

M. Dias Branco

RELATÓRIO ANUAL

2015



RELATÓRIO ANUAL

2015



“ALIMENTOS
PARA O BEM DA
SOCIEDADE E
A FELICIDADE
DAS PESSOAS.”

Este é o propósito maior que inspira
a missão da Companhia.

M. Dias Branco

COM ABRANGÊNCIA NACIONAL E MARCAS REGIONAIS FORTES, A COMPANHIA MANTÉM A LIDERANÇA ABSOLUTA NO COMPETITIVO MERCADO NACIONAL DE BISCOITOS E MASSAS.



Somos mais de 17 mil colaboradores em todo o território brasileiro.

Com sede na cidade de Eusébio/CE, a M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimentos está presente no mercado de alimentos brasileiro há mais de 60 anos. A Companhia oferece aos seus consumidores sete categorias de produtos:

- Biscoitos.
- Massas.
- Farinhas e farelo de trigo.
- Margarinas e gorduras vegetais.
- Bolos e misturas para bolos.
- Snacks.
- Torradas.

Os produtos são comercializados pelas seguintes principais marcas: Fortaleza, Richester, Adria, Isabela, Basilar, Zabet, Vitarella, Pilar, Estrela, Pelaggio, Salsito, Predilieto, Bonsabor, Adorita, Amorela, Puro Sabor, Medalha de Ouro e Finna.



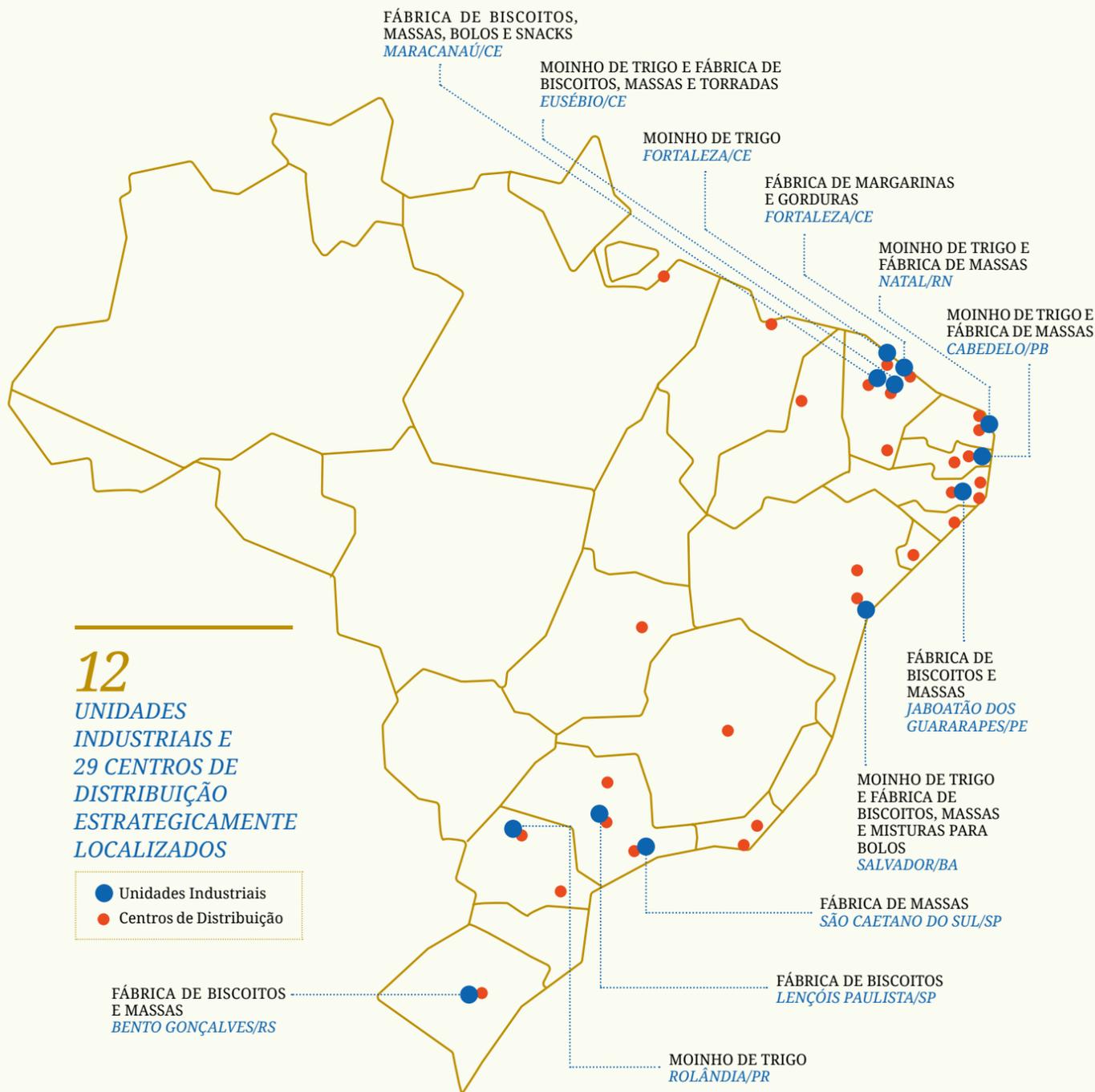
Com mais de 17 mil colaboradores, a Companhia tem no Brasil seu principal mercado. As exportações de massas, biscoitos, torradas, margarinas e gorduras foram destinadas para 21 países das Américas do Sul, Central e do Norte, África, Ásia e Europa.

A Companhia mantém a liderança no mercado nacional de massas e biscoitos, com participação de, respectivamente, 28,4% e 27,9%, de acordo com os dados de volume de vendas divulgados pela AC Nielsen em 2015.

A M. Dias Branco possui ampla presença nacional e a alta proximidade com o mercado consumidor se dá por meio de 12 unidades industriais e 29 CDs – Centros de Distribuição, estrategicamente localizados em todas as regiões do País¹.

O TIME DA
COMPANHIA
EM DEZ./2015
CONTEMPLAVA
17.292
COLABORADORES.

¹ Assista ao vídeo institucional da Companhia em: www.mdiasbranco.com.br/tri.



12
UNIDADES
INDUSTRIAIS E
29 CENTROS DE
DISTRIBUIÇÃO
ESTRATEGICAMENTE
LOCALIZADOS

- Unidades Industriais
- Centros de Distribuição

OBS: em 2015, foram encerradas as atividades fabris em Recife/PE e Jaboticabal/SP.

CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO EM TODAS AS REGIÕES DO BRASIL:

- | | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Belém/PA • São Luís/MA • Teresina/PI • Eusébio/CE • GME-Fortaleza/CE • Cais do Porto - Fortaleza/CE • Maracanaú/CE • Crato/CE • Natal/RN • São José do Mipibu/RN | <ul style="list-style-type: none"> • Cabedelo/PB • Bayeux/PB • Jaboatão dos Guararapes/PE • Recife/PE • Caruaru/PE • Maceio/AL • Aracajú/SE • Salvador/BA (2 CDs) • Brasília/DF • Contagem/MG | <ul style="list-style-type: none"> • Duque de Caxias/RJ • Rio de Janeiro/RJ • São Caetano do Sul/SP • Lençóis Paulista/SP • Jaboticabal/SP • Pinhais/PR • Rolândia/PR • Bento Gonçalves/RS |
|---|---|--|

A identidade organizacional é expressa pela declaração de Missão, Visão e Valores, tornando transparente para todos os públicos a razão de ser da Companhia, aonde quer chegar e os valores que prioriza na forma de trabalhar: ^{G4-56}

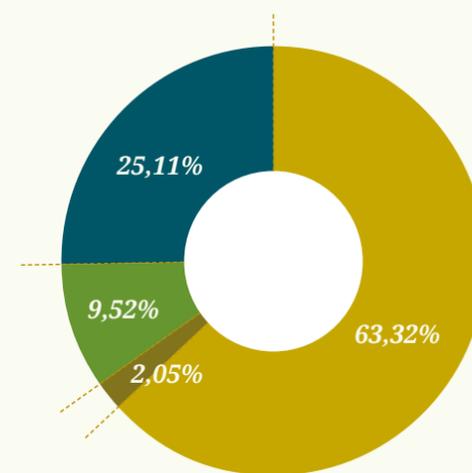
MISSÃO Nossa razão de ser	VISÃO O futuro que queremos criar	VALORES A forma como trabalhamos
Oferecer alimentos de qualidade, inovadores, saudáveis, saborosos e com preços competitivos, proporcionando o bem-estar e a felicidade das pessoas.	Colaboramos para o desenvolvimento da sociedade, com parcerias de sucesso e sustentáveis, presença global e atuação diversificada, sendo referência pelo respeito às pessoas e ao meio ambiente, ética, criatividade, disposição para servir, simplicidade e amor pelo que fazemos.	Respeito, Ética, Boa Vontade, Simplicidade, Excelência, Superação, Zelo, Criatividade e Agilidade.

Ao longo do ano de 2015, a campanha de alinhamento cultural “Somos o Time” estimulou entre todos os colaboradores o engajamento com a Missão, Visão e Valores da Companhia. O concurso cultural “Gente de Valor” identificou colaboradores reconhecidos

como referência na prática dos valores da Companhia — neste concurso, encontramos histórias surpreendentes de norte a sul do Brasil. Ao todo, foram recebidas 120 histórias. Uma comissão julgadora elegeu, para cada valor, a história de um colaborador, que

foi premiada e divulgada em todas as unidades do País.

A M. Dias Branco abriu o seu capital na BM&FBovespa em outubro de 2006 e atualmente possui a seguinte estrutura societária:



- Acionista controlador — DIBRA
- Fundo de investimento em participações
- Conselho de Administração
- Diretores Estatutários
- Free float

HISTÓRICO EMPREENDEDOR

1951

Produção com técnicas artesanais

Panificação e fabricação de biscoitos na Padaria Fortaleza.

1953

Industrialização

Início das atividades da Fábrica Fortaleza, com produção de biscoitos e massas em larga escala.

Década de 60

Modelo de distribuição pulverizado

Foco no atendimento ao micro, pequeno e médio varejos, com um sistema de vendas pronta-entrega.

1978

Lançamento da marca Richester

1980

Inauguração da nova sede da Fábrica Fortaleza, localizada no município de Eusébio/CE

1992

Início da verticalização do processo produtivo

Início da operação do Moinho Dias Branco (Fortaleza/CE), unidade industrial de moagem de trigo e produção de farinha de trigo, com parte destinada para consumo interno e outra para venda no mercado. Marcou a entrada da Companhia no segmento de farinhas e farelo de trigo.

2000

Expansão da produção na Região Nordeste

Início das atividades de um moinho de trigo e fábrica de massas em Natal/RN.

2002

Expansão da verticalização do processo produtivo

Inauguração, em Fortaleza/CE, de uma unidade industrial de produção de Gorduras e Margarinas Especiais, com parte da produção para consumo interno e parte para venda no mercado, marcando a entrada da Companhia no segmento de margarinas e gorduras especiais.

2003

Entrada nos mercados das regiões Sul e Sudeste por meio de aquisições

Inauguração, em Salvador/BA, de um moinho de trigo. Aquisição de 100% das quotas de capital da

empresa Adria Alimentos do Brasil Ltda, sediada no Estado de São Paulo, proprietária das marcas Adria, Basilar, Isabela e Zabet. Conquista da liderança nacional em *Market Share* volume no mercado nacional de biscoitos e massas.

2005

Início do modelo de produção integrada

Expansão da unidade industrial de Salvador/BA, com a implantação de uma fábrica de massas e biscoitos integrada ao moinho de trigo. Alcançando redução de custos logísticos, verticalização e diversificação de produtos. Inauguração de uma nova unidade industrial de moagem de trigo e fabricação de massas, em Cabedelo/PB, incluindo um Centro de Distribuição.

2006

Abertura de capital

Oferta pública inicial (*Initial Public Offering — IPO*) das ações da Companhia no segmento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA, sob o código “MDIA3”.

2008

Consolidação da liderança de mercado

Aquisição da empresa Indústria de Alimentos Bomgosto Ltda, sediada em Jabotão dos Guararapes/PE, proprietária da marca Vitarella.

2011/12

Continuação das aquisições

Aquisição da companhia NPAP Alimentos S/A, sediada em Recife/PE, proprietária da marca Pilar. Aquisição das empresas do Grupo “Estrela”, proprietário das marcas Estrela, Pelaggio e Salsito, marcando a entrada da Companhia nas categorias de bolos e snacks.

Aquisição da empresa Moinho Santa Lúcia, sediada em Aquiraz/CE, com atuação em moagem de trigo e fabricação de massas e biscoitos, proprietária das marcas Predilieto e Bonsabor.

2014

Entrada em novos mercados

Construção da moderna fábrica de torradas no município de Eusébio/CE e entrada no mercado de misturas para bolos.

2015

Continuação da expansão da verticalização do processo produtivo

Início da operação da fábrica de torradas em Eusébio/CE, bem como dos moinhos de Rolândia/PR e Eusébio/CE, ampliando a verticalização de farinha de trigo. Início da construção de um novo moinho em Bento Gonçalves/RS.

DESTAQUES DO ANO

Expansão da capacidade produtiva e eficiência operacional

- Início da operação da fábrica de torradas na unidade Eusébio/CE.
- Início da operação de dois novos moinhos de trigo: Rolândia/PR e Eusébio/CE.
- Adequação e adaptação da linha de recheados na unidade Eusébio/CE.
- Implantação de uma nova linha de bolos na unidade Maracaná/CE.
- Aquisição de subestação de energia elétrica, bem como reforma e adequação da linha de biscoitos laminados na unidade Maracaná/CE.
- Ampliação do diagrama de moagem da unidade Natal/RN.
- Início da produção de *wafer* coberto (D-Tone e Animados Zoo — Chocowafer) na unidade Jaboatão dos Guararapes/PE.
- Aquisição de máquinas e equipamentos para expansão de uma linha de biscoitos da unidade Jaboatão dos Guararapes/PE.
- Início da construção de um moinho de trigo na unidade situada em Bento Gonçalves/RS.
- Aquisição e instalação de nova linha de biscoitos recheados, especiais e laminados doces na unidade Bento Gonçalves/RS.

Premiações conquistadas

- O Presidente do Conselho de Administração, Sr. Ivens Dias Branco, recebeu Medalha do Governo Português de Grau de Grande Oficial do Mérito Industrial, bem como Medalha de Mérito Industrial da Panificação e Confeitaria Brasileira.
- O Presidente da Companhia, Ivens Dias Branco Júnior, recebeu Medalha do Mérito Industrial 2015 pela Federação das Indústrias do Estado do Ceará — FIEC.
- A M. Dias Branco recebeu premiação durante a Feira Mercosuper da Associação Paranaense de Supermercados (APRAS), na categoria Pratos Semi-prontos.
- A M. Dias Branco foi reconhecida na 7ª edição do prêmio Maiores e Melhores da Panificação Brasileira.
- As marcas Vitarella e Richester constaram na lista das 50 marcas mais escolhidas pelos brasileiros em pesquisa realizada pela Kantar Worldpanel.
- A marca Adria foi eleita novamente uma das “50 marcas mais valiosas do Brasil”, de acordo com o ranking divulgado pela revista IstoÉ Dinheiro, feito em parceria com a consultoria de negócios Millward Brown Vermeer.
- O Prêmio Delmiro Gouveia destaca a M. Dias Branco pela quarta vez consecutiva como a maior companhia do Estado do Ceará, onde fica sediada a sua Administração Central. A Companhia também se destacou com o segundo lugar na categoria Melhores em Desempenho Social (para empresas com faturamento acima de R\$ 90 milhões).



Em 2015, foram inauguradas a fábrica de torradas e o moinho de trigo na cidade de Eusébio/CE.

Expansão da liderança de mercado

- Conquista da liderança do mercado de biscoitos no Sudeste do país. A Companhia já detinha a liderança absoluta no mercado nacional de biscoitos.

Lançamentos

Destacamos os principais lançamentos no ano:

- Torradas Adria.
- Torradas Isabela.
- Linha ©Disney Toy Story da marca Estrela.
- Wafers Mini Isabela.
- Chocowafers Animados Zoo.
- Novos produtos Vitarella: D-Tone, Margarina Namesa, Vita Cookies, Maria Mini, Maizena Mini e novos sabores de SaltVip, Clubinho Treloso e Bolinho Treloso.



Plataformas virtuais

- A M. Dias Branco lançou aplicativo para investidores.
- Lançamento do novo site corporativo da Companhia (www.mdiasbranco.com.br).

SUMÁRIO

5 | INTRODUÇÃO



Visão Geral da M. Dias Branco 5
Histórico Empreendedor 8
Destaques do Ano 10

15 | SOBRE O RELATÓRIO E A AGENDA DE SUSTENTABILIDADE



24 | MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA



27 | CONTEXTO DE MERCADO E ESTRATÉGIA

Mercados de Atuação 30
Modelo de Negócio 34
Marcas e Campanhas 37
Riscos 39
Estratégias e Perspectivas 40



43 | DESEMPENHO

Resultados Econômico-Financeiros 44
Desempenho Econômico-Financeiro 45
Participação de Mercado 50
Desempenho no Mercado de Ações 51

Resultados Socioambientais 53
Nutrição e Saudabilidade 56
Embalagens 60
Resíduos 62
Água e Efluentes 64
Energia e Emissões 68
Comunidades e Investimento Social 71
Transparência e Diálogo 78

- Público Interno (Cultura, Segurança e Saúde)
- Clientes e Consumidores

Insumos - Commodities e Suprimentos 89



92 | GOVERNANÇA CORPORATIVA



97 | DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

106 | CARTA DE ASSEGURAÇÃO

Carta de Asseguração 108
Índice GRI 110

113 | EXPEDIENTE



SOBRE O RELATÓRIO E A AGENDA DE SUSTENTABILIDADE



SOBRE O RELATÓRIO E A AGENDA DE SUSTENTABILIDADE G4-28 a 30

A Companhia estabeleceu planos e metas até o ano de 2021, relacionados aos temas estratégicos de sustentabilidade, cuja evolução é acompanhada por meio de avaliações mensais de desempenho.

Neste Relatório Anual 2015, a M. Dias Branco manteve a mesma estrutura do relato do ano anterior, buscando apresentar os resultados econômico-financeiros e socioambientais em um único documento. O objetivo é mostrar aos nossos públicos de interesse o processo em curso na Companhia de construção do pensamento integrado, conforme preconizado pelo *International Integrated Reporting Council* (IIRC), o que impulsionará o crescimento sustentável do negócio.

Em sua 2ª edição, esse relatório busca trazer aos leitores informações com potencial de gerar e/ou proteger o valor do negócio ao longo do tempo. Ele abrange todas as unidades de negócio e traz os resultados obtidos pela Companhia no período.

Seguindo os padrões de Reporte de Sustentabilidade estabelecidos pelo *Global Reporting Initiative* (GRI), a Companhia cumpre a diretriz GRI G4 Essencial, com verificação externa e asseguarção de alguns indicadores divulgados nesse Relatório. A asseguarção é realizada por empresa especializada, conforme consta no Capítulo “Carta de Asseguarção”. G4-32

A apuração dos indicadores financeiros atende aos padrões internacionais de contabilidade dos *International Financial Reporting Standards* (IFRS) emitidos pelo *International Accounting Standards Board* (IASB) e as interpretações emitidas pelo *International Financial Reporting Interpretations Committee* (IFRIC), implantados no Brasil por meio do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) e suas interpretações técnicas através das Interpretações do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (ICPC) e Orientações do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (OCPC), aprovadas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

Outras fontes de informação relevantes, no processo de mensuração dos indicadores não financeiros, foram trazidas pelas certificações (ISO 9001, ISO 14001 e ISO 22000), pelas normas brasileiras aplicadas a relações trabalhistas e pelos sistemas internos da Companhia, tais como Gerenciamento pelas Diretrizes (GPD), Gerenciamento Matricial de Despesas (GMD), Gestão Estratégica e Gestão de Classe Mundial (GCM).

O GCM é um modelo de excelência que visa a melhoria dos resultados da produção, buscando diminuir perdas e alcançar altos níveis de eficiência operacional, contemplando as dimensões: Produtividade, Qualidade, Custos, Entrega, Sustentabilidade e Desenvolvimento de Pessoas.

AGENDA ESTRATÉGICA DE SUSTENTABILIDADE G4-18 A 21, 24 A 26

A definição dos temas prioritários de sustentabilidade para a Companhia foi explicitada em 2014, a partir da análise de macro-tendências globais que impactam o setor de alimentos, bem como de estudo setorial e de mercado. As análises e os estudos realizados trazem uma perspectiva abrangente das visões e aspirações de órgãos multilaterais e reguladores, governos, comunidade acadêmica e sociedade civil organizada. O processo contou com a participação do corpo diretivo e gerencial, com apoio consultivo especializado, e levou em conta as seguintes macro-tendências globais para o setor de alimentos:



Essas macro-tendências permanecem válidas no contexto dos negócios e são os fundamentos da estratégia de sustentabilidade da Companhia, apresentada nos quadros das páginas seguintes, em conjunto com as metas de longo prazo (para o ano de 2021) para cada um dos temas materiais.

Além dos estudos e discussões realizados, os Canais de Relacionamento apresentados na tabela abaixo permitem à Companhia identificar demandas de partes interessadas em relação aos impactos das atividades. As informações coletadas foram correlacionadas aos Temas Estratégicos de Sustenta-

bilidade, de forma a permitir sua gestão pelas áreas funcionais responsáveis. Para efeitos de relato, esses canais relacionam-se diretamente com os temas Investimento Social, Comunidades, Transparência e Diálogo, apresentados em detalhes no capítulo “Resultados Socioambientais”.

CANAIS DE RELACIONAMENTO ADOTADOS PELA COMPANHIA

	STAKEHOLDERS					
	LIDERANÇA	SOCIEDADE CIVIL	GOVERNO	CLIENTES	FORNECEDORES	PÚBLICO INTERNO
PESQUISA DE CLIMA	X					X
SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR (SAC)		X		X		
CANAL ÉTICO		X		X	X	X
ENTREVISTAS	X					X
INVESTIMENTO SOCIAL	X	X	X			X
QUESTIONÁRIOS DE AUTOAVALIAÇÃO		X	X		X	

O processo de inserção formal da sustentabilidade na estratégia de negócio da M. Dias Branco completou em 2015 seu segundo ano. A implementação da Agenda Estratégica e a consolidação dos canais

de relacionamento integram o modelo de gestão na medida em que as práticas e necessidades da Companhia e dos stakeholders se apresentam no dia a dia.

ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

M. DIAS BRANCO

TEMA ESTRATÉGICO	POR QUE O TEMA É IMPORTANTE PARA A COMPANHIA E OS STAKEHOLDERS	DIRECIONADORES	LINHAS DE AÇÃO	EXPECTATIVAS PARA 2021
NUTRIÇÃO E SAUDABILIDADE	Além da padronização da qualidade dos alimentos adequados ao consumo, a segurança alimentar e nutricional tem sido compreendida como o acesso físico, social e econômico de uma família à alimentação adequada, suficiente e nutritiva para todos os seus integrantes. O aumento recente de doenças ligadas à obesidade e o custo do seu tratamento transformaram-se em uma questão de saúde pública. As decorrentes mudanças de valores dos consumidores e o reconhecimento da correlação da obesidade com uma dieta inadequada levam a uma crescente preocupação sobre a saudabilidade e a funcionalidade dos alimentos.	<ul style="list-style-type: none"> >> Desenvolver produtos que contribuam para a redução do déficit nutricional de crianças e jovens no País. >> Mediante Pesquisa & Desenvolvimento, promover melhorias dos atributos de saudabilidade das linhas já existentes e desenvolver novas linhas de produtos. 	<ul style="list-style-type: none"> >> Linha de produtos com perfil mais nutritivo e com ingredientes naturais. >> Redução dos níveis de açúcar, sódio e gorduras trans. >> Rotulagem limpa. 	<ul style="list-style-type: none"> >> Aumentar a participação de produtos com perfil mais nutritivo no portfólio da empresa. >> Eliminar as gorduras trans das categorias de produtos da empresa.
EMBALAGENS	Diretrizes globais para as indústrias de bens de consumo e de embalagens estimulam iniciativas focadas na redução de gramatura, no aumento de seu componente reciclado e nas taxas de reaproveitamento pós-consumo. No Brasil, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) define a responsabilidade compartilhada sobre o ciclo de vida dos produtos, envolvendo consumidores, fabricantes, distribuidores etc. O tema passa a ser mandatário, ao tempo em que gera oportunidades de criação de novos negócios de reciclagem, com geração de renda e inclusão de catadores.	<ul style="list-style-type: none"> >> Por meio de parcerias, implantar esquemas de logística reversa. >> Com apoio de fundos públicos de inovação, analisar novos materiais no contexto de <i>design for sustainability</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> >> Materiais renováveis. >> Redução de gramatura das embalagens. >> <i>Design</i> sustentável e gestão do ciclo de vida de produtos. 	<ul style="list-style-type: none"> >> Substituir as embalagens de rafia e polietileno utilizadas em farinhas para papel com selo FSC², conforme o aumento da demandados consumidores. >> Introduzir filmes para enfardadeira com material 100% reciclado nas linhas de massas. >> Reduzir a gramatura dos filmes flexíveis laminados. >> Reduzir espessura dos filmes para enfardar de 50µm para 40µm na unidade São Caetano do Sul/SP.

² FSC: sigla em inglês para a palavra *Forest Stewardship Council*, ou Conselho de Manejo Florestal. É considerado o selo verde de referência em todo o mundo, com presença em mais de 75 países.

TEMA ESTRATÉGICO	POR QUE O TEMA É IMPORTANTE PARA A COMPANHIA E OS <i>STAKEHOLDERS</i>	DIRECIONADORES	LINHAS DE AÇÃO	EXPECTATIVAS PARA 2021
<p>RESÍDUOS SÓLIDOS, EFLUENTES, ÁGUA E ENERGIA</p>	<p>A ecoeficiência visa implantar iniciativas nos sistemas de produção, de forma a reduzir seu impacto ambiental ao mesmo tempo em que gera retorno econômico. A adoção dessas iniciativas tem como objetivo a redução do consumo de matérias-primas e insumos, como água e energia elétrica, assim como da emissão de Gases de Efeito Estufa (GEE) e da geração de resíduos dentro da organização. Iniciativas de ecoeficiência podem oferecer retorno financeiro por meio de medidas de economia/eficiência da utilização de recursos naturais e prevenção de possíveis riscos relacionados à conformidade ambiental. Com o advento da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), a logística reversa de embalagens pós-consumo passa a ser mandatória, envolvendo também agentes do ambiente externo à Companhia.</p>	<p>>> Por meio de uma estrutura corporativa, tornar a gestão ambiental um processo, avançando no médio e longo prazos em eficiência e produtividade no uso dos recursos naturais, mediante investimentos próprios e fundos públicos de Pesquisa & Desenvolvimento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> >> Redução na geração de resíduos no processo. >> Destinação adequada de resíduos do processo (reciclagem e reutilização). >> Logística reversa de embalagens pós-consumo. >> Reúso de água. >> Redução relativa de consumo de água e energia. >> Preço competitivo da energia. >> Garantia de abastecimento. >> Eficiência energética. >> Menor intensidade no uso de combustível fóssil. 	<ul style="list-style-type: none"> >> Reduzir efetivamente a geração de resíduos em todas as unidades. >> Implantar reúso de água nas unidades que possuem Estação de Tratamento de Efluentes. >> Reduzir o consumo relativo de água e energia em relação ao ano anterior.
<p>COMUNIDADE E INVESTIMENTO SOCIAL</p>	<p>O relacionamento de uma Companhia com a sociedade manifesta-se, de forma mais restrita, nas comunidades do entorno de suas operações até, de forma mais abrangente, impactando a sociedade como um todo. O desenvolvimento de um melhor relacionamento com o entorno das operações e varejo pode minimizar os impactos negativos potenciais gerados para comunidades mais próximas e mais sensíveis. De forma mais ampla, as Companhias têm sido chamadas, pela sociedade, a contribuir de forma mais efetiva com temas relacionados às suas atividades, o que pode ser endereçado por meio do investimento social e do apoio a causas socialmente relevantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> >> Por meio de processos estruturados de engajamento, buscar a convivência harmoniosa com as comunidades do entorno das operações, visando a manutenção de bons princípios de responsabilidade social. >> Desenvolver um plano de ação para integrar o investimento social alinhado ao negócio, com aportes de recursos próprios e incentivos que fortaleçam entidades da sociedade civil em suas missões. >> Atuar com foco nas operações, mas também considerando os territórios de influência da Companhia. 	<ul style="list-style-type: none"> >> Alocação estratégica do investimento social. >> Engajamento e relacionamento com as comunidades do entorno. 	<ul style="list-style-type: none"> >> Implantar o modelo de investimento social, com medição de impacto. >> Implantar Plano de Engajamento em 100% das unidades.

TEMA ESTRATÉGICO	POR QUE O TEMA É IMPORTANTE PARA A COMPANHIA E OS STAKEHOLDERS	DIRECIONADORES	LINHAS DE AÇÃO	EXPECTATIVAS PARA 2021
<p>TRANSPARÊNCIA E DIÁLOGO, CULTURA, SAÚDE E SEGURANÇA</p>	<p>A qualidade de vida no trabalho, implementada por meio de programas de saúde e segurança ocupacional, bem como o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores, são fatores críticos de sucesso para qualquer organização. A qualidade do capital humano, portanto, deve ser o foco das empresas modernas.</p> <p>O consumidor, cada vez mais consciente da importância do seu ato de compra, exige produtos e serviços provenientes de organizações responsáveis do ponto de vista social e ambiental. O posicionamento ético e transparente da indústria de alimentos tem sido demandado, especialmente quanto à divulgação de informações claras e precisas sobre seus produtos, observando-se uma tendência de a legislação brasileira tornar-se cada vez mais restritiva no tema.</p>	<p>>> Investir em qualidade de vida e no desenvolvimento de pessoas, fomentando a cultura de sustentabilidade na Companhia.</p> <p>>> Disponibilizar canais de relacionamento para troca de informações com nossos públicos de interesse.</p>	<p>>> Cultura de sustentabilidade.</p> <p>>> Desenvolvimento e valorização do capital humano.</p> <p>>> Segurança e Saúde do Trabalho.</p> <p>>> Relacionamento com clientes e consumidores.</p>	<p>>> Aplicar conteúdos de sustentabilidade nas trilhas de formação das Escolas da Universidade Corporativa.</p> <p>>> Garantir que todos os colaboradores tenham uma percepção positiva da Companhia, agindo em sintonia com as premissas de sustentabilidade nas suas atividades do trabalho e de voluntariado. A percepção será medida por meio de pesquisa.</p> <p>>> Taxa de frequência de acidentes: no máximo 0,5.</p>
<p>INSUMOS</p>	<p>O aumento da importância dada pelo consumidor às questões socioambientais, a possibilidade de corresponsabilidade legal e os impactos na reputação, por conta de práticas de fornecedores, podem representar riscos para as empresas. Ao mesmo tempo, gera oportunidades para o desenvolvimento de iniciativas benéficas ao negócio, como a inclusão de pequenos produtores locais ou a participação em iniciativas voluntárias locais e regionais em parcerias com outras companhias e Organizações Não Governamentais (ONGs).</p> <p>A mudança climática pode provocar alterações na vocação agrícola de regiões tradicionais, mudanças na produtividade de <i>commodities</i> essenciais para a indústria de alimentos e consequente volatilidade dos preços das <i>commodities</i>. Adicionalmente, a competição com outras culturas pode promover a instabilidade do fornecimento dos produtos agrícolas que estão na base do fornecimento da indústria de alimentos.</p>	<p>>> Em um contexto de monitoramento de riscos e por meio de processos internos formalizados, entender as criticidades específicas para os insumos agrícolas da Companhia e acompanhar as pressões sociais e ambientais nos mercados fornecedores.</p>	<p>>> Aspectos socioambientais em <i>commodities</i> agrícolas.</p> <p>>> Aspectos socioambientais em suprimentos.</p>	<p>>> Qualificar e monitorar todos os fornecedores que impactam nas questões de qualidade, meio ambiente, segurança de alimentos e segurança do trabalho, bem como aqueles que não impactam, mas que são considerados críticos ao negócio da Companhia.</p>

Temos a satisfação de compartilhar neste relato os nossos resultados financeiros, operacionais e socioambientais de 2015. Esse foi um ano especialmente desafiador para as empresas brasileiras, em que os negócios desenvolveram-se em um cenário recessivo e de piora em vários indicadores econômicos-chaves, tais como aumento do desemprego, alta da inflação, forte desvalorização cambial (com impacto sensível em custos associados ao dólar) e queda na renda real da população.

Este quadro adverso impulsionou a Companhia a dedicar o melhor de seus esforços para a superação das dificuldades de curto prazo, preservando a construção das bases estruturais que perpetuem o seu crescimento no médio e longo prazos. Medidas de racionalização de gastos e elevação de produtividade foram intensificadas, ao tempo em que aumentamos os investimentos na ampliação e modernização do negócio, em relação ao ano anterior.

Iniciamos a operação de dois novos moinhos de trigo em Eusébio/CE e Rolândia/PR, demos os primeiros passos na construção de um outro moinho em Bento Gonçalves/RS, reestruturamos o processo produtivo de massas e redimensionamos as plantas fabris existentes. Com tais iniciativas, alcançamos maior eficiência produtiva pelo uso de estruturas de produção tecnologicamente mais avançadas, evidenciando a nossa crença no negócio e no potencial do nosso país.

Nos resultados econômico-financeiros, destacamos o crescimento da receita líquida em relação ao ano anterior, alcançando R\$ 4,6 bilhões, enquanto o Ebitda atin-

giu R\$ 686,6 milhões. Na dimensão ambiental, demos passos importantes em 2015: reduzimos o consumo de plástico em nossas embalagens, diminuimos pela metade a destinação de resíduos para aterros, dobramos nosso índice de reúso de água e racionalizamos o consumo de água por tonelada de produto.

Em relação aos nossos colaboradores, priorizamos as oportunidades de crescimento de suas carreiras, com elevação das promoções realizadas por processo seletivo interno ou mérito, o que fortalece a política de retenção de talentos. Um número recorde de horas de treinamento foi realizado pela Universidade Corporativa. Nos cuidados com a segurança do trabalho, destacamos a redução alcançada na taxa de frequência de acidentes, em comparação ao ano anterior.

Continuamos investindo em inovação de processos e produtos, denotando nosso compromisso com a excelência operacional. Métodos de gestão e governança foram aprimorados, dentro de uma estratégia continuada de melhoria da capacidade da empresa atender os seus clientes e consumidores. Assim, caminhamos cada vez mais fortalecidos no cumprimento da nossa missão de oferecer alimentos que proporcionem o bem-estar e a felicidade das pessoas.

Ressaltamos, ainda, a relevância das iniciativas implementadas em 2015 no âmbito de nossa estratégia de sustentabilidade. Continuamos engajados com o cumprimento da Agenda Estratégica de Sustentabilidade, por meio de Grupos de Trabalho dedicados aos planos de ação estabelecidos, definição das

*“CAMINHAMOS
CADA VEZ MAIS
FORTALECIDOS NO
CUMPRIMENTO DA
NOSSA MISSÃO.”*

perspectivas de longo prazo para cada um dos temas estratégicos priorizados e instituição do Comitê de Sustentabilidade, composto por Diretores de diversas áreas.

Agradecemos o empenho de todos os nossos colaboradores e a confiança dos nossos parceiros e in-

vestidores, renovando o nosso otimismo em relação ao futuro e às novas gerações, bem como o nosso compromisso em continuar dedicando o melhor da nossa competência e trabalho para que a M. Dias Branco avance em seu aprendizado a cada novo desafio, tornando-se mais forte e relevante

na perspectiva da sociedade e de todos os nossos *stakeholders*.

Francisco Ivens de Sá Dias Branco
Presidente do Conselho de Administração

Francisco Ivens de Sá Dias Branco Júnior
Presidente



Francisco Ivens de Sá Dias Branco / Presidente do Conselho de Administração (à esquerda)
Francisco Ivens de Sá Dias Branco Júnior / Presidente

CONTEXTO DE MERCADO E ESTRATÉGIA



CONTEXTO DE MERCADO E ESTRATÉGIA

A M. Dias Branco seguirá trabalhando no sentido do fortalecimento de suas marcas em todo o País, para consolidar sua liderança de mercado, com especial atenção a regiões em que tem uma menor participação. Também intensificará sua atuação em novos produtos alimentícios e continuará a investir na melhoria da eficiência operacional.

Apresentamos neste capítulo um panorama acerca dos principais mercados de atuação da Companhia (indústria de trigo e moagem de trigo, massas e biscoitos), das principais características do nosso modelo de negócio, das campanhas de publicidade de nossas marcas, bem como dos principais riscos inerentes às atividades da M. Dias Branco.

Finalizamos o capítulo com a apresentação das principais estratégias e perspectivas para os próximos anos.



Atuação de um promotor da Companhia no mercado varejista.

MERCADOS DE ATUAÇÃO

A INDÚSTRIA DE TRIGO E MOAGEM DE TRIGO

Após o processo de desregulamentação do setor ocorrido no início da década de 1990, o Governo adotou medidas direcionadas a fim de incentivar a cultura do trigo no mercado nacional. Para garantir preços mínimos pagos ao produtor, criou-se a PGPM (Política de Garantia de Preços Mínimos). Para sustentar o preço mínimo, foram criados os EGF (Empréstimos do Governo Federal), as AGF (Aquisições do Governo Federal), o PEP (Prêmio para o Escoamento de Produto) e o PEPRO (Prêmio Equalizador Pago ao Produtor). Na prática, as quatro ferramentas mencionadas são responsáveis pela equalização da diferença entre o preço mínimo e o preço de mercado, que normalmente é formado pelo mercado internacional.

A produtividade do trigo no Brasil ainda é baixa em relação aos principais produtores mundiais, embora tenha apresentado considerável evolução nos últimos

anos. Condições climáticas desfavoráveis à cultura de inverno na maior parte do território nacional, associadas às características do solo, influenciam a qualidade do trigo brasileiro e os custos de produção do grão. Apesar do esforço do Estado em garantir a renda do produtor, os fornecedores, em especial a Argentina, conseguem desembarcar o grão a custos inferiores aos custos nacionais e/ou em padrões de qualidade superiores.

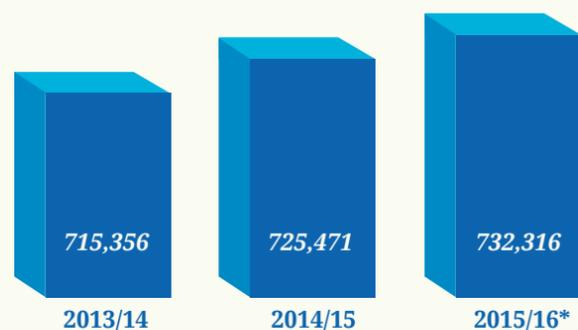
De acordo com o *United States Department of Agriculture* (USDA), a produção mundial de trigo referente à safra 2014/2015 foi 1,4% maior que a safra do ano anterior, enquanto a safra 2015/2016 ficará em torno de 0,9% maior que a registrada na safra 2014/2015, conforme indicado no gráfico abaixo. Destacam-se como grandes produtores de trigo a União Europeia, China, Índia, Estados Unidos e Rússia, sendo a União Europeia e a Rússia os maiores exportadores do mundo.

O Brasil está entre os cinco maiores importadores do mundo. Embora o último relatório divulgado pelo USDA, em março de 2015, aponte a União Europeia como o maior exportador do mundo, a Argentina é quem fornece mais da metade da demanda de trigo dos moinhos brasileiros.

Conforme dados da Associação Brasileira da Indústria de Trigo (ABITRIGO), em 2014 havia no Brasil 201 moinhos de trigo em atividade, sendo boa parte concentrados nas regiões Sul e Sudeste, próximos aos principais fornecedores da matéria-prima. A região Sul lidera a moagem de trigo (45,0%), seguida pela região Sudeste (25,7%) e pelas regiões Norte e Nordeste (25,4%). O Centro-Oeste é a região com menor participação (3,8%).

A área plantada de trigo na safra 2014/2015 apresentou um aumento de 24,8%, atingindo 2.758,0 mil hectares, resultando

Produção mundial de trigo (mil toneladas)



* Estimativa em março de 2016. Fonte: USDA (United States Department of Agriculture).



A farinha de trigo da marca Finna é utilizada em tortas, bolos e outras receitas.

em um aumento de produção de 8,0% em relação ao ano anterior. A produção atingiu 5.971,1 toneladas contra as 5.527,9 registradas no ano anterior, segundo a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB).

Sob a ótica da demanda, esse mercado é extremamente pulverizado. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP), o setor de panificação está entre os maiores segmentos industriais do Brasil e é composto por 63,2 mil panificadoras em todo

o país, que atenderam em média 39,8 milhões de clientes por dia em 2015, gerando cerca de 818 mil empregos diretos. É a única indústria presente em todos os bairros do País.

Ainda segundo a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP), o consumo *per capita* de pão no Brasil é, em média, de 33 kg/ano, volume que representa metade do consumo recomendado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), de aproximadamente 60 kg/ano. Também é inferior ao

consumo anual da Argentina (70 kg) e do Chile (90 kg).

O consumo da farinha de trigo é limitado em função de fatores relacionados com os hábitos alimentares, além da concorrência com produtos substitutos, como o milho e a farinha de mandioca. O poder aquisitivo da população é mais um dos fatores que contribuem para o baixo consumo *per capita*. Dos pães consumidos no Brasil, 86% correspondem aos pães artesanais, sendo 52% de pão francês.

A INDÚSTRIA DE MASSAS

O volume total de produção de massas alimentícias no Brasil ficou em torno de 1,2 milhão de toneladas no ano de 2014, ficando atrás somente da Itália (3,4 milhões de toneladas) e dos Estados Unidos (2,0 milhões de toneladas), segundo dados da *International Pasta Organization* (IPO).

Com relação ao consumo de massas alimentícias, o Brasil

figura como o terceiro maior consumidor de macarrão do mundo, atrás somente da Itália e dos Estados Unidos. No entanto, ao ser comparado o consumo *per capita* do alimento, a disparidade se torna evidente. A diferença entre o consumo *per capita* de macarrão do italiano e do brasileiro chega a quase 20 kg por habitante.

De acordo com a Associação Brasileira das Indústrias de Bis-

coitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (ABIMAPI), o que dificulta uma expansão maior do nível de consumo nacional é o fato de que o brasileiro vê as massas como um complemento e não como um prato principal. Além disso, o arroz é o maior concorrente da massa, em função de se tratar de um carboidrato de preço mais baixo.

**A M. DIAS BRANCO
LIDERA O MERCADO
NACIONAL DE
MASSAS COM 28,4%
DE PARTICIPAÇÃO.**

A última Pesquisa de Orçamentos Familiares elaborada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) aponta que o consumo *per capita* de arroz no Brasil é de aproximadamente 26,5 kg/ano, significativamente maior que a demanda por massas (6,0

kg/ano, em 2014), segundo a *International Pasta Organization* (IPO). Esse setor se tornou mais concentrado com a intensificação das fusões e aquisições. Atualmente, mais da metade do mercado, em termos de volume vendido, é dominado por seis empresas.

De acordo com dados da AC Nielsen sobre o volume de vendas em 2015, a M. Dias Branco lidera esse mercado com 28,4% de participação. Ainda conforme a AC Nielsen, para o mesmo ano a região Sudeste é responsável pelo consumo de 43,8% das massas no País, a região Nordeste por 28,8%, a Sul por 19,2%, a Centro-Oeste por 6,9% e a Norte por 1,3%.

Segundo dados da AC Nilsen e da ABIMAPI, entre 2010 e 2015, os tipos de massas que mais cresceram foram as massas instantâneas e as frescas, com cresci-

mento de 47,2% e 42,5%, respectivamente, em valor de vendas. O aumento do consumo e das vendas decorreu da praticidade no preparo da refeição, atraindo os públicos infantil, jovem e adulto.

Assim, as Companhias aumentaram os investimentos no desenvolvimento de novos produtos com maior praticidade, como massas instantâneas com sachê de molho e lasanhas pré-cozidas. Um fator determinante para a expansão de novos investimentos na produção do macarrão instantâneo é a rentabilidade.

De acordo com a ABIMAPI e a AC Nielsen, em 2015, o quilo de massa seca comum no varejo alcançou o valor médio para o consumidor de R\$ 4,97, enquanto a massa instantânea se posicionou no valor médio de R\$ 13,06 o quilo.



As massas produzidas pela M. Dias Branco têm presença marcante no mercado brasileiro.



Exposição de biscoitos da marca Richester em um ponto de venda.

A INDÚSTRIA DE BISCOITOS

O Brasil ocupa a posição de 4º maior vendedor mundial de biscoitos, com registro de 1,2 milhão de toneladas comercializadas em 2014, segundo os dados da ABIMAPI e do Euromonitor. De acordo com dados da AC Nielsen, no ano de 2015 a região Sudeste foi responsável pelo maior volume de vendas de biscoitos no Brasil (45,5%), já que possui a maior renda *per capita* do País e que o consumo desses produtos é fortemente influenciado pelo poder aquisitivo das famílias. A região Nordeste foi responsável por 30,3%, a Sul por 15,1%, a Centro-Oeste por 7,9% e a Norte por 1,2%.

O Brasil apresenta um consumo *per capita* de biscoitos de aproximadamente 8,5 kg/ano, enquanto países como Argentina e Reino Unido consomem mais

de 10 kg por habitante ao ano. Atualmente, seis empresas detêm 62% de participação no mercado de biscoitos no País, sendo que o restante do mercado encontra-se fragmentado entre um grande número de Companhias.

De acordo com dados da AC Nielsen do ano de 2015, a M. Dias Branco lidera esse mercado em volume de vendas, com participação de 27,9%.

Nas últimas décadas, a ascensão social da população está incentivando o consumo de biscoitos, inclusive aqueles com maior valor agregado. Os biscoitos tidos como saudáveis também estão apresentando taxas de crescimento bastante expressivas, evidenciando uma oportunidade de expansão desse mercado.

**NO MERCADO
NACIONAL DE
BISCOITOS,
A M. DIAS BRANCO
OCUPA A LIDERANÇA
ABSOLUTA, COM
PARTICIPAÇÃO DE
27,9%.**

MODELO DE NEGÓCIO

Uma característica importante da Companhia, com reflexos relevantes em sua situação financeira e patrimonial, reside no fato de ter a integração vertical do processo produtivo. Os principais insumos de seus produtos são produzidos pela própria Companhia: a farinha de trigo e as gorduras vegetais. Esta **cadeia produtiva integrada** proporciona condições para um melhor planejamento de sua produção, impulsionando maior qualidade de seus produtos, maior eficiência de consumo dos principais insumos, preços mais competitivos para os produtos e melhor controle dos custos de produção.

No ano de 2015, a Companhia fabricou 83,4% de toda a farinha de trigo e 92,1% de toda a gordura vegetal utilizadas no seu processo produtivo, expan-

dindo o índice de verticalização em relação ao ano anterior.

Outro importante diferencial da M. Dias Branco é a **abrangência geográfica das unidades** de produção e distribuição, presentes nas regiões Sul, Sudeste, Norte, Nordeste e Centro-Oeste, permitindo atuar em todas as regiões do País. A ampla malha de produção e logística permite flexibilidade no atendimento às demandas dos diferentes mercados, a custos competitivos.

Mais um aspecto importante para o desempenho financeiro e patrimonial da Companhia está no fato de que, ao longo de mais de 60 anos, desenvolveu e consolidou **um modelo de distribuição pulverizado**, o qual, sem prejuízo do atendimento personalizado aos grandes clientes, é estruturado para atender prin-

cipalmente ao micro, pequeno e médio varejos, com um sistema de vendas pronta-entrega de visitas semanais aos clientes. ^{G4-9}

As unidades industriais localizadas em vários Estados do Brasil permitem uma **flexibilidade na produção** das diversas marcas, diminuindo os custos logísticos e aumentando a eficiência de distribuição para atender grandes redes, atacadistas e principalmente os milhares de pequenos e médios varejos espalhados pelo País. ^{G4-12}

Os esforços de construção de sólido relacionamento de negócios com os clientes, aliados à **distribuição numérica da base de clientes** e às **marcas regionais fortes**, permitem realizar vendas a prazo para os clientes com um nível de inadimplência pouco significativo.



A farinha de trigo produzida pela Companhia é um importante diferencial na estratégia de verticalização.

Ao longo de 2015, a M. Dias Branco deu continuidade aos investimentos em Marketing para aprimorar a relação da marca com os consumidores de seus produtos, como apresentado na sessão seguinte “Marcas e Campanhas”.

No que tange às **aquisições**, a M. Dias Branco está sempre em busca de oportunidades para expansão da sua atuação nos mercados atuais e potenciais, focando aspectos relevantes como a força das marcas, o modelo de distribuição, a participação de mercado e o potencial de obtenção de sinergias.

As principais **matérias-primas**, adquiridas no mercado nacional e internacional, utilizadas para a produção dos produtos da Companhia são: trigo, óleo de palma, óleo de soja, açúcar, cacau e amido, além de embalagens plásticas e de papel/papelão, energia elétrica e água. O gerenciamento destes insumos é feito sempre considerando os impac-

tos positivos e negativos no capital natural, como apresentado no Capítulo “Resultados Socioambientais”. ^{G4-12}

A M. Dias Branco conta com um time de colaboradores comprometidos e capacitados, além de executivos experientes e alinhados aos interesses de seus acionistas e demais partes interessadas. Programas de desenvolvimento e engajamento dos times são intensificados a cada ano, visando reconhecer e fortalecer nosso **capital humano**.

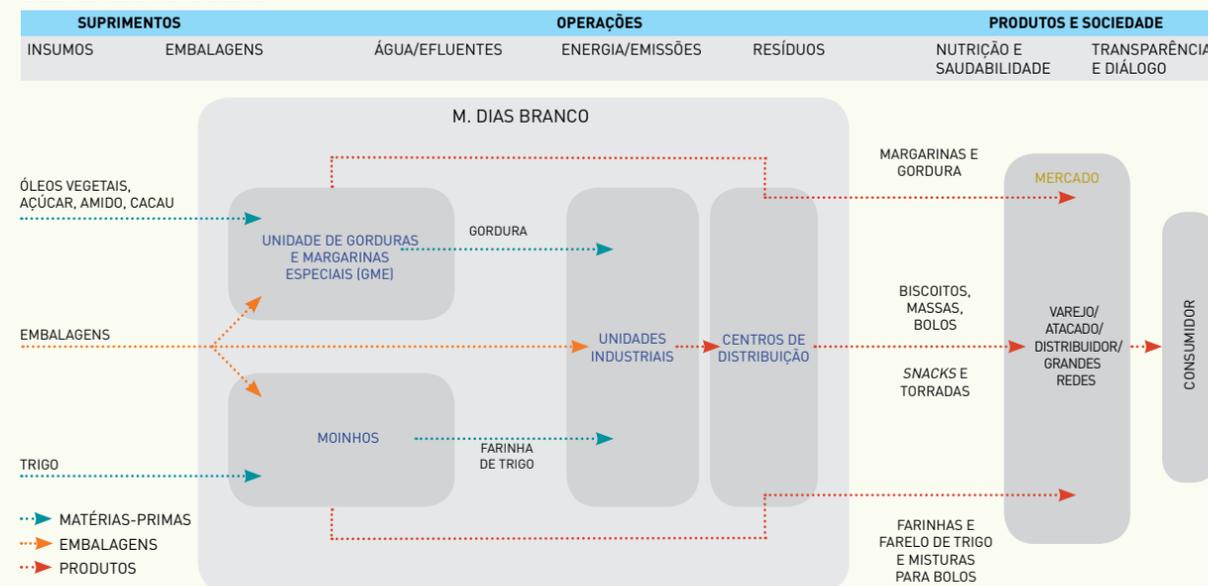
A transparência nas relações favorece também o capital social da Companhia, por meio de ações em comunidades no entorno das unidades, da gestão dos canais de relacionamento como SAC e Canal Ético, além da participação ativa em entidades setoriais, tais como a Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (ABIA) e a Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias

e Pães & Bolos Industrializados (ABIMAPI), por exemplo.

Para a Companhia, o conceito de sustentabilidade consiste na perpetuação das suas atividades por meio de uma atuação transparente na **cadeia de valor**, otimizando o modo de produzir e respeitando os diversos públicos de interesse. Os temas estratégicos de sustentabilidade permeiam toda a cadeia de valor e direcionam os impactos econômicos, sociais e ambientais.

Por meio de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I), bem como de práticas modernas de gestão, a Companhia busca maximizar as oportunidades de mercado e estreitar a colaboração e a eficácia nos seus relacionamentos com fornecedores, colaboradores, acionistas e consumidores. A seguir, demonstramos de forma sintética a cadeia de valor do negócio:

CADEIA DE VALOR M. DIAS BRANCO



A M. Dias Branco opta por adotar marcas regionalmente ou localmente fortes, atendendo aos mais diversos perfis de consumidores, de todas as classes sociais, comercializando, desta forma, em todas as regiões do território brasileiro.

A produção de **biscoitos** engloba produtos dos tipos salgados, *crackers*, recheados, amanteigados, cobertos, doces, tortinhas, rosas, maria e maizena, além dos *wafers*. Com relação às **massas**, a Companhia tem participação nas famílias de macarrão comum, sêmola, sêmola com ovos, grão duro, lasanha e macarrão instantâneo. As principais marcas de biscoitos e massas são: Vitarella, Fortaleza, Richester, Treloso, Pilar, Estrela, Adria, Isabela, Zabet, Basilar, Predilieto e Bonsabor.

A produção de **farinha de trigo e farelo** engloba farinha dos tipos doméstica e industrial e farelo do tipo grosso, fino e remoído. As principais marcas de farinha de trigo são Medalha de Ouro, destinada ao segmento de panificação, e Finna, para o consumidor final das classes de A a D.

A produção da Companhia engloba **margarinas** dos tipos doméstica e industrial, sendo a marca Amorela para as classes A/B e **gorduras** para diversas aplicações, tais como frituras de imersão, sorvete, cobertura, recheio e *spray*. As principais marcas são Puro Sabor e Adorita, que atendem aos mercados das classes B/C/D, e Medalha de Ouro, destinada a *food service*.

Bolos e misturas para bolos complementam o portfólio da Companhia. Em relação a bolos, a Companhia possui uma linha infantil nas marcas Pelaggio e Richester e uma linha familiar na marca Pelaggio, ambas com produtos recheados e sem recheio.

Em **snacks**, produz os tipos tradicionais e *Power*. Além de se diferenciarem no peso líquido, os *snacks* de Milho Power são produtos com baixo teor de sal e gordura.

Na linha de **torradas**, com as marcas Fortaleza e Vitarella (Norte/Nordeste), Adria (Sudeste) e Isabela (Sul), foram lançados quatro sabores: Tradicional, Integral, Multigrãos e *Light*.



Uma ampla diversidade de marcas integra o portfólio de produtos da Companhia.

MARCAS E CAMPANHAS

Com um portfólio diversificado de produtos para o consumo no lar e *food service*, a M. Dias Branco atua nas categorias de biscoitos, massas, farinhas e farelos de trigo, margarinas, gorduras, *snacks*, bolos, misturas para bolos e torradas, com marcas regionais em todo o País. A atenção máxima às necessidades dos consumidores, criando e lançando novos produtos, faz parte da estratégia comercial da Companhia.

Durante o ano de 2015, as marcas realizaram diversas ações e lançamentos com o objetivo de se aproximarem ainda mais de seus consumidores.

Um dos destaques do ano de 2015 foi a entrada da Companhia na categoria de torradas com as marcas Fortaleza, Vitarella, Adria e Isabela. *As torradas com as marcas da M. Dias Branco são fabricadas com ingredientes selecionados e matéria-prima exclusiva dos moinhos da Companhia*, o que garante uma excelente qualidade de todo o processo de produção. O resultado é uma torrada leve e crocante. Com a implantação da nova linha de produção, uma das mais modernas do mundo, a M. Dias Branco entrou no mercado com credencial para ser uma das principais da categoria.

Outro destaque foi que a Companhia colocou no mercado uma nova linha de biscoito *wafer* coberto de chocolate, voltada para o público infantojuvenil: Chocowafer Animados Zoo, da



O Chocowafer foi mais uma novidade apresentada pela Companhia em 2015.

marca Richester, e D-Tone, da marca Vitarella.

Já no Sul do país, a marca Isabela inovou lançando a linha de Wafer Mini, cortados em quadrados “bite size”, em três sabores exclusivos: Limão Siciliano, Chocolate Intenso e Chocolate com Avelã. Os produtos são apresentados em embalagens “stand-up pouch”, ideal para o consumo a qualquer hora.

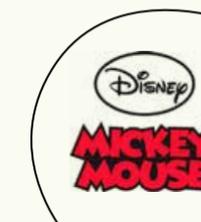
O portfólio da marca Vitarella também foi ampliado com os lançamentos dos biscoitos Vita Cookies, além de novos sabores do SaltVip, Maizena Mini, Maria Mini, Sequilhos a granel e Bolinho Treloso. Para premiar os consumidores da marca, em 2015 foi realizada a promoção “É mais família Vitarella”. A superpromoção sorteou três casas, seis carros, entre outros prêmios, como *tablets* e *smartphones*.

Em 2015, comemoram-se os 140 anos da marca Pilar, a mais tradicional junto à família pernambucana. A Pilar se modernizou e lançou novos produtos e em-

balagens, resgatando as boas lembranças dos consumidores. Entre as novidades, as Cream Crackers Tradicional, Integral e Água e Sal Retrô, os Novos Gufs, além dos biscoitos Maria e Maizena, também na versão Retrô.

A marca Pelaggio também apresentou um incremento no *mix*, com lançamento do novo Wafer Napolitano. Os *wafers* estão entre os produtos mais aceitos da marca. Também houve novidades nas linhas de biscoitos e bolinhos Pelaggio, que passaram a estampar os personagens da turma do Mickey.

Já a marca Estrela passou a contar com os personagens da série Toy Story na linha de *wafer* e recheado, que incrementou o *mix* com o novo sabor brigadeiro.



A marca Salsitos de snacks também foi renovada, com *layout* das embalagens modernizado e uniformização de toda a linha.

Na categoria de massas, a marca Adria foi patrocinadora das maiores festas italianas de São Paulo, “São Vito” e “San Genaro”, com divulgação da sua linha de massas. Além disso, também foi patrocinadora do *Restaurant Week*, maior evento gastronômico da cidade, desenvolvendo pratos de massas exclusivos em 20 restaurantes.

A Basilar, marca forte no interior de São Paulo, patrocinou as maiores festas de peão da região, Rodeio de Americana e Barretos, com ações de degustação de produtos e de interação com as famílias dos consumidores.

A marca Isabela trouxe à Companhia um importante prêmio em 2015: o de melhor Fornecedor de Massas, na opinião dos 251 maiores supermercadistas do Rio Grande do Sul, com entrega do tradicional troféu Carrinho AGAS (Associação Gaúcha de Supermercados).

Com relação à categoria de margarinas, houve o lançamento de embalagem de 1 kg da marca Puro Sabor, mais econômica para o consumidor. A marca ainda reforçou

a atuação nos perfis de redes sociais e lançou o seu *blog*, com receitas, dicas de saúde, qualidade de vida e novidades. Foram realizadas ainda, em parceria com a Finna, marca de farinhas e mistura para bolos da M. Dias Branco, ações nas principais festas de São João do Nordeste do Brasil, com distribuição de brindes e degustação de pratos típicos.

Em um ano recheado de lançamentos e prêmios, nossas marcas continuaram se destacando por oferecer produtos de qualidade para os consumidores.

A marca Adria foi premiada em 2015, destacando-se entre as 50 marcas mais valiosas do Brasil segundo a revista ISTOÉ Dinheiro. A marca Isabela também recebeu a premiação de marca *Top of Mind* do Estado do Rio Grande do Sul, pelo *ranking* da Revista Amanhã.

A marca Vitarella foi destaque em 2015 em eventos que premiaram as marcas mais lembradas pelos consumidores no Estado de Pernambuco. No JC Recall de Marcas, a Vitarella ficou em primeiro lugar nas categorias Recheados, Cream Cracker e Macarrão, conquistando ainda o segundo lugar no ranking geral das marcas mais lembradas, com o Macarrão Vitarella. Também conquistou o prêm-

io Marcas que Eu Gosto, do Diário de Pernambuco, nas categorias Macarrão e Biscoito, e foi vencedora do Prêmio Top Marcas, promovido pelo Jornal Vanguarda, de Caruaru, nas categorias Macarrão, Biscoito Cream Cracker e Biscoitos Recheados.

A marca Fortaleza foi duplamente premiada. Mais uma vez, foi campeã do prêmio *Top of Heart*, com os biscoitos Cracker e Maizena, como resultado de pesquisa realizada com frequentadores dos supermercados de Salvador/BA e região metropolitana. Já no Prêmio Grandes Marcas (Diário do Nordeste/CE), que apresenta as marcas favoritas do público, com edições em Fortaleza e Juazeiro do Norte, além do Cracker Fortaleza, o público apontou a excelência na fabricação de massas.

A divulgação das marcas de farinhas foi destaque em eventos especializados, com demonstrações de pães especialmente preparados com nossos produtos: a FestPan (Festa da Panificação e Confeitaria), a FENNOPAN (Feira Norte-Nordeste de Panificação e Food Service), o CONGREPAN (Congresso Brasileiro da Indústria da Panificação e Confeitaria) e Ceará Pão, todos eles realizados na região Nordeste do Brasil.



Campanha realizada em 2015 com a marca Vitarella.

RISCOS

A Companhia, na busca do contínuo aprimoramento de sua estrutura de governança, risco e controle, adota como referências as orientações das principais entidades nestas áreas, como o COSO (*Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*), o IIA (*Institute of Internal Auditors*) e o IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa).

Neste sentido, possui Diretoria de Auditoria, Riscos e *Compliance*, com gerências específicas para cada área, e com reporte direto ao Comitê de Auditoria. Este, por sua vez, é órgão não estatutário de assessoramento ao Conselho de Administração, formado atualmente por três membros independentes efetivos e um suplente externo. A responsabilidade do Comitê é dar suporte aos acionistas e ao Conselho em suas atividades de supervisão de te-

mas relevantes relacionados:

- à precisão e confiabilidade das informações financeiras reportadas ao Conselho, acionistas, mercado e partes interessadas em geral.
- à eficiência e eficácia do processo de gestão de riscos e dos sistemas de controles internos.
- à contratação, direcionamento, revisão e avaliação das atividades da Diretoria de Auditoria, Riscos e *Compliance*, e da Auditoria Independente.
- à aderência a exigências legais de reporte financeiro, tributário e contábil.
- à avaliação e monitoramento do cumprimento, pela Administração da Companhia, das recomendações feitas em relatórios de auditoria e pelos

órgãos regulatórios.

- ao monitoramento de conflitos de interesse em potencial e à observância do Código de Ética da Companhia.
- ao incentivo, desenvolvimento e sustentabilidade de boas práticas de governança corporativa.

Para tanto, o Comitê realizou reuniões mensais ao longo do ano, nas quais emitiu opiniões e recomendações à Administração e ao Conselho, por meio da formalização e do envio de atas.

A Companhia possui política formal de gestão de riscos, aprovada pelo Comitê de Auditoria, na qual classifica os principais riscos estratégicos, de mercado, regulatórios, de reporte e operacionais, com base em metodologias de mensuração qualitativa e quantitativa. Foi implementado *software* GRC (Governance, Risk and Compliance) para gestão eletrônica das matrizes de riscos e controles internos, rotinas de testes de auditoria interna e monitoramento dos planos de ação corretiva.

Adicionalmente, a Companhia disponibiliza a seus colaboradores e a quaisquer outras partes interessadas o Canal Ético, instrumento de recepção de comunicados relacionados a condutas contrárias ao seu Código de Ética. O Canal Ético é um serviço terceirizado, gratuito e confidencial, acessível por telefone, e-mail ou internet ^{G4-56}.



O Código de Ética é um dos instrumentos de Gestão de Riscos da Companhia.

ESTRATÉGIAS E PERSPECTIVAS

Em 2015, a Companhia mobilizou o time de lideranças para a elaboração do Planejamento Estratégico de 2016 e para iniciar a revisão do Direcionamento Estratégico de cinco anos. Os gestores participaram de palestras sobre cenários econômicos, comportamento de *commodities* e insumos, análises de mercado e estratégias comerciais. A discussão coletiva gerou importantes reflexões e sugestões, subsidiando a elaboração do Orçamento e a Gestão Estratégica – duas ferramentas de gestão que atuam em sintonia.

Para promover o engajamento dos colaboradores com a estratégia da Companhia, em 2015 foi realizada uma campanha de comunicação intitulada “Somos o Time M. Dias Branco”, com a apresentação da nova redação da Missão, Visão e Valores. Ao longo de todo o ano, os colaboradores foram estimulados a conhecer os objetivos da Companhia, acompanhar seus resultados, aprofundar seus conhecimentos e vivenciar na prática os valores organizacionais. A campanha contemplou concursos culturais, vídeos com a alta gestão, treinamentos e peças publicitárias.

A Companhia busca continuamente fortalecer seus pilares estratégicos de atuação: marcas, verticalização, distribuição, expansão orgânica e por aquisições, inovação e

eficiência operacional. Esses atributos são constantemente trabalhados no sentido de expandir ou maximizar as vantagens competitivas da Companhia.

Ao longo de 2015, com o objetivo de aumentar seu nível de verticalização, a M. Dias Branco iniciou as operações do novo moinho de trigo localizado na cidade de Eusébio/CE (fisicamente integrado à sua fábrica de biscoitos, massas e torradas) e do moinho de trigo localizado em Rolândia/PR. Além disso, já foram iniciadas as obras de um novo moinho de trigo em Bento Gonçalves/RS (também fisicamente integrado à sua fábrica de biscoitos e massas) que, quando concluído, contribuirá para atingir os 100% de verticalização do principal insumo dos produtos fabricados pela Companhia.

O ano de 2015 também foi marcado pela entrada em novos mercados, com o início da operação da fábrica de torradas e da ampliação das vendas de mistura para bolos. Em ambos os mercados, a Companhia utiliza-se de sinergias oriundas da infraestrutura de vendas e de distribuição, da integração do processo produtivo e da força das suas marcas, otimizando a atuação em produtos de maior valor agregado.



Colaborador com trigo bruto, em

frente ao novo moinho inaugurado em Eusébio/CE.

No que tange às aquisições, a Companhia prossegue com seus trabalhos em busca de oportunidades para expansão nos mercados atuais e em mercados potenciais de atuação, focando aspectos relevantes, como a força das marcas, o modelo de distribuição, a participação de mercado e o potencial de obtenção de sinergias.

Diante do cenário macroeconômico atual, a M. Dias Branco, visando minimizar o quanto possível o impacto da inflação de seus custos, causada especialmente pela sensível desvalorização cambial, tem trabalhado significativamente para dar maior eficiência à sua operação. Dentre as estratégias adotadas, destacam-se o aumento da verticalização, a reestruturação do processo produtivo de massas no Estado de São Paulo e a redução do custo de energia através da migração de parte do consumo para o mercado livre.

Ao longo dos próximos anos, a Companhia pretende continuar crescendo em regiões em que ainda tem uma menor participação de mercado, intensificar estudos em busca de oportunidades de atuação em novos produtos alimentícios e continuar a investir na melhoria da eficiência operacional.



DESEMPENHO

DESEMPENHO

RESULTADOS ECONÔMICO-FINANCEIROS ³

A Companhia continua priorizando o controle de custos por meio de investimentos na verticalização da produção. Em um ano desafiador, focou a inovação de processos e produtos, no esforço por aumento da eficiência e da produtividade operacional.

Como uma Companhia de capital aberto, a M. Dias Branco deve obedecer a normas rígidas de gestão dos aspectos econômico-financeiros, conforme estabelecido pela legislação nacional vigente. A Companhia considera seus impactos econômicos diretos e indiretos, incluindo, por exemplo, as questões relacionadas ao desenvolvimento das comunidades que atuam no entorno das suas operações e os impactos econômicos da melhoria ou deterioração das condições sociais ou ambientais.

Após um ano de estagnação econômica em 2014, o ano de 2015 caracterizou-se por uma forte retração da economia brasileira, com a piora de vários indicadores econômicos chaves, tais como aumento do desemprego, alta da inflação, forte desvalorização cambial, queda na renda real da população etc.

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

Em um cenário econômico adverso, os desafios em 2015 para a geração sustentável de valor aos nossos acionistas e demais *stakeholders* foram naturalmente maiores, exigindo a mais sábia conjugação possível entre os esforços para a superação das dificuldades conjunturais (curto prazo) e a continuidade da construção das bases estruturais para o crescimento da Companhia (médio e longo prazos).

Em 2015, a receita líquida ^{G4-9} totalizou R\$ 4.622,2 milhões, apresentando um crescimento de 0,9% em relação a 2014. Esse crescimento foi influenciado pela evolução do preço médio em 2,6%, apesar da redução do volume de vendas em 1,7%, devido à retração do mercado.

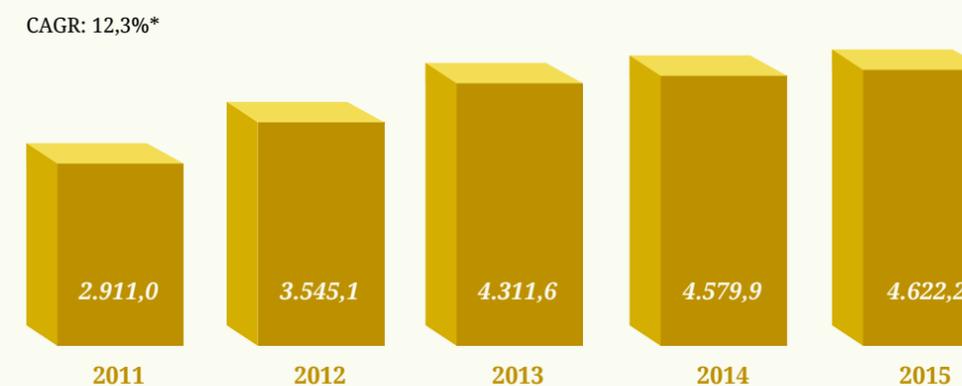
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS POR LINHA DE PRODUTOS*

Linhas de Produto	2015			2014			VARIAÇÕES		
	Rec. Líquida	Peso	Preço Méd.	Rec. Líquida	Peso	Preço Méd.	Rec. Líquida	Peso	Preço Méd.
Biscoitos	2.390,9	503,8	4,75	2.402,4	525,4	4,57	-0,5%	-4,1%	3,9%
Massas	1.043,7	340,2	3,07	1.056,8	359,8	2,94	-1,2%	-5,4%	4,4%
Farinha e Farelo	887,0	769,3	1,15	863,6	764,0	1,13	2,7%	0,7%	1,8%
Margarinas e Gorduras	220,2	65,9	3,34	206,2	61,9	3,33	6,8%	6,5%	0,3%
Outras Linhas de Produtos**	80,4	7,9	10,18	50,9	4,5	11,31	58,0%	75,6%	-10,0%
TOTAL	4.622,2	1.687,1	2,74	4.579,9	1.715,6	2,67	0,9%	-1,7%	2,6%

* Receita Líquida em R\$ milhões, Peso Líquido de Devoluções em Toneladas Mil e Preço Médio Líquido em R\$/Kg.

** Bolos, Snacks, Mistura para Bolos e Torradas.

EVOLUÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA (R\$ MILHÕES)



* Compound Annual Growth Rate. Em português, significa Taxa Composta Anual de Crescimento.

³ Informações completas e atualizadas sobre os resultados econômico-financeiros são encontradas em www.mdiasbranco.com.br/ri.

DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais (R\$ milhões)	2015	% RL*	2014	% RL	Varição
Vendas	888,6	19,2%	832,6	18,2%	6,7%
Administrativas e gerais	146,0	3,2%	158,8	3,5%	-8,1%
Honorários da administração	11,4	0,2%	10,5	0,2%	8,6%
Tributárias	17,8	0,4%	20,1	0,4%	-11,4%
Depreciação e amortização	20,8	0,5%	19,6	0,4%	6,1%
Outras despesas/(receitas) operacionais	-9,4	-0,2%	15,0	0,3%	-162,7%
TOTAL	1.075,2	23,3%	1.056,6	23,1%	1,8%

* Receita Líquida.

No comparativo anual, o aumento da receita líquida média por tonelada vendida (2,6%), especialmente em biscoitos e massas, contribuiu para o crescimento de 0,9% da receita líquida de 2015 comparada a 2014, apesar do cenário de retração da economia brasileira, em que a alta da inflação e a redução da demanda trouxeram dificuldades circunstanciais à elevação do volume de vendas (-1,7%) da Companhia.

Este desempenho na geração de receitas foi ainda afetado por ações comerciais, com concessão de descontos, além de campanhas promocionais e mídias em eventos regionais. Por outro lado, em 2015, a Companhia lançou 50 produtos, que agregaram o total de R\$ 51,0 milhões na receita bruta do exercício.

O custo dos produtos vendidos (CPV) totalizou R\$ 3.183,1 milhões em 2015, representando 68,9% da receita líquida (66,3% em 2014). O aumento de 4,9% no valor absoluto e de 2,6 pontos percentuais na representatividade do CPV sobre a receita líquida em 2015 versus

2014 foi influenciado pelos seguintes fatores:

- *Crescimento no custo médio do trigo e do óleo vegetal de 8,1% e 6,9%, respectivamente, em consequência da desvalorização do real frente ao dólar, que apresentou aumento médio de 41,6% entre 2015 e 2014;*

- *Aumento dos gastos com mão de obra proveniente dos acordos e convenções coletivas, crescimento de 2,8% no número de colaboradores devido ao início da operação de novas linhas de produção e aumento de encargos com INSS, impactado pelo término da desoneração da folha de pagamento;*

- *Acréscimo dos gastos gerais, essencialmente com força motriz, dados os aumentos no custo com energia elétrica;*

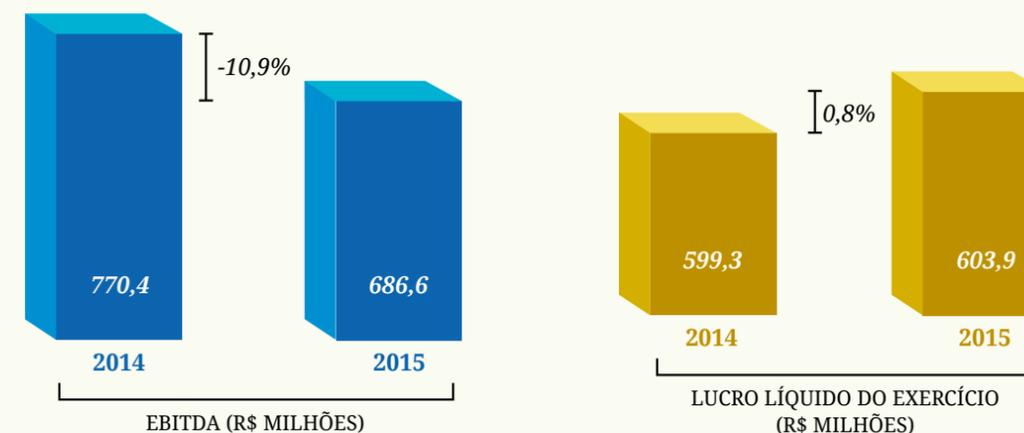
- *Redução do consumo de farinha e gordura de terceiros, originado do crescimento da verticalização, que contribuiu para minimizar os efeitos do aumento do custo do trigo e do óleo.*

No ano, a Companhia aumentou sua **capacidade de produção**

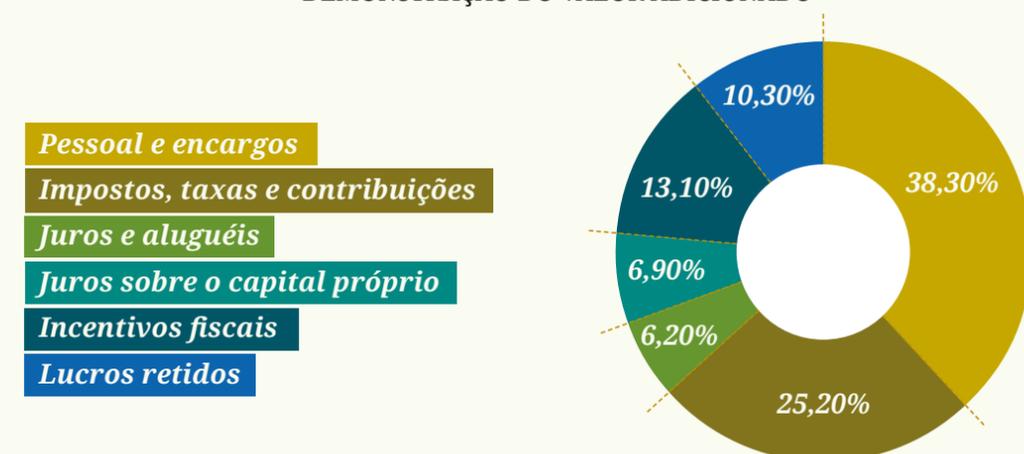
em 5,6%, principalmente nas linhas de bolos, biscoitos e massas, farinha e farelo, fruto dos investimentos realizados para expansão e modernização do processo produtivo para atender o seu plano de crescimento orgânico. Importante também lembrar que em 2014 a Companhia finalizou a construção da fábrica de torradas, disponibilizando uma capacidade de produção de 14.400 toneladas por ano. Já a produção cresceu 4,9% com relação a 2014, refletindo um nível de utilização da capacidade total de 74,7% em 2015.

As **despesas operacionais** aumentaram 1,8% em 2015 e apresentaram um incremento de 0,2 pontos percentuais na sua representatividade sobre a receita líquida. Em relação às despesas com vendas, houve um aumento de 6,7%, comparando 2015 e 2014, em que o maior impacto foi decorrente do fato de a Companhia ter promovido mudança na área comercial, focando o atendimento direto ao varejo, tendo substituído, ao longo de 2014, representantes comerciais por equipe própria de vendedores, em busca de dar

EBITDA E LUCRO LÍQUIDO



DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO



maior eficácia à atuação comercial em algumas áreas. Tal mudança implicou o aumento da estrutura e do custo de logística. Contudo, dada a conjuntura macroeconômica que contribuiu para queda no volume de vendas em 2015, houve uma menor diluição das despesas fixas, justificando o aumento de representatividade sobre a receita líquida em 1,0 ponto percentual em relação a 2014.

Em contraponto, vale ressaltar que em 2015 reduzimos despesas administrativas em função de ações de redução de gastos, para minimizar os efeitos provocados pelo cenário macroeconômico.

O resultado financeiro passou de uma despesa de R\$ 11,9 milhões em 2014 para uma receita de R\$ 61,4 milhões, decorrente principalmente das atualizações dos créditos tributários registrados por conta da ação judicial transitada em julgado no

exercício de 2015, bem como do maior rendimento das aplicações financeiras, justificado pelo aumento do volume de aplicações financeiras e crescimento do CDI (Certificado de Depósito Interbancário).

Como resultante dos fatores já mencionados, o lucro líquido evoluiu de R\$ 599,3 milhões no exercício de 2014 para R\$ 603,9 milhões em 2015 (representando 13,1% da receita líquida em ambos os exercícios), registrando um crescimento de 0,8%. O Ebitda⁴ alcançou R\$ 686,6 milhões em 2015 (14,9% da receita líquida), apresentando um decréscimo de 10,9% em relação a 2014.

A **Demonstração do Valor Adicionado**, que tem por objetivo explicitar o valor da riqueza gerada pela Companhia e sua respectiva distribuição, apresentou a destinação indicada no gráfico acima.

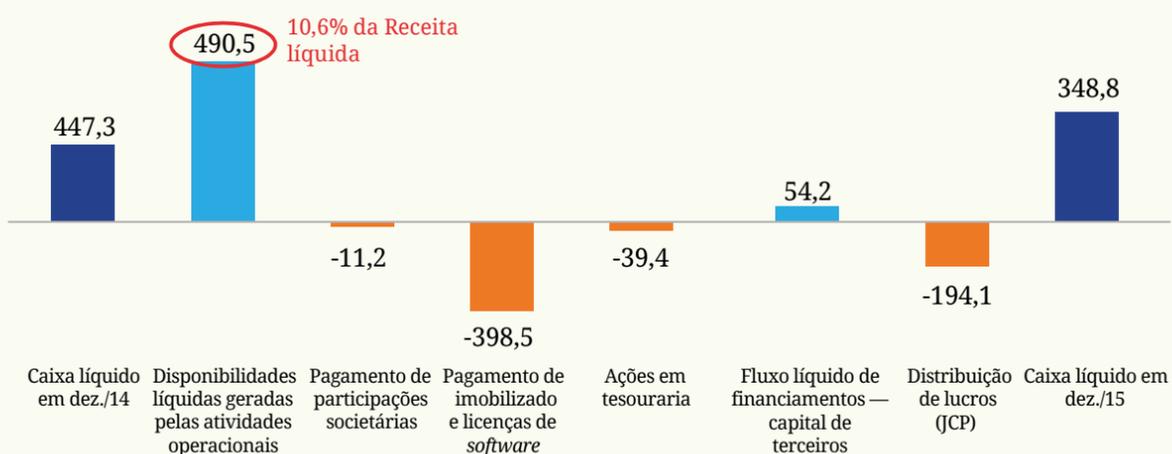
⁴ EBITDA: sigla em inglês para *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*, que significa em português lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização.



Ao final de 2015 e de 2014, a dívida bruta e a dívida líquida da Companhia atingiram os seguintes valores e percentuais de variação:

Capitalização (em R\$ milhões)	31/12/2015	31/12/2014	Variação
Curto Prazo	392,1	299,7	30,8%
Longo Prazo	363,1	333,8	8,8%
Endividamento Total	755,2	633,5	19,2%
(-) Caixa	(348,8)	(447,3)	-22,0%
(-) Aplicações Financeiras de Curto Prazo	(6,1)	(1,2)	408,3%
(-) Aplicações Financeiras de Longo Prazo	(4,1)	(9,0)	-54,4%
(=) Dívida Líquida	396,2	176,0	125,1%
Patrimônio Líquido	3.716,9	3.285,6	13,1%
Capitalização	4.472,1	3.919,1	14,1%
Alavancagem	10,7%	5,4%	98,15%

FLUXO DE CAIXA



O grau de alavancagem financeira da Companhia é representado pela proporção da dívida líquida sobre o patrimônio líquido. Ao final de 2015, registrou-se uma alavancagem de 10,7%, contra 5,4% referente a 2014. O aumento deve-se ao maior endividamento, devido à importação do trigo, e pela redução de caixa, em virtude, principalmente, da compra de trigo à vista e pela antecipação do pagamento dos juros sobre capital próprio referente ao ano de 2015. ^{G4-9}

No tocante ao **fluxo de caixa**, a Companhia registrou em 2015 uma redução nas disponibilidades de R\$ 98,5 milhões, resultante de:

I) Geração de caixa nas atividades operacionais, totalizando R\$ 490,5 milhões.

II) Aplicação de R\$ 54,2 milhões no fluxo líquido de financiamentos com capital de terceiros.

III) Aquisição de ativo imobilizado e licenças de softwares, no

montante de R\$ 398,5 milhões.

IV) Compra de ações da própria Companhia no valor de R\$ 39,4 milhões.

V) Pagamento de juros sobre capital próprio no montante de R\$ 194,1 milhões.

VI) Pagamento de R\$ 11,2 milhões referentes à dívida de aquisições em participações societárias.

Os **investimentos** totalizaram R\$ 456,9 milhões em 2015 (R\$ 407,9 milhões em 2014), distribuídos entre expansão e manutenção. Dentre os itens que compuseram os gastos com investimentos em 2015, destacam-se:

I) Gastos com obras civis e aquisição de máquinas e equipamentos para construção da nova unidade moageira localizada no Eusébio/CE.

II) Gastos com a construção de um moinho de trigo na unidade situada em Bento Gonçalves/RS.

III) Aquisição e instalação de nova linha de biscoitos recheados, especiais e laminados doces na unidade localizada em Bento Gonçalves/RS.

IV) Aquisição da linha de torradas da unidade Eusébio/CE.

V) Gastos com adequação e adaptação da linha de recheados na unidade Eusébio/CE.

VI) Aquisição de equipamentos de embalagem e aquisição de máquinas e equipamentos para expansão de uma linha de biscoitos para a unidade localizada em Jabotão dos Guararapes/PE.

VII) Aquisição de subestação de energia elétrica, bem como reforma e adequação da linha de laminados na unidade Maracanaú/CE.

VIII) Ampliação do diagrama de moagem da unidade Natal/RN.

IX) Implantação de uma nova linha de bolos na unidade Maracanaú/CE.

X) Início da produção de wafer coberto na unidade Jabotão dos Guararapes/PE.

**A COMPANHIA
ELEVOU OS SEUS
INVESTIMENTOS EM
2015, COMPARADOS
AO ANO ANTERIOR.**

Investimentos (R\$ milhões)	2015	2014
Instalações	30,5	22,6
Máquinas e Equipamentos	274,6	307,8
Obras Civis	129,3	47,8
Veículos	3,1	17,8
Computadores e Periféricos	2,0	5,8
Móveis e Utensílios	8,8	5,6
Terrenos	7,0	0,0
Outros	1,6	0,5
Total	456,9	407,9

Em 2015, o valor das subvenções para investimento foi de R\$ 261,1 milhões em comparação aos R\$ 239,1 milhões em 2014. Em 28 de dezembro de 2015, foi obtido o incentivo fiscal para redução do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) da fábrica de torradas por um período de 10 anos.

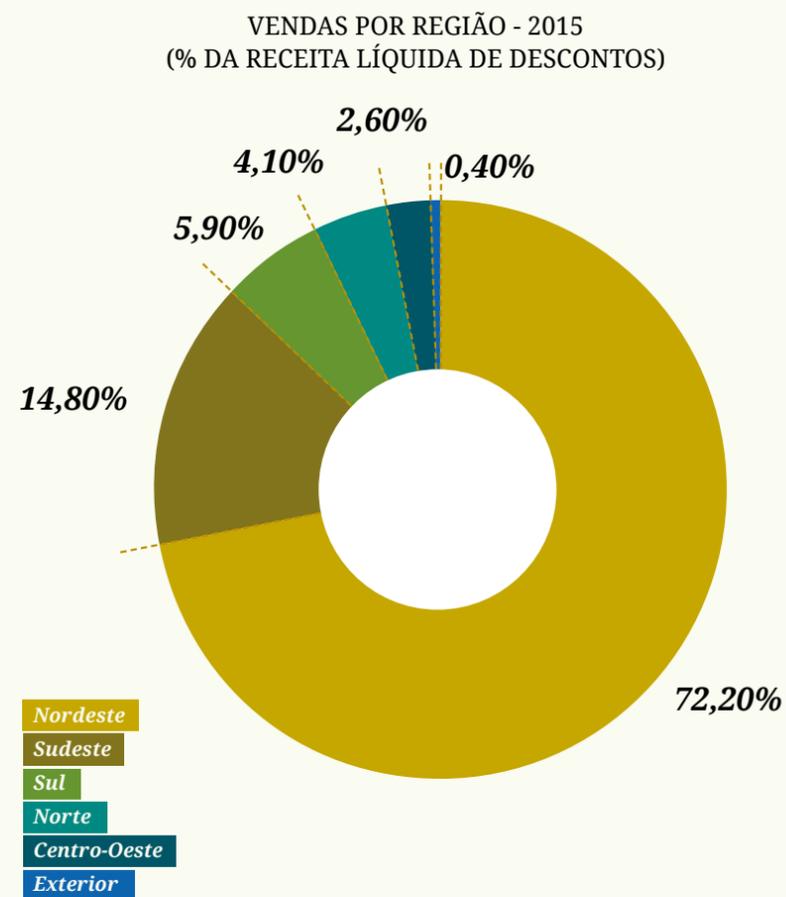
A administração da Companhia cumpre todas as exigências para obtenção dessas subvenções, especialmente as relacionadas à comprovação dos investimentos, à geração dos empregos e ao volume de produção, bem como não distribui na forma de dividendos os valores delas decorrentes.

PARTICIPAÇÃO DE MERCADO

A Região Nordeste se mantém como a área de maior representatividade nas vendas da Companhia, concentrando 72% da sua receita líquida. A Companhia

vem expandindo seu modelo de distribuição pulverizada, estruturado para atender principalmente ao micro, ao pequeno e ao médio varejo.

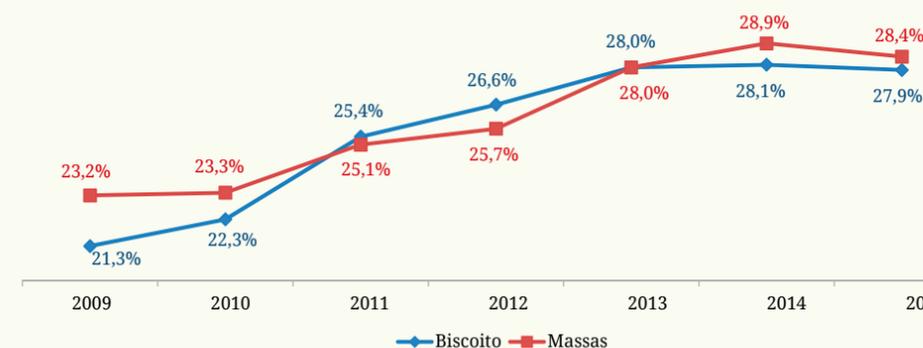
A M. DIAS BRANCO ESTÁ PRESENTE EM TODAS AS REGIÕES DO BRASIL, COM MODELO DE DISTRIBUIÇÃO PULVERIZADA.



Em 2015, a Companhia promoveu algumas mudanças na área comercial, focadas ainda mais nas vendas do canal varejo. Houve a substituição de representantes por vendedores próprios treinados e foram implementadas ações para captação de novos clientes.

A Companhia manteve a liderança nacional nas linhas de produtos de massas e biscoitos, com 28,4% e 27,9% de participação no mercado, respectivamente, em termos de volume de vendas, segundo pesquisa da AC Nielsen.

EVOLUÇÃO DO MARKET SHARE DA COMPANHIA NO BRASIL (EM % DE VOLUME VENDIDO)



OBS.: os dados consideram as marcas adquiridas com as aquisições de Pilar e Estrela a partir de 2011 e Moinho Santa Lúcia a partir de 2012.

Mix de Clientes ^{G4-8}	2015	2014
Varejo*	41,2%	40,7%
Atacado/Distribuidores	43,3%	44,2%
Grandes Redes	12,9%	12,5%
Indústrias	2,1%	2,1%
Outros	0,5%	0,5%

* Atendimento direto.

DESEMPENHO NO MERCADO DE AÇÕES

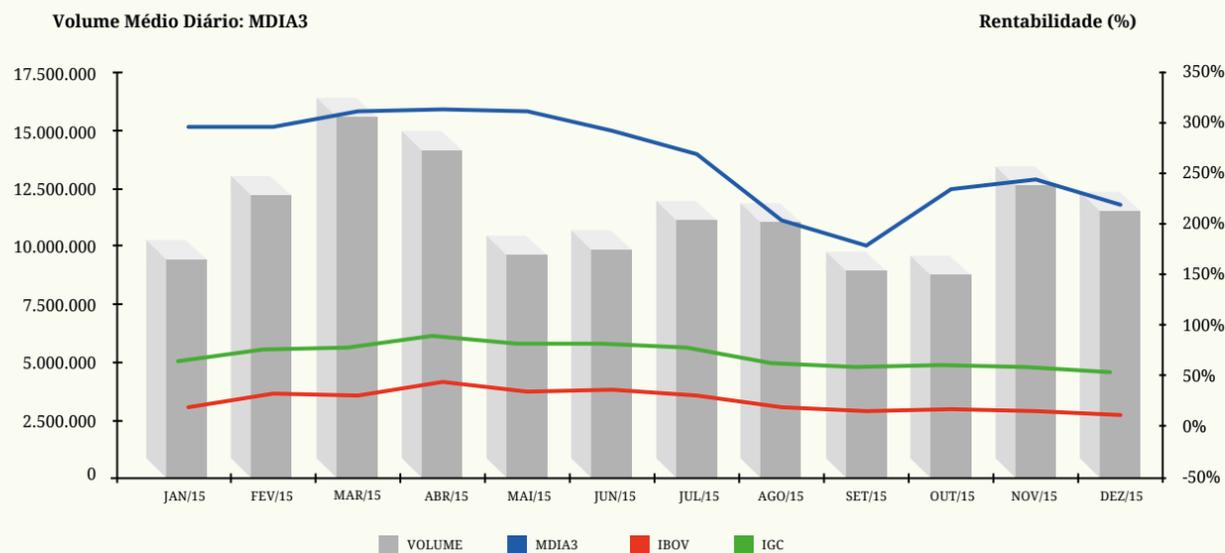
A Companhia negocia suas ações na Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (BM&FBovespa), com o código MDIA3, listadas no segmento do Novo Mercado. Em 30 de dezembro de 2015, havia 28.374.197 ações em circulação no mercado, representando 25,11% do capital total, cotadas a R\$ 66,50 cada, totalizando R\$ 1.886,9 milhões.

A média de volume diário negociado em 2015 foi de R\$ 11,1 milhões.

O gráfico a seguir demonstra o desempenho da ação MDIA3 em relação ao Ibovespa e ao IGC⁵ no ano de 2015.

⁵ Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC).

EVOLUÇÃO MDIA3 X IBOVESPA X IGC
01/01/2015 a 31/12/2015



Em 2015, a M. Dias Branco continuou a fazer parte de importantes índices nacionais e internacionais do mercado de ações, entre eles o IBrX-100 e o IGC da BM&FBovespa e o MSCI Brasil do MSCI (*Morgan Stanley Capital International*).

signada nas demonstrações financeiras de 2015 e representa 44,1% do lucro distribuível, o equivalente a R\$ 1,2200 por ação (R\$ 1,2129 em 2014), destinados aos acionistas pessoas jurídicas, dispensados de retenção de imposto de renda ou R\$ 1,037 por ação (R\$ 1,031 em 2014), líquido de IRRF (Imposto de Renda Retido na Fonte), destinados aos acionistas pessoas físicas.

A distribuição de resultado para os acionistas sob a forma de juros sobre o capital próprio está con-

RESULTADOS SOCIOAMBIENTAIS

Em 2015, a Companhia manteve sua atenção no fortalecimento dos temas que mais impactam os resultados socioambientais: nutrição e saudabilidade, embalagens, resíduos, águas e efluentes, energia e emissões, comunidades e investimento social, transparência e diálogo, insumos (commodities e suprimentos).

O balanceamento dos resultados econômico-financeiros e socioambientais está explicitado na Agenda Estratégica de Sustentabilidade definida pela Companhia.



A unidade Bento Gonçalves/RS recebeu investimentos para sua expansão em 2015.



Escola apoiada pelo investimento social da Companhia, com ação voluntária dos colaboradores.

RESULTADOS SOCIOAMBIENTAIS

APÓS DOIS ANOS DE IMPLANTAÇÃO DA AGENDA DE SUSTENTABILIDADE, APRESENTAMOS RESULTADOS TANGÍVEIS E INTANGÍVEIS.

GERAÇÃO E PROTEÇÃO DE VALOR POR MEIO DA SUSTENTABILIDADE

Aprovada no início de 2014, a Agenda Estratégica de Sustentabilidade da M. Dias Branco teve seu primeiro ano completo de implementação em 2015. Fundamentada nos princípios da economicidade, da ética, da transparência e da cidadania corporativa, as ações realizadas nos temas estratégicos de sustentabilidade tiveram avanços e contribuíram ainda mais para estreitar a relação da Companhia com seus stakeholders: acionistas, clientes, colaboradores, governo, comunidades do entorno, fornecedores e sociedade em geral.

Por meio de Grupos de Trabalho (GTs) de Sustentabilidade, voltados para o fortalecimento de práticas sustentáveis nas diversas dimensões do negócio, a Companhia implementou ações em cada um dos temas estratégicos de sustentabilidade, que trouxeram resultados tangíveis e intangíveis significativos. Com reuniões mensais, em 2015, cada GT definiu suas metas anuais e de longo prazo para cada um dos temas estratégicos, conforme apresentado na tabela da página seguinte.

Além disso, em 2015 foi instituído o Comitê de Sustentabilidade, que apoia e incentiva todas as iniciativas nessa área. Maiores detalhes sobre o Comitê no Capítulo “Governança Corporativa”.



Jovens apoiados pelo investimento social da Companhia.

A Gestão de Classe Mundial (GCM) é um modelo de excelência que contém ferramentas que suportam as ações das áreas industriais em direção à geração de valor sustentável, pois integra todas as áreas industriais unidas por um só objetivo: a excelência das operações. Para isso, uma das ferramentas adotadas foi o TPM (Total Perfeição da Manufatura), oem que focamos os seguintes pilares: Gestão Autônoma, Melhoria Específica, Educação & Treinamento, Manutenção Planejada, Qualidade e Segurança.

A formação de Times de Melhorias é outro ponto forte do GCM. Esses times pensam e implantam ações que melhoram o desempenho de indicadores críticos da indústria. A atuação dos times estimula inovação, aprendizado contínuo e comprometimento com resultados.

O Sistema de Gestão Industrial (SGI) é uma das ferramentas do GCM e engloba o modelo de gestão da Qualidade, Segurança de Alimentos, Meio Ambiente e Segurança do Trabalho de forma

integrada, baseado nos padrões normativos internacionais. Contribui para a padronização das atividades internas por meio de procedimentos, a redução dos desperdícios nos processos, o aumento do controle sobre cada processo da organização, a melhora na relação com clientes, fornecedores, colaboradores e demais partes interessadas e aumenta as chances da Companhia para exportar para mercados mais exigentes. Iniciou-se no ano de 2015 com o lançamento nas unidades Maracanaú/CE e São Caetano do Sul/SP.

Neste capítulo, apresentamos os detalhes dos resultados alcançados em 2015 e trazemos uma perspectiva das iniciativas em andamento para cada tema estratégico.

Como poderá ser lido adiante, foi possível demonstrar o *business case* das iniciativas realizadas em alguns casos, ou seja, quantificar financeiramente seus impactos (positivos e negativos).

TEMA ESTRATÉGICO/GRUPO DE TRABALHO	LINHAS DE AÇÃO	PRINCIPAIS RESULTADOS EM 2015
NUTRIÇÃO E SAUDABILIDADE	<ul style="list-style-type: none"> • Linha de produtos com perfil mais nutritivo e com ingredientes naturais. • Redução dos níveis de açúcar, sódio e gorduras trans. • Rotulagem limpa. 	<ul style="list-style-type: none"> • 31,5% das receitas continham adições de micronutrientes como vitaminas, fibras ou minerais (30,6% em 2014). • 16% do volume comercializado de torradas contém teor reduzido em sódio. • Redução no teor de sódio em todas as demais categorias de produtos. • Rótulos revisados em 100% dos produtos das marcas Vitarella, Pilar, Adria, Isabela, Zabet e Richester.
EMBALAGENS	<ul style="list-style-type: none"> • Materiais renováveis. • Redução de gramatura das embalagens. • Design sustentável e gestão do ciclo de vida de produtos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusão de 75% de papel reciclado na caixa do produto Tortinha na unidade Salvador/BA. • Redução no consumo de embalagens plásticas flexíveis em 159 toneladas.
RESÍDUOS	<ul style="list-style-type: none"> • Redução na geração de resíduos no processo. • Destinação adequada de resíduos do processo (reciclagem e reutilização). • Logística reversa de embalagens pós-consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de Reciclagem: 59,9% (65,2% em 2014). • Compostagem: 11,4% da destinação de resíduos em 2015 contra 5,8% em 2014. • Resíduos enviados para aterros: diminuição de 14,6% para apenas 7,5% na comparação entre 2014 e 2015.
ÁGUA E EFLUENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Reuso de água. • Redução relativa de consumo de água. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuso de água implantado em duas unidades. • Consumo médio de água por tonelada de produto produzido foi de 0,51 m³ em 2015⁶. • Índice de reuso de água aumentou para 16,4% em 2015 na comparação aos 8,8% em 2014.
ENERGIA E EMISSÕES	<ul style="list-style-type: none"> • Preço competitivo da energia. • Garantia de abastecimento. • Eficiência energética. • Menor intensidade no uso de combustível fóssil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Migração para o mercado livre de energia em mais três unidades (estimativa de economia de 39,25%). • As ações de eficiência energética resultaram em economia de mais de R\$ 1 milhão. • Emissões da frota foram de 9.152 tCO₂e/mês, um aumento em comparação a 2014 (7.416 tCO₂e/mês). • A instalação de Defletores de Ar nos veículos gerou economia de 7% no consumo médio km/l.
COMUNIDADES E INVESTIMENTO SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Alocação estratégica do investimento social. • Engajamento e relacionamento com comunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantação da Política de Doação de Alimentos: 63 entidades receberam produtos da Companhia em um total equivalente a R\$ 696 mil. • Articulação com Companhias para mobilização de recursos para duas ONGs nos programas PRONAS e PRONON. • Doação de R\$ 2,8 milhões em recursos próprios para projetos sociais e R\$ 732,50 mil por meio de Leis de Incentivo. • Visitas a 31 entidades apoiadas e levantamento de informações para o Plano de Relacionamento e Engajamento.
CULTURA, TRANSPARÊNCIA E DIÁLOGO	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura de sustentabilidade. • Desenvolvimento e valorização do capital humano. • Segurança e Saúde do Trabalho. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ao longo do ano de 2015, foram geradas mais de 700 mil horas de treinamentos, um aumento de 16% em relação a 2014. • Estratégia de sustentabilidade formalmente incluída na arquitetura da Universidade M. Dias Branco; Treinamentos de integração com participação de 679 colaboradores. • 1.200 colaboradores cresceram em suas carreiras, ao serem promovidos mediante processo seletivo interno ou por mérito, denotando a política de retenção de talentos. • A taxa de gravidade de acidentes foi de 56,42 e a taxa de frequência foi de 1,02.
INSUMOS	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos socioambientais em commodities agrícolas. • Aspectos socioambientais em suprimentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração do procedimento de Gestão de Qualificação de Fornecedores pela área de Gestão de Sistemas, alinhada com as áreas de Suprimentos, Commodities, Sustentabilidade, Gestão de Terceiros, P&D e demais áreas correlatas. • Criação dos questionários de qualificação de fornecedores de materiais diretos, indiretos e serviços críticos com informações sobre cadastro, responsabilidade socioambiental e questionamentos sobre legislações vigentes, dentre outras. • Elaboração da matriz de criticidade sobre riscos socioambientais para os principais insumos e commodities.

6 O valor reportado no relatório de 2014 não incluía o segmento de farinha.

NUTRIÇÃO E SAUDABILIDADE

LINHAS DE AÇÃO

- LINHA DE PRODUTOS COM PERFIL MAIS NUTRITIVO E COM INGREDIENTES NATURAIS.
- REDUÇÃO DOS NÍVEIS DE AÇÚCAR, SÓDIO E GORDURAS TRANS.
- ROTULAGEM LIMPA.

A Diretoria de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) está estruturada em pilares com atuação em Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação, além das áreas de apoio em Assuntos Regulatórios e Análise Sensorial. O objetivo é atender os direcionadores estratégicos da Companhia, entre eles o de melhorar aspectos nutricionais e de saudabilidade dos produtos, bem como reduzir seu impacto ambiental.

Em 2015, foram investidos R\$ 6,5 milhões em pesquisa e desenvolvimento de produtos (R\$ 5,2 milhões em 2014), com a conclusão de 49 projetos nessa área, entre novos produtos, melhorias

ou otimizações. Por exemplo, foi realizada atualização das informações regulatórias de todas as matérias-primas da Companhia (ingredientes, aditivos e coadjuvantes de tecnologia) quanto à composição nutricional completa e à presença de alergênicos em atendimento a novos requisitos legais. Além disso, foram executados vários projetos de racionalização de recursos, sem prejuízo à qualidade ou às características sensoriais dos produtos.

O pilar da Inovação atua na governança do processo de inovação, investigando e antecipando tendências, conduzindo a geração de ideias e realizando a

EM 2015, FORAM INVESTIDOS R\$ 6,5 MILHÕES EM PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS.



Laboratório de Pesquisa e Desenvolvimento em Eusébio/CE.

PERCENTUAL DO TOTAL DO VOLUME DE VENDAS POR CATEGORIA DE PRODUTO, QUE CONTÉM ADIÇÃO DE NUTRIENTES COMO FIBRAS, VITAMINAS, MINERAIS E DEMAIS ADITIVOS FUNCIONAIS

Categoria	% do Valor Realizado com adição de nutrientes em relação à receita total ^{FPSD-FP7}		% do Valor Realizado com adição de nutrientes em relação à receita da categoria de produto	
	2014	2015	2014	2015
Biscoitos	10,71%	11,19%	19,50%	20,76%
Massas	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Margarinas e Creme Vegetal	4,14%	4,29%	99,80%	100,00%
Gorduras	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Farinhas	15,38%	15,20%	100,00%	100,00%
Farelos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Bolos	0,29%	0,31%	39,20%	42,80%
Snacks	0,04%	0,26%	10,10%	60,28%
Misturas para Bolo	0,02%	0,11%	100,00%	100,00%
Torradas	-	0,16%	-	27,27%
Total Geral	30,59%	31,53%	-	-

Cálculo realizado com base no faturamento líquido de descontos e devoluções (receitas).

gestão de portfólio, além da captação de recursos para novos projetos. O processo de inovação conta com times multidisciplinares de diferentes áreas da Companhia, atuando tanto na execução quanto nos fóruns de decisão.

As ações realizadas em 2015, relativas à promoção de linha de produtos com perfil mais nutritivo e com ingredientes naturais, envolveram o levantamento da situação atual dos produtos da Companhia quanto à adição de ingredientes funcionais (vitaminas, fibras, minerais) e o cruzamento do mapeamento realizado quanto às carências nutricionais do público infantil e jovem.

As principais vitaminas e minerais adicionados aos produtos do

portfólio atual são: vitaminas A, B1, B2, B5, B6, B9, C, D, E, PP, Fe, Zn e Ca. Em 2015, 31,5% das receitas continham adições de micronutrientes (30,6% em 2014), com destaque para o aumento percentual em *snacks* e misturas para bolo. ^{FPSD-FP7}

Outras duas iniciativas merecem destaque: o desenvolvimento e a estratégia de lançamento de uma linha de produtos com melhor balanço nutricional nas diversas categorias de atuação e a avaliação técnica de substitutos para o polisorbato e a azodicarbonamida nas formulações de farinha.

Adicionalmente, o Moinho Dias Branco promoveu treinamento para padeiros e donos de padarias no desenvolvimento de produtos utilizando a Pré-mistura

Finna Mix Integral, acrescida de grãos. O pão integral é a porta de entrada para uma alimentação natural e muito mais saudável. As fibras alimentares têm importante função de filtrar as gorduras dos alimentos ingeridos, trazendo benefícios ao sistema digestivo. Os pães funcionais produzem efeitos benéficos à saúde, adicionais às suas funções nutricionais básicas.

EM 2015, A COMPANHIA ELEVOU O PERCENTUAL DE ADIÇÃO DE MICRONUTRIENTES EM SEUS PRODUTOS.

**HOUVE
REDUÇÃO
DO TEOR DE
SÓDIO EM
TODAS AS
CATEGORIAS
DE PRODUTOS.**

No que se refere à **redução dos níveis de açúcar, sódio e gorduras**, reduzimos o teor de sódio em todas as categorias de produtos conforme acordo do setor com o Ministério da Saúde e adequamos as categorias de biscoitos, bolos, massas, margarinas (algumas marcas) e torradas para atendimento à Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) 360/2003 do Ministério da Saúde quanto à diretriz “zero” de gorduras trans na informação nutricional.

Outras iniciativas buscam avaliar substitutos do sódio em algumas categorias e de matérias-primas e processos alternativos para eliminação das gorduras parcialmente hidrogenadas dos produtos, além de projetos de P&D para redução de açúcar.

No longo prazo, buscaremos desenvolver formulações alterna-

tivas para gorduras e margarinas sem uso de bases parcialmente hidrogenadas.

Em relação à **rotulagem limpa**, realizamos a revisão dos rótulos dos produtos, contribuindo para um melhor entendimento e visualização do perfil nutricional pelos consumidores. Os produtos comercializados sob as marcas Vitarella, Pilar, Adria, Isabela, Zabet e Richester já possuem 100% dos rótulos revisados.

Todas essas ações objetivam levar ao consumidor produtos mais saborosos e nutritivos, seguindo as principais tendências mundiais do setor de alimentação, mas sempre considerando as características específicas do mercado brasileiro.



Os rótulos dos produtos foram revisados para melhor visualização do perfil nutricional.



EMBALAGENS

LINHAS DE AÇÃO

- MATERIAIS RENOVÁVEIS.
- REDUÇÃO DA GRAMATURA DAS EMBALAGENS.
- DESIGN SUSTENTÁVEL E GESTÃO DO CICLO DE VIDA DE PRODUTOS.

As áreas envolvidas no processo de concepção das embalagens são P&D, Marketing, Qualidade e Assuntos Regulatórios. Os projetos de embalagem consideram como foco as unidades de negócio, ainda que um mesmo tipo de embalagem possa contemplar várias marcas. Por conta das aquisições realizadas pela Companhia ao longo dos últimos anos, o processo de produção e a logística interna são distintos nas unidades.

A área de P&D é responsável por gerar as informações para a rotulagem, assim como pela definição das dimensões e da composição estrutural das embalagens. Por meio do conceito de especificação eficaz, busca-se minimizar o desperdício. Há, em curso,

uma iniciativa de melhoria contínua relacionada ao processo de produção, buscando a diminuição de resíduos de embalagens e conservação do produto. Conceitualmente, a M. Dias Branco tem por objetivo maximizar o dimensionamento das embalagens, levando em conta as variáveis de viabilidade técnica e econômica (custo).

As iniciativas de reformulação de embalagens, implantadas em dez unidades e em diversas linhas de produção de massas e biscoitos, *reduziram o consumo de plástico em 159 toneladas.*

A evolução no consumo anual das principais embalagens é apresentada na tabela a seguir. ^{G4 EN1}

EM 2015, A COMPANHIA REDUZIU O CONSUMO DE PLÁSTICO EM 159 TONELADAS.

CONSUMO ANUAL DAS PRINCIPAIS EMBALAGENS ^{G4 EN1}

	Material	Volume Anual 2014	Volume Anual 2015	Varição 2015/2014
Não renovável	Filmes flexíveis (laminado, laminado metalizado e monocamada) – toneladas	11.803.707	12.739.529	7,9%
	Embalagens rígidas – unidades	50.233.678	53.574.126	6,6%
Renovável	Embalagens de papel (recicladas, kraft e semi-kraft) – unidades	95.792.334	103.909.337	8,5%

Uma ação prevista para os próximos anos na unidade de produção de Bento Gonçalves/RS é a utilização de embalagens plásticas recicladas produzidas com energia eólica, matéria-prima renovável e práticas sustentáveis, a serem adquiridas de fornecedor local.

No longo prazo, buscaremos introduzir filmes para enfardadeira com material 100% reciclado para todas as linhas de massas das unidades das regiões Sul e Sudeste, utilizar filme biodegradável para um item de nosso portfólio com apelo de saudabilidade, além de usar

filme reciclável para enfardar massas. Ademais, reduziremos as gramaturas dos filmes flexíveis, a espessura de filmes para enfardar massas de 50µm (micras) para 40µm (micras) em uma unidade, e o consumo do filme *stretch*.

Os resultados alcançados demonstram que as embalagens, além de essenciais para a competitividade dos produtos no ponto de venda, possibilitam à M. Dias Branco reduzir seus custos ao mesmo tempo em que diminuem seu impacto ambiental.



A M. Dias Branco conta com modernas linhas de produção de biscoitos.

RESÍDUOS

LINHAS DE AÇÃO

- REDUÇÃO NA GERAÇÃO DE RESÍDUOS NO PROCESSO.
- DESTINAÇÃO ADEQUADA DE RESÍDUOS DO PROCESSO.
- LOGÍSTICA REVERSA DE EMBALAGENS PÓS-CONSUMO.

A gestão de resíduos sólidos na M. Dias Branco é realizada pelas Gerências de Meio Ambiente e Administrativa, que seguem os preceitos da Política de Meio Ambiente⁷ e do sistema de gestão ambiental ISO 14001. As ações realizadas na Semana de Meio Ambiente em todas as unidades da Companhia foram voltadas para a conscientização sobre a coleta seletiva de resíduos.

Todas as unidades possuem Centrais de Resíduos para armazenamento dos resíduos gerados, para posterior tratamento e destinação final. Algumas das Centrais são equipadas com máquinas para descaracterização dos resíduos,

prensas e/ou balanças. Em 2015, foi implantado o processo de qualificação de serviços de coleta, transporte e destinação de resíduos sólidos, através do estabelecimento de critérios específicos. A venda de resíduos sólidos gerados no processo e de produtos impróprios gerou R\$ 2,2 milhões no ano para a Companhia.

No que se refere à destinação adequada de resíduos, foram recicladas 23,9 mil toneladas, representando um índice de 59,9% das 39,9 mil toneladas de resíduos sólidos gerados de processo e de produtos impróprios em 2015 (33,1 toneladas em 2014). A compostagem aumentou para 11,4% da destinação

EM 2015, HOUVE UMA SIGNIFICATIVA REDUÇÃO DA QUANTIDADE DE RESÍDUOS ENVIADOS PARA ATERROS.



A Companhia estimula a coleta seletiva de resíduos.



A M. Dias Branco aderiu ao programa de recolhimento de embalagens pós-consumo.

de resíduos contra 5,8% em 2014.

Adicionalmente, a quantidade de resíduos enviada para aterros diminuiu de 14,6% para apenas 7,5% na comparação entre 2014 e 2015, colocando a Companhia em direção às melhores práticas de mercado.

A tabela a seguir apresenta o quadro geral de destinação dos resíduos da Companhia. ^{G4-EN23}

Em 2015, destinou-se um total de 2.914 kg de lixo eletrônico, com recebimento de certificado de descarte responsável, conforme Lei 12.305/2010.

A M. Dias Branco é uma das empresas participantes do Acordo Setorial de Embalagens em Geral,

assinado em 25/11/2015, com o Ministério do Meio Ambiente. Esse acordo é um instrumento no qual os fabricantes, importadores, comerciantes e distribuidores de embalagens e de produtos comercializados em embalagens se comprometem a trabalhar de forma conjunta para garantir a destinação final ambientalmente correta das embalagens colocadas no mercado.

A adesão ao Programa Dê a Mão para o Futuro, por meio da Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados (ABIMAPI), para recolhimento de embalagens pós-consumo, em atendimento à Política Nacional dos Resíduos Sólidos, deu andamento às ações

da M. Dias Branco para a logística reversa dessas embalagens.

O programa, que é coordenado pela ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, apoia projetos de geração de trabalho e renda que promovam a inclusão social, a melhoria nas condições de trabalho e a qualidade de vida dos catadores de material reciclável. Colabora, portanto, para a redução do impacto negativo das embalagens pós-consumo no meio ambiente. A Companhia contribuiu com R\$ 91 mil em 2015 para essa importante iniciativa.

Para saber mais sobre o programa, acesse: www.maoparaofuturo.org.br

DESTINAÇÃO DOS RESÍDUOS (TONELADAS) ^{G4-EN23}

Destinação	2014		2015	
Reciclagem	21.643	65,2%	23.939	59,9%
Reutilização	4.353	13,1%	2.459	6,2%
Compostagem	1.909	5,8%	4.548	11,4%
Aterro	4.854	14,6%	2.990	7,5%
Coprocessamento	105	0,3%	224	0,6%
Incineração	43	0,1%	20	0,1%
Tratamento biológico em lagoas de estabilização	-	-	5.789	14,5%
Descontaminação de lâmpadas	-	-	1	0,0%
Rerefino	-	-	5	0,0%
Outros	277	0,8%	1	0,0%

A Companhia não divulga as informações com a classificação dos resíduos em perigosos e não perigosos por método de destinação, mas avaliará sua divulgação nos próximos anos.

Principais resíduos:
Reciclagem: Rejeito de Fritura de Óleo de Soja, Sucata de Metais Ferrosos, Sucata de Metais Não Ferrosos (Alumínio e Cobre), Resíduos de Papel e Papelão, Resíduos de Madeira – Paletes, Resíduos de Madeira – Sucatas e Tábuas, Produtos fora da especificação, Embalagens metálicas, Bombona de Plástico não contaminada, Sacos Plásticos com Resíduos de Gordura Vegetal, Sacos Big Bag, Contentor, Filmes e Peq. Embalagens de Plástico, Resíduos Orgânicos de Processo, Sucata de Bateria, Resíduos eletrônicos, Entulho.
Reutilização: Resíduos de Poda, Resíduos de Restaurante.
Compostagem: Borra da Refinaria.
Coprocessamento: Sucata de Pneu, Resíduos da ETE contendo substâncias não tóxicas, Panos e Estopas Contaminadas, Resíduos Perigosos, Tintas e Solventes, Produtos Químicos Vencidos, Filtro de Carvão Ativado, Componentes Elétricos, Resina, Fluido de Usinagem.
Incineração: Resíduos de Serviço de Saúde.
Tratamento Biológico: Resíduos da ETE contendo substâncias não tóxicas, Resíduos da ETA contendo substâncias não tóxicas, Resíduos das caixas de esgoto contendo substâncias não tóxicas.
Rerefino: Rejeito de Óleo Usado (Queimado e Amarelo), Óleo Diesel.
Outros: Bateria de Paleta (devolvida ao fornecedor – Logística Reversa).

⁷ A política de meio ambiente da Companhia pode ser lida em www.mdiasbranco.com.br/meio-ambiente/

ÁGUA E EFLUENTES

LINHAS DE AÇÃO

- REÚSO DE ÁGUA.
- REDUÇÃO RELATIVA DE CONSUMO DE ÁGUA.

A gestão dos aspectos e impactos ambientais na M. Dias Branco é responsabilidade da área de Qualidade, Segurança do Trabalho e Meio Ambiente, criada há três anos com o objetivo de homogeneizar os processos de gestão ambiental entre as unidades, avançar no controle da poluição e na redução relativa do consumo de recursos naturais.

Por meio de sistemas de gestão como ISO 14001, implantado nas unidades industriais localizadas nos municípios de Eusébio/CE e Jaboatão dos Guararapes/PE, suportado pelo modelo de Gestão de Classe Mundial (GCM), a Companhia segue em direção à completa implantação de sua Política Ambiental.

Os gastos da área de meio ambiente no ano de 2015 somaram R\$ 9,7 milhões, um aumento em relação aos R\$ 8,1 milhões investidos em 2014, considerando equipes, monitoramento e controle ambiental, bem como os investimentos em equipamentos. A Companhia recebeu um total de 10 notificações, sendo que em

uma destas realizou acordo para reduzir a multa previamente arbitrada em R\$ 200 mil para R\$ 65 mil, com consequente fim do processo administrativo. ^{G4- EN29 e EN31}

Em 2015, foram formados os times de melhoria com foco em **redução no consumo de água** nas unidades Eusébio/CE, São Caetano do Sul/SP e Fortaleza/CE. Também se implantou o projeto de gestão de águas na unidade Maracanaú/CE, que visa a conscientização para o consumo racional.

A área também trabalha na medição do uso da água pluvial na unidade Eusébio/CE com a elaboração de metodologia para estabelecimento de Balanço Hídrico em todas as unidades⁸.

O consumo médio de água por tonelada de produto produzido em 2015 foi de 0,51 m³.

O reúso de água também teve grande avanço nas unidades da Companhia, merecendo destaque as unidades Eusébio/CE, Fortaleza/CE e Jaboatão dos

Guararapes/PE, com índices de reúso de 39%, 30% e 51% respectivamente. Com isso, o índice de *reúso de água aumentou para 16,4% em 2015 na comparação aos 8,8% em 2014.*

A M. Dias Branco estabeleceu como meta implantar o reúso nas unidades que possuem Estação de Tratamento de Efluentes até 2021. No caso da unidade Jaboatão dos Guararapes/PE, temos por meta reutilizar 100% do efluente tratado já em 2016.

O REÚSO DE ÁGUA AVANÇOU DE 8,8% EM 2014 PARA 16,4% EM 2015.



Reservatório de águas pluviais na unidade Eusébio/CE.

PERCENTUAL E VOLUME TOTAL DE ÁGUA REICLADA E REUTILIZADA ^{G4- EN10}

	2014 m ³	2015 m ³	VARIAÇÃO 2015/2014
Volume total de água utilizada (m ³)	1.188.107	1.229.866	3,5%
Volume total de água reciclada ou reutilizada (m ³)	104.404	202.050	93,5%
% de água reutilizada ou reciclada	8,8%	16,4%	

TOTAL DE RETIRADA DE ÁGUA POR FONTE (M³) ^{G4- EN8}

Fontes	2014		2015		VARIAÇÃO 2015/2014
	m ³	%	m ³	%	
Águas subterrâneas	675.524	56,9%	680.566	55,3%	0,7%
Águas pluviais diretamente coletadas e armazenadas pela organização	131.912	11,1%	167.649	13,6%	27,1%
Abastecimento municipal/outras companhias de abastecimento de água	373.533	31,4%	378.254	30,8%	1,3%
Abastecimento com caminhão-pipa	7.138	0,6%	3.397	0,3%	-52,4%
Total	1.188.107	100,0%	1.229.866	100,0%	

A Companhia continua investindo nas Estações de Tratamento de Efluentes – ETEs. Em 2015, foi descartado um total de 338.049 m³ de efluentes. O tratamento e a destinação dos efluentes de todas as unidades são descritos na tabela a seguir: ^{G4- EN22}

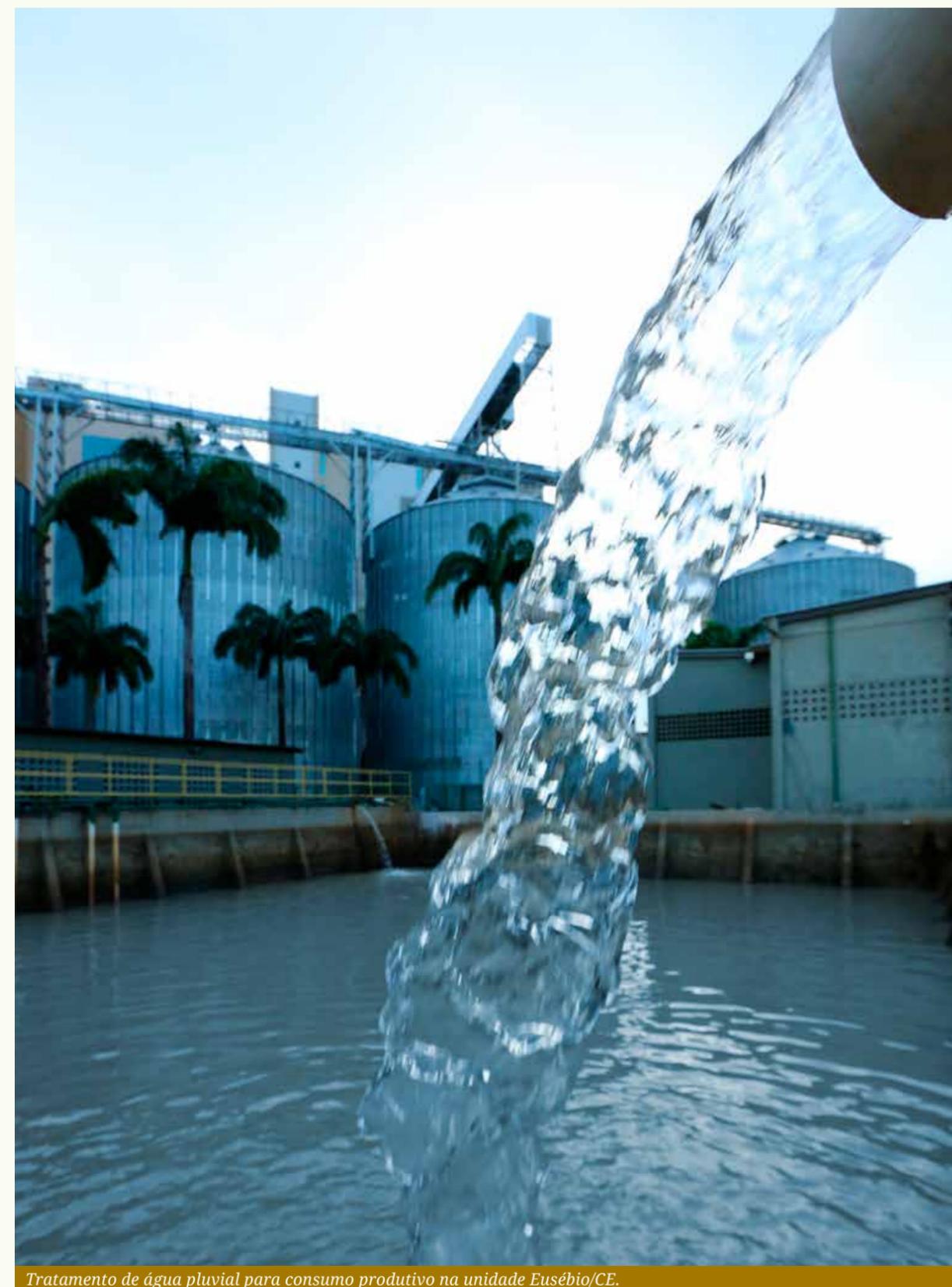
⁸ Atualmente, a unidade Jaboatão do Guararapes/PE já possui Balanço Hídrico.

TRATAMENTO E DESTINAÇÃO DE EFLUENTES

Unidade	Tipo de Tratamento	Total de Efluente Descartado em m ³
Eusébio/CE	O tratamento é feito por lodos ativados, com aeração contínua. O efluente tratado é descarregado no riacho, manancial que atravessa a região, conforme os padrões admitidos pelo saneamento ambiental do Estado, sendo uma parcela reaproveitada para irrigação de jardins. As normas seguidas são as Portarias SEMACE 151/2002, SEMACE 154/2002, SEMACE 111/2011, CONAMA 357/2005 e CONAMA 430/2011.	63.379
Gorduras e Margarinas, em Fortaleza/CE	O tratamento é físico-químico, seguido de lodos ativados, conforme as Resoluções 154/2002 e 151/2002 da SEMACE.	173.469
Maracanaú/CE	Tratamento primário e secundário em ETE pública.	
Natal/RN	Os efluentes são encaminhados diretamente para concessionária – CAERN.	
Cabedelo/PB	Os efluentes são direcionados para ETE. Depois de tratados, parte destes é direcionada para a irrigação do gramado da unidade.	4.357
Salvador/BA	Os efluentes são enviados para a estação de tratamento da concessionária local.	296
São Caetano de Sul/SP	O tratamento do efluente líquido é feito pelo DAE – Departamento de Água e Esgoto de São Caetano do Sul.	32.184
Lençóis Paulista/SP	Os efluentes são enviados para a estação de tratamento da concessionária local.	
Jaboticabal/SP	Efluente encaminhado para concessionária do sistema público de tratamento.	
Bento Gonçalves/RS	Sistema de tratamento biológico. Após o tratamento, o efluente é descartado para rede pluvial. O monitoramento da qualidade do efluente se dá através das diretrizes da licença de operação e das normas ambientais vigentes em âmbito estadual e federal.	7.626
Moinho Dias Branco em Fortaleza/CE	Efluente encaminhado para concessionária do sistema público de tratamento – Companhia de Água e Esgoto do Ceará – CAGECE.	30
Jaboatão dos Guararapes/PE	O tratamento é físico-químico e biológico de lodo ativado. A destinação é de 65% para reúso interno (banheiros, irrigação, lavagem de fachadas, pisos externos e processo ETE) e de 35% para o Rio Jaboatão. As normas seguidas são CONAMA 357/05, 430/11 e Norma Técnica CPRH 2001. A conformidade do efluente tratado é monitorada através de análises internas e externas e garantida através dos controles de processo.	56.707
Total		338.049

Para os próximos anos, a M. Dias Branco buscará ampliar a implantação do SGA (Sistema de Gestão Ambiental) com base na ISO 14001. Além disso, os times de melhoria com foco em redução no consumo de água serão implantados em mais três unidades, com reúso de água da osmose reversa

e aproveitamento da água da chuva na unidade Maracanaú/CE. No longo prazo, a meta é implantar o reúso nas unidades que possuem Estação de Tratamento de Efluentes e estabelecer um padrão de consumo de água em todas as unidades.



Tratamento de água pluvial para consumo produtivo na unidade Eusébio/CE.

ENERGIA E EMISSÕES

LINHAS DE AÇÃO

- PREÇO COMPETITIVO DA ENERGIA.
- GARANTIA DE ABASTECIMENTO.
- EFICIÊNCIA ENERGÉTICA.
- MENOR INTENSIDADE NO USO DE COMBUSTÍVEL FÓSSIL.

A *gestão da energia* também avançou em 2015. Por meio de instrumentos de medição e controle por linha de produção, substituição de equipamentos e avaliação de novas fontes de energia, a área de Engenharia tem alcançado resultados importantes na gestão deste insumo, que se torna cada vez mais estratégico para a M. Dias Branco.

Garantir o *preço competitivo* na compra de energia elétrica é uma diretriz estratégica do negócio, dado ser um custo significativo. Nesse sentido, em 2015 a Companhia iniciou o processo de migração para o mercado livre de energia em mais três unidades. Estima-se que essa ação resultará em uma economia de 39,25% nessas unidades.

Ressaltamos ao lado as iniciativas de eficiência energética em duas unidades. Na unidade Eusébio/CE, resultaram em uma economia anual de cerca de R\$ 631 mil, enquanto na unidade Jaboaão dos Guararapes/PE a economia foi superior a R\$ 1 milhão.

Eusébio/CE

- *Eliminação de vazamentos de ar comprimido – 1ª Etapa.*
- *Aquisição de tanque pulmão para aliviar as cargas dos compressores e possíveis quedas no rendimento da produção.*
- *Substituição de motores standard por alto rendimento – 1ª Etapa.*
- *Substituição de lâmpadas convencionais por LED – 1ª Etapa.*
- *Substituição do compressor por soprador.*

Jaboaão dos Guararapes/PE

- *Automação da iluminação das linhas de wafer.*
- *Modificação do sistema de combustão da caldeira para a linha de instantâneo.*
- *Regulagem da combustão nos fornos da Fábrica 2.*
- *Estação de recuperação de vapor flash para a linha de instantâneo.*
- *Iluminação eficiente na Fábrica 1 de Massas.*

INICIATIVAS DE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA ALCANÇARAM RESULTADOS IMPORTANTES, COM ECONOMIA DE RECURSOS NATURAIS E FINANCEIROS.



Nova frota de veículos com menor consumo de combustível e redução de emissão de gases poluentes.

Os indicadores de monitoramento do consumo de energia adotados pela Companhia são: consumo de energia total e intensidade energética. Os resultados são apresentados nas tabelas ao lado.

Considerando que tivemos um volume de produção menor em 2015, a relação de intensidade energética (kwh/ton) sofreu um aumento de 35% em relação a 2014.

CONSUMO DE ENERGIA TOTAL EM 2015 (MILHARES DE GJ) ^{G4-EN3}

Fontes de Energia*	2015
Energia elétrica (milhares de GJ)	1.006
Gás natural (milhares de GJ)	1.894.561
Gás liquefeito de petróleo — GLP (milhares de GJ)	36.106
Diesel (milhares de GJ)	3.379
Total	1.935.052

INTENSIDADE ENERGÉTICA ^{G4-EN5}

Intensidade Energética*	2014	2015	Varição (2015/2014)
Energia elétrica (kWh/t produto)	102,63	138,95	35%

* Em 2014, foi relatado somente o consumo de energia elétrica, sem considerar a unidade Jaboaão dos Guararapes/PE. A partir de 2015, será considerado o consumo total de energia em todas as unidades. Não considera o consumo nos Centros de Distribuição, pois não é material.

A Companhia também realiza estudo de viabilidade para implementação de uma usina solar na área administrativa de uma unidade e avalia a modificação do sistema de combustão da caldeira para gás natural com o queimador Weishaupt, visando a redução no consumo. Para os próximos anos, a M. Dias Branco prosseguirá com novas iniciativas de eficiência energética.

As emissões de fontes móveis da Companhia decorrem principalmente do transporte de produtos. Os principais impactos decorrentes da atividade de transporte (produtos/pessoas) são: poluição sonora, emissão de gases poluentes e gases de efeito estufa (GEE), além de resíduos deixados pela matéria-prima utilizada nos veículos (pneus, lubrificantes etc.).

A gestão das emissões de CO2 por automóveis é feita pela área de Logística, através de painéis de controle exclusivos para a eficiência dos combustíveis consumidos pela

operação. A empresa também dispõe de um equipamento (Opacímetro) utilizado na medição da quantidade de fumaça e da opacidade (grau de escurecimento), quando expelida pelo escapamento de veículos com motores a diesel.

A medição com esse equipamento é feita anualmente em cada veículo da frota própria de distribuição. Após o teste, ele indica se o veículo está em acordo com as leis de emissão de poluentes. Caso seja reprovado, o veículo é enviado para manutenção e somente é liberado a partir de um novo teste.

Ademais, todos os veículos adquiridos entre 2014 e 2015 (106 veículos nesse biênio) dispõem de tecnologia (SCR/EGR) que atende à legislação Proconve P7 (Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos), com menor consumo e menos emissão de gases poluentes. ^{G4-EN30}

As emissões diretas de GEE de escopo 1 da frota de transporte, relativas ao período de 01/01/2015

a 31/12/2015, são medidas por empresa parceira. As emissões a partir dos combustíveis de transporte de pessoas e mercadorias totalizaram 9.151 tCO2e. A tabela abaixo apresenta os valores de emissões de GEE de todas as unidades. ^{G4-EN15}

Nos próximos anos, as iniciativas se concentrarão na utilização/ inovação de combustíveis alternativos para a frota, menos poluentes e mais rentáveis, no desenvolvimento de um programa de conscientização dos motoristas (*Ecodriving*) e na avaliação da viabilidade da expansão da instalação de Defletores de Ar na frota.

Em relação às emissões de NOx e SOx e outras emissões atmosféricas de fontes fixas significativas, a Companhia monitora o atendimento à legislação ambiental vigente⁹. Os resultados indicam emissões bem abaixo do limite legal. ^{G4-EN21}

EMISSIONES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (TONELADAS)

Ano	Quant. de portadores	Combustível (litros)	Valor Gasto (RS)	CO2 Fossil (ton)	CH4 (tCO2e)	N2O (tCO2e)	Emissão Mensal de GEE de Impacto Climático (tCO2e)	Emissão de Biomassa (ton)	GEE Total (tCO2e) G4-EN15
2014*	597	2.832.588	7.211.700	6.971	12	30	7.014	402	7.416
2015	627	3.545.298	10.488.783	8.305	18	144	8.467	685	9.152

* Dados relativos a todos os Centros de Distribuição, exceto da unidade Teresina/PI, que emitiu no ano 988 tCO2e.

⁹ Legislação Pertinente: Resolução CONAMA 436/2011 (Anexo I); Resolução CONAMA 382/2006 (Anexo II). CETESB L9.221 JUL/1990 Determinação de pontos de Amostragem em Dutos e Chaminés de Fontes Estacionárias - Procedimento; CETESB L9.223 Jun/1992 Efluentes Gasosos em Dutos e Chaminés de Fontes Estacionárias - Determinação da Massa Molecular - Base Seca - Método de análise; NBR 11966/89 Efluentes Gasosos em Dutos e Chaminés de Fontes Estacionárias da Velocidade e Vazão - Método de Ensaio; NBR 11967/89 Efluentes Gasosos em Dutos e Chaminés de Fontes Estacionárias - Determinação da Umidade - Método de Ensaio; NBR 12019/90 Efluentes Gasosos em Dutos e Chaminés de Fontes Estacionárias - Determinação de Material Particulado - Método de ensaio; Method US - EPA7B e CETESB L9. 229: Dutos e Chaminés de Fontes Estacionárias - Determinação de Óxidos de Nitrogênio. Method US - EPA3: Determinação de CO, CO2 e O2.

COMUNIDADES E INVESTIMENTO SOCIAL

LINHAS DE AÇÃO

- ALOCAÇÃO ESTRATÉGICA DO INVESTIMENTO SOCIAL.
- ENGAJAMENTO E RELACIONAMENTO COM COMUNIDADES.

A M. Dias Branco exerce um importante papel de cidadania corporativa, implementando ações contínuas de desenvolvimento comunitário interno e externo. As ações sociais da Companhia são realizadas pela área de Sustentabilidade e incentivam projetos voltados para cultura, saúde, esporte, educação e capacitação profissional, priorizando como público-alvo crianças, adolescentes e pessoas portadoras de necessidades especiais. Além disso, apoia diversas ações de assistência a causas humanitárias nas comunidades do entorno das suas unidades.

A Companhia realiza reuniões e visitas periódicas às entidades apoiadas, como parte de seu modelo de governança. Esse processo permite uma avaliação constante e a busca de melhorias na relação com as comunidades do entorno de suas operações, bem como com as entidades apoiadas nos municípios onde atua.

Em 2015, a área de Sustentabilidade implantou novas diretrizes que definiram e padronizaram os procedimentos para solicitação de doação de produtos acabados em todas as unidades. A avaliação das solicitações passou a ser analisada conforme os critérios estabelecidos na Política de Responsabilidade Social, buscando priorizar o atendimento das comunidades do entorno das unidades, naqueles temas e públicos priorizados. Foram cadastradas *63 entidades que receberam produtos da Companhia, beneficiadas no ano com uma doação total equivalente a R\$ 696 mil.*

Em relação ao investimento social, a *M. Dias Branco doou R\$ 2,8 milhões em recursos próprios para projetos sociais*, além de R\$ 727 mil por meio de Leis de Incentivo, tanto via Companhia, quanto via acionista controlador (DIBRA FUNDO DE INVESTIMENTO EM PARTICIPAÇÕES). A tabela na página seguinte consolida o investimento social em 2015.

A EMPRESA MANTÉM CONSTANTE RELACIONAMENTO COM COMUNIDADES NO ENTORNO DE SUAS OPERAÇÕES.



Na unidade Eusébio/CE, crianças da comunidade realizam visita guiada na área fabril.

INVESTIMENTO SOCIAL EM 2015 (R\$)

RECURSOS PRÓPRIOS M. DIAS BRANCO	2.802.559
JORNAL O POVO – ANUÁRIO	82.820
ASSOCIAÇÃO CEARENSE DE IMPRENSA	10.000
SOCIEDADE EDUCATIVA CULTURAL POLIESPORTIVA BENTO GONÇALVES	134.000
GETAP – GRUPO DE ESTUDOS TRIBUTÁRIOS APLICADOS	40.000
ASPOFECE – ASSOCIAÇÃO DOS SERVIDORES DA POLÍCIA FEDERAL DO ESTADO DO CEARÁ	10.000
INSTITUTO 12 DE MARÇO – RECIFE CONVENTION – XVI FENEARTE	100.000
IRMANDADE BENEFICENTE DA SANTA CASA DE MISERICÓRDIA DE FORTALEZA*	2.142.739
ACADEMIA CEARENSE DE LETRAS	50.000
CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS DE FORTALEZA	60.000
FUNDEPAG – FUNDAÇÃO DE DESENV. DA PESQUISA DO AGRONEGÓCIO	20.000
AECIC – ASSOCIAÇÃO DOS EX-ALUNOS DO COLÉGIO DA IMACULADA CONCEIÇÃO	3.000
FACPC – FUNDAÇÃO DE APOIO AO COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS	50.000
FUNCARTE – FUNDAÇÃO CULTURAL CAPITANIA DAS ARTES	70.000
PREF. MUNICIPAL DE BENTO GONÇALVES – FUNDO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO	30.000
RECURSOS INCENTIVADOS	732.500
Lei Rouanet – via M. Dias Branco	332.500
ENCONTRO DE MESTRE E APRENDIZ TEMPERANDO CRAVOS (CENTRO DE PESQUISA E DIFUSÃO DA ARTE)	130.000
UM TOQUE DE VIDA 2013 (MODO MAIOR PROJETOS CULTURAIS)	12.500
FESTA LITERÁRIA INTERNACIONAL DE PERNAMBUCO (ANDELIVROS ASSOC. DO NORD. DE DIST. EDIT. DE LIVROS)	190.000
Lei Rouanet – via acionista majoritário (DIBRA)**	200.000
TAPERA DAS ARTES DO CORAÇÃO – AQUIRAZ/CE	70.000
ASSOCIAÇÃO BENTO GONÇALVES DE CONV. APOIO INFÂNCIA/JUVENTUDE – BENTO GONÇALVES/RS	65.000
GRUPO BAILARINOS DE CRISTO AMOR E DOAÇÕES, BECAD – FORTALEZA/CE	65.000
Lei de Incentivo ao Esporte - via acionista majoritário (DIBRA)**	50.000
ASSOCIAÇÃO ESTAÇÃO DA LUZ – VIDA E ESPORTE – EUSÉBIO/CE	50.000
Fundo de Amparo à Criança e Adolescente – via acionista majoritário (DIBRA)**	50.000
CRECHE PLENO VIVER – FUNDAÇÃO TERRA – MARACANAÚ/CE	50.000
PRONAS – Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência – via acionista majoritário (DIBRA)**	50.000
INSTITUTO FILIPPO SMALDONE CONGREGAÇÃO DAS IRMÃS SALESIANAS DOS SAGRADOS CORAÇÕES – FORTALEZA/CE	50.000
PRONON – Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica – via acionista majoritário (DIBRA)**	50.000
INSTITUTO DO CÂNCER DO CEARÁ (ICC) – FORTALEZA/CE	50.000

* Valor disponibilizado à instituição em cumprimento a acordo judicial realizado com o Ministério Público do Trabalho no processo nº 0001270-52.2013.5.07.0012 — Tribunal Regional do Trabalho da 7ª Região/CE.

** Doações realizadas pelo Terminal Portuário Catigipe S/A, CNPJ 40.561.649/0001-04, que tem como sócios majoritários o DIBRA Fundo de Investimentos em Participações e a Dias Branco Adm. e Participações Ltda.

A Companhia desenvolveu novas parcerias por meio de dois programas instituídos pelo Ministério da Saúde: o Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (PRONON), sendo precursora e estimuladora de projetos com incentivos fiscais nesse segmento, e o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com

Deficiência (PRONAS), que possibilita a capacitação de deficientes auditivos para inserção no mercado de trabalho.

Neste contexto, a M. Dias Branco articulou, junto a duas Organizações Não Governamentais — ONGs — e algumas empresas sediadas no Ceará, a mobilização

de recursos para os seguintes projetos:

- **PRONAS** — Instituto Filippo Smaldone: Capacitação e Inserção da Pessoa Surda no Mercado de Trabalho — Da Saúde à Inclusão: R\$ 512.177,00;



Colaborador em apresentação no festival de música da M. Dias Branco.

- **PRONON** — Instituto do Câncer do Ceará (ICC): Nova Casa Vida: Ampliação e Qualificação da Casa de Apoio do ICC — R\$ 2.494.828,00.

O incentivo ao voluntariado também foi foco das ações sociais em 2015, mediante a criação do *Dia D do Voluntariado*. A campanha contou com grande envolvimento de todos. Houve a doação de 3.060 brinquedos pelos colaboradores para o Dia das Crianças de comunidades carentes do País. No dia 9 de outubro, 17 instituições em todo o Brasil receberam as doações e a participação de colaboradores em atividades recreativas, beneficiando 4.560 crianças.

A M. Dias Branco também participou do McDia Feliz com investimento de R\$ 34 mil na compra de 2.340 *tickets*, em benefício da

Associação Peter Pan, referência no combate ao câncer no Ceará e Estados vizinhos. Parte dos *tickets* foi direcionada para a comunidade do Vicente Pinzon, localizada no entorno das unidades de Fortaleza/CE, e a outra parte foi direcionada para os colaboradores.

Três outras iniciativas realizadas na unidade Eusébio/CE merecem destaque pelo seu caráter contínuo e pelo volume de pessoas impactadas: Projeto Escola, Centro Histórico e Centro Cultural.

O *Projeto Escola* tem como objetivo promover uma maior aproximação com os consumidores e com a comunidade em geral, recebendo visitas diárias de estudantes infantis e universitários. Toda uma infraestrutura é disponibilizada para visitas

guiadas, em que os visitantes apreciam a rica experiência de presenciar a fabricação dos biscoitos e massas.

Esse projeto também é um forte aliado nas ações sociais desenvolvidas pela Companhia. Em parceria com diversas áreas, desenvolve ações como: visita dos filhos dos colaboradores, teatro animado nas escolas e ações educativas em associações das quais somos parceiros. Em 2015, o Projeto Escola recebeu mais de 14 mil visitantes e realizou programações externas em 18 instituições.

O *Centro Histórico M. Dias Branco* resgata e preserva a história da Companhia através de um vasto acervo, aguçando a curiosidade dos visitantes, que procuram entender, em meio a textos, documentos, fotos, embalagens, má-



Colaborador da Companhia, medalhista paraolímpico, conquistando o bicampeonato nos jogos Parapan-Americanos 2015, em Toronto, Canadá.

quinas, sons, imagens, relíquias e comerciais, a trajetória de sucesso da M. Dias Branco.

O espaço é composto por cinco ambientes temáticos, dispostos nas seguintes exposições: “Começo da história”; “Imagens do sucesso”; “Produzindo sonhos”; “Reconhecimento social” e “Desafios e conquistas”, nos quais os visitantes acompanham desde a chegada de Manuel Dias Branco ao Brasil até os mais recentes empreendimentos da Companhia.

Realizamos várias mediações com visitas guiadas nas exposições, atendendo o nosso público interno e externo com ações educativas. Em 2015, o Centro Histórico recebeu mais de 12 mil visitantes, em parceria com diversas áreas da Companhia.

Já o *Centro Cultural M. Dias Branco* fomenta a cultura, promovendo o bem-estar social dos colaboradores da Companhia, ao mesmo tempo em que disponibiliza uma estrutura composta por diversos ambientes, tais como Sala de Leitura, Salão de Jogos, Sala de Multimídia, Galeria de Artes, Salas de Cinema e TV, Teatro e uma Biblioteca com mais de 8 mil livros para empréstimo aos colaboradores. Promove, ainda, ações culturais e educativas, disseminando a leitura através da realização de campanhas de incentivo, bem como oficinas de artes, peças teatrais e apresentações musicais.

Em 2015, mais de 800 colaboradores participaram dos cursos de reciclagem em artes. Também foram oferecidos

cursos de violão, coral, teatro e dança de salão, com formação de grupos artísticos, beneficiando 300 colaboradores. Foram realizados o tradicional Arraiá Cultural (Festa Junina), o Festival de Música (que destaca talentos musicais dos colaboradores) e a Sexta Musical, que ocorre semanalmente em determinado período do ano.

Visando promover ações sustentáveis em relação ao meio ambiente, a Companhia investe em iniciativas de Educação Ambiental destinadas às comunidades do entorno. Apoia ações de instituições do terceiro setor e órgãos governamentais, além de disponibilizar uma equipe de profissionais que gerenciam programas de gestão ambiental com atuação interna e externa. ^{G4-27}

A unidade Salvador/BA tem seu patrimônio ambiental representado por maciços verdes de florestas e manguezais, abriga uma rica diversidade de espécies da fauna e flora. A necessidade de garantir a proteção de atributos naturais e de estabelecer normas de convívio entre os ecossistemas e as atividades industriais transformou essa região na Área de Proteção Ambiental (APA) Baía de Todos os Santos.

A unidade elaborou um Plano de Gestão Ambiental com base nas características ambientais do local, que assegura práticas industriais adequadas. São desenvolvidos programas de controle ambiental da água, do ar, de resíduos e de áreas verdes, além dos programas de incentivo à pesquisa, monitoramento da fauna terrestre, educação

ambiental das comunidades circunvizinhas, estudo da vegetação e reflorestamento.

Em respeito à referida APA, a Companhia dispõe de uma infraestrutura completa para produção e plantio de mudas de espécies nativas utilizadas no reflorestamento e no paisagismo. No viveiro de mudas, são produzidas trimestralmente 3.900 mudas que são monitoradas até atingirem a fase de plantio.

**A M. DIAS BRANCO
DISPONIBILIZA
DIVERSOS CANAIS
DE INTERAÇÃO E
RELACIONAMENTO
COM AS
COMUNIDADES.**



Em 2015, com a estruturação da área de Sustentabilidade e do Grupo de Trabalho — GT “Investimento Social e Comunidades”, 50% das unidades industriais possuíam iniciativas de engajamento das comunidades do entorno. O GT conta com participação das áreas Jurídica, RH, Sustentabilidade e Meio Ambiente, buscando discutir e avaliar os impactos em conjunto com as comunidades. O quadro na página seguinte descreve as ações de engajamento.

G4-S01

Em 2015, a comunidade do entorno da Estação de Tratamento de Esgoto — ETE da unidade Eusébio/CE questionou os odores oriundos do processo de tratamento de efluentes. Foi realizada a desativação das lagoas de estabilização e com isso o problema foi sanado. Houve impacto em comunidades por conta de uma colisão causada por veículo de terceiro com caminhão que transportava óleo vegetal da Unidade de Margarinas e Gorduras em Fortaleza/CE, gerando derramamento de óleo no córrego da comunidade Lagamar. Houve, ainda, derramamento

fortuito de óleo vegetal bruto no mar, devido ao rompimento de válvula da tubulação de transferência do produto de um navio para a unidade de Margarinas em Fortaleza/CE. Por fim, um caminhão contendo óleo vegetal tombou no caminho de Mossoró/RN, provocando perda de parte da carga, sendo a outra parte encaminhada para reciclagem.

G4-S02

A Companhia agiu de forma espontânea em todas as demandas envolvendo as comunidades afetadas, solucionando os eventos ocorridos e sanando ou minimizando seus impactos.

Para os próximos anos, a Companhia pretende trabalhar na coleta e análise das informações sobre o entorno das unidades Jaboatão dos Guararapes/PE, Bento Gonçalves/RS, Fortaleza/CE e São Caetano do Sul/SP, visando estruturar um plano de relacionamento e engajamento das comunidades, baseado nas características específicas de cada local.

EM 2015, HOUVE AVANÇOS NO GRUPO DE TRABALHO VOLTADO PARA O ENGAJAMENTO NAS COMUNIDADES DO ENTORNO DAS UNIDADES.

AÇÕES DE ENGAJAMENTO DAS COMUNIDADES

UNIDADE	INICIATIVAS DE ENGAJAMENTO E RELACIONAMENTO ^{G4-S01}
SALVADOR/BA	O engajamento se dá por meio de programas estruturados com avaliação de impactos e de iniciativas que contribuem para o desenvolvimento local, focadas em alternativas de renda, projetos educacionais e participação em iniciativas culturais na comunidade, datas comemorativas, campanhas, palestras e treinamentos. Os impactos ambientais positivos são a conscientização ambiental desenvolvida através dos projetos apoiados pela M. Dias Branco com as crianças, pescadores, marisqueiras e toda a comunidade que vive no entorno da unidade. Portanto, a Companhia colabora para reconstituir o meio, para o fortalecimento de espécies nativas e para a melhoria da qualidade de vida de todos os envolvidos.
EUSÉBIO/CE	Além da implantação do programa de voluntariado na Escola Manoel Ferreira Gomes, situada ao lado da Estação de Tratamento de Esgoto – ETE, a Companhia realiza avaliações de impactos ambientais e monitoramento contínuo com a comunidade. Em 2015, houve a aproximação com lideranças das comunidades, doações de produtos e patrocínio de alguns eventos de caráter social. Apoiamos também o projeto “Vida e Esporte”, focado em crianças e adolescentes da comunidade, em parceria com outras empresas.
FORTALEZA/CE	Mensalmente, a Companhia participa de reuniões com representantes das comunidades do entorno das suas duas unidades, incluindo empresas vizinhas e órgãos municipais e estaduais, para avaliações de impactos ambientais e monitoramento contínuo. Com esse relacionamento com o entorno, é possível acompanhar as necessidades das comunidades locais e apoiar projetos como o Arte e Movimento pela Vida (Vida/NEURA), promovido pela BCAD (grupo de Bailarinos de Cristo Amor e Doações), que promove a inserção sociocultural de crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social, transformando-os em crianças mais cidadãos com práticas de esporte e inclusão social. Além disso, a Companhia realiza doações de produtos para associações comunitárias.
BENTO GONÇALVES/RS	A Companhia avalia os impactos ambientais e os monitora continuamente, em função da instalação de um novo moinho. São realizadas doações sistemáticas de produtos para instituições de caráter social que atuam no entorno da unidade. Além disso, aportamos recursos para o Projeto Abraçá, que promove a inserção sociocultural de crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social, enriquecendo suas habilidades musicais e conquistas culturais. Patrocinamos também um time de vôlei da comunidade.
MARACANAÚ/CE	Por meio do acionista majoritário DIBRA, realizamos investimento social em uma creche que promove a inserção sociocultural de crianças em situação de vulnerabilidade social, buscando transformar suas realidades. Da mesma forma que em outras unidades, realizamos doações de produtos, além de acompanhamento e avaliações de impactos ambientais. A Companhia mantém ainda parceria com projeto social local, focado na preparação de atletas portadores de deficiência, entre eles alguns medalhistas em campeonatos nacionais e internacionais.
JABOATÃO DOS GUARARAPES/PE	Acompanhamento constante de uma escola do entorno da unidade, adotada pela Companhia, mediante doações e participações em eventos com as crianças beneficiadas em ações socioculturais desenvolvidas pelos colaboradores. São realizadas também avaliações de impactos ambientais e monitoramento contínuo.

TRANSPARÊNCIA E DIÁLOGO

LINHAS DE AÇÃO

- CULTURA DE SUSTENTABILIDADE.
- DESENVOLVIMENTO E VALORIZAÇÃO DO CAPITAL HUMANO.
- SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHO.
- RELACIONAMENTO COM CLIENTES E CONSUMIDORES.

PÚBLICO INTERNO:
GESTÃO DE PESSOAS
E CULTURA DE
SUSTENTABILIDADE

Perfil dos Colaboradores

A M. Dias Branco investe de forma contínua e crescente na capacitação e valorização de seus 17.292 colaboradores¹⁰ em dezembro de 2015. A adoção de ferramentas de gestão e o investimento em treinamentos estimulam o time em todas as unidades a realizar um esforço coletivo para o alcance dos resultados corporativos e o crescimento profissional¹¹.

O perfil dos colaboradores distribuídos por faixa etária, gênero, região geográfica, nível de carreira e área é descrito nas tabelas a seguir. Grande parte dos nossos colaboradores está na área industrial em cargos de nível operacional, seguida pela área comercial (vendedores e promotores de vendas). No que se refere ao gênero, 73% são homens e 27% mulheres.

PERFIL DOS COLABORADORES
EM 31/12/2015 ^{G4-10}

Gênero	Quantidade	%
Feminino	4.612	26,7%
Masculino	12.680	73,3%
Total	17.292	100%
Faixa Etária	Quantidade	%
Até 25 anos	3.143	18,2%
De 26 até 35 anos	7.401	42,8%
De 36 até 45 anos	4.576	26,5%
De 46 até 55 anos	1.821	10,5%
A partir de 56 anos	351	2,0%
Total	17.292	100%
Região Geográfica	Quantidade	%
Centro-Oeste	80	0,5%
Nordeste	14.442	83,5%
Norte	70	0,4%
Sudeste	1.615	9,3%
Sul	1.085	6,3%
Total	17.292	100%

A CAPACITAÇÃO
CONTINUADA DOS
COLABORADORES
É UMA PRIORIDADE
DA COMPANHIA.PERFIL DOS COLABORADORES
EM 31/12/2015

Área	Quantidade	%
Administrativa	1.789	10,4%
Comercial	3.670	21,2%
Industrial	9.421	54,5%
Logística	2.412	13,9%
Total	17.292	100%
Nível de Carreira	Quantidade	%
Especialistas (Profissionais e Analistas)	647	3,7%
Gestão	1.188	6,9%
Operacional	12.235	70,8%
Vendas e Promoção	3.222	18,6%
Total	17.292	100%



Encontro do Programa de Desenvolvimento de Líderes (PDL).

As ações para consolidação da cultura de sustentabilidade na Companhia são executadas por meio de iniciativas de educação e comunicação. Em relação à educação continuada dos colaboradores, a Companhia dispõe de uma Universidade Corporativa.

Educação Corporativa

Em 2015, a Universidade Corporativa M. Dias Branco promoveu cursos ministrados por parceiros externos e pelos próprios colaboradores, com foco no desenvolvimento de pessoas para obtenção de resultados.

Ao longo do ano de 2015, foram geradas mais de 700 mil horas de treinamentos, realizadas tanto presencialmente como por meio de ferramenta on-line, um aumento de 16% em relação a 2014, conforme tabela a seguir.

NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE TREINAMENTO POR ANO POR COLABORADOR*, DISCRIMINADO POR GÊNERO
E CATEGORIA FUNCIONAL ^{G4-LA9}

	2014	2015	VARIAÇÃO 2015/2014
Total	36,68	42,70	16%
Média de horas de treinamento acumulada até dezembro por gênero			
Masculino	32,11	35,54	11%
Feminino	48,87	63,01	29%
Média de horas de treinamento acumulada até dezembro por nível de carreira			
Especialistas (Profissionais e Analistas)	55,55	72,86	31%
Nível de Gestão	49,15	47,92	-3%
Nível Operacional	40,31	48,75	21%
Nível de Vendas e Promoção	13,69	11,80	-14%

* Não estão inclusos estagiários.

¹⁰ Este quantitativo exclui estagiários e aposentados por invalidez.

¹¹ Mais informações sobre a Política de Gestão de Pessoas podem ser lidas em www.mdiasbranco.com.br/gestao-de-pessoas/.

Cultura de Sustentabilidade

O conceito de sustentabilidade foi inserido na estratégia educacional da Universidade Corporativa M. Dias Branco, por meio de conteúdo global sobre o assunto nos treinamentos corporativos e na Escola de Liderança, devendo ser desdobrado gradualmente para os diversos públicos. Foram também identificados os conteúdos específicos sobre meio ambiente na Escola Industrial.

Houve ainda a inserção do conteúdo de sustentabilidade nos treinamentos de integração em todas as unidades, com participação de 679 colaboradores no ano. Além disso, foram capacitados nesse tema os multiplicadores da área de Recursos Humanos e estruturado o programa “Embaixadores da Sustentabilidade”, para disseminar a cultura de sustentabilidade nas unidades industriais, com previsão de implantação em 2016.

O Sistema de Gestão Industrial (SGI) promoveu em 2015 treinamentos sobre as normas ISO 9001 e ISO 14001, em parceria com a Universidade Corporativa, com foco na formação de gestores nessas normas nas unidades Maracanaú/CE e São Caetano do Sul/SP, bem como na norma FSSC 22000 e APPCC para os colaboradores das unidades Maracanaú/CE, São Caetano do Sul/SP, Bento Gonçalves/RS, Natal/RN, Gordurase Margarinas Especiais em Fortaleza/CE, Cabedelo/PB e Jaboticabal/SP. Esses eventos geraram 9.584 horas de treinamento em 2015

G4-LA9

A área de Gestão de Sistemas previu para 2016 treinamentos para a formação de auditores internos nas normas e nos novos procedimentos corporativos, tais como gestão de não conformidade, análise crítica do Sistema de Gestão Industrial – SGI, gestão de qualificação dos fornecedores, controle de registros, normatização de documentos, gestão de auditorias internas e externas do SGI e manual de boas práticas de fabricação, além de outros procedimentos pertinentes ao assunto.

Foi realizado também treinamento sobre sustentabilidade para adolescentes da comunidade do entorno da unidade Eusébio/CE, ministrado por colaboradores voluntários dentro da parceria com o Programa *Jr. Achievement* de capacitação de adolescentes em comunidades e escolas primárias.

No longo prazo, a Companhia buscará aplicar conteúdos de sustentabilidade nas trilhas de formação de todas as Escolas da Universidade Corporativa e garantir que todos os colaboradores tenham uma percepção positiva da Companhia na sua atitude sustentável, agindo em sintonia com esse conceito nas suas atividades do trabalho e de voluntariado.

Programa de Desenvolvimento de Líderes

Esse programa continuado envolveu em 2015 Diretores e Gerentes em discussões de temas relevantes para o negócio, além de treinar a média liderança e a liderança operacional em alinhamento cultural e na melhoria da comunicação como ferramenta de gestão das equipes. Ao todo, tivemos 870 líderes envolvidos em iniciativas de desen-

volvimento, gerando mais de 13 mil horas de treinamento.

Programa Parceiros do Conhecimento

Com o objetivo de fomentar o compartilhamento de conhecimento em temas relacionados ao negócio, essa iniciativa foi implantada em 2015 e gerou 8.865 horas de treinamento ministrado pelos próprios colaboradores, sendo 2.095 colaboradores treinados, em 88 turmas e com 39 temas replicados. O programa favorece o desenvolvimento conjunto dos colaboradores e gera um salutar intercâmbio de conhecimentos entre as diversas áreas da Companhia.

Programa de Trainees

Contemplou ampla formação técnica e comportamental aos participantes que assumirão posições estratégicas em 2016, em diversas plantas e negócios da Companhia, prioritariamente na área industrial. A formação envolveu aspectos como efetividade pessoal, gestão de projetos, gestão de conflitos e influência sem autoridade, além da elaboração de projetos técnicos aplicativos e *coaching* individual – ferramenta que contribuiu fortemente no processo de desenvolvimento dos *trainees*.

Aprendizado à Distância

Outra importante iniciativa visando o desenvolvimento de nossos colaboradores foi a contratação de uma nova plataforma de cursos à distância, reconhecida

ETAPAS DA GESTÃO DO DESEMPENHO



nacionalmente pela qualidade de seus serviços. Os cursos ofertados abordaram temas nas áreas de gestão e liderança, tecnologia, iniciação profissional, financeira, marketing e vendas, dentre outros. Foram ofertadas mais de 1.800 vagas nesta modalidade de educação ao longo do ano de 2015.

Valorização de Talentos e Inclusão

Mais de 1.200 colaboradores cresceram em suas carreiras no ano de 2015, ao serem promovidos mediante processo seletivo interno ou por mérito, denotando a política de retenção de talentos, em que se procura priorizar o preenchimento de vagas com profissionais que já integram a M. Dias Branco.

Já o Programa Acolher, iniciado em 2014 em três unidades-piloto, foi ampliado em 2015 buscando facilitar a integração de profissionais portadores de deficiência, de forma a favorecer a sua inclusão nos ambientes de trabalho.

Gestão do Desempenho

Esse programa tem por objetivo o desenvolvimento de competências dos colaboradores, visando a melhoria contínua do desempenho individual e coletivo. O modelo adotado na M. Dias Branco para gestão continuada do desempenho fortalece o alinhamento de objetivos individuais e estratégicos, fornece subsídios para promoções, movimentações de carreira e seleções, identifica necessidades de trei-



Seminário realizado com as lideranças sobre a lei anticorrupção e a prevenção e repressão às inflações contra a ordem econômica.

namento e desenvolvimento, melhora os processos de trabalho, consolida a cultura de meritocracia, fortalece a liderança e potencializa o clima organizacional.

O modelo de Gestão do Desempenho contempla mesas de calibração para enriquecer a percepção do desempenho dos colaboradores pelas suas áreas clientes e fornecedoras. Os *feedbacks* individuais são assegurados após as mesas de calibração, com elaboração em conjunto pelo gestor e colaborador avaliado do respectivo Plano de Desenvolvimento Individual – PDI.

Programa de Participação nos Lucros e Resultados (PLR)

Por meio dessa iniciativa, todos os colaboradores são estimulados em uma mesma direção, explicitada claramente em indicadores e metas corporativas e setoriais. Os resultados alcançados são recompensados na medida do desempenho de suas áreas e da Companhia como um todo.

A divulgação dos resultados alcançados diante das metas ocorre ao longo do ano, utilizando-se o mascote “Lucrésio” para possibilitar uma mensagem didática que favoreça o engajamento dos colaboradores.



Lucrésio: mascote do PLR.

BENEFÍCIOS CONCEDIDOS A COLABORADORES ^{G4-LA2}

2015	
Benefícios	Público Contemplado
Seguro de vida	Todos os colaboradores.
Plano de saúde	Todos os colaboradores.
Refeição (Em refeitório na empresa ou vale-refeição)	Todos os colaboradores.
Alimentação (Vale - Alimentação)	Todas as unidades industriais.
Convênio com instituições (Disponibilizando desconto aos colaboradores em Farmácias, Faculdades, Cursos de Idiomas, Academias, Óticas, Colégios)	Todos os colaboradores.
Cesta de Natal com os produtos da Companhia	Todos os colaboradores.
Transporte (Rota própria ou vale-transporte)	Todos os colaboradores.
Programa de ginástica laboral	Todas as unidades industriais.
Programa de Qualidade de Vida (estruturas de lazer para os colaboradores, campanhas de vacinação, palestras de conscientização de cuidado com a saúde e segurança do trabalho)	Todas as unidades industriais.
Programa MDB Bem Estar (reconhecimento de talentos e de colaboradores com mais de 10 anos de casa).	Todas as unidades industriais.
Programa de Participação nos Lucros e Resultados	Todos os colaboradores, exceto aprendizes.

Benefícios aos Colaboradores

A Companhia disponibiliza diversos benefícios aos seus colaboradores, conforme quadro acima. ^{G4-LA2}

Relações Sindicais

A M. Dias Branco realiza negociações com todos os sindicatos das categorias em que atua. A negociação sindical pode ser fechada por convenção coletiva ou acordo coletivo, sempre mantendo os colaboradores informados sobre o andamento das negociações. Mediante diálogo e mediação, busca-se considerar nas discussões tanto a conjuntura externa (inflação, PIB, crescimento do País, nível de desemprego e reajuste do salário mínimo) como o cenário específico do negócio (desempenho das vendas e cumprimento do orçamento) para subsidiar revisões de salários e benefícios. ^{G4-LA11}

Comunicação Interna

Para manter uma boa comunicação com o colaborador, são adotados diversos veículos internos, como jornal mural, informe impresso, intranet, mensagem de texto via celular e e-mail. Em 2015, destaca-se o lançamento da Revista Corporativa “Sabor da Notícia”, que dissemina melhores práticas e informações para contextualizar todo o time sobre o negócio.

O Programa “Porta Vozes” é uma importante ferramenta de participação dos colaboradores, estabelecendo um canal aberto para coleta de sugestões e esclarecimentos de dúvidas. Em 2015, esse programa foi ampliado, promovendo reuniões mensais para discussão de ideias dos colaboradores com os níveis de liderança e Recursos Humanos.

Para impulsionar a disseminação da cultura de sustentabilidade,



Identidade visual das iniciativas que impulsionam a sustentabilidade corporativa.

de, foi concebido um programa de comunicação direcionado para esse tema, com a identidade visual acima, voltada para facilitar a divulgação das ações junto aos colaboradores.

Diversas iniciativas foram desenvolvidas em 2015 para fortalecer o engajamento com a sustentabilidade. Foi realizada campanha do incentivo ao uso racional dos recursos naturais, além de divulgadas matérias sobre o tema em vários canais de comunicação, inclusive aqueles voltados para os gestores. Houve ampla divulgação interna e externa das ações sociais desenvolvidas pela Companhia, bem como a inclusão da Política de Sustentabilidade no *site* institucional e na intranet.

Para os próximos anos, a Companhia pretende intensificar as práticas de comunicação, educação e gestão para estimular cada vez mais o seu time a apresentar sugestões que levem em consideração conceitos susten-

táveis que promovam a melhoria dos resultados do negócio. Além disso, será implantada a “Semana de Sustentabilidade”, para disseminar as boas práticas nesse tema e fortalecer o voluntariado dos colaboradores.

SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHO

Por meio do Programa “Positivo”, a Companhia fortalece suas práticas de gestão para excelência de saúde e segurança ocupacional. Esse modelo em implantação, tem o objetivo de fortalecer a cultura de segurança e saúde do trabalhador, de modo a permitir a promoção de atitudes seguras, como aumento da percepção de risco por parte de todos, e consequente minimização da ocorrência de acidentes. O programa baseia-se no fortalecimento do conceito de que segurança é responsabilidade de todos.

Em 2015, os Diálogos de Segurança e Saúde – DSS tiveram

grande adesão, contando com a participação de 62% dos colaboradores com atividades internas nas fábricas (35% em 2014). Além disso, a boa prática de começar toda reunião na Companhia falando sobre saúde e segurança foi fortalecida.

Uma outra iniciativa no ano que merece destaque foi a formação de equipe multidisciplinar para atendimento à Norma Regulamentadora 12 do Ministério do Trabalho, que trata da segurança no trabalho em máquinas e equipamentos.

Os seguintes avanços foram alcançados nas unidades Eusébio/CE, Gorduras e Margarinas em Fortaleza/CE, Salvador/BA, Maracanaú/CE, São Caetano do Sul/SP e Bento Gonçalves/RS:

- Novos procedimentos operacionais para padronização entre as unidades.

- Meio de comunicação de desvios e incidentes (Alerta de Se-



Ações de medicina preventiva são realizadas na Companhia, como massagem laboral.

gurança) com implementação estruturada.

- Formação de comitês multidisciplinares para tratar de segurança e saúde, bem como grupos para realização de Observações de Comportamento Seguro.

- Formação de grupos para Levantamento de Perigos, Danos e Riscos (LPDR).

Essas ações alcançaram excelentes resultados na taxa de frequência de acidentes (TF), que foi de 1,02. Por outro lado, em virtude de uma fatalidade ocorrida no início de 2015, a taxa de gravidade (TG) foi de 56,42¹². No que se refere ao absenteísmo¹³, a taxa foi de 2,89%, uma ligeira queda em relação ao ano anterior (3% em 2014). ^{G4-LA6}

Os principais desafios no longo prazo são implementar o Programa “Positivo” em todas as

unidades, reduzir o número de acidentes chegando a uma TF de 0,5 em 2021 e garantir a maturidade do Sistema de Gestão de Saúde e Segurança, visando possível certificação em normas acreditadas.

As iniciativas de saúde do trabalho visam a melhoria contínua da qualidade de vida do colaborador. Em 2015, concentraram-se na atualização dos exames periódicos, no monitoramento auditivo para prevenção de perdas auditivas e nas ações do Programa de Medicina Preventiva.

Em relação aos exames periódicos, foram realizadas ações de comunicação interna dentro dos prazos estabelecidos, incluindo implementação de medidas de disciplinamento para assegurar esse cuidado com a própria saúde por parte dos colaboradores. Isso resultou

em um percentual de 97% de exames periódicos realizados no prazo.

Em 2015, não houve doença ocupacional relacionada à Perda Auditiva Induzida por Ruído – PAIR. O indicador encontra-se em conformidade com o anexo I da Norma Regulamentadora – NR 07, Portaria 19, de 09/04/1998, do Ministério do Trabalho e Emprego.

A M. Dias Branco possui o Programa de Conservação Auditiva – PCA, implementado em 1996 e revisado anualmente em cada unidade, tendo por base o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais – PPRA, previsto na Norma Regulamentadora nº 9. É avaliado o risco dos níveis de ruído em cada área do parque fabril de todas as unidades industriais.

Dentre as diversas ações do Programa de Conservação Auditiva

– PCA no ano, destacamos as seguintes, voltadas para a preservação da saúde auditiva de todos os colaboradores expostos a ruído: ^{G4-LA7}

- Realização dos exames audiométricos de acordo com o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional – PCMSO.
- Suporte fonoaudiológico nas avaliações de ruído ambiental, em conjunto com a Segurança do Trabalho.
- Indicação e escolha dos equipamentos de proteção individual auditivos.
- Visitas aos parques industriais para monitoramento e orientação do uso adequado dos equipamentos de proteção individual auditiva.
- Realização de ações educativas e preventivas sobre saúde auditiva dos colaboradores.

Ressaltamos que a taxa de frequência de doenças ocupacionais com emissão de Comunicação de Acidente de Trabalho – CAT foi igual a zero. A Companhia mantém um sistema de gestão de saúde ocupacional com equipe especializada nas unidades industriais,

bem como Comitês de Saúde nas regionais visando a prevenção de agravos e a promoção da saúde e qualidade de vida dos colaboradores.

Destacam-se os programas preventivos como Avaliação Ergonômica, Ginástica Laboral e Programa de Conservação Auditiva. Temas de saúde são permanentemente abordados em campanhas internas e datas comemorativas, conforme cronograma de ações de Medicina Preventiva, como a Semana da Saúde, Campanhas de Vacinação e de Prevenção ao Câncer de Mama, Colo do Útero e Próstata, dentre outras. ^{G4-LA6}

Para os próximos anos, a Companhia implantará o monitoramento do número de afastamentos encaminhados ao INSS (Instituto Nacional de Seguridade Social), buscando a adoção de medidas preventivas para reduzir o risco de novos afastamentos de colaboradores por motivo de doença. Avançará também no programa de ergonomia, intensificando a gestão e o acompanhamento das ações, com a formação dos Comitês de Ergono-

mia e a otimização do Programa PAIR – Perda Auditiva Induzida por Ruídos, levando ao fortalecimento do Programa de Medicina Preventiva.

Canal Ético

No que diz respeito às práticas de gestão instituídas para lidar com denúncias e reclamações relacionadas a direitos humanos, adotamos instrumentos como Código de Ética¹⁴, Canal Ético e Comitê de Ética. As reclamações recebidas pelo Canal Ético são gerenciadas por uma empresa externa especializada.

Em 2015, esse canal recebeu seis queixas (em 2014, foram 12) sobre direitos humanos consideradas procedentes, todas elas resolvidas no mesmo ano, conforme quadro abaixo. ^{G4-S6, G4-HR12}

Por meio da Universidade Corporativa, a Diretoria Jurídica realizou Seminário sobre Lei Anticorrupção e Prevenção/Repressão às infrações contra a Ordem Econômica, com palestras ministradas por renomados professores.

CANAL ÉTICO – NÚMERO DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELACIONADAS A IMPACTOS EM DIREITOS HUMANOS REGISTRADAS, PROCESSADAS E SOLUCIONADAS POR MEIO DE MECANISMO FORMAL ^{G4-HR12}

Assunto	2014		2015	
	Registradas no período	Solucionadas no período	Registradas no período	Solucionadas no período
Denúncia — Assédio Moral	3	3	0	0
Denúncia — Assédio Sexual	1	1	1	1
Discriminação — Sexo	1	1	0	0
Denúncia — Responsabilidade Socioambiental	1	1	5	5
Saúde e Segurança no Trabalho	6	6	0	0
Total	12	12	6	6

¹⁴ O Código de Ética pode ser acessado em www.mdiasbranco.com.br/codigo-de-etica/.

¹² TF – taxa de frequência = número de acidentes típicos com afastamento * 200.000 / homem hora trabalhada | TG – taxa de gravidade = número de dias perdidos * 200.000 / homem hora trabalhada (nº dias perdidos - típico). Em função do processo de integração, os números de TF e TG em 2014 não incluíam a unidade Jaboatão dos Guararapes/PE. Por esse motivo, é inviável a comparação 2015/2014 por falta de informação. Os dados de 2015 incluem todas as unidades industriais.

¹³ Não estão incluídos nos cálculos de absenteísmo: afastamento pelo INSS (auxílio-doença, acidente de trabalho, licença maternidade), serviço militar, licença remunerada. Estão incluídos no cálculo as licenças legais (licença paternidade, licença óbito, doação de sangue), atestados até 15 dias, faltas injustificadas e atrasos. Desconsiderar às unidades Caruaru, Moinho Paraná e Moinho Eusébio.

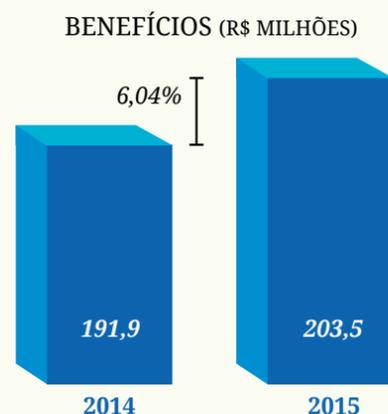
Emfim, para o desenvolvimento e a valorização do público interno, ao todo foram investidos em 2015, R\$ 203,5 milhões (R\$ 191,9 milhões em 2014) em programas de saúde ocupacional e assistencial, alimentação, transporte, segurança laboral, capacitação, Participação nos Lucros e Resultados (PLR) e outros benefícios.

CLIENTES E CONSUMIDORES

Para assegurar aos clientes e consumidores a qualidade dos produtos, a Companhia adota as melhores práticas na gestão da Qualidade e Segurança de Alimentos nas suas unidades. O modelo adotado é baseado nas normas internacionais ISO 9001 (Gestão da Qualidade) e ISO 22000 (Gestão de Segurança de Alimentos) e segue a sua Política de Qualidade¹⁵. Atualmente, a unidade industrial de Eusébio/CE é certificada nas normas internacionais ISO 9001, ISO 22000 e ISO 14001.

A unidade de Gorduras e Margarinas Especiais em Fortaleza/CE é certificada nos padrões internacionais ISO 9001 e ISO 22000. As unidades industriais localizadas nos municípios de Salvador/BA, Cabedelo/PB e Jaboatão dos Guararapes/PE são certificadas no Programa Análise de Perigo e Pontos Críticos de Controle (APPCC). A unidade Jaboatão dos Guararapes/PE também é certificada nos padrões internacionais ISO 9001 e ISO 14001. As unidades Bento Gonçalves/RS e Moinho Dias Branco em Fortaleza/CE são certificadas no padrão ISO 9001.

A M. Dias Branco planeja migrar o seu atual modelo de gestão de segurança de alimento, baseado na ISO 22000, para o modelo FSSC 22000 em todas as suas unidades, além de iniciar a implementação do Sistema de Gestão Industrial – SGI com base nos padrões normativos internacionais como ISO 9001 e ISO 14001 em algumas unidades.



Todas essas ações visam tornar o ambiente de trabalho cada vez mais seguro e saudável, contribuindo para que nossos colaboradores se desenvolvam profissionalmente. A Companhia acredita que essas práticas favorecem o desempenho de excelência, fortalecem o seu capital humano e social, contribuindo de forma sustentável para garantir a expansão continuada dos negócios.

AS CERTIFICAÇÕES DA QUALIDADE DENOTAM O COMPROMISSO DA M. DIAS BRANCO COM SEUS CLIENTES E FORNECEDORES.

Em 2015, as unidades Moinho em Fortaleza/CE, Jaboatão dos Guararapes/PE e Bento Gonçalves/RS obtiveram a renovação da certificação ISO 9001, enquanto as unidades Natal/RN e Salvador/BA renovaram a certificação do Sistema APPCC – Análise de Perigo e Pontos Críticos de Controle, após auditoria externa. Além disso, 186 colaboradores das unidades Eusébio/CE e Jaboatão dos Guararapes/PE foram treinados em análise sensorial. Houve também nesta última unidade a primeira edição da Semana BPF – Boas Práticas de Fabricação.

De forma a assegurar transparência e proximidade com os clientes e consumidores, é disponibilizado o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), que está em processo de consolidação com as práticas de Qualidade Total. Isso facilitará a coleta de indicadores corporativos de avaliação. O SAC permite à M. Dias Branco contar com um canal de entrada de informações padronizado, que possibilita uma resposta ao cliente mais rápida e eficaz. Esse tipo de interface é essencial para o fortalecimento dos processos de inovação da Companhia no longo prazo.

No ano de 2015, foram recebidos 563 contatos em nossos Serviços de SAC localizados nas unidades Eusébio/CE e São Caetano do Sul/SP. As principais demandas referem-se à falta de atendimento de vendedor, falta de produto no mercado, atraso na entrega do produto, entrega errada de produtos e telefone 0800 do SAC ocupado, entre outras. Em março de 2015

o SAC da unidade São Caetano do Sul/SP foi transferido para o SAC da unidade Eusébio/CE. Nos SACs Vitarella e Pilar, localizados na unidade Jaboatão dos Guararapes/PE, foram recebidas 34 ocorrências relacionadas à falta de assistência do vendedor na loja, falta de produtos no mercado e demora na entrega dos pedidos. G4-27 e G4-PR2

O monitoramento consolidado de todas as notificações recebidas dos órgãos fiscalizadores, em relação à composição e à rotulagem dos produtos, é realizado pela área de Assuntos Regulatórios. O sistema de controle é alimentado por informações vindas do Departamento Jurídico e da Gerência da Qualidade e Segurança de Alimentos. Em 2015, houve sete ocorrências relacionadas aos produtos, referentes a não conformidades de rotulagem. Das sete ocorrências, seis

foram relacionadas a biscoitos e uma a massas. As supostas irregularidades se referiam à tabela de informação nutricional, à lista de ingredientes e à impressão da data de validade e lote. A Companhia apresentou defesa e esclarecimentos em todas as ocorrências e, para aquelas consideradas procedentes, realizou as devidas correções na rotulagem dos produtos. G4-27 e G4-PR4

A unidade Jaboatão dos Guararapes/PE recebeu uma reclamação relacionada à promoção “É Mais Família Vitarella”, em que o consumidor questionou a demora no resultado do sorteio.

Não foram registradas no período sanções ou multas significativas relacionadas ao fornecimento de produtos ou serviços, nem multas por colocar em risco a saúde e a segurança dos nossos consumidores. G4-PR6, G4-PR7 e G4-PR9



Colaborador no Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC).

¹⁵ A Política de Qualidade da Companhia pode ser lida em www.mdiasbranco.com.br/qualidade/.



INSUMOS – COMMODITIES E SUPRIMENTOS

LINHAS DE AÇÃO

- ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS EM SUPRIMENTOS.
- ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS EM COMMODITIES AGRÍCOLAS.

FORNECEDORES

Dentre os processos contemplados pelo Sistema de Gestão Industrial (SGI) está a gestão de fornecedores. As áreas responsáveis por esse processo na M. Dias Branco são Suprimentos, *Commodities*, Gestão de Sistemas, Segurança de Alimentos, Meio Ambiente, Gestão de Terceiros e Pesquisa & Desenvolvimento (P&D).

A Companhia criou em fevereiro/2015, a área de Gestão de Terceiros com o objetivo de monitorar o cumprimento dos direitos trabalhistas, previdenciários, de saúde e de segurança ocupacional por parte das empresas prestadoras de serviços em relação aos seus funcionários, contribuindo com o cumprimento da legislação vigente e a preservação dos direitos dos trabalhadores. ^{G4-LA14}

As ações do projeto de *gestão de fornecedores*, iniciadas em 2014, tiveram avanços, no que se refere à qualificação. A gestão da qualificação é uma ferramenta utilizada para assegurar um padrão de qualidade, segurança de alimentos, sustentabilidade, custo, competitividade e com-

prometimento adequados, importantes e necessários para que a M. Dias Branco possa atingir qualidade e eficiência nas aquisições de materiais e serviços, buscando o melhor custo – benefício e processos sustentáveis.

As principais atividades desenvolvidas em 2015 foram:

- *Elaboração de procedimento de Gestão de Sistemas sobre Qualificação de Fornecedores, em alinhamento com as áreas de Suprimentos, Commodities, Sustentabilidade, P&D, Gestão de Terceiros e demais áreas correlatas.*

- *Criação dos questionários de qualificação de fornecedores de materiais diretos, indiretos e serviços críticos, com informações sobre cadastro, responsabilidade socioambiental e questionamentos sobre o cumprimento de legislações vigentes, dentre outras.*

- *Criação do modelo da Lista Corporativa de Fornecedores Qualificados para matéria-prima, embalagens, serviços e outros materiais e commodities.*

A CERTIFICAÇÃO DE FORNECEDORES DA COMPANHIA VISA IMPULSIONAR O COMPROMISSO DOS PARCEIROS COM A SUSTENTABILIDADE.

- Criação de padrão de monitoramento de fornecedores de serviço e de checklist de auditoria em fornecedores de materiais diretos.

- Criação de modelo de Carta para atuais e novos fornecedores, sobre critérios de sustentabilidade que serão acompanhados.

- Criação pelo P&D do formulário de Informações Regulatórias do Produto Fornecido, para conhecimento da composição do produto (composição nutricional e substâncias alergênicas, dentre outras).

- Criação pelo P&D do formulário para registro dos testes de qualificação de fornecedores nos casos de qualificar fornecedor inicial/fabricante alternativo, novo material de embalagem e nova matéria-prima/ingrediente.

- Elaboração da matriz de criticidade para priorização dos fornecedores críticos.

- Mapeamento dos riscos da cadeia de Suprimentos e Commodities.

Foi formalizado um novo procedimento corporativo de gestão de qualificação de fornecedores para os quatro grupos: materiais diretos, materiais indiretos, serviços críticos relacionados à Qualidade, Segurança e Meio Ambiente (QSMA) e serviços críticos não relacionados à QSMA.

Para os próximos anos, o objetivo é implementar o procedimento de Gestão de Qualificação de Fornecedores em todas as unidades industriais. Além

disso, buscaremos incluir todos os fornecedores atuais em um dos referidos grupos qualificados até 2018.

As principais categorias de *suprimentos* compradas pela Companhia são: matérias-primas agrícolas, aromas, embalagens flexíveis, caixas de papelão, rígidos (baldes e potes), máquinas e equipamentos e serviços associados. Embalagens de produtos ainda são, em sua maioria, de

origem na cadeia petroquímica (polímeros e resinas), embora a Companhia também utilize papel e papelão em grande escala. No caso do papel, há preferência aos fornecedores locais e também àqueles com certificação *Forest Stewardship Council (FSC)*¹⁶.

O tema de sustentabilidade na área de *commodities* é fundamental no contexto do negócio, pois a maior parte do balanço de massa¹⁷ dos produtos da M. Dias

Branco é proveniente de cinco insumos: trigo e farinhas, óleos vegetais e gorduras, açúcar, derivados de cacau e amido de milho. Esses insumos renováveis somaram 1,8 milhão de toneladas em 2015, incluindo gorduras e farinhas compradas de terceiros. ^{G4-EN1}

Variáveis de gestão socioambiental fazem parte das estratégias de sustentabilidade de

grandes *traders* multinacionais com as quais a Companhia mantém relacionamento comercial. Portanto, os critérios de sustentabilidade, como impactos ambientais no campo e questões de direitos humanos, são endereçados indiretamente pela cadeia de fornecedores. Por outro lado, a Companhia tem um grande desafio de impulsionar nos fornecedores nacionais práticas socioambientais mais avançadas.

No que se refere aos *riscos climáticos* decorrentes de eventos extremos mais intensos e frequentes, a Companhia, por meio de serviços de meteorologia, realiza o monitoramento do clima, envolvendo questões relacionadas à precipitação e tendências de volatilidade em regiões produtoras de trigo. Adicionalmente, a área de Riscos possui uma metodologia de avaliação que monitora questões dessa natureza.



Vista aérea da unidade Salvador/BA, na Baía de Aratu; parque industrial que

contempla moinho de trigo e fábricas de biscoitos, massas e misturas para bolos.

A GESTÃO SOCIOAMBIENTAL NA CADEIA DE SUPRIMENTOS FAZ PARTE DA ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE DA COMPANHIA.

¹⁶ A FSC é uma organização não governamental criada com o intuito de contribuir para a promoção do manejo florestal responsável ao redor do mundo.

¹⁷ Balanço de massa constitui-se na contabilização dos materiais que são utilizados para a fabricação dos produtos da Companhia.

GOVERNANÇA
CORPORATIVA G4-34



ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

A M. Dias Branco continua caminhando rumo a níveis cada vez mais elevados de Governança Corporativa¹⁸. A Companhia é listada no segmento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA, adotando uma política de máxima transparência no relacionamento com o mercado, a fim de possibilitar aos acionistas a correta avaliação de seu investimento.

O **Conselho de Administração** da Companhia é composto por 40% de membros independentes e o **Comitê de Auditoria** é formado exclusivamente por membros independentes, o que reforça o compromisso da Companhia com a qualidade e a transparência das informações divulgadas. Em 2015, foi aperfeiçoada a política de divulgação e uso de informações, a fim de alinhá-la com as práticas mais atualizadas do mercado, em observância à Instrução CVM¹⁹ nº 547/2014.

A área de **Relações com Investidores** continua dedicada ao pleno atendimento aos investidores e analistas, tendo participado, em 2015, de quatro conferências e três *non-deal road shows* no Brasil e duas conferências no exterior. Ao todo, foram mais de 570 contatos realizados durante o ano, de forma a responder aos questionamentos das partes interessadas e contribuir com o fortalecimento da transparência na divulgação dos resultados.

A publicação deste Relatório Anual abrangendo os resultados econômico-financeiros e socioambientais obtidos pela Companhia, seguindo padrões estabelecidos pelo *Global Reporting Initiative* – GRI, é mais uma iniciativa para aumentar o nível de transparência e comprometimento com a Governança Corporativa.

Os assuntos relativos aos temas estratégicos, socioambientais e de acompanhamento dos resultados são tratados no âmbito do Comitê Executivo (integrado pelos Diretores não estatutários), com reportes sistemáticos à Diretoria Estatutária (integrada pelo Presidente e Vice-Presidentes). Os temas éticos são tratados pelo **Comitê de Ética**, vinculado diretamente ao Comitê de Auditoria. ^{G4-56}

Em 2015, foi estruturado o **Comitê de Sustentabilidade**, que

tem por objetivo assessorar o Conselho Executivo na execução das práticas de Sustentabilidade da Companhia. O Comitê tem caráter permanente, com reuniões semestrais, e possui as seguintes competências:

- Estabelecer uma política de sustentabilidade para a Companhia.
- Gerenciar os resultados dos grupos de trabalhos estabelecidos para ações de sustentabilidade.
- Acompanhar a elaboração do Relatório Anual da Companhia.
- Anualmente, fazer um *benchmarking* das práticas de sustentabilidade em empresas de grande porte de capital aberto.
- Propor projetos relacionados ao tema de sustentabilidade para apreciação do Comitê Executivo.



Reuniões gerenciais sistemáticas fortalecem a Governança Corporativa.

COMPOSIÇÃO DOS FÓRUNS DE GOVERNANÇA, POR GÊNERO E FAIXA ETÁRIA²⁰: G4-34

FÓRUNS DE GOVERNANÇA			
NOME	CARGO	IDADE	SEXO
CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO			
FRANCISCO IVENS DE SÁ DIAS BRANCO	PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO	81	M
MARIA CONSUELO SARAIVA LEÃO DIAS BRANCO	CONSELHEIRA	81	F
MARIA DAS GRAÇAS DIAS BRANCO DA ESCÓSSIA	CONSELHEIRA	56	F
AFFONSO CELSO PASTORE	MEMBRO INDEPENDENTE	76	M
FRANCISCO QUEIROZ MAIA JÚNIOR	MEMBRO INDEPENDENTE	59	M
COMITÊ DE AUDITORIA			
ANTONIO CARLOS DIAS COELHO	MEMBRO INDEPENDENTE – PRESIDENTE	68	M
JOANÍLIA NEIDE DE SALES	MEMBRO INDEPENDENTE	52	F
JOSÉ CARLOS PINHO DE PAIVA TIMBÓ	MEMBRO INDEPENDENTE	67	M
DIRETORIA ESTATUTÁRIA			
FRANCISCO IVENS DE SÁ DIAS BRANCO JÚNIOR	PRESIDENTE	55	M
FRANCISCO CLÁUDIO S. LEÃO DIAS BRANCO	VICE-PRESIDENTE INDUSTRIAL MOINHOS	49	M
FRANCISCO MARCOS SARAIVA L. DIAS BRANCO	VICE-PRESIDENTE COMERCIAL	51	M
GERALDO LUCIANO MATTOS JÚNIOR	VICE-PRESIDENTE DE INVESTIMENTOS E CONTROLADORIA	53	M
MARIA DAS GRAÇAS DIAS BRANCO DA ESCÓSSIA	VICE-PRESIDENTE FINANCEIRA	56	F
MARIA REGINA SARAIVA L. D. B. XIMENES	VICE-PRESIDENTE DE ADM. E DESENVOLVIMENTO	54	F
COMITÊ EXECUTIVO			
ANTONIO RYNALDO S. GUIMARAES	DIRETOR COMERCIAL	73	M
ARISTÓFANES MARTINS DE ALEXANDRE	DIRETOR COMERCIAL	50	M
CÉSAR MARTINS ROSA VASCONCELOS REIS	DIRETOR DE EXPORTAÇÃO	37	M
DANIEL MOTA GUTIERREZ	DIRETOR JURÍDICO	43	M
FERNANDO BOCCHI	DIRETOR DE P&D	49	M
JÚLIO BORGES DE CARVALHO	DIRETOR DE AUDITORIA, RISCOS E COMPLIANCE	38	M
LUIS CRISTIANO PRAZEIRES ALBUQUERQUE	DIRETOR DE ADMINISTRAÇÃO E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	43	M
LUIZA ANDRÉA FARIAS NOGUEIRA RIBEIRO	DIRETORA DE DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL	51	F
MARCOS ROBERTO PINHEIRO DA SILVEIRA	DIRETOR DE LOGÍSTICA INTEGRADA	46	M
MARCELINO DE FREITAS CARVALHO	DIRETOR DE NOVOS NEGÓCIOS E RELAÇÕES COM INVESTIDORES	56	M
MARK STANLEY LUYT	DIRETOR INDUSTRIAL MOINHOS	54	M
MARTIM FRANCISCO DE A. IBRAHIM BERNARDARA	DIRETOR DE MARKETING	39	M
MAURÍCIO FREITAS DE ARAÚJO	DIRETOR INDUSTRIAL	60	M
SIDNEY LEITE DOS SANTOS	DIRETOR TÉCNICO DE OPERAÇÕES	49	M
VERA MARIA RODRIGUES PONTE	DIRETORA DE CONTROLADORIA	52	F
COMITÊ DE ÉTICA			
DANIEL MOTA GUTIERREZ	DIRETOR JURÍDICO	43	M
JÚLIO BORGES DE CARVALHO	DIRETOR DE AUDITORIA, RISCOS E COMPLIANCE	38	M
LUIZA ANDRÉA FARIAS NOGUEIRA RIBEIRO	DIRETORA DE DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL	51	F
COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE			
ALED CARVALHO PARRY	GERENTE DE SUSTENTABILIDADE	51	M
JÚLIO BORGES DE CARVALHO	DIRETOR DE AUDITORIA, RISCOS E COMPLIANCE	38	M
LUIZA ANDRÉA FARIAS NOGUEIRA RIBEIRO	DIRETORA DE DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL	51	F
MARCELINO DE FREITAS CARVALHO	DIRETOR DE NOVOS NEGÓCIOS E RELAÇÕES COM INVESTIDORES	56	M
SIDNEY LEITE DOS SANTOS	DIRETOR TÉCNICO DE OPERAÇÕES	49	M

¹⁸ Mais informações são encontradas na página de Relação com Investidores no site da Companhia: www.mdiasbranco.com.br/ri.
¹⁹ CVM - Comissão de Valores Mobiliários.

²⁰ Os integrantes dos Fóruns, bem como suas idades, referem-se à data de divulgação desse relatório (maio de 2016).

A young girl with long brown hair, wearing a blue top, is smiling and eating a round, golden-brown cookie. To her right, a woman with long dark hair, wearing a light-colored lace top, is smiling and holding a spoon with a cookie on it. The background is a bright, warm kitchen with shelves and a yellow object. The text "DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS" is overlaid in the center-right of the image.

DEMONSTRAÇÕES
FINANCEIRAS



PARECER DOS AUDITORES INDEPENDENTES



Edifício Iguatemi Center
Av. Washington Soares, 55, sala 508
Bairro Edson Queiroz, Fortaleza – Ceará,
80811-341, Brasil
Tel: (5585) 3392-5600
Fax: (5585) 3392-5659
www.ey.com.br

Relatório dos auditores independentes sobre as demonstrações financeiras

Aos

Acionistas, Conselheiros e Diretores da
M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimentos
Eusébio - CE

Examinamos as demonstrações financeiras individuais e consolidadas da M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimentos ("Companhia"), identificadas como controladora e consolidado, respectivamente, que compreendem o balanço patrimonial em 31 de dezembro de 2015 e as respectivas demonstrações do resultado, do resultado abrangente, das mutações do patrimônio líquido e dos fluxos de caixa, para o exercício findo naquela data, assim como o resumo das principais práticas contábeis e demais notas explicativas.

Responsabilidade da Administração sobre as demonstrações financeiras

A Administração da Companhia é responsável pela elaboração e adequada apresentação dessas demonstrações financeiras individuais e consolidadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e de acordo com as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS), emitidas pelo *International Accounting Standards Board (IASB)*, assim como pelos controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas demonstrações financeiras livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é a de expressar uma opinião sobre essas demonstrações financeiras com base em nossa auditoria, conduzida de acordo com as normas brasileiras e internacionais de auditoria. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas pelos auditores e que a auditoria seja planejada e executada com o objetivo de obter segurança razoável de que as demonstrações financeiras estão livres de distorção relevante.

Uma auditoria envolve a execução de procedimentos selecionados para obtenção de evidência a respeito dos valores e divulgações apresentados nas demonstrações financeiras. Os procedimentos selecionados dependem do julgamento do auditor, incluindo a avaliação dos riscos de distorção relevante nas demonstrações financeiras, independentemente se causada por fraude ou erro. Nessa avaliação de riscos, o auditor considera os controles internos relevantes para a elaboração e adequada apresentação das demonstrações financeiras da Companhia para planejar os procedimentos de auditoria que são apropriados nas circunstâncias, mas não para fins de expressar uma opinião sobre a eficácia desses controles internos da Companhia. Uma auditoria inclui, também, a avaliação da adequação das práticas contábeis utilizadas e a razoabilidade das estimativas contábeis feitas pela Administração, bem como a avaliação da apresentação das demonstrações financeiras tomadas em conjunto.



Acreditamos que a evidência de auditoria obtida é suficiente e apropriada para fundamentar nossa opinião.

Opinião

Em nossa opinião, as demonstrações financeiras individuais e consolidadas acima referidas apresentam adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a posição patrimonial e financeira, individual e consolidada, da M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimentos em 31 de dezembro de 2015, o desempenho individual e consolidado de suas operações e os seus respectivos fluxos de caixa para o exercício findo naquela data, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS) emitidas pelo *International Accounting Standards Board (IASB)*.

Outros assuntos

Demonstrações do valor adicionado

Examinamos, também, as demonstrações individual e consolidada do valor adicionado (DVA), referentes ao exercício findo em 31 de dezembro de 2015, elaboradas sob a responsabilidade da Administração da Companhia, cuja apresentação é requerida pela legislação societária brasileira para companhias abertas, e como informação suplementar pelas IFRSs que não requerem a apresentação da DVA. Essas demonstrações foram submetidas aos mesmos procedimentos de auditoria descritos anteriormente e, em nossa opinião, estão adequadamente apresentadas, em todos os seus aspectos relevantes, em relação às demonstrações financeiras tomadas em conjunto.

Fortaleza (CE), 22 de fevereiro de 2016.

ERNST & YOUNG
Auditores Independentes S.S.
CRC-2SP015199/F-6

Carlos Santos Mota Filho
Contador CRC-PE020728/O-7



BALANÇO PATRIMONIAL

Em 31 de dezembro de 2015 e 2014 (em milhares de Reais)

Ativo	Controladora		Consolidado	
	2015	2014	2015	2014
Circulante				
Caixa e equivalentes a caixa	348.448	446.760	348.800	447.283
Contas a receber de clientes	597.942	591.446	597.952	591.639
Estoques	675.280	461.394	675.304	461.418
Impostos a recuperar	238.785	97.287	238.838	97.332
Aplicações financeiras - não equivalentes a caixa	6.142	1.233	6.142	1.233
Outros créditos	38.866	34.985	39.072	35.111
Despesas antecipadas	1.716	1.765	1.716	1.765
	1.907.179	1.634.870	1.907.824	1.635.781
Não Circulante				
Realizável a longo prazo				
Aplicações financeiras	4.070	8.988	4.070	8.988
Depósitos judiciais	71.801	63.807	71.806	63.807
Impostos a recuperar LP	85.015	92.495	85.015	92.495
Incentivos fiscais/outros créditos	12.699	9.120	12.696	9.118
	173.585	174.410	173.587	174.408
Investimentos	25.591	27.468	23.002	24.410
Imobilizado	2.155.275	1.804.669	2.156.361	1.805.949
Intangível	838.803	837.699	838.803	837.699
	3.193.254	2.844.246	3.191.753	2.842.466
Total do ativo	5.100.433	4.479.116	5.099.577	4.478.247

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

Passivo	Controladora		Consolidado	
	2015	2014	2015	2014
Circulante				
Fornecedores	135.946	87.509	135.946	87.520
Financiamentos e empréstimos com instituições financeiras	370.582	273.908	370.582	273.908
Financiamento de impostos	13.980	19.078	13.980	19.078
Financiamentos diretos	7.467	6.690	7.467	6.690
Obrigações sociais e trabalhistas	124.688	105.588	124.855	105.747
Imposto de renda e contribuição social a pagar	399	4.294	399	4.294
Impostos e contribuições	58.312	57.428	58.350	57.474
Adiantamentos de clientes	11.286	7.073	11.286	7.073
Outras contas a pagar	31.103	34.300	29.994	33.181
Dividendos propostos	21.668	82.555	21.668	82.555
Subvenções governamentais	9.175	9.289	9.175	9.289
	784.606	687.712	783.702	686.809
Não Circulante				
Financiamentos e empréstimos com instituições financeiras	294.616	252.380	294.616	252.380
Financiamento de impostos	1.551	7.318	1.551	7.318
Financiamentos diretos	66.948	74.047	66.948	74.047
Impostos e contribuições	968	1.081	968	1.081
Imposto de renda e contribuição social diferidos passivo	129.984	104.632	129.984	104.632
Outras contas a pagar	9.858	7.240	9.906	7.274
Subvenções governamentais	0	120	0	120
Provisões para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	94.957	58.943	94.957	58.943
	598.882	505.761	598.930	505.795
Patrimônio Líquido				
Capital social	1.701.692	990.014	1.701.692	990.014
Reservas de capital	16.529	16.529	16.529	16.529
Ajustes acumulados de conversão	120	73	120	73
Ajuste de avaliação patrimonial	0	3	0	3
Reservas de lucros	1.938.909	2.223.964	1.938.909	2.223.964
Dividendos adicionais	59.695	55.060	59.695	55.060
	3.716.945	3.285.643	3.716.945	3.285.643
Total do patrimônio líquido dos acionistas controladores	3.716.945	3.285.643	3.716.945	3.285.643
Total do passivo e patrimônio líquido	5.100.433	4.479.116	5.099.577	4.478.247



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2015 e 2014
(em milhares de Reais, exceto o lucro líquido por ação)

	Controladora		Consolidado	
	2015	2014	2015	2014
Receita operacional líquida	4.622.164	4.579.890	4.622.164	4.579.890
Custos dos produtos vendidos	(3.182.868)	(3.034.979)	(3.183.076)	(3.034.837)
Subvenções para investimentos estaduais	216.680	179.474	216.680	179.474
Lucro bruto	1.655.976	1.724.385	1.655.768	1.724.527
Receitas (despesas) operacionais				
Despesas de vendas	(888.612)	(832.625)	(888.612)	(832.625)
Despesas administrativas	(145.648)	(158.444)	(145.973)	(158.766)
Honorários da administração	(11.416)	(10.496)	(11.416)	(10.496)
Despesas tributárias	(17.749)	(20.110)	(17.758)	(20.117)
Despesas com depreciação e amortização	(20.758)	(19.611)	(20.758)	(19.611)
Outras receitas (despesas) líquidas	9.440	(14.932)	9.434	(14.948)
Resultado antes das receitas (despesas) financeiras líquidas, equivalência patrimonial e impostos	581.233	668.167	580.685	667.964
Receitas financeiras	161.812	70.378	161.847	70.440
Despesas financeiras	(100.444)	(82.304)	(100.447)	(82.320)
Receitas (despesas) financeiras	61.368	(11.926)	61.400	(11.880)
Resultado da equivalência patrimonial	(516)	(169)	-	-
Resultado antes do imposto de renda e da contribuição social	642.085	656.072	642.085	656.084
Imposto de renda e contribuição social	(38.160)	(56.810)	(38.160)	(56.822)
Lucro do exercício	603.925	599.262	603.925	599.262
Resultado atribuível aos:				
Acionistas controladores	603.925	599.262	603.925	599.262
Lucro líquido do exercício	603.925	599.262	603.925	599.262
Lucro por ação ordinária - básico e diluído - R\$	5,33679	5,28217	5,33679	5,28217
Quantidade média de ações (ex-ações em tesouraria)	113.162.592	113.450.000	113.162.592	113.450.000

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA – MÉTODO INDIRETO

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2015 e 2014 (em milhares de Reais)

	Controladora		Consolidado	
	2015	2014	2015	2014
Fluxos de caixa das atividades operacionais				
Lucro líquido antes do imposto de renda e da contribuição social	642.085	656.072	642.085	656.084
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais:				
Depreciação e amortização	105.951	102.420	105.951	102.420
Custo na venda de ativos permanentes	317	113	317	113
Equivalência patrimonial	516	169	-	-
Atualização dos financiamentos e aplicações financeiras	150.105	62.416	150.105	62.416
Créditos tributários de Pis e Cofins s/ importação	(98.678)	-	(98.678)	-
Provisão para riscos cíveis, trabalhistas e tributários	36.014	2.785	36.014	2.785
Provisão/perda do valor recuperável de clientes	23.308	9.566	23.308	9.566
Perda do valor recuperável dos estoques	1.342	2.365	1.342	2.365
Variações nos ativos e passivos				
(Aumento) em contas a receber de clientes	(29.804)	(132.573)	(29.621)	(132.637)
(Aumento) redução nos estoques	(210.388)	17.452	(210.193)	17.637
(Aumento) nas aplicações financeiras	(4.656)	(1.200)	(4.656)	(1.200)
(Aumento) redução nos impostos a recuperar	(7.010)	(9.688)	(7.012)	(9.687)
(Aumento) em outros créditos	(17.031)	(16.148)	(17.117)	(16.093)
Aumento em fornecedores	48.437	1.975	48.426	1.966
(Redução) nos impostos e contribuições	(7.360)	(7.612)	(7.368)	(7.616)
Aumento (redução) nas subvenções governamentais	(234)	4.289	(234)	4.289
Aumento em contas a pagar e provisões	22.730	16.946	22.811	16.964
Juros e variações cambiais pagos	(128.372)	(30.937)	(128.372)	(30.937)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(36.950)	(32.333)	(36.956)	(32.363)
Liberação de incentivos para reinvestimentos	533	-	533	-
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	490.855	646.077	490.685	646.072
Fluxos de caixa das atividades de investimentos				
Aquisição de imobilizado e intangível	(398.548)	(344.995)	(398.549)	(344.996)
Amortização de dívida da aquisição de empresas	(11.205)	(9.020)	(11.205)	(9.020)
Aplicação financeira a longo prazo	-	(3.664)	-	(3.664)
Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades de investimentos	(409.753)	(357.679)	(409.754)	(357.680)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos				
Juros sobre capital próprio pagos	(194.112)	(117.270)	(194.112)	(117.270)
Financiamentos tomados	476.684	390.168	476.684	390.168
Pagamentos de financiamentos	(422.544)	(420.752)	(422.544)	(420.752)
Aquisição de ações de emissão da própria companhia	(39.442)	-	(39.442)	-
Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades de financiamentos	(179.414)	(147.854)	(179.414)	(147.854)
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	(98.312)	140.544	(98.483)	140.538
	446.760	306.216	447.283	306.745
No fim do exercício	348.448	446.760	348.800	447.283
Aumento (redução) no caixa e equivalentes de caixa	(98.312)	140.544	(98.483)	140.538

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO - DVA

M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimentos e Consolidado

Demonstrações do valor adicionado
Exercícios findos em 31 de dezembro de 2015 e 2014
(em milhares de reais)

	Controladora		Consolidado	
	2015	2014	2015	2014
Receitas				
Vendas de mercadorias, produtos e serviços	5.284.528	5.236.389	5.284.528	5.236.389
Outras receitas	78.652	24.149	78.652	24.149
Receitas relativas à construção de ativos próprios	121.431	46.743	121.431	46.743
Provisão/perda do valor recuperável - reversão (constituição)	(23.308)	(9.566)	(23.308)	(9.566)
	5.461.303	5.297.715	5.461.303	5.297.715
Insumos adquiridos de terceiros				
Custos dos produtos e das mercadorias vendidos e dos serviços prestados	(2.160.312)	(2.069.845)	(2.160.520)	(2.069.702)
Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	(1.275.241)	(1.194.413)	(1.275.460)	(1.194.639)
Materiais relativos à construção de ativos próprios	(88.734)	(38.118)	(88.734)	(38.118)
	(3.524.287)	(3.302.376)	(3.524.714)	(3.302.459)
Valor adicionado bruto	1.937.016	1.995.339	1.936.589	1.995.256
Retenções				
Depreciação e amortização	(105.951)	(102.420)	(105.951)	(102.420)
Valor adicionado líquido produzido	1.831.065	1.892.919	1.830.638	1.892.836
Valor adicionado recebido em transferência				
Resultado de equivalência patrimonial	(516)	(169)	-	-
Receitas financeiras	161.812	70.378	161.847	70.440
Valor adicionado total a distribuir	1.992.361	1.963.128	1.992.485	1.963.276
Distribuição do valor adicionado				
Pessoal e encargos	761.962	705.698	762.058	705.796
Remuneração direta	510.816	464.499	510.896	464.579
Benefícios	203.512	191.843	203.528	191.861
FGTS	44.573	46.343	44.573	46.343
Outros	3.061	3.013	3.061	3.013
Impostos, taxas e contribuições	502.901	557.876	502.926	557.910
Federais	312.193	319.475	312.218	319.509
Estaduais	184.013	230.734	184.013	230.734
Municipais	6.695	7.667	6.695	7.667
Remuneração de capitais de terceiros	123.573	100.292	123.576	100.308
Juros	100.444	82.304	100.447	82.320
Aluguéis	23.129	17.988	23.129	17.988
Remuneração de capitais próprios	603.925	599.262	603.925	599.262
Dividendos e juros sobre capital próprio	137.680	137.612	137.680	137.612
Incentivos fiscais	261.068	239.090	261.068	239.090
Lucros retidos	205.177	222.560	205.177	222.560
	1.992.361	1.963.128	1.992.485	1.963.276

As notas explicativas são parte integrante das demonstrações financeiras.



Campanha de comunicação em 2015 disseminou a Visão, Missão e Valores junto a todos os colaboradores.

CARTA DE ASSEGURAÇÃO





CARTA DE ASSEGURAÇÃO

Relatório de asseguarção limitada dos auditores independentes sobre as informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2015

Aos Administradores
M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimentos
Eusébio- CE

Introdução

- 1 Fomos contratados pela M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimento ("M. Dias Branco"), para apresentar nosso relatório de asseguarção limitada sobre a compilação e adequada apresentação dos indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo 7 deste relatório de asseguarção limitada, contidos no Relatório Anual 2015 da M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimento, relativos ao exercício findo em 31 de dezembro de 2015.

Responsabilidades da administração sobre o Relatório Anual 2015

- 2 A administração da M. Dias Branco é responsável pela elaboração e adequada apresentação dos indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo 7 deste relatório de asseguarção limitada, contidos no Relatório Anual 2015, de acordo com as diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI-G4), e pelos controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração desses indicadores livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

- 3 Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre os indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo 7 deste relatório de asseguarção, contidos no Relatório Anual 2015, com base no trabalho de asseguarção limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico CTO 01 – "Emissão de Relatório de Asseguarção Relacionado com Sustentabilidade e Responsabilidade Social", emitido pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC, com base na NBC TO 3000 – "Trabalhos de Asseguarção Diferentes de Auditoria e Revisão", também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – "Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information", emitida pelo IAASB - *International Auditing and Assurance Standards Board*. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência e que o trabalho seja executado com o objetivo de se obter segurança limitada de que os indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo 7 deste relatório de asseguarção limitada, contidos no Relatório Anual 2015, tomados em conjunto, estão livres de distorções relevantes.
- 4 Um trabalho de asseguarção limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 e a ISAE 3000 consiste, principalmente, em indagações à administração e a outros profissionais da M. Dias Branco que estão envolvidos na elaboração dos indicadores de sustentabilidade, assim como na aplicação de procedimentos analíticos para obter evidência que possibilite concluir na forma de asseguarção limitada sobre os indicadores tomados em conjunto. Um trabalho de asseguarção limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que os indicadores de sustentabilidade, tomados em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Principais procedimentos executados

- 5 Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação e apresentação dos indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo 7 deste relatório de asseguarção limitada, contidos no Relatório Anual 2015, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

(a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração dos indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo 7 deste relatório de asseguarção limitada, contidos no Relatório Anual 2015 da M. Dias Branco;

(b) o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores mediante entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;

(c) aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores de sustentabilidade contidos no Relatório Anual 2015; e

(DC3) Secreto - Altamente Confidencial

(e) obtenção de evidências dos indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo 7 deste relatório de asseguarção contidos no Relatório Anual 2015.

- 6 Os trabalhos de asseguarção limitada compreenderam, também, a aplicação de procedimentos quanto à aderência às diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI-G4) aplicáveis na elaboração dos indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo abaixo, contidos no Relatório Anual 2015.
- 7 Acreditamos que a evidência obtida em nosso trabalho é suficiente e apropriada para fundamentar nossa conclusão na forma limitada sobre os indicadores de sustentabilidade compilados e apresentados pela administração da M. Dias Branco abaixo relacionados:

G4-10 – Número total de empregados
G4- EN1 - Materiais usados, discriminados por peso ou volume
G4-EN5 – Intensidade energética
G4- EN8 – Total de água retirada por fonte
G4- EN22 - Descarte total de água, discriminado por qualidade e destinação
G4- EN23- Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição
G4- LA6 – Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e número de óbitos relacionados ao trabalho, discriminados por região e gênero
G4-LA9 – Número médio de horas de treinamento por ano por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional
G4-SO1 – Percentual de operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local
G4- FP7 - Percentual do volume total de vendas de produtos de consumo, por categoria de produto, que contém maior quantidade de ingredientes nutritivos, como fibras, vitaminas, minerais, fitoquímicos e aditivos alimentares funcionais.

Alcance e limitações

- 8 Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguarção limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguarção razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião sobre os indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo acima, contidos no Relatório Anual 2015. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança razoável de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguarção razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho com o objetivo de emitir uma opinião, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nos indicadores de sustentabilidade informados no parágrafo 7 deste relatório de asseguarção limitada, contidos no Relatório Anual 2015. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.
- 9 Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitas a pressupostos individuais e a julgamentos. Além disso, não realizamos nenhum trabalho em dados informados para os exercícios anteriores, nem em relação a projeções futuras e metas.

Conclusão

- 10 Com base nos procedimentos aplicados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que os indicadores de sustentabilidade mencionados no parágrafo 7 deste relatório de asseguarção limitada, contidos no Relatório Anual 2015 da M. Dias Branco S.A. Indústria e Comércio de Alimento, relativo ao exercício findo em 31 de dezembro de 2015, não foram compilados e não estejam adequadamente apresentados, em todos os aspectos relevantes, de acordo com as diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI-G4).

Recife, 30 de maio de 2016

PricewaterhouseCoopers
Auditores Independentes
CRC 2SP000160/O-5 "F" PE

José Vital Pessoa Monteiro Filho
Contador CRC 1PE016700/O-0

(DC3) Secreto - Altamente Confidencial



ÍNDICE GRI G4-32

CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS		
Conteúdos padrão gerais	Página (ou Link)	Verificação externa
ESTRATÉGIA E ANÁLISE		
G4-1	Páginas 24 e 25.	
PERFIL ORGANIZACIONAL		
G4-3	Páginas 5, 6 e 7.	
G4-4	Páginas 5, 6 e 7.	
G4-5	Páginas 5, 6 e 7.	
G4-6	Páginas 5, 6 e 7.	
G4-7	Páginas 5, 6 e 7.	
G4-8	Páginas 5, 6 e 7.	
G4-9	Páginas 5, 6 e 7.	
G4-10	Página 78. A Companhia contava com 17.292 colaboradores em dezembro de 2015. 100% deles são permanentes, ou seja, possuem contrato de trabalho com prazo indeterminado e emprego em tempo integral, com exceção de aprendizes.	Sim
G4-11	100% dos colaboradores são cobertos por acordos coletivos.	
G4-12	Páginas 34 e 35.	
G4-13	No período de relato, não houve mudanças significativas em relação ao porte, estrutura, participação acionária ou na cadeia de fornecedores da organização.	
G4-14	O princípio da precaução é adotado por meio do sistema de gerenciamento de riscos.	
G4-15	A Companhia não subscreve cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social.	
G4-16	A Companhia faz parte do Conselho Consultivo da ABIA – Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação, do Conselho Gestor da ABIMAPI – Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães & Bolos Industrializados.	
ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES		
G4-17	Informações contidas nas demonstrações financeiras consolidadas e no formulário de referência apresentado à CVM – Comissão de Valores Mobiliários. Acesso no site da Companhia: www.mdiasbranco.com.br/ri	
G4-18	Páginas 16 a 23.	
G4-19	Páginas 16 a 23.	
G4-20	Páginas 16 a 23.	
G4-21	Páginas 16 a 23.	
G4-22	Os dados relativos ao consumo de energia e a taxas de frequência e gravidade incluem a unidade Jaboatão dos Guararapes/PE, que não estavam incluídos no relatório de 2014 em função do processo de integração. Em 2015, foram encerradas as atividades fabris em Recife/PE e Jaboatão/SP.	
G4-23	Não houve alterações significativas.	
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS		
G4-24	Páginas 16 a 23.	
G4-25	Páginas 16 a 23.	
G4-26	Páginas 16 a 23.	
G4-27	Página 75 (Investimento Social e Comunidades) e página 87 (Transparência e Diálogo – Clientes e Consumidores).	
PERFIL DO RELATÓRIO		
G4-28	Páginas 16 a 23.	
G4-29	Páginas 16 a 23.	
G4-30	Páginas 16 a 23.	
G4-31	Para mais informações, envie um e-mail para sustentabilidade@mdiasbranco.com.br.	
G4-32	Páginas 16, 108, 109 e 110.	
G4-33	Páginas 106 e 107.	
GOVERNANÇA		
G4-34	Página 95 e site da Companhia: www.mdiasbranco.com.br/ri .	
ÉTICA E INTEGRIDADE		
G4-56	Páginas 7, 39, 85 e 94. Os valores e princípios da Companhia podem ser lidos em: http://ri.mdiasbranco.com.br/mdiasbranco/web/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=13804	

CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS			
Aspectos Materiais	Informações sobre a forma de gestão e indicadores	Omissões	Verificação externa
NUTRIÇÃO E SAUDABILIDADE			
FP7-DMA	Página 56.		
FPSD-FP7	Página 57.		Sim
EMBALAGENS E RESÍDUOS			
G4-DMA	Página 60.		
G4-EN1	Página 60.	Por se tratar de informação estratégica para o negócio, a Companhia relata a quantidade de embalagens plásticas e de papel e papelão de forma agregada.	Sim
G4-DMA	Página 62.		
G4-EN23	Página 63.	A Companhia não divulga as informações com a classificação dos resíduos em perigosos e não perigosos por método de destinação, mas avaliará sua divulgação nos próximos anos.	Sim
ÁGUA-EFLUENTES			
G4-DMA	Página 64.		
G4-EN8	Página 65.		Sim
G4-EN10	Página 65.		
G4-DMA	Página 65.		
G4-EN22	Página 65.		Sim
ENERGIA-EMISSIONES			
G4-DMA	Página 68.		
G4-EN3	Página 69.	Estão incluídos os valores de todas as unidades industriais. Em 2014, foi relatado somente o consumo de energia elétrica, sem considerar a unidade de Jaboatão dos Guararapes/PE. A partir de 2015, será considerado o consumo total de energia em todas as unidades. Não considera o consumo nos Centros de Distribuição, pois não é material.	
G4-EN5	Página 69.	Estão incluídos os valores de todas as unidades industriais. Informações revisadas e atualizadas, pois no Relatório de 2014 não foram divulgados os dados da unidade de Jaboatão dos Guararapes/PE, em função do processo de integração. Assim, os dados de 2014 e 2015 foram atualizados e incluem todas as unidades industriais da Companhia. Não considera o consumo nos Centros de Distribuição, pois não é material.	Sim
G4-DMA	Página 70.		
G4-EN15	Página 70.	A Companhia monitora as emissões de GEE de escopo 1 somente da frota de transporte. Conforme a Agenda Estratégica de Sustentabilidade, a previsão de medição das emissões de fontes fixas se dará a partir de 2016, se considerado material.	
G4-EN21	Página 70.		
G4-DMA	Página 70.		
G4-EN30	Página 70.		
INVESTIMENTO SOCIAL E COMUNIDADES			
G4-DMA	Página 71.		
G4-SO1	Páginas 76 e 77.		Sim
G4-SO2	Página 76.		
TRANSPARÊNCIA E DIÁLOGO			
G4-DMA	Página 82.		
G4-LA2	Página 82.		
G4-DMA	Página 83.		
G4-LA6	Páginas 84 e 85.	A Companhia reporta a taxa de frequência (TF) e de gravidade (TG) de acordo com os padrões internacionais. Em função do processo de integração, os números de TF e TG em 2014 não incluíam a unidade de Jaboatão dos Guararapes/PE. Por esse motivo, é inviável a comparação 2015/2014 por falta de informação. Os dados de 2015 incluem todas as unidades industriais.	Sim
G4-LA7	Página 85.		
G4-DMA	Página 79.		
G4-LA9	Páginas 79 e 80.		Sim
G4-LA11	Página 82.		
G4-HR12	Página 85.		

G4-PR2	Página 87.		
G4-PR4	Página 87.		
G4-PR6	Página 87.		
G4-PR7	Página 87.		
G4-PR9	Página 87.		
INSUMOS			
G4-DMA	Página 91.		
G4-EN1	Página 91.	Por se tratar de informação estratégica para o negócio, a Companhia relata a quantidade dos principais insumos agrícolas de forma agregada.	Sim
G4-DMA	Página 89.		
G4-LA14	Página 89.		

EXPEDIENTE

RELATÓRIO ANUAL 2015

EDIÇÃO

M. Dias Branco S.A Ind. e Com. de Alimentos.

COORDENAÇÃO-GERAL

Diretoria de Desenvolvimento Organizacional e Gerência Corporativa de Sustentabilidade.

CONTEÚDO E REDAÇÃO

Todas as áreas internas cujas iniciativas foram reportadas no Relatório.
Origami – Consultoria em Gestão de Negócios Sustentáveis Ltda.

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Delantero Comunicação.

FOTOS

Star Mania.
Arquivos Internos.
Banco de Imagem.

M. DIAS BRANCO
Rodovia BR 116, Km 18, sem número.
Eusébio/CE.

