

Apresentação dos Resultados 1T19



*Na mesa e no coração
dos brasileiros.*

M. Dias Branco

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, baseadas 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, no desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais.

Em 16 de maio de 2018, a Companhia concluiu a aquisição de 100% das ações da Indústria de Alimentos Piraquê S.A. (“Piraquê”).

Os resultados da Piraquê, contemplados nas informações consolidadas apresentadas neste documento, contemplam informações a partir do dia 17 de maio 2018.

Incluimos nesta apresentação algumas informações sem os resultados da Piraquê (“sem Piraquê”).



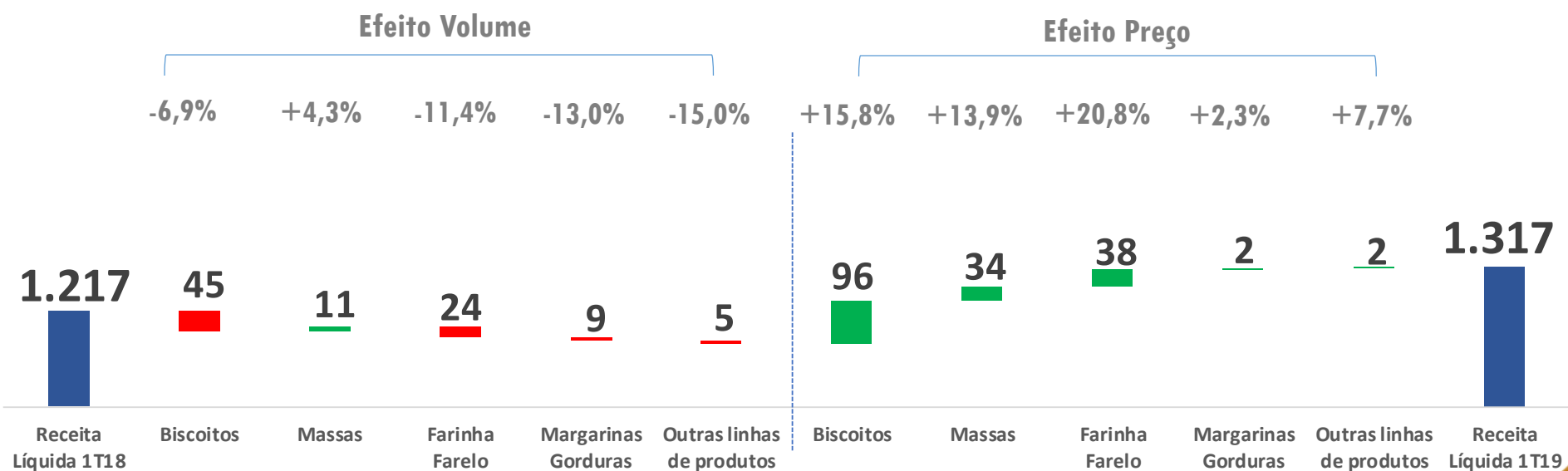
Resultados e Destaques

1T19

Receita Líquida (com Piraquê)

+8,2% 1T19 vs. 1T18

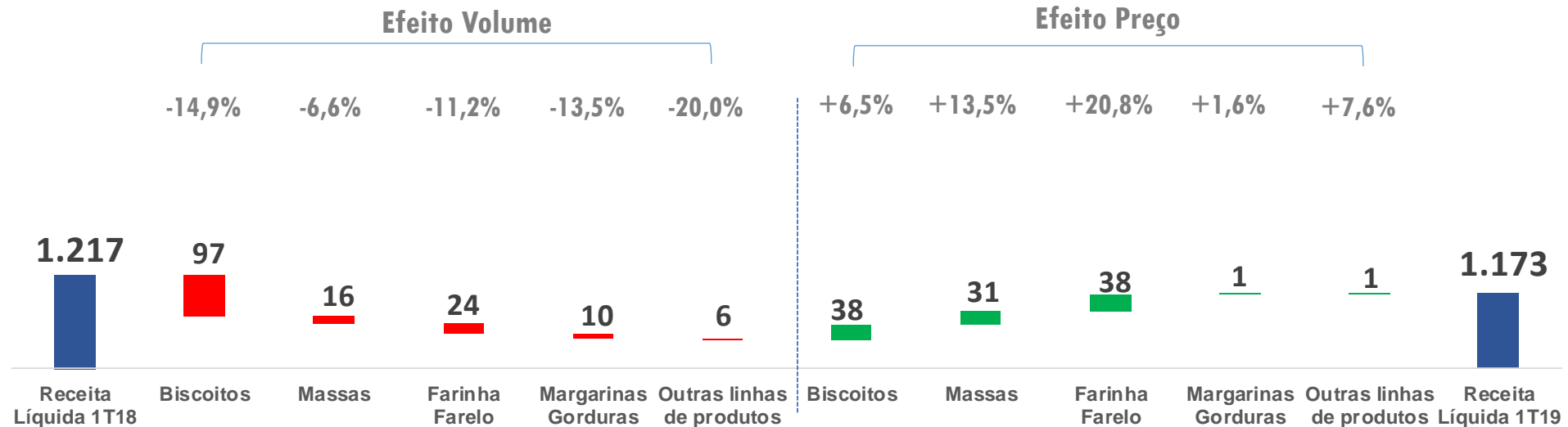
Variação na Receita Líquida – 1T19 vs. 1T18 (R\$ MM) | M.Dias + Piraquê



Receita Líquida (sem Piraquê)

-3,7% 1T19 vs. 1T18

Variação na Receita Líquida – 1T19 vs. 1T18 (R\$ MM) | M. Dias



Principais razões da retração dos volumes 1T19 vs. 1T18

- **Aumento dos preços em 2018**
- **Retração no mercado de biscoitos**
- **Ajustes decorrentes das fortes variações dos volumes vendidos mês a mês em 2018**

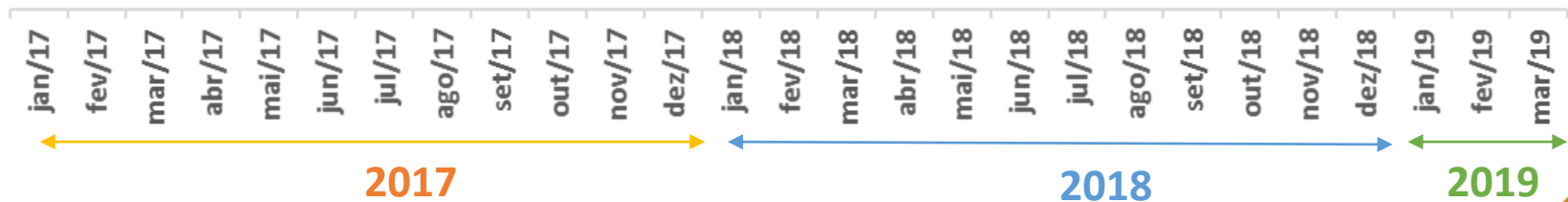
Impacto das fortes variações dos volumes vendidos mês a mês em 2018 (Total* sem Piraquê)

1T19 vs. 1T18
11,6% menor

Volumes Vendidos Total | toneladas mil mês |
M. Dias Branco sem Piraquê

Mar19 vs. Mar 18 = 14% menor

Jan19 vs. Jan 18 = 21% menor

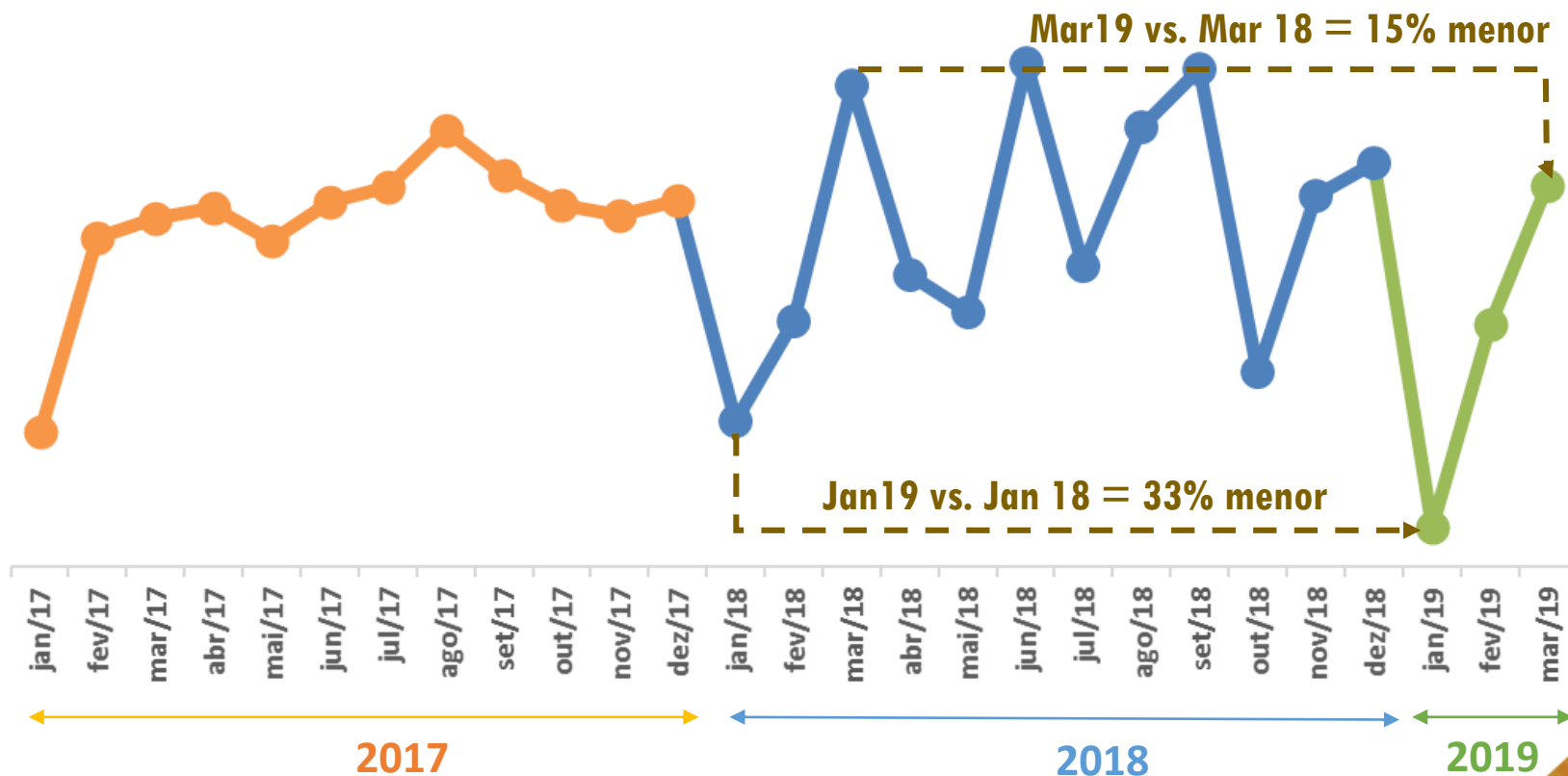


* Biscoitos, Massas, Farinha e Farelo, Margarina e Gordura e Outras Linhas de Produtos

Impacto das fortes variações dos volumes vendidos mês a mês em 2018 (Biscoitos sem Piraquê)

1T19 vs. 1T18
14,9% menor

Volumes Vendidos Biscoitos | toneladas mil mês |
M. Dias Branco sem Piraquê



Expansão de *market share* em biscoitos e massas

Linha de Produto



1T19 vs. 1T18

Share volume:

36,0% (+3,8 p.p vs. 1T18)

Share Valor:

30,9% (+6,7 p.p vs. 1T18)

Share volume:

37,9% (+4,8 p.p vs. 1T18)

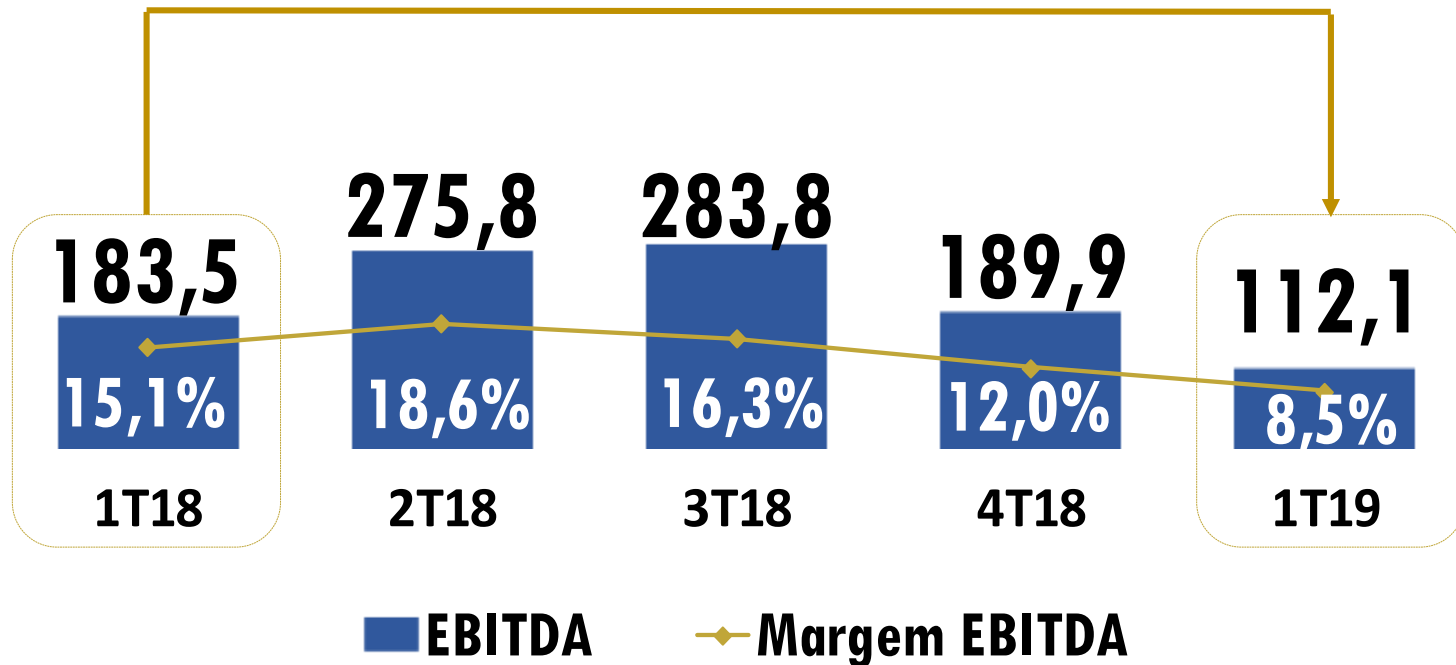
Share Valor:

33,1% (+4,5 p.p vs. 1T18)

EBITDA (R\$ MM) e Margem EBITDA (%RL)

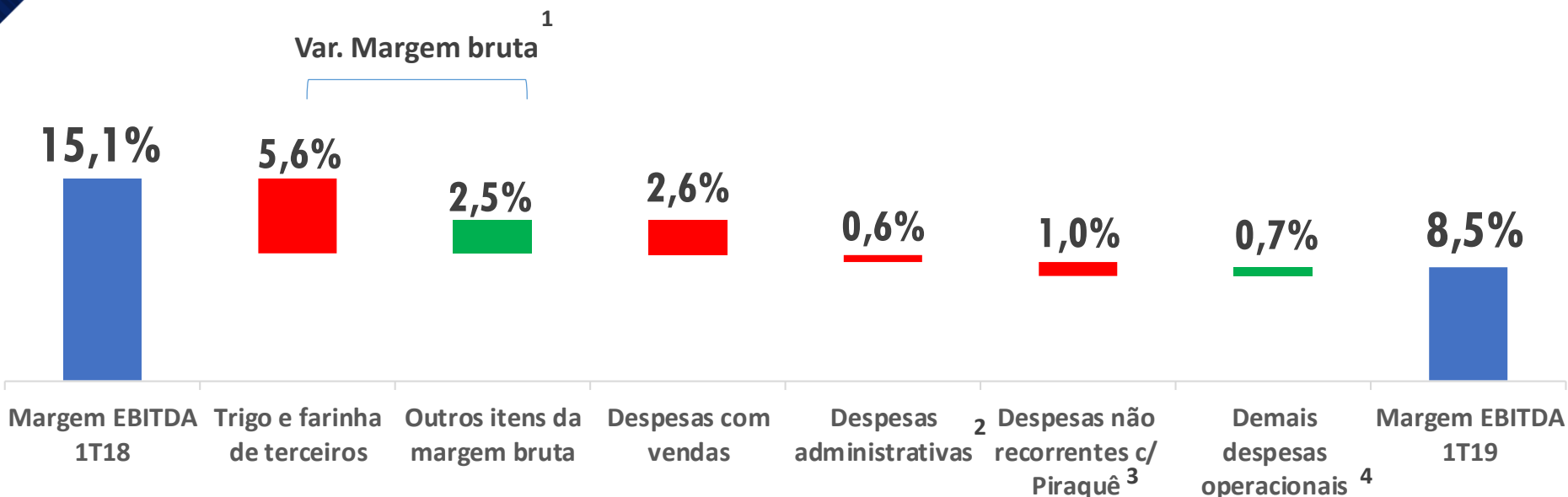
M. Dias Branco + Piraquê

EBITDA -38,9% e Margem EBITDA - 6,6pp



Retração de 6,6pp na Margem EBITDA 1T19 vs. 1T18

M. Dias Branco + Piraquê



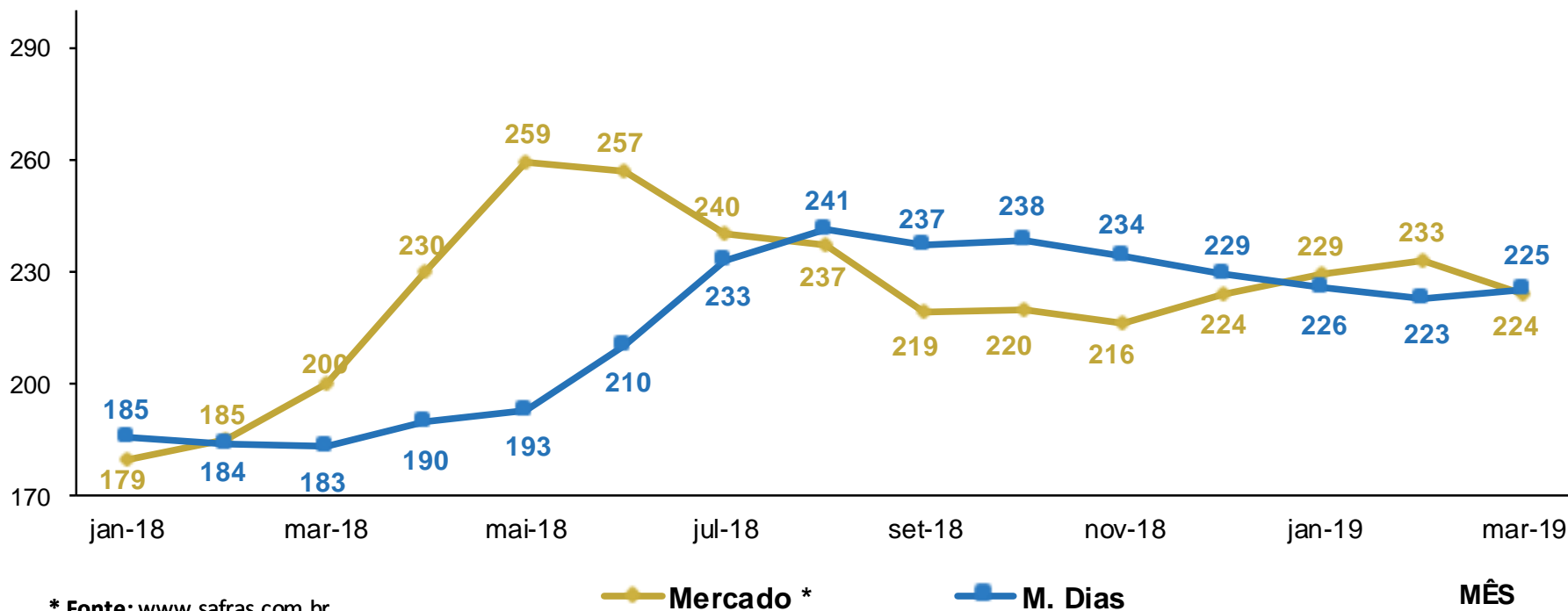
- **Custo médio do trigo em BRL + 36,9% 1T19 vs. 1T18;**
- **Reajuste de preços em 2018 compensou maior custo de outros insumos, embalagens e mão de obra;**
- **Menor diluição de despesas fixas (vendas e administrativas), em função da retração dos volumes;**
- **R\$ 13,4 milhões de despesas não recorrentes com a Piraquê;**
- **Registro de crédito extemporâneo de PIS/COFINS no valor de R\$ 18,5 milhões;**

¹Nota: % Variação na Margem bruta sem considerar a representatividade da depreciação do CPV sobre a receita líquida. ² Nota: Despesas administrativas sem despesas não recorrentes com a Piraquê. ³Nota: Despesas não recorrentes da M.Dias com a integração da Piraquê (R\$ 1,8 milhão) e despesas realizadas pela Piraquê com consultoria e reestruturação (R\$ 11,6 milhões). ⁴Nota: Referente às despesas tributárias e outras receitas/despesas operacionais sem despesas não recorrentes com a Piraquê, com destaque para o registro no 1T19 do crédito extemporâneo de PIS/Cofins por exclusão de bonificação da base de cálculo (R\$ 18,5 milhões).

Custo médio do trigo em BRL + 36,9% 1T19 vs. 1T18

TRIGO
Preço Médio de Aquisição no Estoque M.Dias Branco x Preço de Mercado
US\$ / TON
Ano 2018 e 2019

US\$



* Fonte: www.safras.com.br

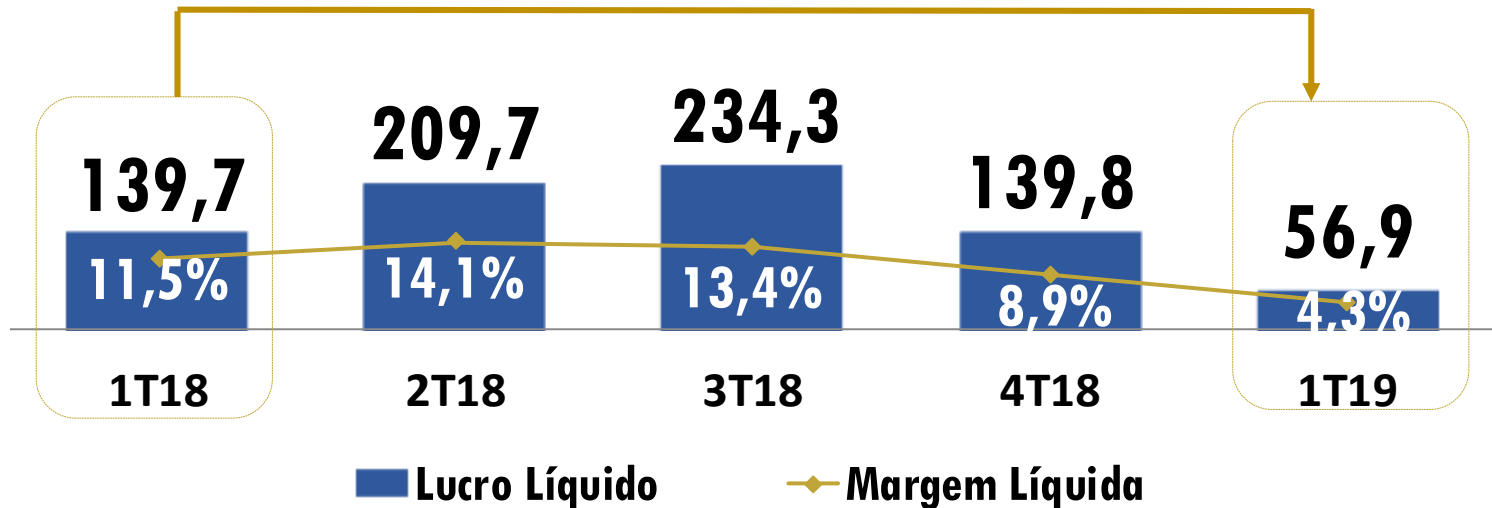
— Mercado *

— M. Dias

MÊS

Lucro Líquido (R\$ MM) e Margem Líquida (%RL) M. Dias Branco + Piraquê

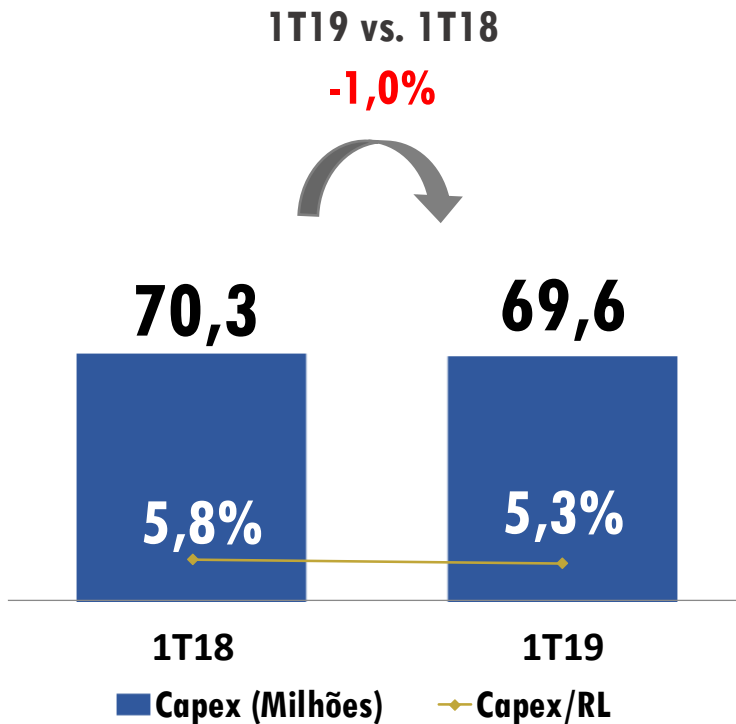
Lucro Líquido **-59,3%** e Margem Líquida **- 7,2pp**



Além dos fatores que impactaram o EBITDA, tivemos:

- Depreciação de novas linhas de produção ao longo de 2018 e no 1T19
- Despesas com depreciação e amortização da Piraquê
- Menor resultado financeiro, em função do resgate de aplicações financeiras para pagamento da aquisição da Piraquê

Investimentos de R\$ 69,6 milhões no 1T19



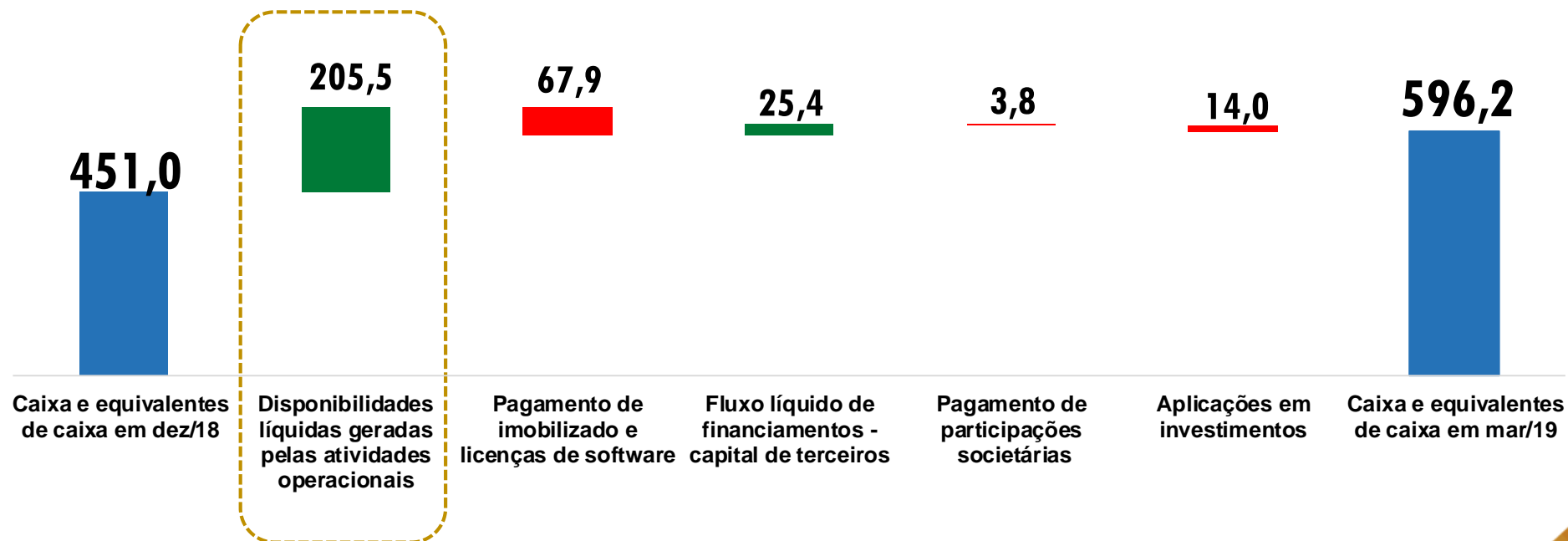
Nova unidade moageira de Bento Gonçalves (RS);

Ampliação da capacidade dos silos do moinho no Paraná;

Aumento da capacidade de embalagem na linha de biscoitos e na estocagem de farinha de trigo na unidade de Jaboatão dos Guararapes (PE)

Fluxo de Caixa

**15,6% da Receita líquida
em 1T19**



Sustentabilidade (1T19 vs. 1T18)

12 CONSUMO E
PRODUÇÃO
RESPONSÁVEIS



- Aumento no índice de reciclagem de resíduos em 3,0 p.p. vs 1T18.
- Redução de resíduos sólidos gerados por tonelada produzida em 19,9% vs. 1T18.

Aumento de 1,6% na intensidade energética no 1T19.

7 ENERGIA LIMPA
E ACESSÍVEL



Aumento de 0,32 na Taxa de Frequência de Acidente de Trabalho no 1T19.

3 SAÚDE E
BEM-ESTAR



6 ÁGUA POTÁVEL
E SANEAMENTO



Redução no consumo de água (m³/tonelada produzida) em 8,9% no 1T19.



OBJETIVOS
DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL

Lançamentos no 1T19



Biscoito wafer coberto com chocolate *Pirachoko*, da marca Piraquê.

Farinha de trigo da marca Finna, na embalagem de 5 Kg, para pastel, pizza e Tipo 1

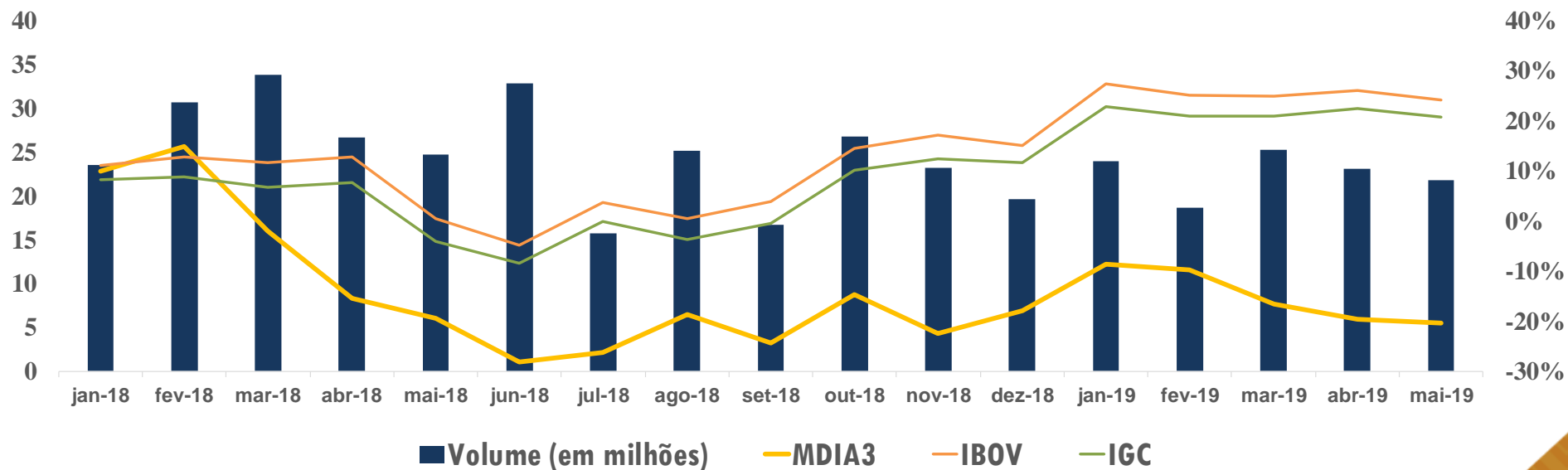


MDIA3 x IBOV x IGC

02/01/2018 a 09/05/2019

Volume Médio Diário:
MDIA3 (R\$ milhões)

Rentabilidade %



Índice de Verticalização

Farinha de trigo

<u>1T18</u>	<u>4T18</u>	<u>1T19</u>
90,6%	81,2%	84,2%

Gordura Vegetal

<u>1T18</u>	<u>4T18</u>	<u>1T19</u>
98,2%	99,3%	98,7%

Iniciativas em curso para retomada do crescimento e lucratividade

- **Redução no quadro de colaboradores (desligamentos e programa de demissão voluntária);**
- **Revisão de contratos e terceirização;**
- **Investimentos na cadeia de distribuição (novos centros de distribuição e ampliação das áreas de expedição);**
- **Linearização dos volumes vendidos ao longo dos meses;**
- **Volumes negociados com os clientes para mais de um mês;**
- **Iniciativas comerciais e campanhas de marketing com o foco no crescimento nas regiões e nas subcategorias com alto potencial de crescimento;**
- **Aperfeiçoamento contínuo de nossa modelagem de precificação;**
- **Lançamento de produtos de maior valor agregado.**



Geraldo Luciano Mattos Júnior

Vice-Presidente de Investimentos e Controladoria

Tel.: +55 (85) 4005-5874

E-mail: geraldo@mdiasbranco.com.br

Fabio Cefaly

Diretor de Novos Negócios e Relações com Investidores

Tel.: +55 (85) 4005-5730

E-mail: fabio.cefaly@mdiasbranco.com.br