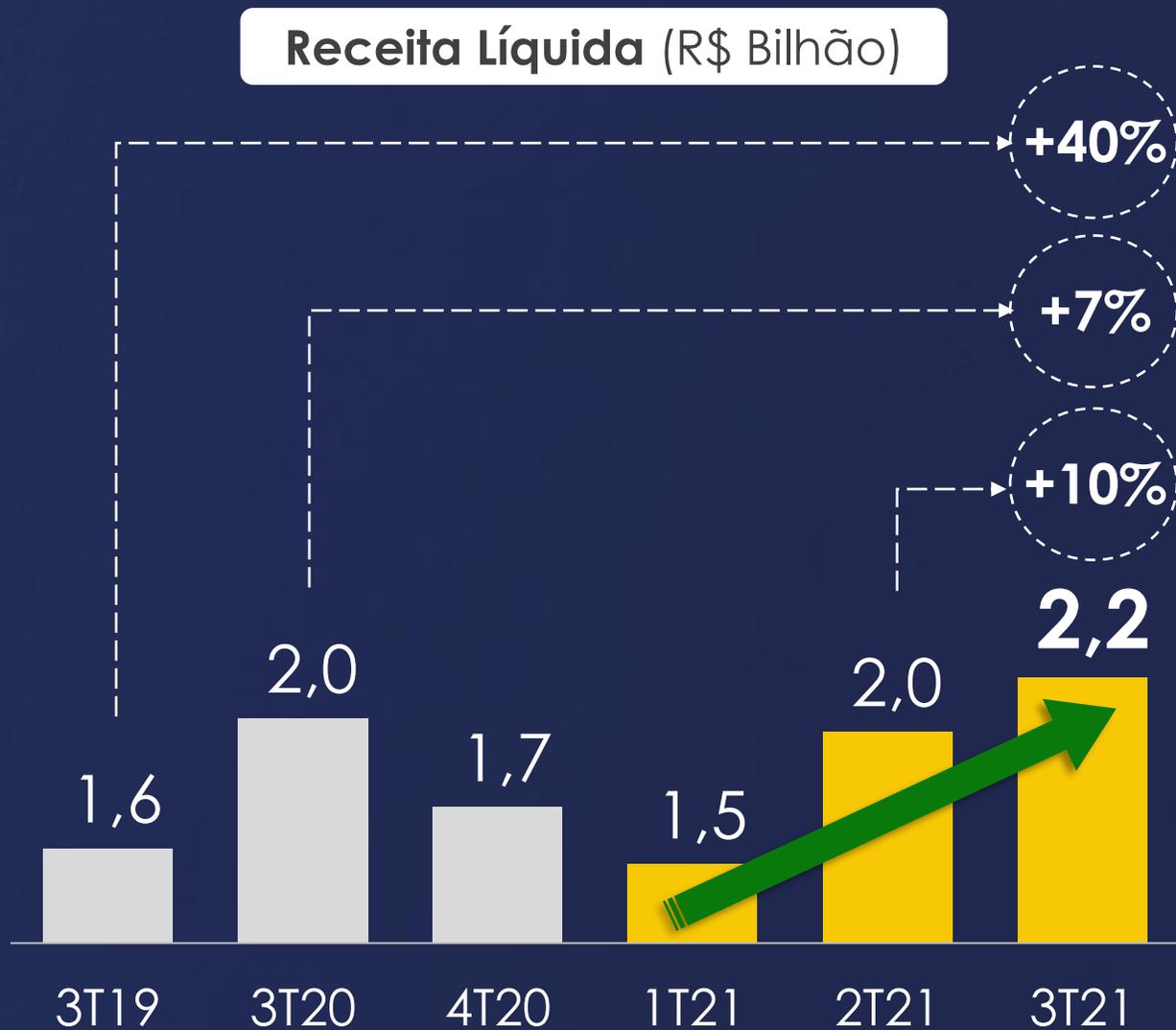
Acompanhamentos  
e Molhos



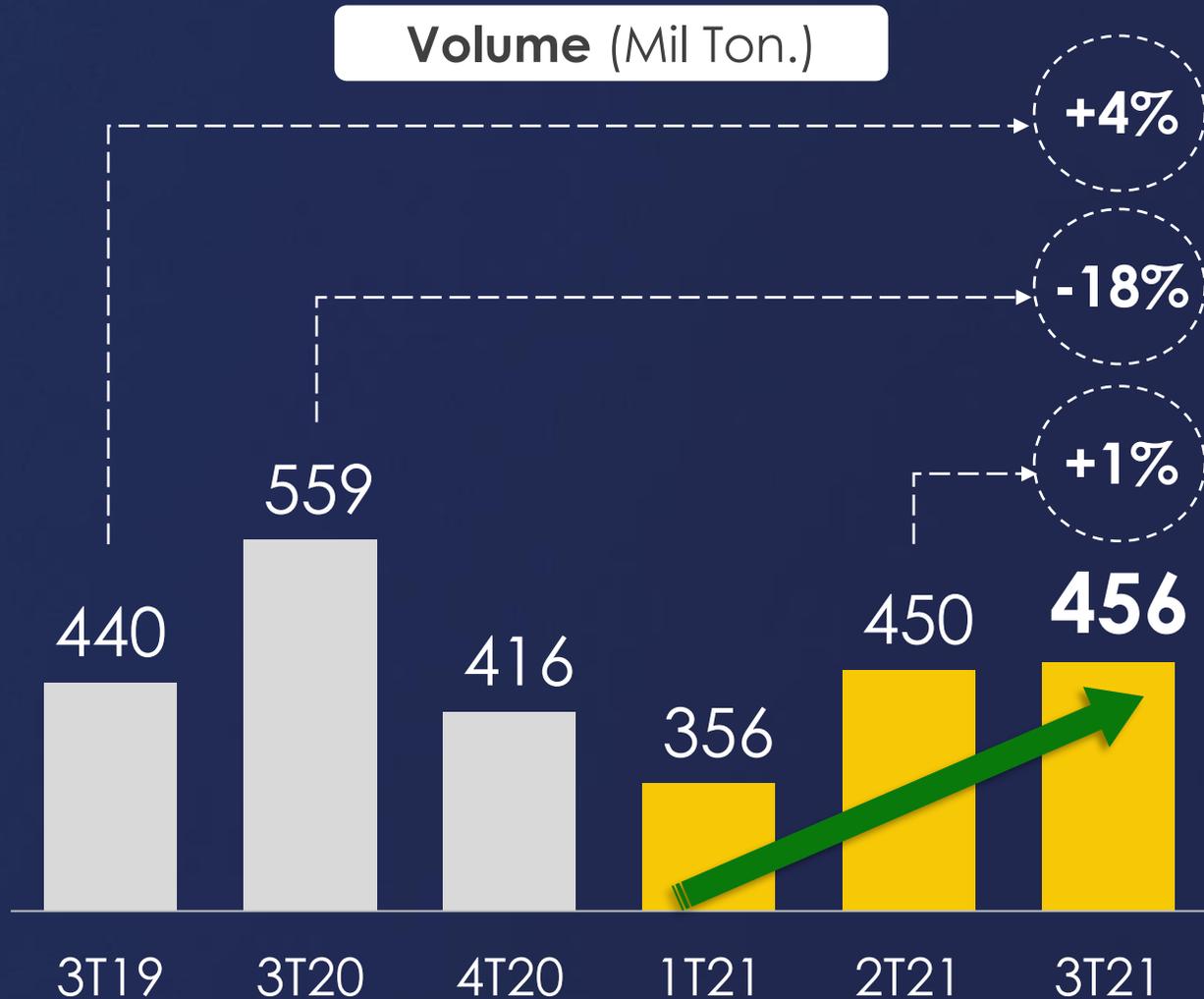
Batatas Chips Artesanais  
Licença de Distribuição



# Recuperação da Receita Líquida ao longo de 2021 e recorde histórico no 3T21

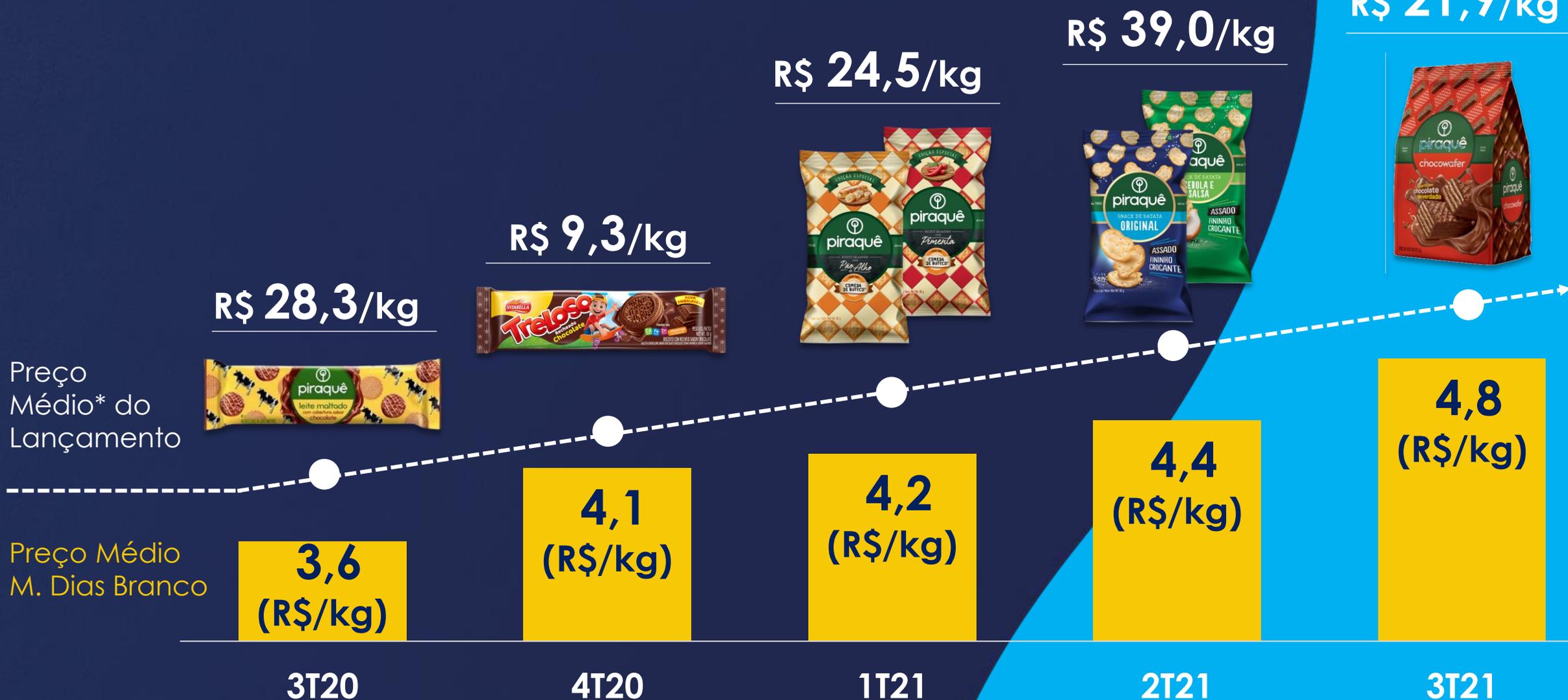


Crescimento dos volumes ao longo de 2021.  
Retração frente ao 3T20 pela base de comparação impactada pela demanda atípica e temporária em 2020



Evolução consistente do preço médio em razão da nossa política de preços e dos lançamentos de produtos com maior valor agregado

M. Dias Branco

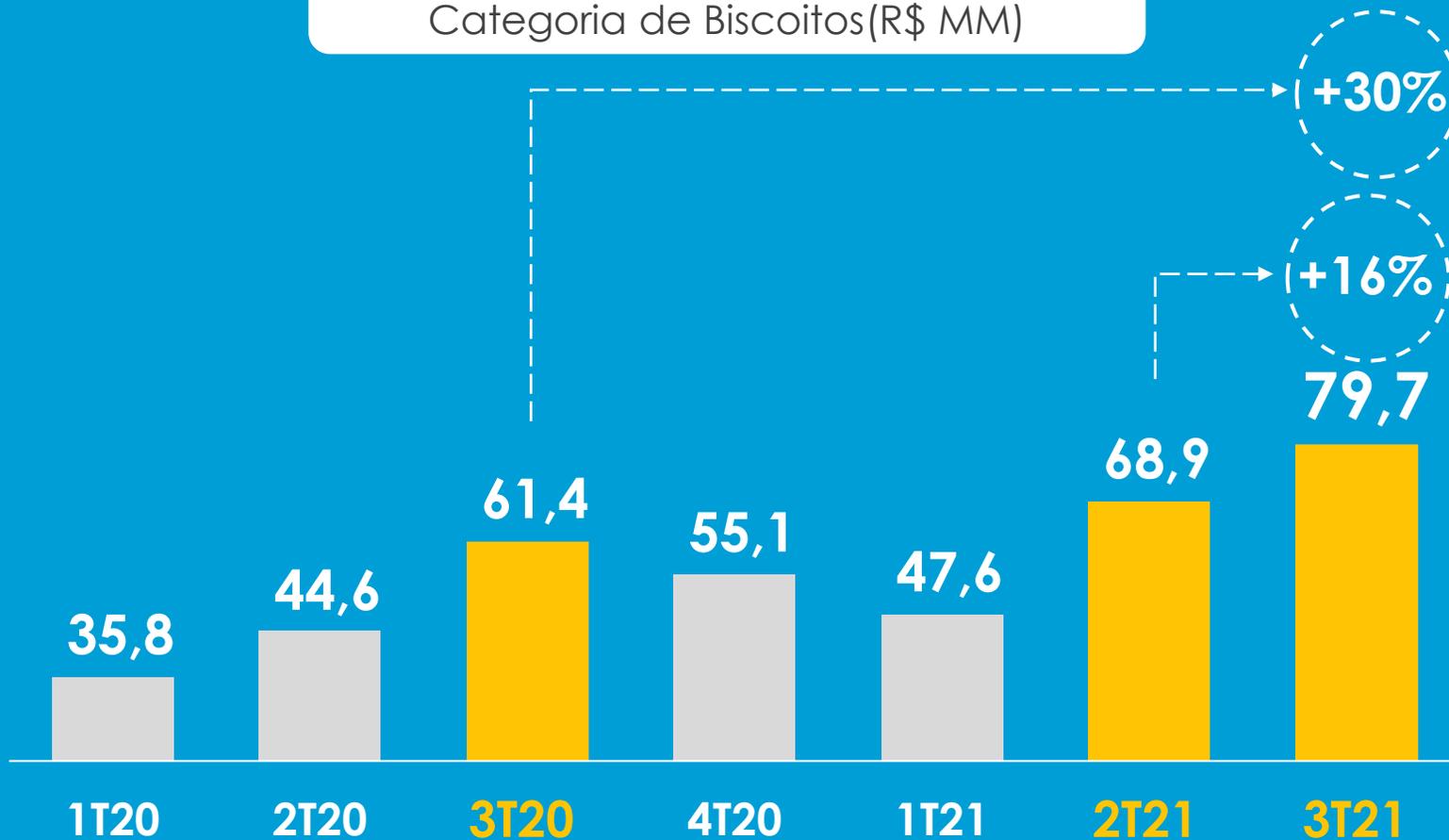


\*Valores representam a receita líquida por Kg

# Aumento da participação dos lançamentos\* de biscoitos na receita trimestral



**Receita Bruta de Lançamentos**  
Categoria de Biscoitos (R\$ MM)



\* Produtos / Sabores Lançados nos Últimos 24 Meses

# Categorias de Atuação 3T21 vs. 2T21



**RECEITA  
LÍQUIDA**  
(R\$ MM) **+10%**  
R\$ 2.180

**VOLUME  
VENDIDO**  
(Mil Ton.) **+1%**  
456

**PREÇO  
MÉDIO**  
(R\$ / Kg) **+9%**  
R\$ 4,8

**BISCOITOS**

RECEITA LÍQUIDA

**+12%**  
R\$ 1.129

VOLUME VENDIDO

**+4%**  
144

PREÇO MÉDIO

**+8%**  
R\$ 7,9

**MASSAS**

RECEITA LÍQUIDA

**+0,1%**  
R\$ 459

VOLUME VENDIDO

**-7%**  
96

PREÇO MÉDIO

**+7%**  
R\$ 4,8

**FARINHA  
E FARELO**

RECEITA LÍQUIDA

**+8%**  
R\$ 387

VOLUME VENDIDO

**+2%**  
188

PREÇO MÉDIO

**+6%**  
R\$ 2,1

**MARGARINAS  
E GORDURAS**

RECEITA LÍQUIDA

**+45%**  
R\$ 162

VOLUME VENDIDO

**+29%**  
24

PREÇO MÉDIO

**+12%**  
R\$ 6,7

**OUTROS**

RECEITA LÍQUIDA

**+6%**  
R\$ 43

VOLUME VENDIDO

**-2%**  
4

PREÇO MÉDIO

**+9%**  
R\$ 10,9 10

# Categorias de Atuação 3T21 vs. 3T20



**RECEITA  
LÍQUIDA**  
(R\$ MM) **+7%**  
R\$ 2.180

**VOLUME  
VENDIDO**  
(Mil Ton.) **-18%**  
456

**PREÇO  
MÉDIO**  
(R\$ / Kg) **+32%**  
R\$ 4,8

**BISCOITOS**

RECEITA LÍQUIDA

**+11%**  
R\$ 1.129

VOLUME VENDIDO

**-9%**  
144

PREÇO MÉDIO

**+21%**  
R\$ 7,9

**MASSAS**

RECEITA LÍQUIDA

**+0,3%**  
R\$ 459

VOLUME VENDIDO

**-21%**  
96

PREÇO MÉDIO

**+27%**  
R\$ 4,8

**FARINHA  
E FARELO**

RECEITA LÍQUIDA

**-3%**  
R\$ 387

VOLUME VENDIDO

**-25%**  
188

PREÇO MÉDIO

**+29%**  
R\$ 2,1

**MARGARINAS  
E GORDURAS**

RECEITA LÍQUIDA

**+40%**  
R\$ 162

VOLUME VENDIDO

**-3%**  
24

PREÇO MÉDIO

**+45%**  
R\$ 6,7

**OUTROS**

RECEITA LÍQUIDA

**+5%**  
R\$ 43

VOLUME VENDIDO

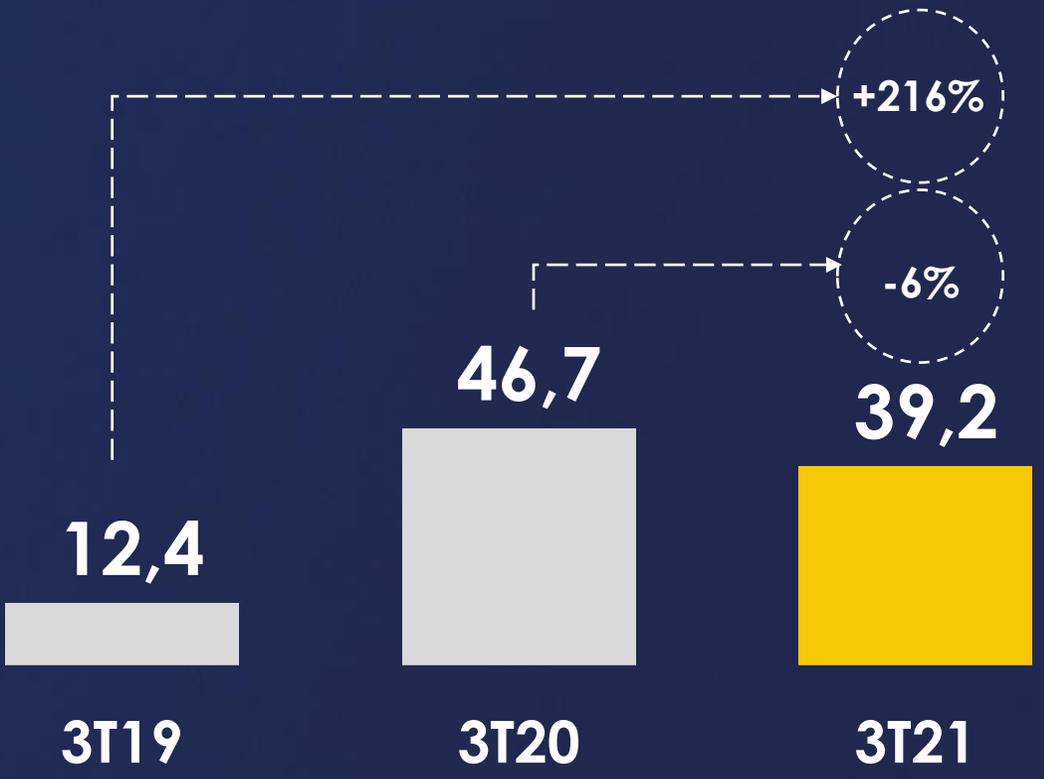
**-13%**  
4

PREÇO MÉDIO

**+20%**  
R\$ 10,9

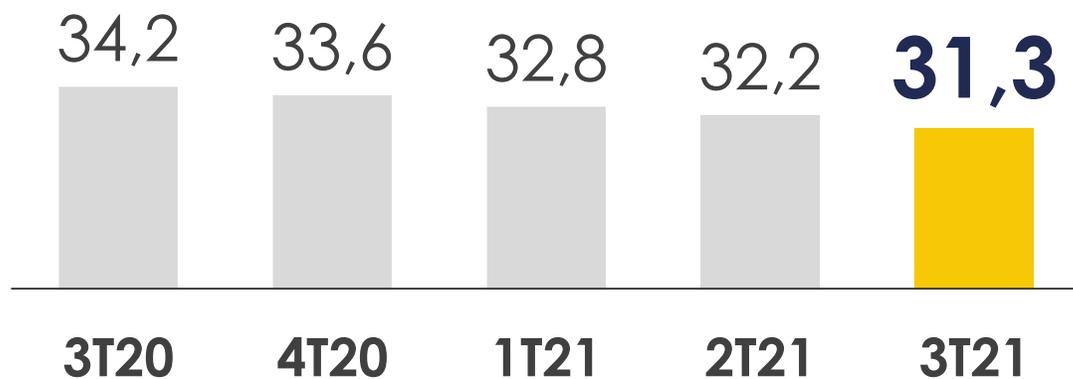
Continuidade da estratégia de crescimento no mercado externo. A diminuição das exportações vs. o 3T20 é reflexo, principalmente, da escassez de contêineres e dos maiores custos de frete

### Receita Líquida de Exportações (R\$ MM)

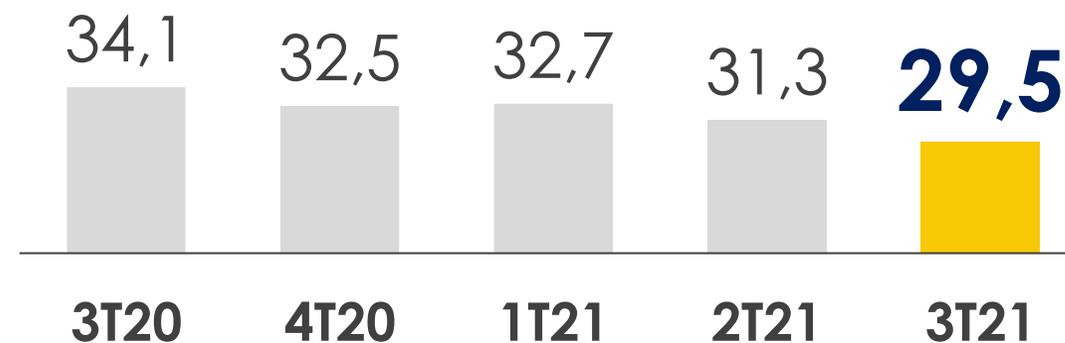


# Retração do *Market Share* em razão dos reajustes nos preços

## BISCOITOS M. DIAS BRANCO



## MASSAS M. DIAS BRANCO



# Crescimento da Receita Líquida nas duas áreas comerciais no Brasil (Defesa e Ataque)

Variação  
Receita Líquida

vs. 3T20

vs. 2T21

**DEFESA**

Norte e Nordeste

+ 10%

+ 13%

**ATAQUE**

Centro-Oeste, Sudeste e Sul

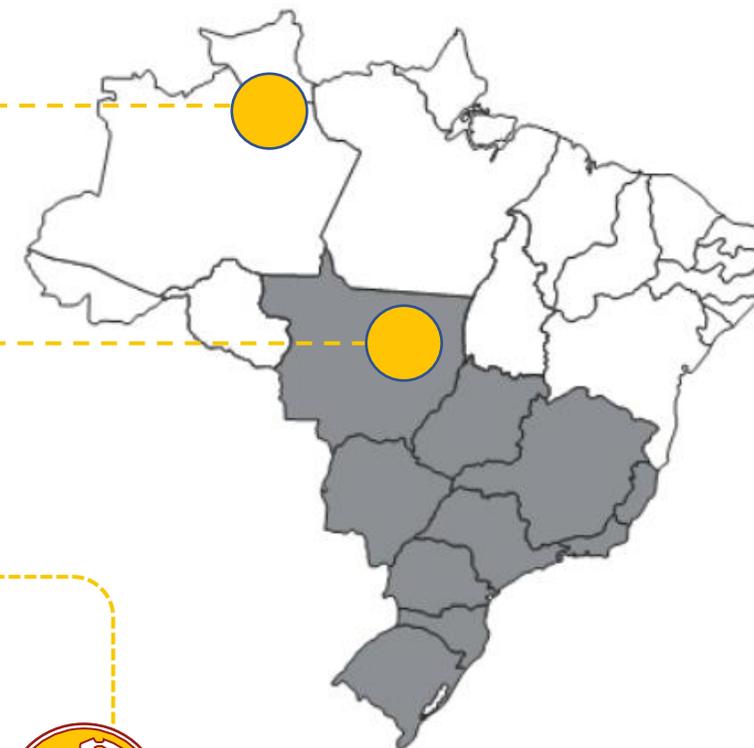
+ 5%

+ 6%

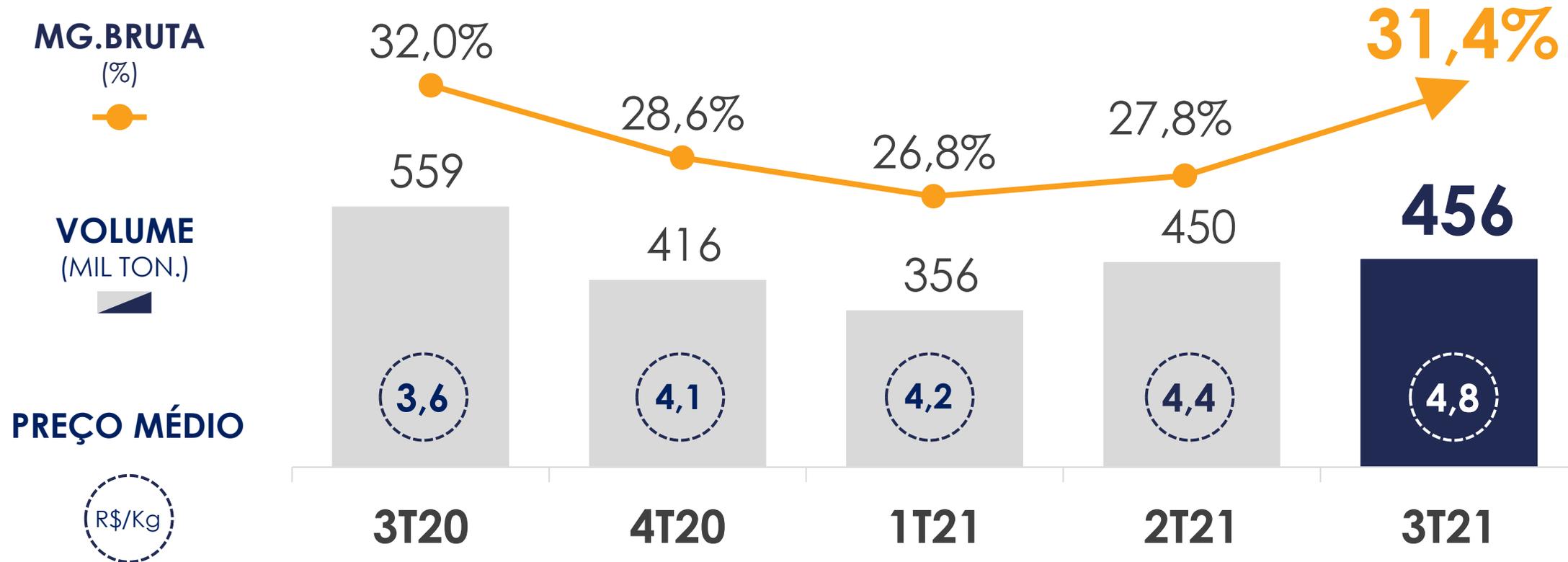
**EXTERIOR**

- 16%

- 6%

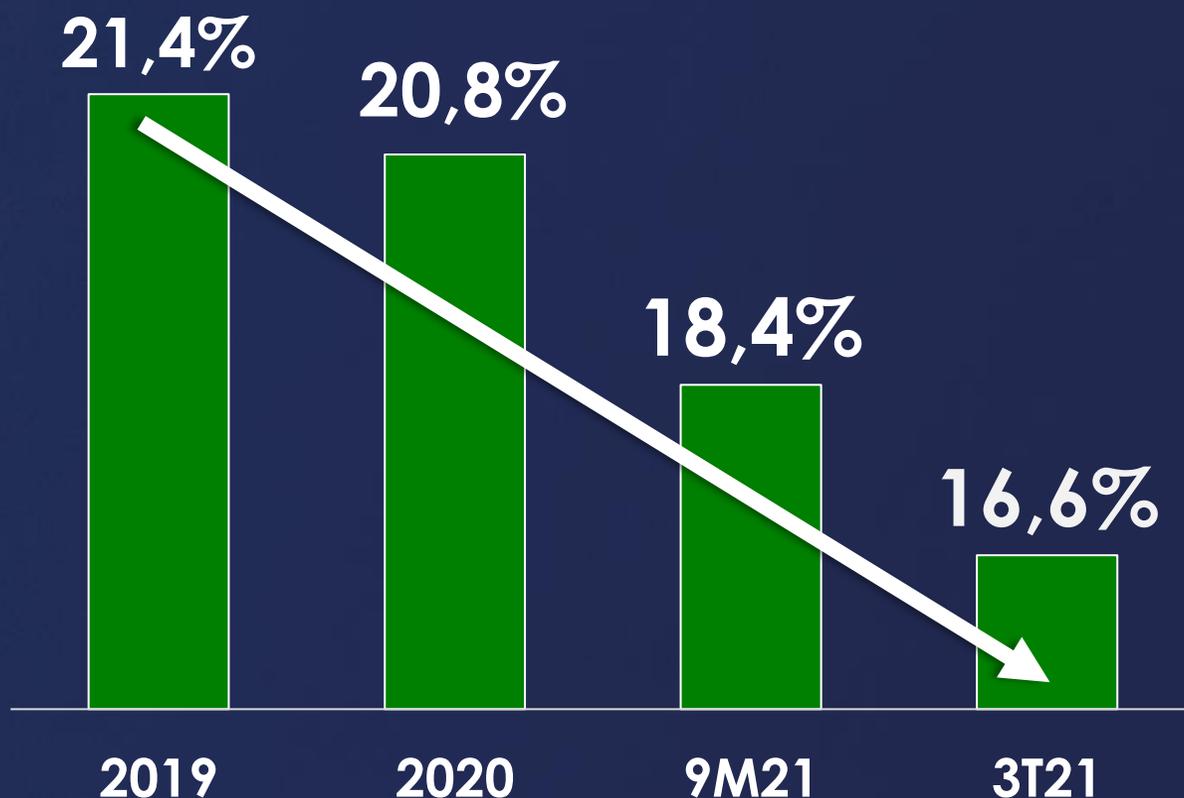


Aumento da Margem Bruta é resultado da recuperação dos volumes, do aumento do preço médio e dos ganhos de produtividade e eficiência



# Redução estrutural das Despesas com Vendas !!!

## Despesas com Vendas (% da Receita Líquida)



### Comercial

- ✓ Adequação do número de promotores
- ✓ Renegociação dos contratos de marketing

### Logística

- ✓ Alteração no modelo de entrega (Key Account e Cash & Carry.)
- ✓ Diminuição na quantidade de viagens (melhoria na ocupação dos veículos)
- ✓ Avaliação de produtividade nos armazéns

# Redução estrutural das Despesas Administrativas !!!

## Despesas Administrativas (% da Receita Líquida)



## Administrativa

- ✓ Nova estrutura organizacional
- ✓ Terceirização da folha de pagamento
- ✓ Otimização na contratação dos serviços gerais

# TRIGO E ÓLEO DE PALMA: EVOLUÇÃO DOS PREÇOS (US\$ TON)



**VARIAÇÃO TRIMESTRAL  
PREÇO MÉDIO  
M. DIAS BRANCO**

**+23,0%**  
vs 3T20

**+5,0%**  
vs 2T21

**Trigo - Preço Médio de Aquisição (Estoque M. Dias US\$ TON) x Preço de Mercado (US\$ TON)**



**VARIAÇÃO TRIMESTRAL  
PREÇO MÉDIO  
M. DIAS BRANCO**

**+64,7%**  
vs 3T20

**+6,0%**  
vs 2T21

**Óleo de Palma - Preço Médio de Aquisição (Estoque M. Dias US\$ TON) x Preço de Mercado (US\$ TON)**



# Mesmo com pressão das commodities e câmbio, EBITDA do 3T21 cresce vs. o 2T21

## 3T21 vs. 2T21

**+1,4%**

Volume Vendido

**+5,4%**

Volume Produzido

**+5,0%**

Trigo\*

**+6,0%**

Óleo\*

<b>EBITDA 2T21 (R\$ MM)</b>	<b>167,2</b>
Efeitos Operacionais <sup>(1)</sup>	114,4
<b>Subtotal</b>	<b>281,6</b>
Câmbio <sup>(2)</sup>	6,9
<b>Subtotal</b>	<b>288,5</b>
Ganhos Não Recorrentes <sup>(3)</sup>	17,3
Despesas COVID-19	(5,8)
Despesas Reestruturação	(13,4)
<b>EBITDA 3T21 (R\$ MM)</b>	<b>286,6</b>

<b>EBITDA 3T20 (R\$ MM)</b>	<b>328,0</b>
Efeitos Operacionais <sup>(1)</sup>	(29,1)
<b>Subtotal</b>	<b>298,9</b>
Câmbio <sup>(2)</sup>	(10,4)
<b>Subtotal</b>	<b>288,5</b>
Ganhos Não Recorrentes <sup>(3)</sup>	17,3
Despesas COVID-19	(5,8)
Despesas Reestruturação	(13,4)
<b>EBITDA 3T21 (R\$ MM)</b>	<b>286,6</b>

## 3T21 vs. 3T20

**-18,3%**

Volume Vendido

**-17,4%**

Volume Produzido

**+23,0%**

Trigo\*

**+64,7%**

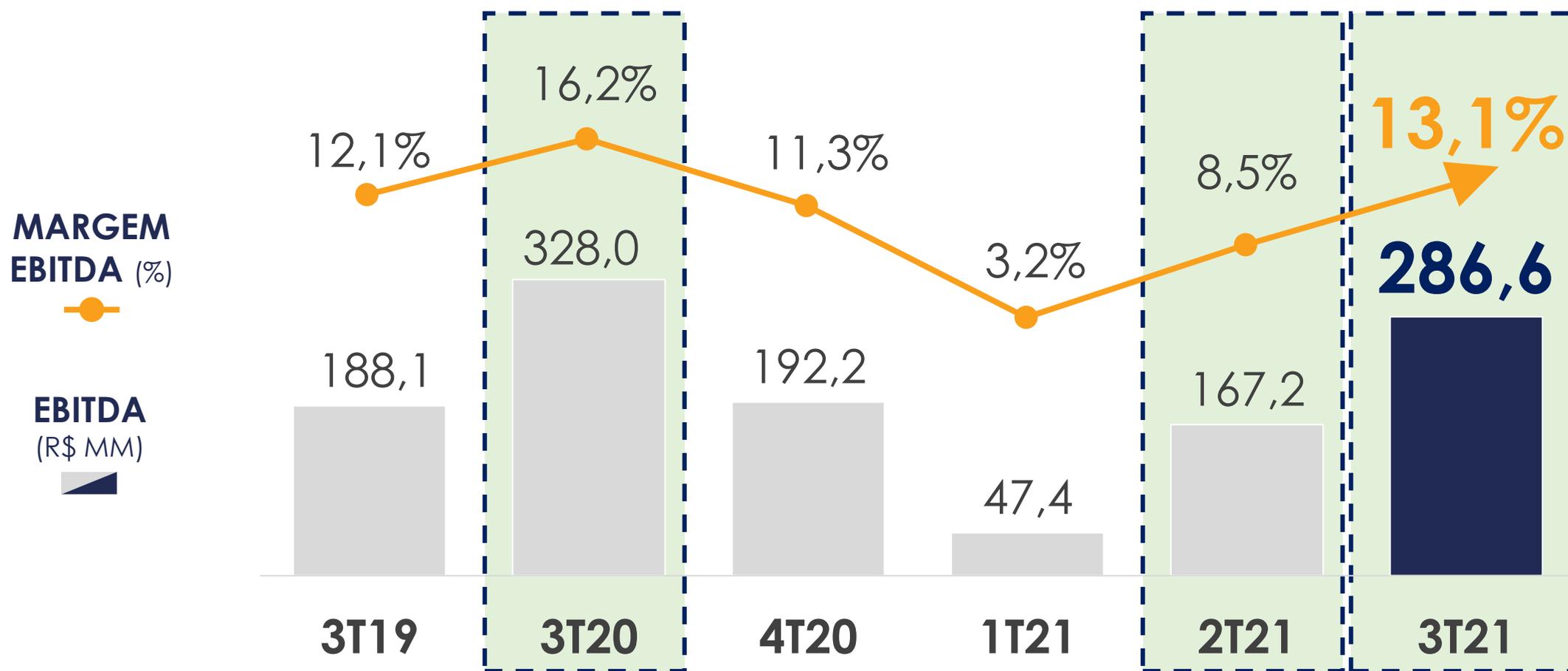
Óleo\*

(1) Efeito Preço, Volume de Vendas, Despesas Recorrentes, Custos s/ Efeito Câmbio e Ganhos Recorrentes com o Programa de Eficiência e Produtividade.

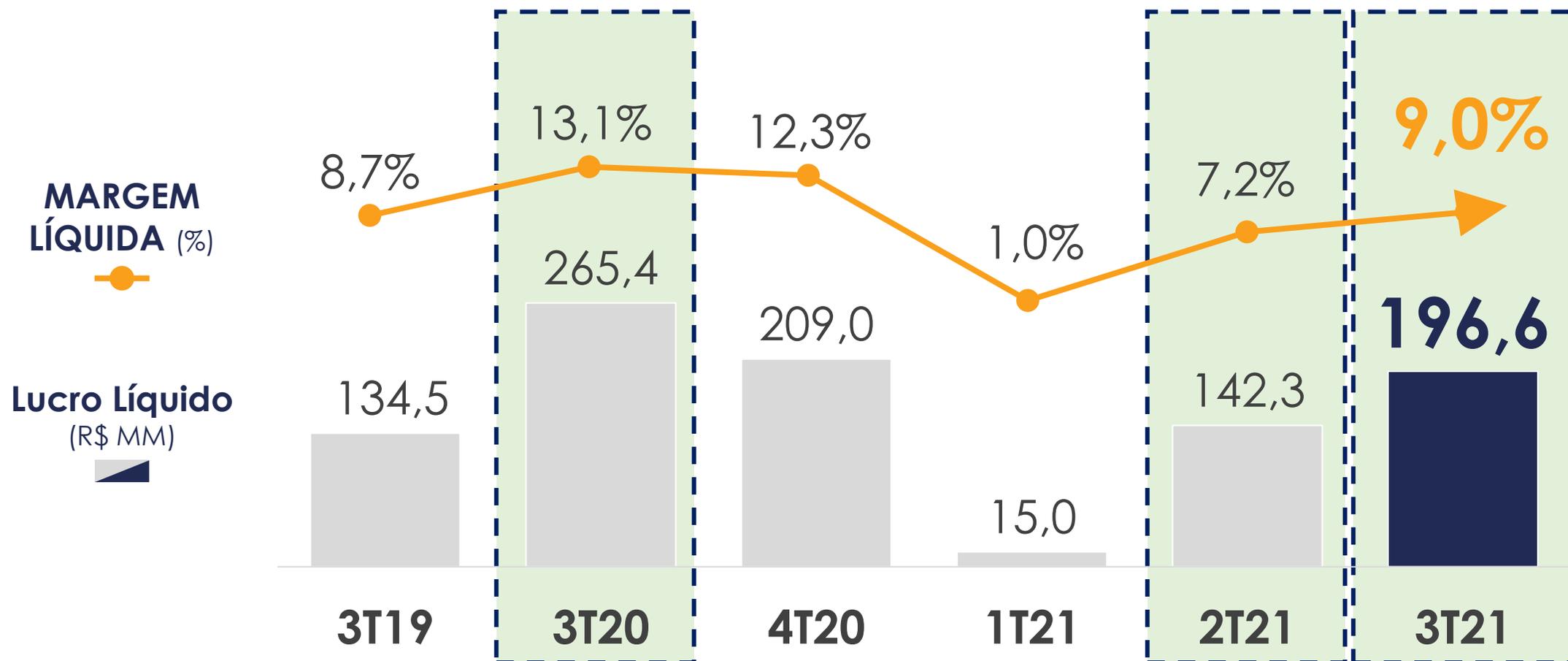
(2) Impacto do Real frente ao Dólar. Não considera as variações de preço das commodities em Dólar.

(3) Ganhos Não Recorrentes: (i) ajuste do valor de aquisição da Piraquê, (ii) crédito de PIS/COFINS e (iii) outros.

Mg. EBITDA volta aos dois dígitos, com aumento dos volumes, gestão dos preços, maior diluição dos custos fixos e ganhos de produtividade e eficiência



# Lucro líquido e margem líquida crescem sequencialmente, fruto do aumento do EBITDA



# Capital de Giro

## Prazos Médios

Seguimos capturando ganhos em nossa estrutura de capital de giro, especialmente no prazo médio de pagamento com:

- ✓ Renegociação com principais fornecedores;
- ✓ Alongamento dos prazos em função do risco sacado;

### Prazo Médio de Pagamento



### Prazo Médio de Recebimento

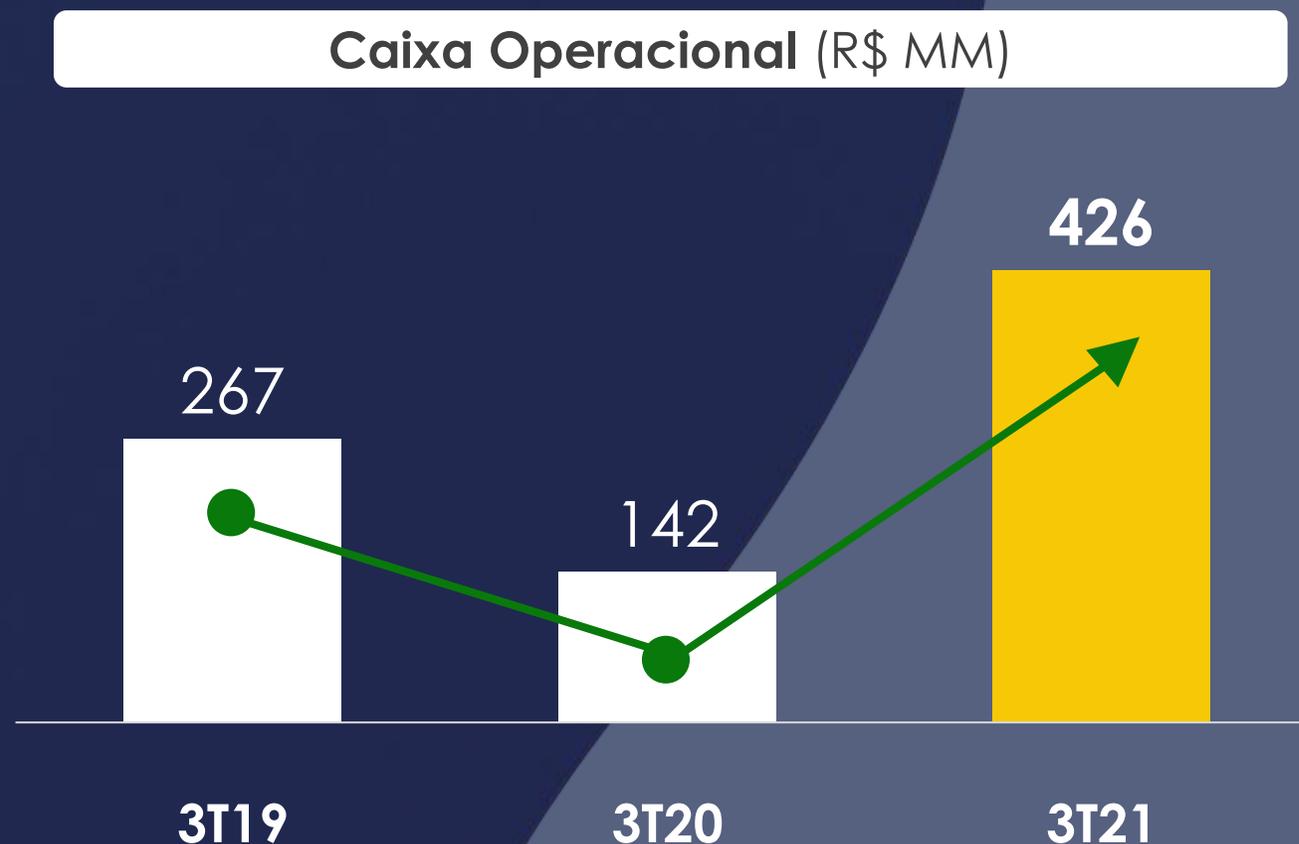


### Prazo Médio dos Estoques



# Disponibilidades Líquidas Geradas pelas Atividades Operacionais 3x maior que no ano passado

A liberação de capital de giro e a melhora dos resultados elevam a geração operacional de caixa, que atingiu R\$ 426 milhões no 3T21.



# Destques Investimentos



**3T20**

**3T21**

**9M20**

**9M21**

**Total**  
(R\$ MM)

R\$ 54  
(3% RL)

R\$ 43  
(2% RL)

R\$ 156  
(3% RL)

R\$ 135  
(2% RL)

**Variação**  
(%)

**-21%**  
(3T21 vs 3T20)

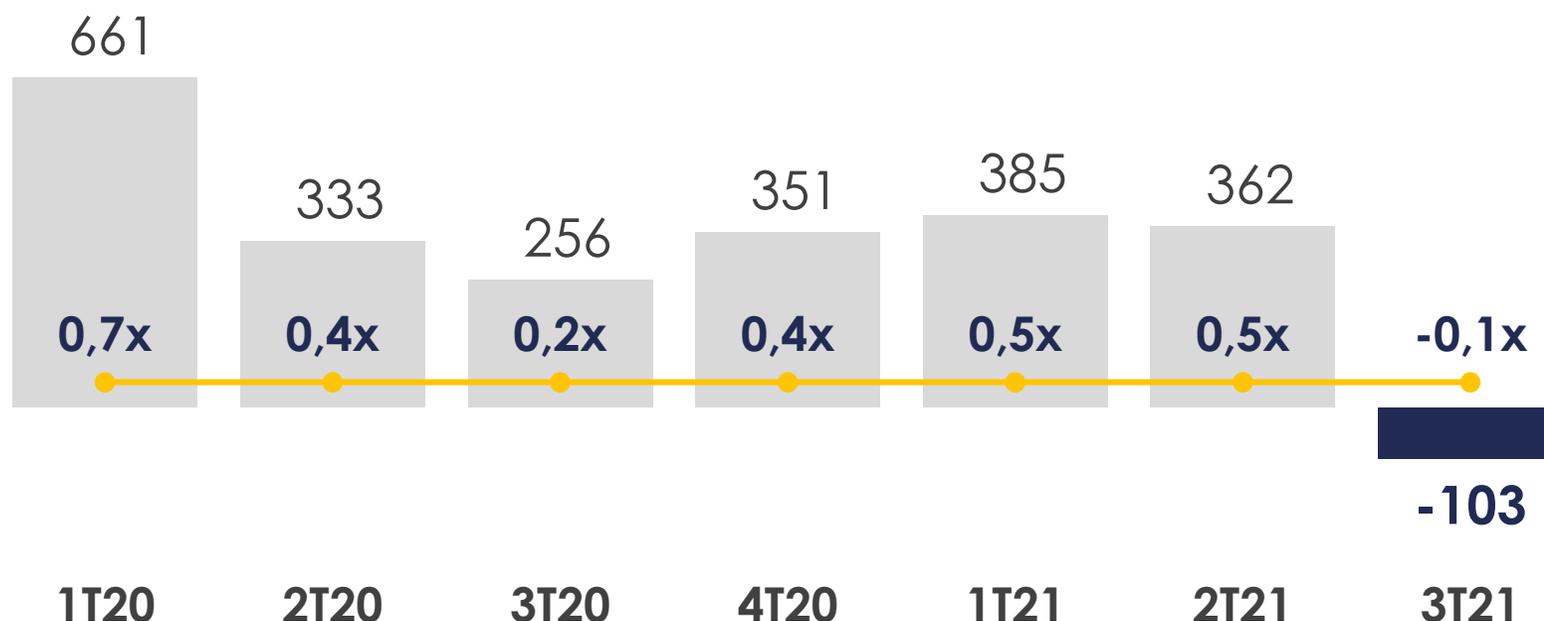
**-13%**  
(9M21 vs 9M20)

# Posição de caixa líquido no 3T21 e Rating AAA

## Perspectiva Estável reafirmado pela Fitch Ratings



(CAIXA) DÍVIDA LÍQUIDOS (R\$ MM)  
ALAVANCAGEM (X EBITDA)



Alavancagem  
(Caixa) Dívida Líquidos / Ebitda (últ. 12 meses)

# AAA

Rating Nacional de  
Longo Prazo  
Perspectiva Estável  
Reafirmado pela  
Fitch Ratings

PELO 4º ANO  
CONSECUTIVO

# PLANO DE AÇÃO 2021

## Retomada do crescimento com lucratividade

M. Dias Branco

### CRESCIMENTO DAS VENDAS



# 1

Onda Verde



# 2

Parcerias



# 3

Mercado  
externo



# 4

Otimização  
do Número  
de SKUs



# 5

Footprint  
Fabril e  
Logístico



# 6

Redesenho  
Organizacional



# Aceleração da expansão da Piraquê com foco em INOVAÇÃO, VISIBILIDADE e DISTRIBUIÇÃO

## LANÇAMENTOS

Itens com alto valor agregado



**R\$ 21,9\***

\* Faturamento Líquido (R\$) / Volume (Kg)

## COMUNICAÇÃO

Ampliamos a visibilidade da marca com influenciadores e criadores de conteúdos

- Campanha de mídia com “Comida di Buteco”
- Campanha de Incentivo Corporativa para equipe de vendas

## VENDAS

Início das exportações para:

- **Chile**
- **Paraguai**

## Novas Parcerias

Seguimos avançando com novas PARCERIAS, aumentando a capilaridade da distribuição



Evolução das vendas com expectativa de rollout no Brasil



Vendas iniciadas em set/21 com as marcas Piraquê e Adria



Previsão de início das vendas para nov/21

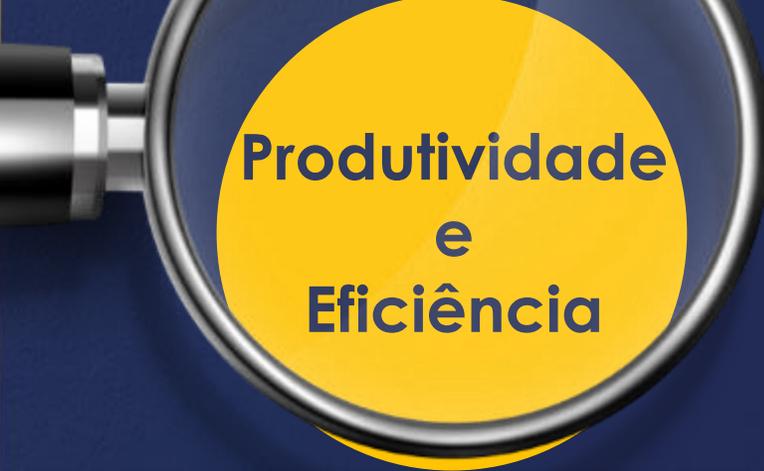


Continuamos explorando as oportunidades no mercado externo

M. Dias Branco

No **3T21**, lançamos **13 produtos** destinados exclusivamente ao mercado externo, sendo **9** na categoria de biscoitos



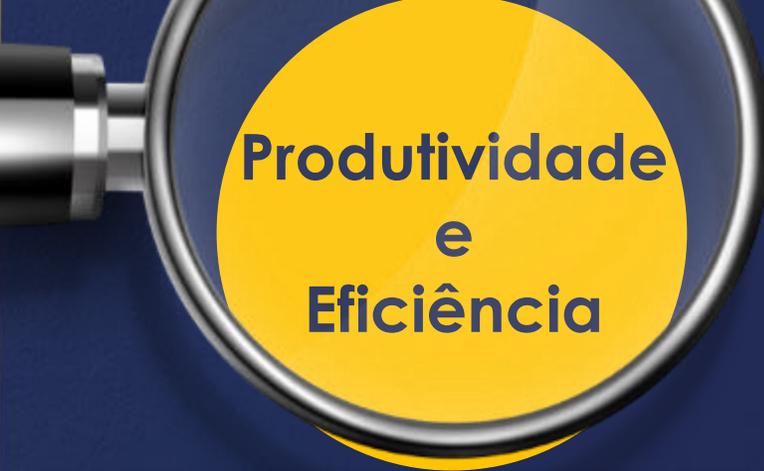


Produtividade  
e  
Eficiência

Otimização do Número de  
SKUs

**122 SKUs DESCONTINUADOS ATÉ 3T21**

(Em Andamento)



Produtividade  
e  
Eficiência

## Adequação do *Footprint* Fabril e Logístico



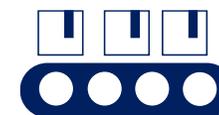
CONCLUÍDO

Fechamento  
de **2** dos **32**  
CDs



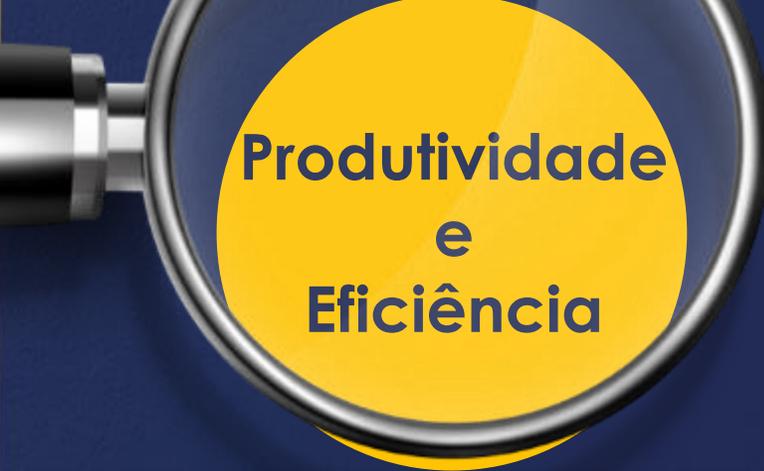
EM ANDAMENTO

Renegociação  
das condições  
comerciais com  
os operadores  
logísticos



SUSPENSO\*

Readequação da  
capacidade de  
produção, passando  
de **113** para **106**  
linhas de produção  
ativas de biscoitos e  
massas



**Produtividade  
e  
Eficiência**

## **Redesenho Organizacional**

Em abril/21, a M. Dias Branco contratou uma consultoria especializada em produtividade (Gradus) para adequar a sua estrutura organizacional à estratégia e aos desafios do mercado.

O projeto envolveu todas as áreas da companhia e, até o momento, resultou na redução recorrente e estrutural de R\$ 50 milhões de gastos com pessoal, incluindo colaboradores próprios e terceiros.

Essa redução será integralmente materializada em 2022, dado os desligamentos ocorrerem, principalmente, no 3T21. Até set/21, os ganhos já capturados foram suficientes para compensar os valores com as rescisões dos desligamentos.

A M. Dias Branco desde 2020 é signatária do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), alinhando suas estratégias e operações aos dez princípios universais, bem como fortalecendo seu compromisso com a temática de Sustentabilidade e com os princípios de direitos humanos, trabalho, combate à corrupção e proteção ambiental.

## INDICADORES (3T21 vs. 3T20)



**+9%** (Kwh/Ton.)

**Intensidade Energética**



**+5,6%** (M³/Ton.)

**Consumo de Água**



**+0,4p.p.** (Índice)

**Reciclagem de Resíduos**



**-6%** (Kg/Ton.)

**Geração Resíduos Sólidos**



**+0,1p.p.** (Frequência)

**Taxa de Acidentes**



# SUSTENTABILIDADE | DESTAQUES

- Reafirmação da classificação A no *rating ESG* da MSCI.
- Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa de toda a nossa cadeia.
- Ampliação do Projeto “Aterro Zero” para todas as indústrias. ●
- Lançamento do Código de Conduta de Fornecedores.
- No 9M21, foram doadas 3.778 toneladas de alimentos para a população durante a pandemia.
- Realização do 3º Fórum de Sustentabilidade e Desenvolvimento, aberto ao público, para abordar sobre como evoluir a agenda ESG.
- Ação educativa com colaboradores, foram recolhidos 2,8 toneladas de lixo na Área de Preservação Ambiental em Salvador/BA. ●



M. Dias Branco

ISE B3



abrasca

MSCI  
ESG RATINGS



CCC	B	BB	BBB	A	AA	AAA
-----	---	----	-----	---	----	-----



# Obrigado!



[www.ri.mdiasbranco.com.br](http://www.ri.mdiasbranco.com.br)



[www.youtube.com/rimdias](http://www.youtube.com/rimdias)



[ri@mdiasbranco.com.br](mailto:ri@mdiasbranco.com.br)

## **Gustavo Lopes Theodozio**

Vice-Presidente de Investimentos  
e Controladoria

Tel.: (85) 4005-5667

E-mail: [gustavo.theodozio@mdiasbranco.com.br](mailto:gustavo.theodozio@mdiasbranco.com.br)

## **Fabio Cefaly**

Diretor de Novos Negócios e Relações com  
Investidores

Tel.: (11) 3883-9273

E-mail: [fabio.cefaly@mdiasbranco.com.br](mailto:fabio.cefaly@mdiasbranco.com.br)

## **Rodrigo Ishiwa**

Gerente de Relações com Investidores

Tel.: (11) 3883-9225

E-mail: [ri@mdiasbranco.com.br](mailto:ri@mdiasbranco.com.br)

## **Victor O. Torres**

Analista de Relações com Investidores

Tel.: (11) 3883-9225

E-mail: [ri@mdiasbranco.com.br](mailto:ri@mdiasbranco.com.br)

M. Dias Branco

# Q&A

JUNTAMOS  
A FOME COM  
A VONTADE DE IR AO  
**BUTEÇO**  
- EDIÇÃO ESPECIAL -  
PIRAQUÊ + COMIDA DI BUTECO



[www.ri.mdiasbranco.com.br](http://www.ri.mdiasbranco.com.br)



[www.youtube.com/rimdias](http://www.youtube.com/rimdias)



[ri@mdiasbranco.com.br](mailto:ri@mdiasbranco.com.br)

